#ELAFAZHISTÓRIA: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS EM REDE E PROTAGONISMO FEMININO 10

#HOMOFOBIAÉDOENÇA: ATIVISMO LGBT NOS AMBIENTES DIGITAIS CONTRA A "CURA GAY" 24

"PERSONAL SHOPPER" E A IMAGEM DA CIDADE-CIBORGUE: REPRESENTAÇÕES DA PAISAGEM URBANA DA CIBERCULTURA 48

A AGÊNCIA CIBORGUE NAS VIVÊNCIAS HÍBRIDAS SOBRE GÊNEROS E SEXUALIDADES DE JOVENS LGBT+. 62

A ARTE DA MÍDIA SOCIAL: POÉTICAS CONTEMPORÂNEAS 78

A COMUNICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES PRIVADAS EM UMA ECONOMIA GLOBAL DA INFORMAÇÃO – MONITORAMENTO, ENGAJAMENTO E PARTICIPAÇÃO DOS STAKEHOLDERS. 89

A COMUNICAÇÃO RETICULAR E O AMBIENTE CORPORATIVO: TENDÊNCIAS DA CIBERCULTURA NO COTIDIANO ORGANIZACIONAL 105

A CRISE NA CREDIBILIDADE NO JORNALISMO A PARTIR DE DISPOSITIVOS DIGITAIS E A PROPAGAÇÃO DA *FAKE NEWS* COM IMAGENS APÓCRIFAS 117

A DIVERSIDADE SUBJETIVA DA REPRESENTAÇÃO DE IMAGENS NA MATERIALIDADE COTIDIANA: PROJETO *EX-VOTOS* 128

A ECOLOGIA CONECTIVA E AS NOVAS FORMAS DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL: CONVERGÊNCIA E FLUXO DO PROGRAMA TVZ 147

A ERA DAS *TECHS* E A HIBRIDIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS 162

A ESCOLA E O PROFESSOR DIANTE DOS CONTEXTOS DE M-LEARNING 180

A ESTABILIDADE TECNOLÓGICA DA TELEVISÃO E A CRIATIVIDADE NO VIDEOCLIPE MUSICAL NA VIRADA DOS ANOS 80 PARA OS 90 188

A FOTOGRAFIA E O MEME: O DESAFIO DA LITERACIA VISUAL NA CONTEMPORANEIDADE 210

A HUMANIZAÇÃO DA MARCA E O USO DOS CHATBOTS: FERRAMENTAS A SERVIÇO DA PUBLICIDADE ONLINE 225

A INCORPORAÇÃO DA FORMAÇÃO EM JORNALISMO DE DADOS NAS ESCOLAS DE JORNALISMO: O CASO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS 248

A LEGITIMAÇÃO DOS *DIGITAL INFLUENCERS* NO ECOSSISTEMA DE MÍDIA SOCIAL: CAPITAL SOCIAL ENVOLVIDO NO CANAL DO YOUTUBE DE MARCOS PIANGERS 264

A LINGUAGEM CINEMATOGRÁFICA UTILIZADA PELOS *VÍDEO GAMES*: O USO DAS CUTSCENES COMO EXPERIÊNCIA NARRATIVA. 280

A NOVA ECOLOGIA DOS MEIOS E A IOT: COMUNICAÇÃO, INTERAÇÕES E INTERATIVIDADES 294

A PARCERIA PAITER-SURUÍ E *GOOGLE INC.*: A FLORESTA EM REDE, UM ESTUDO DE CASO. 309

A PERCEPÇÃO DA PRIVACIDADE EM INTERAÇÕES MEDIADAS POR DISPOSITIVOS MÓVEIS 323

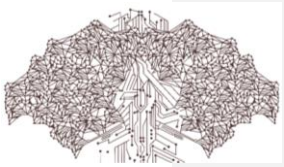
A PERSPECTIVA NET-ATIVISTA E O MOVIMENTO DE OCUPAÇÃO DAS ESCOLAS 337

A PRIVACIDADE EM UM CENÁRIO *PANSENSITÍVEL* DE INTERNET DAS COISAS & CIDADES INTELIGENTES 358

A REDE DENTRO DA REDE: UMA ANÁLISE DOS PROCESSOS MIDIÁTICOS DESENCADEADOS PELO USO DAS HASHTAGS, NA VISÃO DO TWITTER 381

A RESISTÊNCIA CONTRA A VIOLAÇÃO DA PRIVACIDADE NA ERA DAS TECNOLOGIAS *SMART*: 393

A TRAGÉDIA EM CLIQUES: O CAPITAL SOCIAL NO JORNALISMO ONLINE NO CASO CHAPECOENSE 413



A VIRTUALIDADE NA RELAÇÃO ENTRE PAIS E FILHOS JOVENS: ASPECTOS GERACIONAIS NOS USOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO 430

ABORDAGENS EDUCACIONAIS SOBRE CRIMES VIRTUAIS: RELATO DE UM ESTUDO DE CASO 444

AÇÃO COMUNICATIVA E PÓS-MODERNIDADE: FACEBOOK ELEGE CANDIDATO? 461

AFINIDADES E DIVERGÊNCIAS AO DEBATER A MATERNIDADE NO FACEBOOK: UM ESTUDO DE CASO NAS PÁGINAS "DESINTOXICAÇÃO DO ROMANTISMO" E "JÁ FALOU PARA SEU MENINO HOJE?" 479

AGORA SOMOS IMAGENS: A HIBRIDIZAÇÃO ENTRE SUJEITOS E TELAS 506

ALEZZIA X NETIZENS: MOBILIZAÇÃO E CONFLITO NO AMBIENTE DIGITAL 517

ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA: LIMITAÇÕES BRASILEIRAS NA ERA DA PÓS-VERDADE 529

AMAZÔNIA NA PISTA: MÍDIAS CONTEMPORÂNEAS, CONSUMO E INFORMAÇÃO PERFIS DE TRÂNSITO DE BELÉM 543

ANALISANDO IMAGENS NO INSTAGRAM PARA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: REFLEXÕES SOBRE PRÁTICAS E MÉTODOS 560

ANÁLISE COMPARATIVA DE PLATAFORMAS PARA DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE EM NUVEM . 582

ANÁLISE DAS NARRATIVAS DAS DIETAS PARA EMAGRECER NA INTERNET: DELINEADAS POR MEIO DAS OBRAS DE MICHEL FOUCAULT E SUAS MULTIPLAS CONFIGURAÇÕES SOBRE O CORPO 602

ANÁLISE DOS SOFTWARES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL UTILIZADOS PELO MARKETING POLÍTICO NO BRASIL E SUAS IMPLICAÇÕES 615

ANÁLISE E REFLEXÃO SOBRE DADOS UTILIZANDO A LINGUAGEM R: OS NATIVOS DIGITAIS E SUAS CORRELAÇÕES 637

APONTAMENTOS ACERCA DOS MODOS DE PRODUÇÃO E VIGILÂNCIA NA SOCIEDADE 24/7: POÉTICAS DO PROJETO *O ARTISTA EM GREVE* 654

APONTAMENTOS SOBRE O IMAGINÁRIO DA CIBERCULTURA 670

APROPRIAÇÃO, MEMES DE INTERNET E PRÁTICAS DE FANDOM NA PÁGINA *LOUCAS PELO FAUSTÃO* 689

ARTE, AÇÕES COLETIVAS E FORMAS DE ATIVISMO EM REALIDADE AUMENTADA 703

AS IMAGENS DA MULTIDÃO: A EMERGÊNCIA DA ESTÉTICA 717

ATIVISMO DE MULHERES NEGRAS NO YOUTUBE: APONTAMENTOS SOBRE PROCESSOS FORMATIVOS EM REDE 729

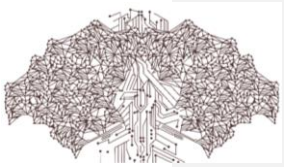
ATIVISMO SOCIAL NA INTERNET: PERSPECTIVAS PARA ATUAÇÃO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS NAS REDES ON-LINE 746

ATORES EM REDE NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO: REFLEXÕES SOBRE EMPRESAS INFORMATIVAS E GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM *PROSUMERS* NAS MÍDIAS SOCIAIS 759

BABY BOOMERS, X, Y, Z E SEXALESCENTES DO SÉCULO XXI – ASPECTOS COMPARATIVOS ENTRE AS GERAÇÕES 780

BELEZA ALGORÍTMICA: GRÉCIA PITAGÓRICA, RENASCIMENTO E SIMULAÇÃO EM JOGOS ELETRÔNICOS 795

BREVES E REPETIDOSMOVIMENTOS DO PRAZER: UMA ANÁLISE DE GIFS PORNOGRÁFICOS 811



CIBERCULTURA E APRENDIZAGEM EM REDES: ESTUDO DE CASO DE UMA FORMAÇÃO CONTINUADA DE PROFESSORES EM SERVIÇO..... 826

CIBORGUES E FEMINISMO: AS NARRATIVAS DO CIBERFEMINISMO NO TWITTER 842

CLUSTER SENSE8: AS ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO DE CONTEÚDO A PARTIR DA COMUNIDADE DE FÃS856

CO-DEMOCRACIA: UMA PROPOSTA DE FOMENTO DE LEIS DE INICIATIVA POPULAR..... 873

COLETIVO TELA FIRME: COMUNICAÇÃO E ATIVISMO ALTERNATIVO NAS REDES DIGITAIS..... 896

COLETIVOS INDÍGENAS E INTERCULTURAIS NA ERA DIGITAL ESTUDO EXPLORATÓRIO MULTICASO A PARTIR DO PONTÃO DE CULTURA VIVA *THYDEWÁ*..... 917

COMPETÊNCIA MIDIÁTICA: O ATIVISMO DOS FÃS DE *THE HANDMAID'S TALE* 938

COMUNICAÇÃO INTEGRADA ALIADA ÀS ESTRATÉGIAS DE *MARKETING* DIGITAL 954

COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL E MOBILIDADE: PERFIL DOS APLICATIVOS OFICIAIS DAS PREFEITURAS BRASILEIRAS 971

COMUNICAÇÃO PÚBLICA, LETRAMENTO POLÍTICO E REDES SOCIAIS DE INTERNET 990

COMUNICAÇÃO, DEMOCRACIA E GOVERNO ELETRÔNICO: ESTUDO DE CASO DA SECRETARIA DE ESTADO DE SAÚDE DE MINAS GERAIS..... 1005

CONEXÕES COM PERFIS FICTÍCIOS: *BRANDED CONTENT* E NOVOS PAPÉIS DOS SUJEITOS DA ENUNCIAÇÃO NA CIBERCULTURA 1025

CONTROLE DO TRABALHO DOCENTE: IMPLICAÇÕES DAS REDES..... 1039

CONVERSAÇÃO EM REDE OU CENTRADA NO PROFESSOR?..... 1050

CONVERSAÇÕES SOBRE APROPRIAÇÃO CULTURAL NO TWITTER: DISPUTAS ATRAVÉS DO USO DA HASHTAG #VAITERBRANCADETURBANTESIM..... 1065

CORPO E PERFORMANCE NA REDE: UMA ANÁLISE DA NARRATIVA IMAGÉTICA DE GABRIELA PUGLIESI NO INSTAGRAM..... 1081

CRISE DOS PARADIGMAS E EPISTEMOLOGIAS RETICULARES: MEMÓRIA LOCAL E AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO PROJETO MEMÓRIA SOCIAL NAS ESCOLAS DO RECIFE E CABO DE SANTO AGOSTINHO 1097

CULTURA *MAKER* E ROBÓTICA INVENTIVA NA ESCOLA..... 1116

DA ECONOMIA COMPARTILHADA AO CAPITALISMO DE PLATAFORMA: EMPREENDEDORISMO E GOVERNAMENTALIDADE NAS REDES DE MEDIAÇÃO DE ATIVIDADES..... 1130

DA TELEVISÃO AO APP-LEARNING: AS POTENCIALIDADES PARA A EDUCAÇÃO..... 1141

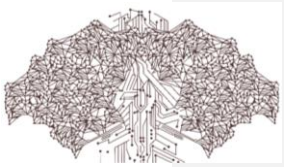
DAR VIDA (ANIMARE) PARA FAZER LEMBRAR (MONERE): ANIMAÇÃO EM AMBIÊNCIA DIGITAL PARA UMA POÉTICA CRIATIVA DO PATRIMÔNIO 1158

DESAFIOS DIGITAIS NA EDUCAÇÃO: A EXPERIÊNCIA DAS ESCOLAS DE MACAÉ NO USO DAS TIC..... 1172

DIÁSPORAS NA INTERNET: ANÁLISE DE CONTEÚDO DO SITE POR DENTRO DA ÁFRICA..... 1184

DISCURSOS SOBRE O CORPO FEMININO EM TORNO DE SOCIABILIDADE F*ITNESS* NO INSTAGRAM.. 1198

DNA INTERATIVO E MODELO DE REDE COMO VIDA: POTÊNCIA DA VITALIDADE NA OBRA GÊNESIS (1999) 1214



DO *COMMONS* AO *BLOCKCHAIN:* A RESSIGNIFICAÇÃO DA CIDADANIA E SEUS DESAFIOS. 1230

DO SOCIAL PARA O ATO COMUNICATIVO: REFLEXÕES ACERCA DOS MODOS HÍBRIDOS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL 1249

DO VIRTUAL AO TANGÍVEL: A ESTRATÉGIA MIDIÁTICA DA INDÚSTRIA DAS CASAS COMPARTILHADAS. 1263

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE SOBRE O CRESCIMENTO DO MERCADO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS 1278

EDUCAÇÃO CORPORATIVA À DISTÂNCIA: DA INFORMAÇÃO À EXPERIÊNCIA. 1296

EDUCAÇÃO HACKER: UM CAMINHO DISRUPTIVO PARA OS PROCESSOS FORMATIVOS 1313

EDUCAÇÃO, CULTURA E CIDADANIA DIGITAL: DESAFIOS ATUAIS DA SOCIEDADE CONECTADA. ESTUDO DE CASO DAS EXPERIÊNCIAS DE INCLUSÃO DIGITAL EM TELECENTROS COMUNITÁRIOS DE ANÁPOLIS (GO) 1328

EDUCAÇÃO, DESENVOLVIMENTO HUMANO E CIBERCULTURA: A DROMOAPTIDÃO E AS RELAÇÕES AFETIVAS 1347

EMPODERAMENTO DIGITAL DE JOVENS POBRES E NEGROS: NOVOS OLHARES A PARTIR DA TEORIA DA ASSIMILAÇÃO SEGMENTADA 1364

ENSINO ATIVO DE PROGRAMAÇÃO E ELETRÔNICA PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES 1378

ENTRE ARTEFATOS E AFETOS EM *BLACK MIRROR*: ATRAVÉS DO ESPELHO E O QUE O ROBÔ ENCONTROU POR LÁ 1393

ESTUDOS SOBRE A EXPERIÊNCIA PUBLICITÁRIA COM DISPOSITIVOS DE REALIDADE VIRTUAL 1409

EVASÃO E PERMANÊNCIA EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: O USO DE TECNOLOGIAS QUE UTILIZAM MINERAÇÃO DE DADOS E LEARNING ANALYTICS 1421

EXPERIÊNCIA ESTÉTICA E PRODUÇÃO DE SENTIDO: UMA ABORDAGEM SOBRE OS AFETOS NA REDE SOCIAL YOUTUBE 1439

***FACEBOOK BOTS* COMO FERRAMENTA PARA AS MARCAS A REVOLUÇÃO DOS *CHATBOTS* 1454**

FALHAS "DATACRÁTICAS" NOS JOGOS DIGITAIS EDUCATIVOS 1470

FÃS DE TEATRO MUSICAL NO BRASIL: ENGAJAMENTO, VISIBILIDADE E CONTRAVENÇÃO NAS REDES SOCIAIS 1486

FEMINISMO EM REDE 1496

FICÇÃO CIENTÍFICA: A RELAÇÃO HOMEM- MÁQUINA NA LITERATURA 1509

FRUIÇÃO ESTÉTICA E COMUNICAÇÃO: INOVAÇÕES NA ARTE CIBERNÉTICA 1522

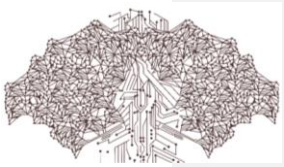
***GAME OVER*: OS JOGOS DIGITAIS E A MORTE DO CORPO 1541**

***GAMES* E PESSOAS ELETRÔNICAS: EXPERIMENTOS DE ARTE CONTEMPORÂNEA NUMA INVESTIGAÇÃO ONTOLÓGICA 1552**

GAMIFICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PEDAGÓGICA DE ENGAJAMENTO ESTUDANTIL[1] 1569

GESTÃO ESTRATÉGICA DA INFORMAÇÃO – PANORAMA ATUAL 1579

GRADES OU REDES: O APRISIONAMENTO DOS CONTEÚDOS DE APRENDIZAGEM 1593



GRID COMO INTERCONEXÃO DO DESIGN VISUAL NA NARRATIVA DE UM APLICATIVO: COM A TECNOLOGIA DA REALIDADE AUMENTADA 1606

HACKERS E SEU DESENVOLVIMENTO 1619

HIBRIDAÇÃO ENTRE CORPO E TECNOLOGIA: A PERCEPÇÃO E AS FORMAS DE ARTE EM UM CONTEXTO PÓS-HUMANO 1638

HIPERCONECTADOS: OS NATIVOS DIGITAIS QUE POSSUEM A INTERNET COMO EXTENSÃO DA SUA MENTE 1653

HUMOR RELIGIOSO NO YOUTUBE: REPRESENTAÇÃO DOS USOS TECNOLÓGICOS E DO IMAGINÁRIO RELIGIOSO ESPÍRITA NO CANAL AMIGOS DA LUZ 1665

INFLUENCIADORES DIGITAIS E MARCAS: UM MAPEAMENTO EXPLORATÓRIO 1675

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: REPENSANDO A MEDIAÇÃO 1697

INTERNET DAS COISAS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: NOVAS POSSIBILIDADES PARA A PUBLICIDADE 1720

JOGO DIGITAL E TERCEIRA IDADE: RESIGNIFICANDO O CONCEITO DE VELHICE 1737

JOGO ENTRE FICÇÃO E REALIDADE: RECURSOS UTILIZADOS PARA A CONSTRUÇÃO DE EFEITO DE REAL NOS *NEWSGAMES* 1747

JORNALISMO CIENTÍFICO EM PLATAFORMAS DIGITAIS: UMA EXPERIÊNCIA DE *MEDIA LITERACY* COM ADOLESCENTES 1758

JORNALISMO E EDUCOMUNICAÇÃO: NOVOS SENTIDOS NA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA 1774

KHAN ACADEMY NA PERSONALIZAÇÃO DO ENSINO DE BANCO DE DADOS 1788

LETRAMENTO INFORMACIONAL EM CENÁRIOS DE CONTROLE DE LUXOS INFORMACIONAIS 1805

LINGUAGEM EMOCIONAL NA DOCÊNCIA *ONLINE*: IMPLICAÇÕES TEÓRICO-PRÁTICAS 1819

LINGUAGENS EXPANDIDAS NO UNIVERSO CONECTIVO 1828

LITERACIA EM SAÚDE E LITERACIA DE MÍDIA: UM OLHAR SOBRE OS CONCEITOS E AS PRÁTICAS 1843

LITERACIAS DE MÍDIA E INFORMAÇÃO: CONCEITO E HISTÓRIA 1862

LITERATURA NA WEB: UMA ANÁLISE DO NICHO DOS BOOKTUBERS NO YOUTUBE 1880

MARCAS E INFLUENCIADORES: QUEM PRECISA DE QUEM? 1894

MARCHA PELA CIÊNCIA: CARTOGRAFIAS-GENEALÓGICAS DAS REDES DE MOBILIZAÇÃO 1914

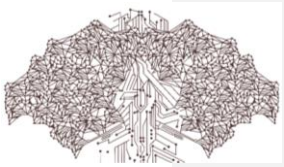
MARJORIE PRIME: UMA ANÁLISE DA ALTERIDADE ENTRE HOLOGRAMA E HUMANO 1931

MEDIAÇÕES ALGORÍTMICAS: ANALISANDO O PODER DE MODULAÇÃO DOS ALGORITMOS DO FACEBOOK 1945

MÍDIAS DIGITAIS, IDENTIDADES CULTURAIS E FORMAÇÃO CIDADÃ NA ESCOLA 1961

MIDIATIVISMO NO FACEBOOK: NINJA ES E AS NARRATIVAS INDEPENDENTES DURANTE A OCUPAÇÃO DE ESCOLAS NO ESPÍRITO SANTO 1976

MOTIVAÇÕES DAS *FAKE NEWS* E A MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA: ANÁLISE DAS NOTÍCIAS COMPARTILHADAS EM JULHO/2017 PELO *MOVIMENTO BRASIL LIVRE (MBL)* EM SUA *FANPAGE* NO *FACEBOOK* 1990



MOVIMENTOS DO ATIVISMO DIGITAL NA POLÍTICA MUNICIPAL DE SÃO GONÇALO: UM ESTUDO DAS PÁGINAS FALA COROADO E SÃO GONÇALO DÁ DEPRESSÃO 1999

MR. ROBOT: O ENGAJAMENTO DO ESPECTADOR NO CONTEXTO DA COMPLEXIDADE NARRATIVA . 2013

MULHERES E SOFTWARE LIVRE NO BRASIL: COMO ELAS ESTÃO HACKEANDO ESTE MOVIMENTO ... 2030

NA INTERFACE COM AS NOVAS GERAÇÕES: INVESTIGANDO AS VIVÊNCIAS DE ADOLESCENTES NAS TECNOLOGIAS DIGITAIS 2047

NÃO LUGARES. ESTUDO DAS CULTURAS DE CONECTIVIDADE NA ÓTICA DO DOCUMENTÁRIO "T'AMO NA RODOVIÁRIA" 2068

NARRATIVAS DE SI NA REDE: UMA ESCUTA DISCURSIVA DE BLOGS PRÓ-ANOREXIA 2086

NARRATIVAS TRANSMÍDIA EM REDES: O PAPEL DA TRÍADE *CULTURA DA CONVERGÊNCIA*, *INTELIGÊNCIA COLETIVA* E *CULTURA PARTICIPATIVA* NA CONSTRUÇÃO DE UNIVERSOS NARRATIVOS EM RIZOMA 2109

NET-ATIVISMO NA AMAZÔNIA EM DEFESA DE UMA ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO 2131

NOVAS EXPERIÊNCIAS POLÍTICAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PLATAFORMA COLAB 2143

NUDE TOUR: AUTOPORNIFICAÇÃO COMPARTILHADA NO CIBERESPAÇO 2153

O AMBIENTE VIRTUAL E A SOCIABILIDADE COMO OBJETOS DE REFLEXÃO ATRAVÉS DA ANÁLISE DO VIDEOCLIPE *ARE YOU LOST IN THE WORLD LIKE ME* (MOBY, 2016) 2170

O CAMPO POLÍTICO DO MIDIATIVISMO NO RIO DE JANEIRO (2013-2017) 2187

O CARÁTER HÍBRIDO NA CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS DIGITAIS NO CINEMA 2201

O CASO HATSUNE MIKU: REFLEXÕES SOBRE A RELAÇÃO HOMEM-ÍDOLO VIRTUAL 2217

O CIBERATIVISMO DE ARTISTAS NA CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DE SEUS FÃS: UMA ANÁLISE DO MOVIMENTO "RIO PELAS DIRETAS JÁ" 2230

O CIBERESPAÇO COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO DE PATRIMÔNIOS NA CIDADE DE SÃO PAULO 2245

O DINHEIRO VAI CORRER ATRÁS DE VOCÊ: UMA ABORDAGEM DISCURSIVA CRÍTICA MULTIMODAL DO EMPREENDEDOR DE PALCO NA ERA DIGITAL 2263

O INSTAGRAMISMO DE LÉV MANOVICH APLICADO AO TWITTER: UMA AVALIAÇÃO DA VIABILIDADE EXPERIMENTAL PARA CLASSIFICAÇÃO ESTÉTICA DE IMAGENS 2273

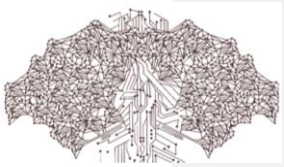
O MODELO DE NEGÓCIO DO JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL NO CENÁRIO DA NOVA ECOLOGIA DOS MEIOS 2289

O MOVIMENTO BRASIL LIVRE: UM ESTUDO SOBRE O GRUPO E SUAS DINÂMICAS E NARRATIVAS NO CIBERESPAÇO 2306

O OTIMISMO NO CANAL "GUGU GAITEIRO" OU COMO UMA CRIANÇA SE TORNA UM CIBERCONSELHEIRO 2326

O PONTO E VÍRGULA E A DEPRESSÃO: UMA ANÁLISE DE TESTEMUNHOS DE JOVENS CLASSIFICADOS COMO DEPRESSIVOS NO FACEBOOK DO PROJECT SEMICOLON 2342

O PUBLICO, O PRIVADO E A CIBERCULTURA: PARADOXOS EM PERSPECTIVAS 2361



O SABER FAZER NOS DISPOSITIVOS MÓVEIS: COGNIÇÃO, CONHECIMENTO E EXPERIÊNCIAS ATRAVÉS DOS *SMARTPHONES* 2372

O SIGNO TRÁGICO EM GOD OF WAR II 2385

O UNIVERSO CONECTIVO DO TWITTER: ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO DA NOTÍCIA EM 140 CARACTERES 2403

O USO DE ALGORITMOS NA MÍDIA PROGRAMÁTICA 2423

O X DA QUESTÃO: UMA ANÁLISE DO GÊNERO FLUIDO NAS MÍDIAS SOCIAIS 2441

OI MENINAS, TUDO BOM? BLOGUEIRAS E A TEORIA TRICKLE-DOWN 2456

OI, QUER TC? A SOBREVIVÊNCIA DO BATE-PAPO UOL NA ERA DOS APLICATIVOS 2476

OLGA ESPORTE CLUBE NO FACEBOOK: O CIBERFEMINISMO E AS NOVAS PERSPECTIVAS DE COBERTURA ESPORTIVA A PARTIR DAS OLIMPÍADAS DO RIO 2016 2495

ORGANIZAÇÃO E CIBERATIVISMO: APONTAMENTOS PARA UM DEBATE 2511

ORGIAS DIGITAIS: TECNOLOGIA E SEXO NA ATUALIDADE 2531

OS CONTRIBUTOS DAS REDES DE CONEXÃO UBIQUAS EM EVENTOS CIENTIFICOS: A PERSPECTIVA DO MEDIADOR DE MESAS ONLINE 2547

OS IMPACTOS DO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO NA FORMA COMO A GERAÇÃO Y SE RELACIONA 2558

OS IMPACTOS TRAZIDOS PELAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO NOS MEIOS CULTURAIS 2572

OS NOVOS MODELOS DE DISTRIBUIÇÃO E CONSUMO DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL ASIÁTICO NAS REDES DIGITAIS: O CASO DOS DRAMAS DE TV NA NETFLIX BR 2586

OS SMARTPHONES COMO EXTENSÕES DA MENTE: HIBRIDAÇÃO, ACOPLAMENTO E COGNIÇÃO 2604

OUTRAS REDES, NOVOS ATORES: A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NUMA PERSPECTIVA HÍBRIDA E MULTIMODAL 2612

PARA ONDE SE VAI QUANDO SE INGRESSA NA REALIDADE VIRTUAL? 2631

PATRIMÔNIO ABERTO: A CIDADE COMO INTERFACE DIGITAL E ARTÍSTICA 2650

PERFORMANCE E EXPANSÃO NARRATIVA DOS *GAMES* AOS *COSPLAYS* 2670

PESQUISA NETNOGRÁFICA PARA COMPREENSÃO ACERCA DAS APROPRIAÇÕES DE MÍDIAS DIGITAIS E DINÂMICAS DE DIFUSÃO, CIRCULAÇÃO E CONSUMO DA CULTURA EM REDE 2684

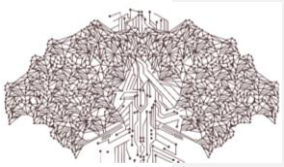
PESQUISA-FORMAÇÃO *ONLINE* COM PROFESSORES DE CIÊNCIAS*:* UMA EXPERIÊNCIA NA PÓS-GRADUAÇÃO 2701

PLATAFORMA EDUCATIVA *GUTEN NEWS*: ALGUMAS REFLEXÕES ACERCA DAS LITERACIAS DE MÍDIA E INFORMAÇÃO E USO DA TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TDIC) 2718

PLURALIDADE CULTURAL E AS DIMENSÕES DE ENSINO-APRENDIZAGEM COM O USO DO SOFTWARE MYWEBFACE NO ENSINO FUNDAMENTAL 2733

PODE O *CROWDFUNDING HACKEAR* A LEI ROUANET? 2750

PODERIA TER SIDO VOCÊ: VÍNCULOS SOCIAIS E SIMBÓLICOS NO PROCESSO COMUNICACIONAL A PARTIR DA PRODUÇÃO DO COLETIVO TELA FIRME PARA O CANAL YOUTUBE 2766



PRIVACIDADE / EVASÃO: O SUJEITO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO E EVASOR DA PRÓPRIA INTIMIDADE 2780

PRIVACIDADE NA MODERNIDADE: COMO A PRIVACIDADE ESTÁ SENDO AFETADA PELAS NOVAS TECNOLOGIAS 2794

PROGRAMINAS: COMO AS VAGAS EM GRUPOS DO FACEBOOK REFLETEM O MERCADO DE TI PARA MULHERES 2809

PROJETO #SAVETHEFILM: COMPREENDENDO A FOTOGRAFIA ANALÓGICA NA CONTEMPORANEIDADE 2831

RADIOATIVIDADE: EDUCOMUNICAÇÃO E NARRATIVA ORAL NO ENSINO MÉDIO 2854

REDES DE RELAÇÕES COLABORATIVAS: O FENÔMENO DOS GRUPOS NO FACEBOOK 2878

REFLEXÕES A PARTIR DA PRÁTICA - ANÁLISE DA OFICINA CONHECENDO O GOOGLE DRIVE". 2900

REFLEXÕES SOBRE INDICADORES DE AVALIAÇÃO EM PLATAFORMAS EAD: BASE DE DADOS, PROCESSOS DE INTERAÇÃO E COMPUTAÇÃO COGNITIVA 2912

REFLEXÕES SOBRE O JORNALISMO DO DESENVOLVIMENTO E SUA IMPORTÂNCIA NA COMUNICAÇÃO RURAL 2930

REFLEXÕES SOBRE USOS E APROPRIAÇÕES DOS ESPAÇOS DA CIDADE – RELAÇÕES DE CONSUMO E PRÁTICAS JUVENIS NO BAIRRO DO BIXIGA 2948

REPRESENTAÇÃO DA MULHER EM GAME OF THRONES E A PERCEPÇÃO DAS QUESTÕES DE GÊNERO 2964

SARAHAH: ESPAÇO DE CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA? 2981

SARRADAS E RESISTÊNCIAS PÓS-PERIFÉRICAS: CONSTRUÇÕES DE PROTAGONISMO PELA TECNICIDADE 2999

SEGURANÇA PÚBLICA NO CIBERESPAÇO: PERCEPÇÕES DE REPRESSÃO DA CRIMINALIDADE CIBERNÉTICA PRATICADAS CONTRA RESIDENTES DE BELÉM DO PARÁ. 3015

SER, TER OU APARENTAR? EIS A QUESTÃO: O OTIMISMO NOS CANAIS "WHINDERSSON NUNES" E "HEL MOTHER" 3033

SKOL, REPOSICIONAMENTO E SITES DE REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE DA DRAMATIZAÇÃO DA MARCA E DA CONSTRUÇÃO DO SEU CAPITAL SOCIAL EM REDE 3048

SNAP SPECTACLES: VIOLAÇÃO DE PRIVACIDADE E INTERNET DAS COISAS (IOT) 3066

SOCIALISMO 2.0: A POLITIZAÇÃO DAS CONVERSAÇÕES SOBRE MIGRAÇÃO NO SITE CUBANO CUBADEBATE 3080

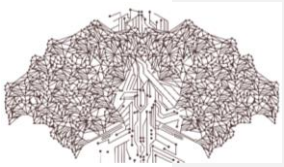
SOCIEDADE ECOSSISTÊMICA E STREAMS DA TWITCH COMO OBRAS CIBERCULTURAIS 3101

SPREAD THE (RIOT GRRRL) WORD: A INFLUÊNCIA DO USO DE HASHTAGS NO CONSUMO FEMININO 3115

SUBJETIVIDADE, SUJEIÇÃO SOCIAL E VIGILÂNCIA LÍQUIDA: O PAPEL DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS DE COMUNICAÇÃO 3132

SUBTERRÂNEOS DAS REDES: DOS AGENTES INTELIGENTES À PÓS-VERDADE 3144

SUPERVALORIZAÇÃO DA IMAGEM E A DEPENDÊNCIA TECNOLÓGICA: O RETRATO DA TEORIA DA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO EM *BLACK MIRROR* 3161



TECNOIMORTALIDADE: REFLEXÕES SOBRE UMA MEMÓRIA DIGITALMENTE MEDIADA..... 3178

TECNOLOGIA E TRABALHO NO ESPAÇO DIGITAL: A RELAÇÃO DE SIGNIFICAÇÃO DOS SITES EMPRESARIAIS E A CONSTRUÇÃO DA GRANDE EMPRESA..... 3199

TELE-EXISTÊNCIA E IMAGINÁRIO PÓS-HUMANO: SOMBRIAS PROMESSAS DE SOBREVIDA..... 3216

TEXTURAS SONORAS: A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA SONORA NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO EM HIPERMÍDIA..... 3234

TIPOGRAFIA NA SUBJETIVIDADE DO GESTO: INTERFACES DE CONEXÃO CIBERNÉTICA..... 3256

TV DIGITAL ABERTA: UMA PROPOSTA DE UNIVERSALIZAÇÃO DO ACESSO À INFORMAÇÃO..... 3275

UGREEN – LET'S SAVE THE WORLD! MOBILIZAÇÃO DE PESSOAS POR MEIO DE APLICATIVO PARA RELATAR PROBLEMAS AMBIENTAIS!..... 3292

UM APRENDIZADO EM "CLIQUES": O ENSINO DE HISTÓRIA E A EDUCAÇÃO DIGITAL. 3305

UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE CIDADES INTELIGENTES E CIDADES CRIATIVAS: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS CONFORME ARTIGOS DO PORTAL CAPES/MEC..... 3323

UM NOVO MUNDO PELA CIBERCULTUR@ 3341

UM START NA EDUCAÇÃO: O QUE APRENDEMOS COM AS STARTUPS EDTECH..... 3351

VEDETAS: DA CRÍTICA FEMINISTA SOBRE A TECNOCIÊNCIA À CONSTRUÇÃO DE TECNOLOGIAS FEMINISTAS PARA EMPODERAMENTO..... 3366

VI, GOSTEI E PUBLIQUEI: EXPOSIÇÃO, INVASÃO DE PRIVACIDADE (?) E ESPETACULARIZAÇÃO EM "TE VI NO ÔNIBUS"..... 3385

VIGILILÂNCIA ALGORÍTMICA, SUJEITOS ALGORÍTMICOS..... 3401

YOUTUBE COMO MATÉRIA-PRIMA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PRODUTOR/MÚSICO KYOTOSHIFT E SUA FERRAMENTA DE BUSCA DE SAMPLES..... 3420

YOUTUBE: COMO AS PRÁTICAS DE SHIPPAGEM INFLUENCIAM A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO?..... 3435

YOUTUBERS "CRESPAS" E "CACHEADAS": VIVÊNCIAS E RESSIGNIFICAÇÕES..... 3451

#ELAFAZHISTÓRIA: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS EM REDE E PROTAGONISMO FEMININO [1]

Caroline Marino[2]; Iluska Coutinho[3]

Resumo:

O presente trabalho lança luz sob as potencialidades do ambiente digital para a circulação de narrativas de caráter contra-hegemônico cujo objetivo é o protagonismo feminino. A análise empreendida nesse texto tem como foco o evento global #ElaFazHistoria, que propôs um mapa interativo onde mulheres de vários lugares do mundo puderam compartilhar e acompanhar histórias inspiradoras durante 24h. Busca-se entender as características das narrativas em rede e, em que medida, esta iniciativa oferece espaço e voz para um grupo com histórico de silenciamento, como é o caso das mulheres.

Palavras-chave: representação feminina; narrativas em rede; contra hegemonia.

Introdução: A voz hegemônica não é feminina

Apesar dos avanços conquistados pelo sexo feminino nos últimos tempos, a igualdade entre gêneros não é algo vivenciado em sua plenitude na contemporaneidade. Homens e mulheres ainda ocupam lugares bem diferentes na sociedade. Temer e Lima (2014) relembram que, ainda que com avanços se comparados à outros tempos, os discursos de supremacia masculina e subalternidade feminina foram interiorizados pela sociedade e pelas próprias mulheres que mesmo "enfrentando muitas dificuldades não pararam mais de tentar ocupar os mesmos espaços que os homens e com o mesmo reconhecimento. O que ainda não aconteceu" (TEMER, LIMA, 2014, p. 4).

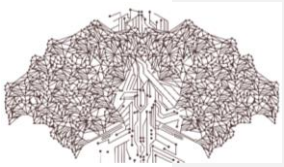
Segundo dados divulgados pelo programa #ElaFazHistória[4], lançado pelo Facebook, nos últimos 10 anos o empreendedorismo feminino teve um crescimento de 16%, contra 7% dos homens. Só no contexto brasileiro, desde 2012, cerca de 200 milhões de empresas foram abertas por mulheres e 51% das novas empresas no país são lideradas por elas. Entretanto, apesar das

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF e membro do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais. E-mail: carolinemarinop5@gmail.com

3 . Orientadora do trabalho: Pesquisadora é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. É Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e Pós-doutora em Comunicação (Universidade Nova de Lisboa), coordena o grupo de pesquisa Núcleo Jornalismo e Audiovisual vinculado à Faculdade de Comunicação da UFJF. E-mail: iluskac@globo.com

4 . https://shemeansbusiness.fb.com/pt/insights/



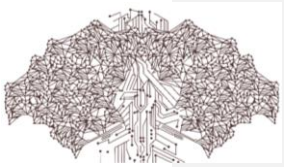
estatísticas apresentadas e, embora representem maioria numérica[5] da população brasileira, as mulheres são consideradas minoria em termos representativos, também nas mídias, incluindo as digitais. Uma vez que a noção contemporânea de minoria, de acordo com Sodré (2005), se refere àqueles que tiveram ou têm sido privados de uma maior participação na esfera pública e de ter possibilidade de voz ativa nas instâncias decisórias do Poder.

Temer e Lima relembram que: "O machismo, pensamento da supremacia masculina, baseia-se em afirmar a superioridade masculina e reforçar a inferioridade da mulher em várias formas de discurso: filosófico, científico, religioso, jurídico e até mesmo popular" (TEMER, LIMA, 2014, p. 4). Essa hegemonia masculina ainda se reflete, sobretudo na mídia de massa, que muitas vezes exclui as mulheres dos espaços de debate.

Neste contexto, os meios de comunicação deveriam trabalhar em prol da busca pela igualdade e cidadania de forma a contemplar as expectativas de transformação social e de participação de grupos marginalizados. Scoralick defende que é preciso romper as condições desiguais e "uma nova perspectiva discursiva dos meios de massa, em especial, no telejornalismo, em relação às minorias, deve surgir como prioridade, inclusive na tarefa de ampliar os horizontes do processo de democratização na sociedade brasileira" (SCORALICK, 2009, p. 197). Entretanto, como aponta a autora, os veículos de mídia hegemônica raramente fogem a regra. "De uma maneira geral, o que chega a ser exposto são os produtos que refletem as posições mais tradicionalmente estabelecidas" (SCORALICK, 2009, p. 197).

Isso se deve ao fato da concentração de mídia em grandes conglomerados comerciais cujas "instituições têm como objetivo primeiro a realização e a distribuição de lucro privado sobre o capital investido, e isso afeta diretamente suas diretrizes" (WILLIAMS, 2016, p. 48). E é nesse cenário de monopólio e interesses privados - como é o caso da comunicação de massa, sobretudo no Brasil - que são disseminados os discursos hegemônicos. Garaza afirma que, por isso, é relevante também pensar nos meios de comunicação enquanto espaços nos quais o poder simbólico é criado e reproduzido. "O monopólio privado dos meios de comunicação conseguiu legitimar um discurso hegemônico diluindo as contradições estruturais de classe e conciliando interesses opostos, através de uma articulação forçosamente apresentada" (GARAZA, 2015, p. 6). A autora (2015, p.13) salienta que nas práticas de comunicação dos meios tradicionais novas vozes têm permanecido por muito tempo, excluídas. Em consequência, os discursos dominantes

[5] . De acordo com o censo do IBGE, em 2010, o percentual de mulheres era 51%, enquanto o de homens era de 49% do total da população brasileira.



se legitimam na cena pública, ressaltando desigualdades, como a de gênero, e conservando discursos de supremacia masculina.

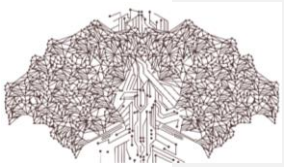
Ao tratar do conceito de hegemonia desenvolvido pelo filósofo italiano Antônio Gramsci, Dênis de Moraes (2010) salienta que a noção de hegemonia pressupõe a conquista do consenso e da liderança de classes sobre as outras. Ela é consolidada em embates que comportam não apenas questões vinculadas à estrutura econômica e à organização política, "mas envolvem também, no plano ético-cultural, a expressão de saberes, práticas, modos de representação e modelos de autoridade que querem legitimar-se e universalizar-se" (MORAES, 2010, p.55).

Raymond Williams afirma que o conceito de hegemonia vai além da ideologia. Para o autor, é preciso refletir mais afundo sobre esse processo, uma vez que a hegemonia não é apenas uma forma de controle vista como "manipulação" ou "doutrinação", e sim "todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo" (WILLIAMS, 1999, p. 113). Ele completa:

> Constitui assim um senso da realidade para a maioria das pessoas na sociedade, um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das áreas de sua vida. Em outras palavras, é no sentido mais forte uma "cultura", mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e subordinação vividos de determinadas classes (WILLIAMS, 199, p. 113).

Entretanto, para Williams, a hegemonia é um processo vívido, e não estático. "Pelo contrário, qualquer processo hegemônico deve ser especialmente alerta e sensível às alternativas e oposição que lhe questionam ou ameaçam o domínio" (WILLIAMS, 199, p. 115). Neste sentido, atrelada à noção de hegemonia, encontra-se a ideia de contra-hegemonia. Segundo Raquel Paiva, compreender o sentido do termo não é tão simples. É possível o entendimento de que seria a transposição ou substituição de forças. Contudo, algo contra-hegemônico não pretende ser um mero substitutivo da classe dominante. Para a autora, é no entendimento de que a palavra "contra" define-se pela oposição - e não por "um mero revezamento de forças contraditórias" (PAIVA, 2008, p. 165). - que reside a compreensão daquilo que pauta ideologicamente o conceito de contra-hegemonia.

No campo comunicacional, é através de iniciativas de produção de experiências informativas de caráter contra-hegemônico que vozes antes não ouvidas poderiam ser disseminadas, visto que se caracterizam como um espaço no qual há (ou deveria haver) a busca por uma comunicação democrática.



Karina Janz Woitowicz (2012) defende que para se fazer ouvir, as mulheres sempre apostaram "em um discurso combativo que assumiu, em alguns momentos, o duplo papel de denunciar e de mobilizar as mulheres na defesa dos seus direitos e na conquista da cidadania" (WOITOWICZ, 2012, p. 5).

Como aponta Eliza Bachega Casadei; "as mulheres sempre participaram de forma ativa em veículos da imprensa alternativa, buscando espaços outros onde suas ideias pudessem entrar no jogo das disputas simbólicas" (CASADEI, 2011, p. 2). Ao buscar entender as narrativas de caráter feminista como um espaço de construção de discursos contra-hegemônicos, Woitowicz (2012) afirma que logo cedo o movimento reconheceu o papel da mídia na produção de estereótipos de gênero, por isto "as experiências dos grupos feministas e de mulheres no Brasil, durante a chamada "segunda onda" do feminismo, apontavam cada vez mais para a necessidade de criar um discurso próprio, capaz de fazer questionamentos e promover mudanças" (WOITOWICZ, 2012, p. 4).

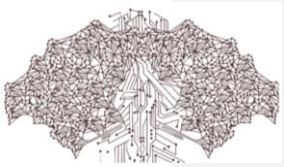
Devido às transformações ocorridas na sociedade, as possibilidades de contra-hegemonia no campo da comunicação se atualizaram e assumiram novas feições e formas de ativismo. Inclusive no que diz respeito a narrativas realizadas por mulheres. Woitowicz salienta que atualmente, percebe-se narrativas com este vies nos mais diversos formatos e suportes (impresso, sonoro, audiovisual, on-line), atuando em uma lógica de contrainformação, promovendo o debate e apresentando as reivindicações pautadas por um discurso feminino (WOITOWICZ, 2012, p. 5).

Narrativas em rede: potencialidades do ambiente digital

Com o advento da Internet, haveria a possibilidade de existência do que Castells (2001) considera uma forma de comunicação horizontal, não controlada e relativamente barata, com fluxos diversos. O autor defende que o ambiente digital é um meio de interação e organização social sobre o qual se baseia a sociedade atual. Ele denomina este fenômeno de "sociedade em rede". A partir do estabelecimento desse tipo de sociedade, gera-se uma expansão de redes horizontais de comunicação.

A transmissão descentralizada, a instantaneidade, o baixo custo e a autonomia frente às condutas da mídia hegemônica são, para Denis de Moraes (2007), alguns dos benefícios da web. Para o autor, este tipo de comunicação em rede possibilita atividades e conhecimentos voltados à elaboração, à distribuição e à permuta de notícias, artigos e produções audiovisuais. Com a utilização de softwares livres e gratuitos, organizações e coletivos de jornalistas têm a possibilidade de adotar metodologias colaborativas.

Em um cenário que se apresenta favorável aos investimentos de novas tecnologias, as inovações são constantes e o consumo dessas inovações vira necessidade para parte da população.



Esse potencial acaba gerando mudanças na circulação e acesso à informações. “São novas tendências culturais que demarcam espaços de confluência, tornando-se influentes na diluição das fronteiras cada vez mais fluidas entre o social, o econômico e o político” (SILVA e ALVES, 2016, p. 1). Entretanto, apesar das transformações ocorridas com estas novas possibilidades, Jenkins quebra com o paradigma da substituição de “velhas mídias” por novas. Para o autor, o que há é uma correlação entre elas.

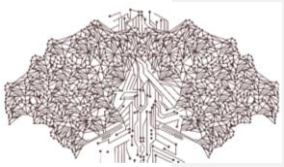
> Talvez num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente. Convergência é entendida aqui como um processo contínuo ou uma série contínua de interxtícios entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa (JENKINS, 2009, p.377).

Em uma tentativa de unificar conceitos e definir convergência, João Canavilhas afirma que “só se pode falar de convergência quando o produto final é um conteúdo com características únicas” (2012, p. 9). Esta seria uma das principais potencialidades do ambiente digital na produção de conteúdos; agregar características de meios antecessores e formar uma linguagem única a partir de um novo meio integrante do ecossistema midiático. Entretanto, como ressalta Canavilhas, o que costuma acontecer é a oferta dupla da mesma informação. “Isto é, as publicações apresentam a mesma notícia nos formato vídeo e texto, em lugar de existir uma complementariedade entre os dois conteúdos” (CANAVILHAS, 2012, p. 18).

O autor propõe outra arquitetura da informação para que as potencialidades da web sejam exploradas de maneira eficaz. Em alternativa ao modelo clássico jornalístico da “pirâmide invertida”, Canavilhas propõe a “pirâmide deitada” (2005), cujo desenvolvimento não vai do mais para o menos importante, mas “de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise” (CANAVILHAS, 2005, p.13).

Neste sentido, Pernisa Júnior e Alves (2009), propuseram um segundo modelo que foi chamado de “mônadas abertas”. Nesta ideia, “a informação é organizada em blocos que contenham dados sobre um determinado tema específico que faça parte de um assunto mais geral. Este assunto geral seria composto, então de várias destas “mônadas”, que se ligariam por meio de *links*” (PERNISA JÚNIOR, 2010, p. 6). A “mônada aberta” pode ser utilizada também na perspectiva transmidiática, quando diversos veículos participam da construção do conteúdo.

> Neste tipo de construção, cada matéria deveria ser pensada dentro de uma estrutura maior. Esta estrutura geral conteria uma quantidade variável de matérias que se relacionariam entre si, construindo um todo.



> [...] Assim, cada matéria menor deve ter uma angulação precisa e bem desenvolvida, que se liga ás outras de modo a criar uma estrutura maior, que pode ou não ser vista pelo usuário, conforme seu interesse (PERNISA JÚNIOR, 2010, p. 8).

Seguindo este raciocínio, as narrativas contemporâneas no ambiente digital poderiam ser desenvolvidas com a finalidade de efetuar ligações (*links)* do modo não hierárquico. Cada "mônada" corresponde a um bloco de informações fechadas que dariam conta de responder ao que se propõe. O diferencial consiste na ligação entre diversas mônadas, o que proporciona ao usuário uma maneira diferente de acessar os conteúdos. Neste sentido, percorre-se um trajeto personalizado de acordo com a demanda de casa usuário, já que uma mônada não estabelece relação de dependência com a outra, apesar de juntas construírem um todo. De acordo com Pernisa Júnior, seria menos afeito a um veículo único, mas a articulação de diversos deles.

> O mais importante é que cada meio tenha como desenvolver eu potencial em estruturas menores, mas bem precisas, onde o ideal seja a rede e não unicamente aquela matéria produzida para determinado veículo. Havendo este compromisso, a contextualização seria alcançada por meio da relação entre os diversos veículos que tratem daquele tema geral, mas também porque cada um destes veículos trata da matéria com o que tem de mais relevante para o seu aprofundamento. (PERNISA JÚNIOR, 2010, p. 8).

Para o autor, as ligações devem ser vistas como algo que faz parte deste contexto, sendo relevante para o desenvolvimento do todo, que seria a narrativa. Assim, analógico e digital se fundem num ambiente cujos jornais impressos podem ser utilizados ao lado de sites, por exemplo. Este universo, de acordo com Pernisa Junior, se constrói numa estrutura de rede, onde diversos pontos se conectam formando um todo.

No terreno do audiovisual, as plataformas e aplicativos lançam incessantemente novas molduras que fortalecem a perspectiva do aumento da interatividade e da produção de conteúdo. As ferramentas do Facebook, Instagram e Youtube permitem uma comunicação bidirecional, o que implica em um intercâmbio maior entre os usuários, ou entre os produtores de conteúdo e os usuários. Pernisa Junior ressalta que, ainda que estejamos distantes da interatividade de fato, "há que se pensar nela sempre como uma possibilidade, já que os diversos públicos começam a buscar seus próprios caminhos e a fazer suas escolhas" (PERNISA JÚNIOR, 2010, p. 5).

Indo além da interatividade, a web proporciona um novo sistema de comunicação em que há uma expansão de redes horizontais de comunicação independentes do negócio das mídias tradicionais e de governos. Pierre Lévy acredita que a participação democrática e as formas de

ação política foram redefinidas pela era digital. Ele salienta que organizações abertas, horizontais e dinâmicas, como é o caso da Internet, causaram uma revolução contemporânea em matéria de comunicação.

Entusiasta do ciberespaço, o autor acredita que o advento da internet possibilitou um "espaço para todo o mundo, todas as culturas, todas as singularidades, ilimitadamente" (1998, p. 48). Lévy salienta que no mesmo universo que acolhe produções de grandes empresas, também é possível se deparar com vídeos propostos por amadores, jornalistas alternativos, atores políticos, sociais e culturais diversos. Para o autor isto abre um leque de opções informativas para os internautas e possibilita uma maior autonomia na hora de consumir e difundir conteúdos comunicacionais. Lara Linhalis Guimarães, por sua vez, acredita que estes novos arranjos imbuídos de uma consciência contra-hegemônica e apoiados pelas redes tecnológicas "nos permitem vislumbrar, numa mirada utópica, o surgimento de lógicas diferenciadas que reagregam o social a partir de devires minoritários" (GUIMARÃES, 2016, p. 44).

Durante algum tempo a única possibilidade de compartilhar vídeos no Facebook era através de outra mídias sociais - *youtube* e *vimeo*. Só em 2015 que a rede social passou a oferecer aos seus usuários a possibilidades do *Facebook videos*, ferramenta que permite o *upload* de arquivos sem a utilização de *links* externos. Além da transmissão ao vivo, que possui ferramentas que incluem elementos interativos.

É neste cenário que emerge nosso objeto empírico de pesquisa, o evento ao vivo e global promovido pelo Facebook para celebrar o dia internacional da mulher em 2017, o #ElaFazHistoria. Através de um mapa interativo criado pela plataforma, em tempo real mulheres de vários lugares do mundo puderam compartilhar e acompanhar histórias inspiradoras durante 24h. No Brasil, houve uma programação de transmissões ao vivo realizadas por ONGS, veículos de mídia e figuras públicas que abordaram temas sobre liderança feminina e o papel da mulher na economia global. O evento faz parte de uma iniciativa maior da plataforma com o objetivo de impulsionar o empreendedorismo feminino. No Brasil, programa conta com parcerias com a Onu Mulheres, Think Olga e Rede Mulher Empreendedora.

#ElaFazHistoria: Possibilidade de protagonismo feminino?

O intuito deste trabalho é entender em que medida estas narrativas contribuem para uma maior representação feminina nos espaços midiáticos e perceber quais as potencialidades do ambiente digital que possibilitam a transmissão e compartilhamento de outras angulações e olhares sobre um tema muitas vezes silenciado.

Para avaliar como se dá a participação da mulher nestas outras narrativas, apresentamos um estudo empírico, assim como a metodologia de pesquisa quali-quantitativa desenvolvida no âmbito do Núcleo Jornalismo e Audiovisual[6], a Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016).

A Análise da Materialidade Audiovisual toma como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição. Coutinho (2016) explica que essa proposta metodológica envolve inicialmente a identificação do objeto empírico e o estabelecimento de eixos de avaliação, tendo em vista as questões da pesquisa, o referencial teórico e, até mesmo, os elementos paratextuais que compõem a narrativa.

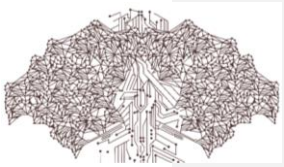
> Nesse sentido, antes de realizar a etapa da análise propriamente dita é importante (re)conhecer quais os sentidos propostos por determinado programa ou produto audiovisual quer para seu público, quer para a própria mídia (canal ou suporte) onde este se inscreve (COUTINHO, 2016, p. 11).

Conforme a autora, na medida em que são estabelecidos os eixos de avaliação, é necessário reconhecer e explicitar as promessas do produto audiovisual em questão. Isso pode contribuir para o desenho da análise e interpretações de eventuais fluxos relacionados à experiência de circulação e consumo daquele material audiovisual. A partir disso, realizaremos a análise das transmissões ao vivo compartilhadas no mapa interativo, na região do Brasil. O objetivo é entender de que maneira esta iniciativa foi capaz de oferecer espaço de representação e protagonismo para um grupo silenciado, como é o caso das mulheres e de que maneira as potencialidades do ambiente digital foram utilizadas pelas narrativas.



Imagem 1: Mapa interativo do evento #ElaFazHistória. (Fonte: print da tela)

[6] O Núcleo de Jornalismo e Audiovisual, coordenado pela Profª. Drª. Iluska Coutinho desenvolve atividades de pesquisa e extensão realizadas no âmbito da graduação e do mestrado em Comunicação da UFJF. < http://www.jornalismoaudiovisual.com/ e Facebook.com/narrativasaudiovisuais>



No Brasil foram realizadas 17 *lives*, a maioria concentrada na Região Sudeste, apenas uma no Centro-Oeste. Esta transmitida do escritório do Facebook em Brasília, que recebeu a Deputada Tereza Cristina Corrêa da Costa Dias, para discutir sobre o papel da mulher na liderança, sobretudo na política. O escritório do Facebook em São Paulo, recebeu Camila Achutti, CTO da plataforma para desenvolvimento de habilidades do século 21, MasterTech. A conversa foi sobre mulheres na tecnologia.

Meios tradicionais que costumam produzir conteúdos voltados para o público feminino também participaram do evento. Como é o caso de revistas impressas que aderiram à causa e realizaram transmissões ao vivo exclusivas para suas páginas no Facebook. A Revista Cláudia Online, abordou assuntos relacionados à militância feminina nos dias atuais, a violência contra a mulher, o aborto e os direitos pelos quais as mulheres ainda precisam lutar. A revista levantou a hashtag #EuMarchoPorque e recebeu para o debate a promotora de justiça e coordenadora do Grupo Especial de Enfrentamento à Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher, do Ministério Público do Estado de São Paulo, Silvia Chakian, e Rute Alonso, advogada e presidenta da União de Mulheres de São Paulo e coordenadora do projeto Promotoras Legais Populares (PLPs).

A Revista Casa Cláudia também participou do movimento com uma transmissão que tratava sobre Representatividade das mulheres na Arquitetura e Urbanismo. A arquiteta Patricia Anastassiadis, que comanda um dos maiores escritórios de arquitetura do Brasil, e Luiza Dias Coelho, do coletivo Arquitetas Invisíveis - uma ação que busca promover a igualdade de gênero na arquitetura e urbanismo - conversaram sobre a participação feminina em um mercado onde as mulheres ainda são invisibilizadas.

A Revista Cosmopolitan Brasil tratou sobre como a independência financeira liberta as mulheres. Para discutir a questão recebeu a consultora financeira Denise Damiani, autora do livro "Ganhar, Gastar, Investir – O Livro do Dinheiro para Mulheres". Em uma segunda *live*, conversou com a cantora Preta Gil sobre liberdade de padrões de beleza e imposições sociais. A Revista Capricho, voltada para o público adolescente, também participou com uma *live* sobre Feminismo nas escolas e os coletivos organizados por garotas, conversando com Fernanda Peron, do Coletivo Feminista Ártemis e Isadora Lazaretti, do Coletivo Veras Venenosas.

A Revista Elle Brasil tratou sobre Moda sem sutiã, cuja pergunta que norteava o debate foi "Por que nossos mamilos são tão polêmicos?" e recebeu a psicóloga Leticia Bahia e a fotógrafa Julia Rodrigues Fotografia, do coletivo Mamilo Livre. A Revista Boa Forma recebeu a cantora Gaby Amarantos para conversar sobre padrões de beleza e auto estima. Em outra

transmissão, a revista Estilo recebeu a artista plástica e designer de acessórios, Camila Klein, para um debate sobre como a moda e a beleza podem contribuir no empoderamento feminino. O portal Bebê.com.br recebeu a cantora Negra Li e a blogueira Elaine Violini para uma conversa sobre os julgamentos no universo materno e os desafios da maternidade real.

Mulheres relevantes na sociedade também utilizaram seus perfis pessoais para participar da campanha, como foi o caso da *live* realizada pela Maya Gabeira, surfista profissional brasileira, renomada pelos seus muitos títulos conquistados ao redor do mundo. Ela falou sobre as mulheres no esporte, sobretudo no surf feminino. No mesmo sentido, Glenda Kozlowski, repórter esportiva e ex-bodyboarder, conversou sobre as mulheres no jornalismo esportivo e sua experiência sendo uma das poucas que fazem parte deste meio. A jornalista Ana Paula Padrão recebeu a chefe Paola Carosella para uma conversa sobre independência e empreendedorismo feminino, perpassando por diversos assuntos, mas sobretudo a respeito do machismo presente em locais que mulheres ainda não ocupam todos os espaços.

E iniciativas independentes também participaram da ação global com transmissões ao vivo. Como é o caso da ONG e coletivo de mídia digital, Think Olga. Que, diferente da maioria das transmissões, não recebeu nenhuma convidada para o debate, mas fez uma *live* apresentando a história de diversas mulheres que superaram barreiras de gênero há muitos anos em busca de inovação, mas são desconhecidas devido ao apagamento de nomes femininos em feitos históricos. A ONG Rede Mulher Empreendedora também fez uma *live* que tratou sobre liderança feminina e mulheres empreendedoras. E, por fim, a plataforma de distribuição digital de música, ONErpm, produziu uma *live* sobre mulheres no cenário musical brasileiro, recebendo as cantoras Tássia Reis, Karina Buhr, Emmily Barreto (Far From Alaska) e Eliane Dias (Boogie Naipe/Racionais).

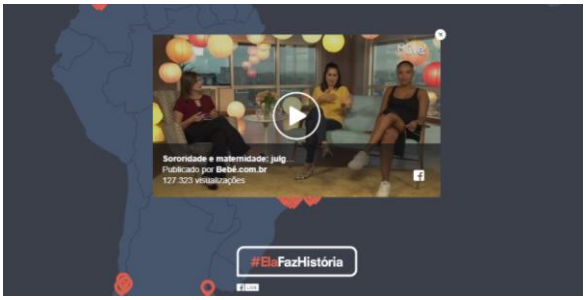


Imagem 2: Um dos vídeos do mapa interativo do evento #ElaFazHistória. (Fonte: print da tela)

Devido às limitações de espaço e caracteres, é difícil destrinchar as especificidades de cada *live* em apenas um texto. Mas de modo geral, após as análises, é possível identificar a apropriação

das tecnologias digitais pelas narrativas. Mesmo que produzidas por veículos tradicionais, como as revistas impressas, a ação incentivou o aprofundamento de temas que são importantes de serem debatidos e muitas vezes não entram nas páginas das revistas, seja por limitações de espaço ou decisões editoriais. As transmissões são longas se comparadas ao espaço dado a entradas ao vivo na televisão, por exemplo, a maioria tinha mais de 20 minutos de conversa e interação com os usuários, que enviavam perguntas em tempo real.

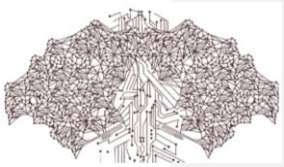
Foram diversas narrativas audiovisuais compartilhadas durante 24h com conteúdos produzidos por e para mulheres. Ainda que a ação global tenha sido realizada em uma data emblemática e isolada, o projeto da plataforma - bem como todas as transmissões ao vivo - estão disponíveis para acesso durante todo o ano. Sendo assim, é possível identificar um caráter contra-hegemônico nos conteúdos analisados, uma vez que as produções prezam pela oferta de um espaço de voz e protagonismo a grupos pouco ouvidos e representados, visto que todas as entrevistadas são mulheres que tratam assuntos relevantes e abordam temas importantes de serem discutidos na sociedade.

Em relação às potencialidades do ambiente digital, é possível perceber uma aproximação com o que Pernisa Júnior defende como ideal de conteúdo produzido para a web, se encaixando no modelo de mônadas abertas apresentado pelo autor. Uma vez que o mapa interativo disponibilizado pelo Facebook seria o "todo" defendido pelo pesquisador, e cada *live* uma mônada autônoma e independente, que se *linka* com as demais formando uma rede interconectada.

Além disso, as produções são realizadas por veículos diferentes, onde meio digital (coletivos digitais e portais) se funde ao analógico (revistas impressas e personalidades de outros meios, como a televisão e o esporte) para a criação de conteúdos que se conectam. Cada transmissão ao vivo é completa por si só e apresenta conteúdos que dialogam com seus produtores - como o caso da Revista Capricho que tratou de um assunto relacionado ao ambiente escolar e o portal de música que abordou a temática musical, por exemplo – mas sem perder a temática única que centralizava as narrativas em um só contexto maior.

O usuário pode, ou não, consumir todas as narrativas, definindo assim o seu percurso na rede. É possível escolher por onde começar e traçar seu próprio caminho no universo da informação. Assim como o modelo de pirâmide invertida proposto por João Canavilhas. Não há uma hierarquia de informações, bem como não há uma sequência correta. O usuário parte de um ponto e vai se aprofundando nos conteúdos da maneira que bem entender.

Considerações finais



Lançar um olhar para produções que visam o protagonismo feminino é uma tentativa de pensar as possibilidades de construção de uma sociedade mais igualitária. Ainda que em diferentes concepções e suportes, as narrativas com este viés indicam as possibilidades de utilização dos meios digitais para o fortalecimento de lutas contra-hegemônicas. Contribuindo para a divulgação de informações e debates que giram em torno dos direitos das mulheres, estas iniciativas colocam em pauta a promoção da igualdade de gênero.

Após os levantamentos teóricos e as investigações acerca das narrativas produzidas e divulgadas durante o evento #ElaFazHistória, é possível perceber uma preocupação em relatar o que não costuma entrar nas pautas dos veículos hegemônicos e em apresentar outros olhares capazes de construir novas visibilidades e perspectivas acerca de temas que dizem respeito às mulheres; como racismo, maternidade e carreira, por exemplo.

O ambiente digital contribui para veiculação e divulgação de narrativas cujas vozes dominantes eram todas femininas. As mulheres que produziram conteúdos durante as *lives*, utilizaram das potencialidades da rede para propor outros formatos e narrativas. Com a possibilidade de transmissão ao vivo, foram capazes de realizar uma conversa mais aprofundada com as entrevistadas e de inserir os espectadores nas conversas, sugerindo que enviassem perguntas e respondendo suas questões em tempo real.

O evento global promovido pelo Facebook se aproxima, de maneira significativa, do modelo ideal de conteúdos para o ambiente digital, se caracterizando como uma "pirâmide deitada" e também como "mônadas abertas". Há uma convergência de diversos meios e veículos em uma rede interconectada que apresenta conteúdos com uma linguagem própria no novo meio. A informalidade dos dizeres nas *lives*, o incentivo à participação do usuário enviando perguntas e comentários e os vídeos sem a qualidade técnica exigida por veículos como a TV, dão o tom e a linguagem de conteúdos produzidos exclusivamente para o ambiente digital.

Todas as transmissões tiveram um número significativo de visualizações e compartilhamentos, o que torna eficaz o investimento nas mídias digitais para divulgação de conteúdos contra-hegemônicos. Sobretudo narrativas audiovisuais, uma vez que possuindo um *smartphone* e acesso a internet é possível utilizar softwares gratuitos para transmissão de vídeos ao vivo - como é o caso do Facebook -, sem a necessariamente de uma emissora de radiodifusão para isto.

A promessa apresentada pelo evento global foi celebrar mulheres que vêm construindo e gerenciando negócios, e disponibilizar recursos que auxiliem aquelas que um dia também queiram fazer o mesmo. E a partir das análises é possível afirmar que houve um caminhado percorrido na direção daquilo que se a iniciativa se propôs a fazer. Nas *lives*, houve a preocupação

em incluir fontes que muitas vezes são invisibilizadas nos discursos hegemônicos, como mulheres negras, caracterizando-se como um movimento de resistência aos discursos que tentam marginalizar grupos socialmente subalternos. Além de enfatizar em diversos momentos a importância do estímulo ao empreendedorismo e representatividade de mulheres nos espaços midiáticos. E as próprias produções contribuem para isto, ao colocar em protagonismo mulheres de relevância tratando sobre assuntos importantes de serem debatidos.

Portanto, podem-se considerar as narrativas analisadas como formas de ativismo que integra as lutas pela cidadania feminina. Para além da denúncia de práticas cotidianas de machismo e subalternidade feminina, as narrativas analisadas neste texto se apresentam como meio de dar visibilidade a pautas marginalizadas e pouco discutidas, promovendo debates que acabam por transcender o ambiente online.

REFERÊNCIAS

CANAVLIHAS, João. Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses. BRAZILIAN JOURNALISM RESERCH – volume 8 – número 1 – 2012.

CANAVILHAS, João. Da pirâmide invertida à pirâmide deitada, 2005. Disponível em: http://bocc.unisinos.br/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf. Acesso em: 10 dez. 2017.

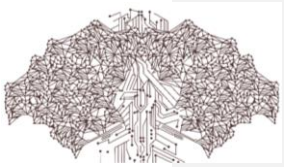
CAPELAS, Bruno. O Estado De S. Paulo. Até o fim de 2017, Brasil terá um smartphone por habitante, diz FGV**.** Disponivel em : <http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,ate-o-fim-de-2017-brasil-tera-um-smartphone-por-habitante-diz-pesquisa-da-fgv,70001744407> Acesso em 6 dez. 2017.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASADEI, Eliza Bachega. A inserção das mulheres no jornalismo e a imprensa alternativa: primeiras experiências do final do século XIX. Revista ALTERJOR. Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP). n.2, v.1, p. 1-10. Jan-Jun. 2011.

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: INTERCOM, 2016, São Paulo, USP, 2016.

GARAZA , Ana Inés. A construção de uma contra-hegemonia no espaço televisivo. In: INTERCOM, 2015, Rio de Janeiro. Anais eletrônicos... Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.



GUIMARÃES, Lara Linhalis. UMA INVENÇÃO DE JORNALISMO: ninjas, xamãs e outras perspectivas. 2016. 177 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. Revista FAMECOS, Porto Alegre. nº 9. Dez.1998.

MORAES, Denis de**. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas.** In: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación www.eptic.com.br, vol. IX, n. 2, mayo – ago. / 2007

PAIVA, Raquel. Contra-mídia-hegemônica. In: COUTINHO, Eduardo Granja (Org.). **Comunicação e contra-hegemonia: Processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência**, Rio de Janeiro: UFRJ, 2088.

PERNISA JÚNIOR, Carlos & ALVES, Wedencley. Mônada aberta: verticalidade e horizontalidade no jornalismo na Web. In: **Anais** – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **Jornalismo Transmidiático ou Multimídia?** Curitiba, v. 10, n. 2, jul./dez. 2010.

SCORALICK, Kelly. A representação das minorias marginalizadas no telejornalismo. Revista de C. Humanas, Vol. 9, Nº 2, p. 191-203, Jul./Dez. 2009.

SILVA, Edna de Mello e ALVES, Yago Modesto. Telejornalismo Expandido: A apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo. In: **Anais** – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo, SP – 5 a 9 de setembro de 2016.

SODRÉ, M. 2005. **Por um conceito de minoria**. In: R. PAIVA; A. BARBALHO (Orgs.). Comunicação e cultura das minorias. São Paulo, Paulus, p. 11-14.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. LIMA, Fernanda Ribeiro. A Mulher e Seus Diferentes Papéis na Sociedade Moderna e no Telejornalismo Goianiense. In: INTERCOM, 2014, Foz de Iguaçu, PR, 2014.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo, 2016.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

#HOMOFOBIAÉDOENÇA: ATIVISMO LGBT NOS AMBIENTES DIGITAIS CONTRA A "CURA GAY"[1]

Augusto Rafael Brito Gambôa[2]

Resumo

As redes sociais conectadas assumem expressivo papel nas relações humanas, estes são capazes de se comunicar, conectar e até articular mobilizações políticas e democráticas, que exercem tensões transformadoras na sociedade. É a partir desta percepção que se compreende o papel do Twitter como espaço para comunicação e mobilizações políticas. Os indivíduos que se opunham à liminar que autoriza terapia de reversão da homossexualidade utilizaram o marcador digital #HomofobiaéDoença, que trouxe destaque mundial à questão LGBT na rede. Logo mobilização transcendeu o campo digital, ganhando as ruas. Com o objetivo de compreender os limites políticos e democráticos que a dinâmica nos ambientes conectados exercem no cotidiano social, analisa-se a adoção de linguagens políticas identitárias no Twitter e seu impacto na morfologia democrática pela utilização da *hashtag* como forma de posicionamento político em rede.

Palavras-chave: Comunicação. Política. Democracia. LGBT. Twitter.

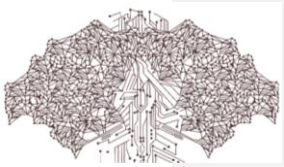
INTRODUÇÃO

No dia 18 de setembro de 2017 a justiça do Distrito Federal autorizou em caráter liminar a terapia de reversão sexual, que ficou popularmente conhecida como a "Cura Gay", esta decisão da justiça permite que psicólogos ofereçam tratamento para a reversão da homossexualidade, tratando-a como uma patologia; uma condição passível de tratamento ou mesmo cura.

Em 1990 a Organização Mundial da Saúde (OMS) deixou de considerar, oficialmente, a homossexualidade uma patologia. Em 22 de março de 1999 a resolução 001/99 no Conselho Federal de Psicologia (CFP), estabelece as normas de atuação dos psicólogos em relação ás questões que envolvem a orientação sexual.

[1] Artigo apresentado no X Simpósio ABCiber. Eixo temático 17- Net-Ativismo, teoria da ação, o conflito e a participação em redes;

[2] Mestre em Comunicação e realiza pesquisas na área de Comunicação, Identidade e Cibercultura. E-mail: augustorbg@gmail.com



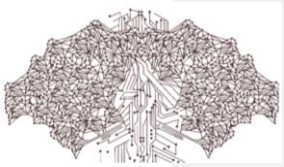
Os artigos do CFP, de um 1 a 6, são claros e específicos no que se refere à postura do tratamento psicológico que deve ser adotada em relação ás questões de orientação sexual. Entre estas resoluções[3] estão descritas como posturas de atuação:

- **Art. 1°** - Os psicólogos atuarão segundo os princípios éticos da profissão notadamente aqueles que disciplinam a não discriminação e a promoção e bem-estar das pessoas e da humanidade.
- **Art. 2°** - Os psicólogos deverão contribuir, com seu conhecimento, para uma reflexão sobre o preconceito e o desaparecimento de discriminações e estigmatizações contra aqueles que apresentam comportamentos ou práticas homoeróticas.
- **Art. 3°** - os psicólogos não exercerão qualquer ação que favoreça a patologização de comportamentos ou práticas homoeróticas, nem adotarão ação coercitiva tendente a orientar homossexuais para tratamentos não solicitados.
- **Parágrafo único** - Os psicólogos não colaborarão com eventos e serviços que proponham tratamento e cura das homossexualidades.
- **Art.4°**- Os psicólogos não se pronunciarão, nem participarão de pronunciamentos públicos, nos meios de comunicação de massa, de modo a reforçar os preconceitos sociais existentes em relação aos homossexuais como portadores de qualquer desordem psíquica.
- **Art. 5°** - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.
- **Art. 6°** - Revogam-se todas as disposições em contrário.

Desta forma a liminar[4] aprovada, tem o objetivo de derrubar esta resolução, concedendo autorização aos psicólogos a tratarem a homossexualidade como uma doença, contrariando as resoluções anteriores.

[3] O texto completo sobre as considerações e resoluções do Conselho Federal de Psicologia (CFP) encontra-se disponível em https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/1999/03/resolucao1999_1.pdf acesso em: 20/11/2017.

[4] Liminar é um a decisão concedida temporariamente em casos cujo não houve uma resolução permanente na sentença de um processo. A liminar é concedida levando em consideração três pontos chaves 1- Se quem pede a liminar tem o direito de pedi-la respaldados em provas evidentes do ato alegado 2- Se há urgência no pedido, acarretando em danos reais e 3- Se a concessão da liminar irá resolver o problema em questão. Texto Completo em:



Após a divulgação desta decisão o assunto passou a ser debatido em diferentes plataformas comunicacionais; que por meio de expressão popular ficou conhecida como "Cura Gay". Nas plataformas digitais, pessoas usaram diferentes redes sociais para abordar o assunto e expressar suas opiniões. Na Rede Social Twitter o manifesto contrário á decisão judicial se tornou o assunto mais comentado no mundo por meio da utilização da *Hashtag*[5] #HomofobiaéDoença.

Com a utilização da *tag*[6] (#) como marcador digital, que acompanhava os conteúdos divulgados na rede, os usuários do Twitter, engajaram-se utilizando a rede social. De modo que no dia 22 de Setembro de 2017 este engajamento se articulou, por meio da rede, e ampliou a discussão para o espaço público numa manifestação nacional contra a chamada "Cura Gay", que aconteceu simultaneamente em diferentes cidades do Brasil.

TWITTER E A REDE DA REPRESENTAÇÃO SOCIAL

Compreende-se o Twitter como uma ferramenta comunicacional da era digital, que proporciona um espaço em que as iterações sociais acontecem. Com especificidades linguísticas e dentro de um ambiente comunicacional, o Twitter é guiado por aspectos técnicos inerentes à esfera interacional da rede. E é neste contexto que as redes de relacionamentos e conexões interpessoais são desenvolvidas.

A comunicação é ajustada ao ambiente em que é efetivada para que seja possível estabelecer conexões entre os interlocutores de maneira significativa e eficiente. Partindo desta noção de sociabilidade em rede, desenha-se uma arquitetura interacional desenvolvida e guiada por três pontos de distinção[7]. (SANTAELLA, 2016)

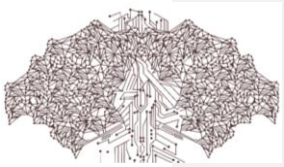
a. Redes sociais (conjunto de laços sociais de variadas métricas).

https://juridicocerto.com/p/andrearnaldopereira/artigos/quando-um-juiz-concede-uma-liminar-3187 acesso em: 20/11/2017.

[5] Hashtag é um composto de palavras-chave, ou de uma única palavra, que é precedido pelo símbolo cerquilha (#). Tags significam etiquetas e referem-se a palavras relevantes, que associadas ao símbolo # se tornam *hashtags*. Site Canal Tech https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-hashtag/ acesso em 20/11/2017.

[6] Tradução: Marcador, rótulo ou etiqueta.

[7] Modelo estrutural pensado por Licoppe e Smoreda (2005).



b. Trocas realizadas por meio de uma sucessão de gestos corporificados e atos de linguagem que podem assumir diferentes formatos e gêneros, mesmo dentro de um mesmo meio.

c. Vários meios técnicos disponíveis em uma dada historicidade que fazem a mediação das interações atuais.

A estrutura da comunicação é concebida a partir dos modelos de interação construídos dentro de uma relação indivíduo e objeto. Este processo não é necessariamente racionalizado, estamos falando de hábitos e costumes, inseridos num contexto cultural. A inclusão desta estrutura faz parte de práticas rotineiras, agindo como a extensão da necessidade de comunicar-se, e que a partir dessa necessidade o indivíduo incorpora a linguagem pertinente ao ambiente, na busca de uma conexão interativa.

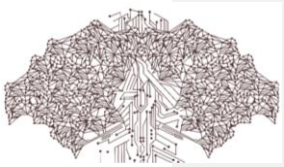
Assim como as pinturas Rupestres, Hieróglifos, Máquinas de escrever, Torpedos, ligações para telefones, entre outros aparatos tecnológicos, A escolha da ferramenta para realizar uma comunicação, cabe ao julgamento individual bem como sua necessidade para fins práticos, quando agenciamos uma determinada ferramenta comunicacional se considera o quão eficiente esta é para nosso objetivo.

A rede social Twitter é, de maneira simplificada, um *Microblogging* em que o usuário pode se comunicar por textos de até 140 caracteres[8], chamados de *Tweets* (ou Tuítes) além de imagens e vídeos curtos compartilhados entre seus seguidores. Os usuários atualizam seus perfis pessoais utilizando diferentes aplicativos, e desta forma suas atualizações são compartilhadas em tempo real dentre todas as pessoas que o seguem, em outras palavras, "assinam" um acordo de interesse de recebimento das atualizações sobre a pessoa que seguem. Assim cultivando uma rede assimétrica de interatividade digital.

Criado em 2006, por Jack Dorsey[9], o Twitter vem crescendo ao redor do mundo, o Brasil tem o 3º maior crescimento em número de usuários na rede, com o crescimento de 30% somente no país, superior à média mundial que é de 14%. (Folha de São Paulo, 2017).

[8] Atualmente a empresa experimenta, em alguns países, aumentar o limite do texto para 280 caracteres.

[9] Em algumas fontes Jack Dorsey aparece como Co-Criador do Twitter.



Existem diversos manuais de utilização do Twitter disponíveis online para download gratuito, estes oferecem o aporte técnico e cognitivo para que o indivíduo construa sua base de utilização, adaptação e familiarização para com a ferramenta.

O aporte técnico para a utilização da rede social é o suporte para que a construção e expressão do pensamento individual tome forma no campo social. Assim como nascemos dentro de uma estrutura linguísticas e aprendemos a nos comunicar dentro desta mesma estrutura, nos adaptando aos formatos técnicos. Porém racionalizando o conteúdo expresso socialmente, que é de livre escolha do indivíduo. Diferente da arquitetura primária da distribuição de informação em rede, em que o modelo de transmissão de informação se resumia a um emissor e um receptor, que transmitia a informação por meio de um canal, as plataformas atuais já possuem um papel interacional que vai além desta dinâmica, permitindo respostas e interações em tempo real.

Desta perspectiva a interatividade em rede, coloca vários agentes atuando no mesmo espaço, produzindo, distribuindo e recebendo informação ao mesmo tempo, nos trazendo a imersão num ecossistema de construção da informação de maneira imediata por meio de seus perfis pessoais.

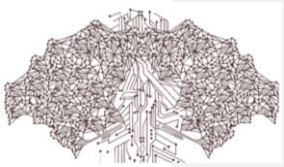
A PERSONIFICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS CONECTADAS

Desde a criação do Marco Civil da Internet[10], que tem como objetivo garantir os direitos e deveres para utilização da internet no Brasil, e que em seu Artigo 3º parágrafo I, garante a liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal, entre outros. Entende-se que mais do que leis de controle para a internet, essas diretrizes mostram que os ambientes digitais são oficialmente reconhecidos como parte integrante de uma sociedade conectada, e não como um espaço sem controle estatal normativo.

As diretrizes do Marco Civil da internet exercem influência direta nos ambientes digitais, porém, também existem outras leis jurídicas aplicáveis á usuários das redes sociais conectadas, que garantem o aporte comportamental legal para os usuários da rede, aproximando-se da noção da politização do individuo conectado. A advogada, especialista em direito digital Patrícia Peck[11]

[10] LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm Acesso em: 13/12/2017.

[11] Entrevista Concedida a BBC Brasil Sobre a criação de Perfis Falsos para influenciar eleições no Brasil. http://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146 Acesso em: 09/12/2017



diz que a criação de um perfil declaradamente falso, sem a intenção de enganar os outros, é equiparada ao conceito de pseudônimo, caso contrário, se o perfil tiver a intenção de enganar é considerado crime de falsa identidade, bem como a utilização do uso de imagem de outras pessoas reais, que se enquadra no uso não autorizado de imagem.

É possível estabelecer critérios e ferramentas que regulamentem e personifiquem os usuários nas redes sociais digitais. Para a rede social Twitter a criação de perfis falsos fere a regra de conduta para a utilização da rede, podendo ser denunciado e tendo como resultado a exclusão do perfil da rede.

Com o Marco Civil da Internet compreende-se que a internet não se encaixa no rótulo de "Terra de Ninguém", no momento em que a rede é oficialmente regulada pelo estado, torna-se possível a concepção representacional que possui bases regulatórias que garantem a livre expressão comunicacional dentro de um sistema ético comunicacional.

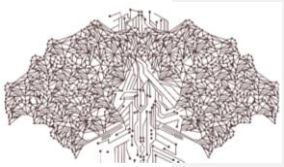
O amparo formal da regulamentação, não somente do estado mais da própria rede social, sobre práticas discriminatórias, é claro no que diz respeito à proibição de tais práticas, fortalecendo a ideia de bases comunicacionais potencialmente organizadas, oferecendo espaços frutíferos para o exercício da comunicação.

Não é interessante para a discussão, entender a efetividade dos aspectos reguladores, mas sim é de interesse social que a internet e os ambientes digitais alcançaram um patamar de participação social representativo, a ponto de ser entendido que seria necessário regulamenta-la, passando a compreender os ambientes digitais como influenciadores sociais off-line reconhecidos formalmente no sistema estatal.

Pode-se afirmar, de certa perspectiva, que há pouca influência, no que diz respeito à vigilância e controle estatal, nos ambientes digitais incluindo o Twitter, todavia a livre expressão democrática, talvez, sofra um efeito revés em sua liberdade de expressão com o excessivo controle do estado.

Observa-se a rede social pela ótica de um meio comunicacional que proporciona ao sujeito o espaço para comunicação ativa, e a partir destas práticas comunicacionais este indivíduo é capaz de atingir os expectadores de forma a estabelecer, ou não, conexões de maneira inteligente, ou seja, proposital, com um objetivo de expressão social.

> A inteligência, no Twitter, não é apenas a matéria viva que compõe a própria trama cognitiva global desta mídia social. Ela é, acima de tudo de tudo, um requisito obrigatório na integração consciente de um



> usuário às comunidades que lhe interessam. (SANTAELLA. p.67. 2010).

A utilização consciente dos espaços mediados digitalmente por seus usuários para posicionarem-se politicamente, como no caso da mobilização contra a "cura Gay", nos faz refletir sobre o motivo deste comportamento. No filme "Sociedade dos poetas mortos" (Dead Poets Society-1989) o professor John Keating (Robin Williams) é impedido de ensinar literatura aos alunos por meio de seus métodos, que para os padrões conservadores da instituição, não eram adequados. Desta forma os alunos que se identificaram com o conteúdo e a metodologia de ensino do professor, e quiseram saber mais sobre o assunto, impedidos pela instituição, migraram para um ambiente não vigiado pela instituição para que pudessem dialogar e debater sobre os assuntos proibidos pelo sistema institucional.

A analogia do filme desenha o cenário da liberdade de expressão democrática dos indivíduos interessados em se posicionar socialmente contra a "cura gay". O ambiente digital Twitter foi o lugar encontrado para estabelecer conexões virtuais e expressar seu posicionamento social perante a decisão da justiça sobre a terapia de reversão sexual. Permitindo, desta forma, encontrar expectadores e apoiadores.

A expressão efetivada na rede social Twitter não só é fruto de uma inteligência individual, mas sim coletiva que parte de uma base social, que é construída com ideias, linguagem e tecnologias cognitivas para sua ação. O Twitter não existiria sem seus indivíduos (Usuários) que utilizam esta ferramenta digital com uma finalidade primaria de se comunicar.

A liberdade dialógica da expressão individual e coletiva traz à democracia a percepção social que incluí a expressão política das identidades LGBT. Pensar que uma "solução" para a existência da identidade LGBT é trata-la com uma "cura" ou um "tratamento", e que tal decisão foi tomada no sistema social estritamente estatizado, politizado e legalmente institucionalizado com seus aspectos regulatórios, e que conceitualmente tem como objetivo reproduzir a democracia, ou seja, a vontade do povo, da maioria. Leva-nos a pensar o que de fato esta sendo entendido como democracia neste contexto.

O AGIR COMUNICATIVO E A DINÂMICA SOCIAL DEMOCRÁTICA

O constante estado de impermanência social altera a maneira como a democracia é exercida em sua perspectiva comunicacional, deste modo o movimento conceitual, ideológico,

prático, entre outros aspectos inerentes a comunicação democrática são influenciados por este cenário inconstante, exigindo talvez, a reflexão mais profunda de seus aspectos comunicacionais.

> A semântica intencional apoia-se sobre a noção contra intuitiva de que se pode atribuir a compreensão do significado de uma expressão simbólica x à compreensão da intenção de um falante F que pretende, com auxílio de um sinal, dar algo a entender a um ouvinte O. Assim, seleciona-se a um modo derivado do entendimento, ao qual um falante pode recorrer quando lhe está bloqueado o entendimento por via direta, e se estiliza como se fosse esse modo derivado do modo original. (HABERMAS. p. 478. 1929)

Para alcançar o objetivo de estabelecer uma comunicação efetiva no campo social o indivíduo, ao deparar-se com limitações, obstáculos políticos institucionalizados, talvez, tenda a migrar logicamente para outros ambientes com a finalidade de exercer o seu poder de comunicação diante da inquietude social.

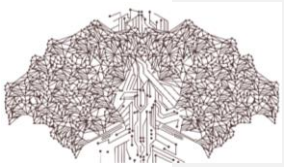
Neste cenário, o Twitter passa a ser um espaço de expressão convergente à realidade democrática off-line (e não a única realidade) em que o individuo exerce a liberdade de comunicação, lançando mão de ferramentas de expressão simbólicas inerentes ao local de expressão adotado, neste caso a *Hashtag*, dentro de formas de controles ambientais específicos para expressar-se. A compreensão da ação comunicativa neste ambiente é construída a partir do modelo que liga emissor ao receptor da mensagem[12] democrática que não pode ser efetivada sem ajuda da plataforma digital.

Por esta ótica a comunicação realizada no Twitter por meio do marcador político, #HomofobiaéDoença, possui um objetivo em sua ação, uma motivação e uma intenção que foi pensada e estruturada em sua finalidade e apelo ao expectador.

Entende-se que a necessidade de participação social individual migra para tal ambiente de maneira semi-racional, ou seja, há uma intenção, uma vontade, ou mesmo a necessidade de efetivamente comunicar-se. Porém o impedimento de tais estruturas comunicacionais fora deste ambiente o levou a encontrar suas conexões representacionais em ambientes menos controlados pelo estado.

> Os esquemas sociais, por outro lado, fornecem uma compreensão de fundo para os acontecimentos que incorporam a vontade, o objetivo e o

[12] Modelo de órganon proposto por Karl Bühler que parte do modelo semiótico simbólico de signos linguísticos empregados por um falante que se dirige aos destinatários com a intenção de efetivar uma comunicação simbólica, sintomática e sinalizada.



> esforço de controle de uma inteligência, de um agente vivo, sendo o principal deles o ser humano. Esse agente é tudo; menos implacável, ele pode ser seduzido, lisonjeado e ameaçado. (GOFFMAN. 2012. p.46)

Entende-se que esta ação possui a motivação coletiva do posicionamento político, porém, de caráter não naturalizado, haja vista, que o mesmo é intencionalmente voltado para uma causa de interesse social e coletivo manifestado pelos usuários do Twitter. Que buscam exercer um comportamento de tensão social que altere a realidade imposta para as identidades LGBT.

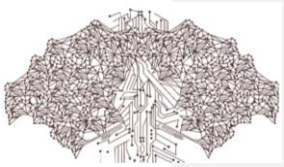
> Assim, a sociologia postula que há uma razão para os agentes fazerem o que fazem (no sentido em que falamos de razão de uma série), razão que se deve descobrir para transformar uma série de condutas aparentemente incoerentes, arbitrárias, em uma série coerente, em algo que se possa compreender a partir de um princípio único ou de um conjunto coerente de princípios. Neste sentido, a sociologia postula que os agentes sociais não postulam atos gratuitos. (BOURDIEU. p. 138. 1994)

Talvez a articulação oriunda da prática de *Lobby*[13] político em prol de interesses de poder de uma determinada esfera representacional política. Estas estratégias de pressão setorial descaracterizariam as estruturas de liberdade de expressão democrática na esfera representacional democrática no espaço público, aproximando-se de conceitos que representem a busca de uma razão dialógica comunicativa e não numa racionalidade comunicacional capaz de ponderar diferentes realidades. Este jogo de poder teria como consequência o cerceamento de diretos de expressão democrática, da identidade de pessoas LGBT.

Neste processo de comunicação, a mecânica de início, meio e fim, transcende as estruturas informacionais. Fala-se de uma estrutura orgânica que busca impacto e influência na dinâmica social e democrática. De modo que as conexões estabelecidas e organizadas neste ambiente saem da esfera digital e organizam-se no formato de ocupações e manifestações em espaços públicos como forma de contrapor, ou mesmo resistir dentro do jogo de poder, em prol de políticas inclusivas.

PODER, DEMOCRACIA E REDES SOCIAIS

[13] Nome dado às articulações estratégicas políticas que tem como objetivo exercer pressão para a tomada de decisão do poder público.



No Séc. XVI a democracia, traduzida do grego *demokratia*, *demos* (povo), *kratos* (governo), assumia o significado de "Governo da Comunidade", ou "Governo do Povo¨, com a ideia de que não se deveria atender a um senhor e sim as leis, feitas do povo, pelo povo, para o povo, que se opunham a um poder despótico. Até meados do Séc. XIX o conceito de democracia era pautado nas origens gregas, para que representasse como uma forma de poder popular, que numericamente era exercido por pessoas comuns, que governavam e oprimiam os ricos.

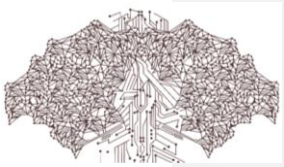
Em meados de Século 20 a democracia foi entendida por Bentham, como uma forma de exclusão de formas derivadas de poder. Outra mudança foi na compressão a respeito de "O Povo" resumindo-se a grupos qualificados para representar a massa como: Homens Livres, proprietários, sábios, homens brancos, homens e assim por diante.

> Na tradição socialista **democracia** ainda significava *poder popular*: um Estado no qual os interesses da maioria do povo eram preponderantes e exercidos e controlados na prática pela maioria. Na tradição liberal, **democracia** significava eleição aberta de representantes e certas condições (**direitos democráticos,** como liberdade de expressão) que mantinham o caráter aberto da eleição e da discussão política. (WILLIAMS. p.129. 2007)

A remontagem dos alicerces simbólicos da palavra democracia nas práticas sociais mostra que a compreensão sobre o exercício da comunicação democrática não é fixa, ou mesmo estática. Assim como a aplicação social prática da democracia, está sujeito a interpretação subjetiva para sua conceituação, tendo em vista a base de seu conceito na construção social e isso se refletiria na múltipla existência das perspectivas democráticas.

Talvez não seja possível desenhar um ambiente dialógico perfeitamente democrático e sistemático em suas estruturas. Talvez, no que diz respeito à liberdade de expressão, a democracia devesse ser vista como algo dinâmico, enviesado pela compreensão do processo de significação e ressignificação dentro de uma complexidade social. Todavia, toma-se como referência, para construção analítica, a compreensão do uso do conceito de democracia como liberdade de expressão.

Neste cenário democrático, surge um jogo de poder. Fruto da dinâmica de prioridade, o poder é entendido como uma maneira de ter acesso a posições privilegiadas, que permitem a acessibilidade de melhores condições de saúde, educação, trabalho, reconhecimento social e principalmente á validade do discurso reivindicatório dentro da sociedade.



No momento em que se estabelece o conceito de uma identidade saudável, por definição, cria-se o seu oposto, a identidade doente. Ao se estabelecer as bases de importância comunicacional para cada uma destas perspectivas, oferece-se o respaldo social de desmerecimento discursivo e comunicacional creditando menos importância, ou mesmo diminuindo, a importância dos discursos e de violências sofridas. Afinal por uma ótica sociocomportamental qual seria o lugar de quem está doente?

> Até onde se exerce o poder, quais etapas e até quais instâncias frequentemente ínfimas, de hierarquia, de controle, de vigilância de proibições, de constrangimentos. Por toda a parte onde existe o poder, o poder exerce-se. Ninguém propriamente dito é titular do poder; e, no entanto, ele sempre se exerce em certa direção, com uns de um lado e outros do outro; não se sabe quem o tem exatamente, mas se sabe quem não o tem. (Fouacault, 2001b, p. 1.181. apud. Santaella, 2016 p.19)

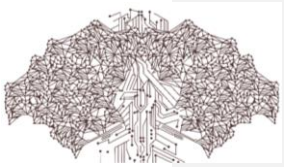
Historicamente diversas identidades foram tratadas como doentes, servindo de construção conceitual que reafirmava a identidade oposta como superior ou inferior; homem, mulher; branco, negro; heterossexual, homossexual; rico, pobre; entre outras inúmeras identidades que participam do Jogo da diferença (*La diférance* DERRIDA 1968).

Para as questões LGBT, por exemplo, é identificável a prática de um jogo de poder entre frentes conservadoras associadas a religiões cristãs fundamentalistas, existentes dentro do congresso nacional brasileiro. Que se posicionam declaradamente contrários a questões ligadas a direitos de pessoas LGBT.

Da perspectiva da racionalidade comunicativa, entende-se que a construção da realidade social se dá a partir da intersubjetividade, dialogicamente construída entre os indivíduos. Neste caso o poder de fala e de posicionamento social das identidades LGBT, que talvez, não tenham encontrado o espaço dialógico dentro dos moldes excessivamente estatizados.

Como consequência do jogo de poder exercido dentro dos espaços usuais de representação democráticas que motivaram a migração das vozes, não contempladas pelo sistema democrático, para outros espaços de práticas comunicacionais, com estruturas acolhedoras flexíveis ao diálogo, estabelecendo assim conexões identitárias “Para um regime democrático, o estar em transformação é seu estado natural: a democracia é dinâmica, o despotismo é estático e sempre igual a si mesmo.” (BOBBIO, p.9. 1997).

Tornar-se o centro de uma estrutura de poder dominante, talvez, garanta o acesso identitário necessário para auto afirmar-se sem pedir “permissão” social para serem incluídas na



estrutura social "Sempre se pensou que o centro, por definição único, constituía, numa estrutura, exatamente aquilo que, comandando a estrutura escapa a estruturalidade" (DERRIDA. p.230.2002).

Na contramão da liberdade de expressão, uma das maneiras de desmerecer o lugar de fala das identidades LGBT seria, talvez, desmerece-la enquanto identidade saudável socialmente, pois seria não só um mecanismo de controle autorizado pelo estado, mas também uma maneira de desmerece suas prática discursiva na sociedade.

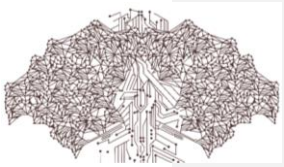
A retomada aos moldes da razão comunicativa, que fecham em si a participação de sujeitos de identidades e pensamentos divergentes. Estabeleceria de maneira "naturalizada", ou melhor, institucionalizada, quais identidades seriam saudáveis e aptas a falar e representar a democracia dentro da sociedade. Por definição a identidade que não for "doente" ou tratável, teria maior validade discursiva, logo maior credibilidade e poder de atuação e merecimento social.

> A aura do "assustador" e do "arrebatador" a qual irradia do sagrado, isto é, sua força cativante, transforma-se na força vinculadora de pretensões de validade criticáveis. E desse modo essa aura é sublimada e, ao mesmo tempo, transformada em algo comum, que faz parte do dia a dia. (HABERMAS. p 141. 1929).

A junção dos elementos sutis (ou nem tanto) que envolvem a decisão da terapia de reversão sexual carrega em seus aspectos sociais o discurso que coloca determinadas identidades numa posição de poder a partir do momento que valida a crítica às identidades LGBT, colocando-as como doentes ou tratáveis, reduzindo o seu valor social, funcional e econômico na estrutura social.

O jogo de poder constrói simbolicamente as identidades "aptas" a atuar e centralizar sua estrutura, é provável que as demais identidades, que estão fora deste poder centralizador, ofereçam formas de resistência. Buscando uma forma de se posicionar socialmente, e destacar-se dentro do sistema para serem ouvidas e modificar estrutura social imposta, organizando-se de maneira inteligente e coletivamente, atuando não somente nos ambientes online, mas também interagindo democraticamente em ambiente off-line.

IDENTIDADE E CONEXÕES SIMBÓLICAS NO TWITTER



As conexões sociais podem ser efetivamente estruturadas de diferentes maneiras. Parte-se do princípio de que para que exista conexão é necessário que estas estejam simetricamente ligadas em algum ponto em comum. Algo que as vincule pelo tempo necessário da ação.

As organizações políticas e sociais representaram uma postura conectiva em diversos momentos descritos na temporalidade social "Ao longo da história vários tipos de organização social foram desenvolvidas, cada uma delas fundada sobre um tipo específico de vínculo ou laço, isto é, o elemento que forma a base da convivência." (MARTINO. p.55.2014).

As relações podem adquirir diferentes formatos, fomentadas por motivadores individuas, que se organizam coletivamente em diversificados ambientes e formatos. O núcleo familiar, por exemplo, é enviesado pelas conexões afetivas, já no ambiente corporativo as conexões e vínculos tem o foco das relações sociais direcionadas ao sucesso empresarial.

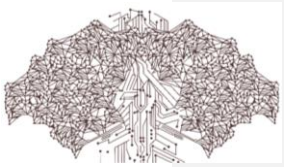
É neste ponto que as relações virtualmente conectadas, começam a adquirir o sentido prático, político, democrático e comunicacional. O elemento motivador para que o Marcador #HomofobiaéDoença fosse utilizado, e ganhasse o destaque necessário para ser notado, foi não somente pela quantidade de "vozes" que se posicionavam contrárias a decisão ao tratamento de pessoas LGBT, mas pela quantidade de vezes que foi respondidas, ou sofreram interações entre os usuários que utilizaram o marcador num curto espaço de tempo[14].

Num primeiro momento, o que parece um indício de um ato de fala dentro de um contexto ensaístico democrático, na verdade assume o sentido completo de fala no Twitter, haja vista que para aquele ambiente o simbolismo adotado, faz parte de um sistema interacional linguístico completo.

> Certas expressões como, tais como "comida", "fogo", ou "ataque!", constituem atos de fala dependentes de um determinado contexto, destituídos de forma proposicional. Não obstante, trata-se de atos de fala completos, mesmo que sua utilização seja apenas quase-indicativa, quase-imperativa ou quase-expressiva. (HABERMAS. p.13, 2016)

Em sentido literal, a rede social digital traz consigo o principio básico da conexão entre pessoas. O Twitter seria um canal para que pessoas se conectem e se comuniquem, e não a razão

[14] Os critérios aplicados para que uma Hashtag seja destaque mundial no Twitter são: Não conter palavras chulas ou pejorativas, Ser um assunto novo, grande volume de participação em um curto espaço de tempo. Fonte: TechTudo http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/04/seis-segredos-sobre-os-trending-topics-do-twitter.html acesso em: 09/01/2018.



delas fazerem isso. Se assim como a morfologia das relações sociais se modificam de acordo com os ambientes, nas redes sociais digitais estas não poderiam ser diferentes.

O espontaneísmo das relações conectivas que levaram diferentes indivíduos a manifestarem a postura social, nos ambientes digitais, nos traz à luz a utilidade social das redes sociais digitais, agindo como estruturas colaborativas para a liberdade de expressão democrática, e agente modificador social.

A percepção dos ambientes digitais como espaço de expressão democrática não sugere uma separação deste ambiente, dos demais espaços e conceitos de ambientes sociais, e sim, a inclusão deste ambiente como parte integrante de estruturas linguísticas concretas, de expressão política e democrática, definidas por propriedades sociocomunicacionais, capazes de representar uma extensão da democracia pela ótica da liberdade de expressão.

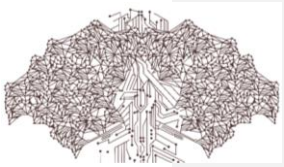
Os ambientes digitais são observados, nesse contexto, como ambientes pouco controlados pelo estado, no que diz respeito à neutralidade de controles identitários e concessão de privilégios de fala. Tornando-se um espaço de atuações políticas identitárias legítimas, que integram uma realidade democrática e comunicacional complexa.

O Twitter agiria como uma extensão de vontades individuais que encontram através da utilização dos seus marcadores simbólicos, vozes semelhantes, ou não, de pessoas que utilizam os mesmos marcadores ambientais para estabelecer comunicativamente conexões por meio de tradições, valores e objetivos dentro de aspectos culturais adaptáveis ao formato linguístico e interacional da tecnologia.

Estas relações sociais são permeadas por características inerentes ao ambiente em que se encontram, e seguem as regras estruturais para a construção de laços conectivos, sejam eles momentâneos, que ficam somente no contato virtual ou mesmo mais sólidos migrando para outros ambientes, como no caso deste manifesto.

A manifestação online resultante da decisão da justiça do Distrito Federal mostra como o Twitter foi uma ferramenta eficiente para a reivindicação, manifestação e mobilização de direitos políticos e democráticos, com o seus mecanismos de adaptabilidade e interação comunicacional, a *hashtag*, o mesmo indivíduo pode assumir uma postura política e articular uma ação junto a outros indivíduos que se identificavam com o discurso de oposição a "cura gay".

Busca-se a compreensão de perspectiva construtivista democrática, a partir do entendimento de ações comunicativas estruturadas dentro de uma racionalidade. Desta forma o



que é expresso por indivíduos no Twitter adquiriria valor político, democrático e prático, já que se trataria de uma expressão socialmente válida, haja vista que a rede social somente ofereceria o espaço necessário para que a articulação comunicativa LGBT acontecesse, de maneira a impactar para a percepção morfológica social.

DINÂMICA PÚBLICA E PRIVADA.

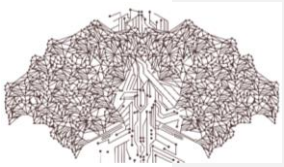
Nas interações sociais realizadas no Twitter, motivadas pela decisão liminar que traz de volta à sociedade a ideia de que a identidade LGBT seria uma patologia, as forças de resistência se organizaram numa intervenção democrática, e o espaço encontrado para que a ação comunicacional conectiva pudesse acontecer, foi na rede social Twitter. O que torna a razão comunicativa possível é o *medium* linguístico, através do qual as interações se interligam e as formas de vida se estruturam. (HABERMAS. p 20. 1929)

Se os sistemas democráticos off-line estruturam e limitam a comunicações pelos vieses regulatórios de um sistema de controle maior, talvez os ambientes digitais ofereçam uma estrutura capaz de "permitir" a comunicação, ou melhor, a vocalização de questões relativas às identidades LGBT que já se encontram a margem das estruturas sociais político-discursivas.

> Enquanto as regras morais, ao formular aquilo que é do interesse *simétrico* de todos, exprimem uma vontade geral pura e simples, as regras jurídicas exprimem também a vontade particular dos membros de uma determinada comunidade jurídica, que também deve estar em harmonia com ideias morais, é a expressão de uma forma de vida compartilhada intersubjetivamente, de situações de interesses dados e de fins pragmaticamente escolhidos. (HABERMAS, 1929. p. 191)

Os protestos em oposição à decisão sugerem indícios de um desequilíbrio estrutural inclusivo relativo às identidades LGBT, corroborados pelo contexto histórico que já havia compreendido que a homossexualidade não é uma patologia ou um desvio a ser tratado. Logo não haveria razão social lógica para tal liminar. Despertando a necessidade de um posicionamento contrario a esta decisão.

Ao não encontrar ambientes dialógicos favoráveis, esta comunicação migra para ambientes pouco regulados pela estrutura estatal, complementando-se como espaços discursivos democráticos, reestruturando-se linguisticamente e interagindo de maneira ampla com as estruturas ambientais off-line. Tornando-se um ato de fala completo diante da complexidade política e democrática social.



> Porém o direito não pode satisfazer apenas as necessidades funcionais de uma sociedade complexa, devendo levar em conta também as condições precárias de uma integração social que se realiza, em ultima instância, através das realizações de entendimento de sujeitos que agem comunicativamente, isto é, através da aceitabilidade de pretensões de validade. (HABERMAS. p,192. 1992)

A representação política na rede social Twitter, contra a terapia de reversão sexual e a verbalização imediata nos ambientes digitais, leva-nos a considerar o potencial silenciamento das identidades de pessoas LGBT, seja pelo viés de baixa representatividade política, ou de maneira mais ampla, pelo proposito funcionalista do sistema de poder social normativo.

Ao considerar a as identidades dominantes que fundamentaram a epistemologia democrática (DERRIDA, 1971), compreende-se que as mesmas que tem o interesse em reproduzir as estruturas democráticas da razão comunicativa, que arbitrariamente inclina-se a incluir identidades heterossexualizadas, e por definição, minimizam o valor participativo das identidades opostas neste jogo da diferença desta forma repetindo a infinitude do mesmo jogo.

A *INTER*-AÇÃO ENTRE AMBIENTES CONECTADOS E NÃO CONECTADOS.

No dia 22 de Setembro de 2017 o movimento das redes sociais que se opunha a "Cura Gay", organizado nos ambientes digitais, foi para as ruas, em uma mobilização nacional que aconteceu simultaneamente em diferentes cidades do Brasil.

Nas manifestações e gritos de ordem pediam respeito e o fim da homofobia, além de cartazes com diferentes dizeres como "Homofobia[15] é doença", "Ser Gay não é doença, seu preconceito sim", entre outros, com fotografias de políticos envolvidos na decisão da cura, caracterizados como palhaços. Estes manifestos mostravam clara oposição à decisão da Justiça e eram vistos e ouvidos nos espaços públicos. Porém será que de fato existiu a saída dos ambientes digitais?

[15] Homofobia, segundo o Dicionário Aurélio, é um termo utilizado para referir-se a repulsa ou preconceito contra homossexualidade ou homossexuais.

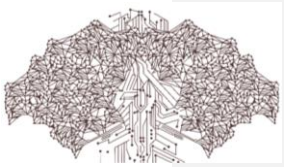
Fig.1- Ato contra a "Cura Gay" – Cartaz "Não vem com Cura que não estou doente" e Concentração no MASP, São Paulo- SP.
Fonte: Acervo pessoal



A tensão exercida entre os dois ambientes (online e off-line) se confundem durante o processo comunicacional da ação. Se fossemos esquematizar de maneira generalista os momentos online e off-line do processo comunicacional entre os agentes envolvidos, provavelmente perderíamos o rumo da dinâmica interacional, num constante jogo de "vai e vem", que começa com uma articulação política na Capital brasileira, um espaço desconectado, e encontra voz de resistência nas redes sociais conectadas; volta para as ruas em forma de manifestações; ao mesmo tempo em que são publicadas em tempo real nas redes sociais digitais, enquanto exerce influência nos espaços públicos, interferindo na vida de transeuntes que nem sabem o que está acontecendo; ganha força televisiva, possivelmente levando telespectadores as redes sociais conectadas; que pode ser acompanhada em tempo real pela internet, que exerce pressão no congresso e obriga o conselho nacional de psicologia a se posicionar usando as redes sociais conectadas e desconectadas; e neste momento já não é possível saber que ambiente é online e que ambiente é off-line, pois os ambientes já estão conectados entre si devido à tensão que um exerce nas relações sociais do outro.

A permeabilidade dos diferentes ambientes de ação comunicacional talvez seja uma das principais características da perspectiva democrática comunicativa, que entende o impacto social e político efetivo, até certo ponto, para relações sociais, que as redes conectadas exercem.

> [...] estamos testemunhando um ponto de descontinuidade histórica. A emergência de um novo paradigma tecnológico organizado em torno de novas tecnologias da informação, mais flexíveis e poderosas, possibilita



> que a própria informação se torne o produto do processo produtivo. Sendo mais preciso: os produtos das novas indústrias da tecnologia da informação são dispositivos de processamento das informações. (CASTELLS. P.119,120, 1999)

A absortividade social das novas tecnologias é uma característica da vida interacional. Estas assumiram transformações culturais sobre a maneira como interagimos e nos comunicamos na vida em rede, desta forma os comportamentos políticos e democráticos, talvez mereçam seu crédito participativo na contribuição, para a liberdade de expressão que as redes sociais digitais conectadas agregam para as relações humanas, da mesma maneira que os livros passaram a fazer parte destas interações na época do iluminismo.

Apropriamo-nos de recurso simbólicos comunicacionais interpretados, absorvidos e aplicados de maneiras diferentes, em diferentes tecnologias. Desta maneira, somos capazes de construir uma forma interacional eficiente, com a finalidade de articular formas de estabelecer conexões e experiências sociais diversificadas em sua estrutura, porém, talvez o significado seja o mesmo, com a diferença linguística ambiental.

A conexão pelo viés identitário, relacionado à causa LGBT, nos mostra uma articulação comunicacional arbitrária, nos sentido de intencional, no que diz respeito ao posicionamento coletivo, entretanto, as motivações participativas individuais antecedem as articulações democráticas coletivas.

Em nossas vivências sociais nos apropriamos de recursos simbólicos que adquirem um significado social que transmitem para quem está fora da bolha indentitária, quem somos e como queremos ser vistos, esses recursos derivam da forma como compreendemos, significamos e interagimos em nossos meios sociais como família, escola, grupos de colegas, instituições educacionais entre outros (WOODWARD, 2014 p.30).

Nas interações comunicacionais efetivadas nos ambientes digitais não são diferentes. A apropriação de recursos de conexão simbólica como a *hashtag* utilizada, para indicar a palavra, ou palavras chave de uma frase, é um recurso codificador da comunicação nas redes sociais digitais, neste caso o Twitter.

Utilizamos recursos simbólicos sistemáticos para comunicar ideias, sentimentos, emoções etc., estes recursos podem ser Gestuais, sonoros, gráficos entre outros. A disponibilidade destes signos comunicacionais é adotada dentro de uma linguagem peculiar a estrutura aplicada.

O estabelecimento de uma comunicação indicativa relativa à maneira como eu me identifico, podem incluir a linguagem utilizada, as roupas vestidas, tatuagens, relógios, brincos, pircings, entre outros simbolismos. Todos estes recursos são utilizados de acordo com a interpretação que temos de nós mesmos enquanto indivíduos em relação ao o que ao campo social.

Com um discurso intencional a marcação simbólica da utilização do marcador #HomofobiaéDoença no Twitter tem como objetivo significar, dar sentido, as práticas sociais desenvolvidas nos ambientes digitais, trazendo consigo, entre outros aspectos, a identificação de quem é incluso, ou não, no movimento social (WOODWARD. 2014.p.14).

Se os simbolismos utilizados funcionam como marcadores sociais, infere-se que nas redes sociais online, estes marcadores exercem a mesma função dentro da arquitetura conectada dos ambientes digitais, articulando-se juntamente com a dinâmica cultural das mídias.

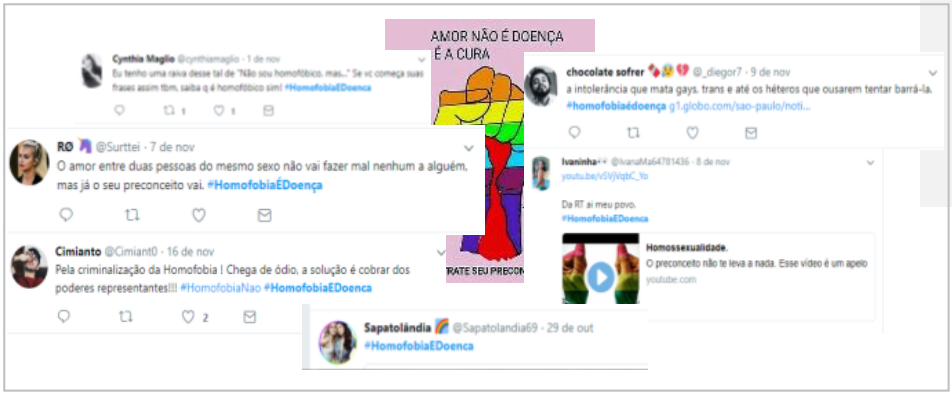
Desta perspectiva, talvez possamos afirmar que cada indivíduo carrega símbolos identitários que expressam a qual grupo pertence, e sua própria visão de mundo enquanto indivíduo, como se fosse uma bandeira que nos posiciona socialmente e comunica para quem esta fora, quem se é, e a qual grupo pertence, sendo assim, talvez não seja incorreto que todo indivíduo, em sua constituição identitária, é político, fazendo de seus aspectos simbólicos uma bandeira que indica sua posição na sociedade.

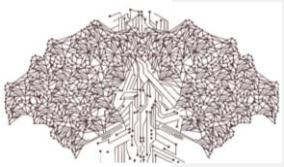
Na rede social Twitter, a marcação simbólica (#) seguida da afirmação Homofobia é doença, denota a insatisfação com a decisão sobre a "Cura Gay" sendo compreendida pelos adotantes da *Hashtag* #HomofobiaéDoença como uma postura de comunicação política e democrática que posiciona o indivíduo de forma contrária a liminar.

Ao rechaçar a decisão, colocando-a como discriminatória, a partir da adoção de uma frase de protesto que posiciona a decisão judicial sobre o tratamento da homossexualidade, como uma decisão homofóbica e discriminatória. Trazendo à discussão os prováveis aspectos sociais discriminatórios da aprovação desta liminar.

Associado ao Marcador #HomofobiaéDoença eram publicadas frases de repúdio, imagens de resistência, Comentários que satirizavam a decisão, palavras de indignação para com a decisão, entre outros posicionamentos que se mostravam contrária a liminar.

Fig. 2 - *Tweets* de usuários que publicaram utilizando a #HomofobiaéDoença para se posicionar na Rede Social.





Fonte: Foto colagem.

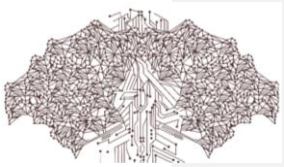
Sugere-se a espontanea identificação por meio do posicionamento político em comum entre os usuários da rede social, haja vista que a adoção dos sistemas simbólico e os significados intrísecos da *hashtag* utilizada como indicativo comunicacional de posicionamento contrário a terapia de reversão sexual.

A expressão da insatisfação com a decisão, é estabelecida sob a ótica dos aspectos representativos sociais, as pessoas que utilizaram o marcador digital queriam comunicar algo, à alguém, com um objetivo.

> Quando um indivíduo desempenha um papel, implicitamente solicita de seus observadores que levem a sério a impressão sustentada perante eles. Pede-lhes para acreditarem que o personagem que veem no momento possua os atributos que aparenta possuir, que o papel que representa terá consequências implicitamente pretendidas por ele e que, de um modo geral, as coisas são o que parecem ser. (GOFFMAN, 2014, P.29)

Quando pensamos em representações se pensa em algo, ou alguém, que possua características que ofereçam uma conexão simbólica entre aquela representação e o representado, e que corresponda às expectativas em relação à expressão de suas ações e comportamentos representacionais, e estas ações estabelecem conexões identitárias entre pessoas.

> De fato, existe uma força de atração que imanta todos os movimentos, quer seja pela busca da democracia, quando ela está em falta, quer seja pela democracia representativa, um sentimento a que movimentos dão pressão e que se estendem para além de seus limites. (SANTAELLA, p.68. 2016)



Como consequência deste papel expressivo comunicacional desempenhado no Twitter, percebe-se a postura comunicacional intermediada simbólica, por características expressivas de oposição em relação á uma decisão tomada no ambiente não digital, que teve como resultado um manifesto representativo, para os aspectos simbólicos comunicacionais do Twitter, evidenciando uma interação comportamental associativa entre os dois ambientes, o conectados e o não conectados.

A postura reativa expressa nos meios digitais por meio da utilização da rede social deu visibilidade a uma inquietação humana legítima, originada a partir de ambientes não conectados digitalmente. Ressalta-se o evidente elemento de ligação entre estes ambientes. O elemento humano.

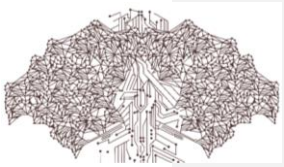
Os indivíduos que foram afetados pela liminar da "Cura Gay" encontraram, nos ambientes digitais, um espaço de efetividade comunicacional, para expressar seus anseios e inquietações políticas. E a partir de inquietações individuais estes indivíduos encontraram vozes semelhantes, compartilhando de um pensamento coletivo sobre a questão.

Desta forma se constrói uma relação de causa e efeito. Como resultado de uma expressão originada de ambientes de representação democráticas não conectadas às redes digitais. Estas inquietações humanas migraram para os ambientes mediados digitalmente, com pensamentos coletivos organizados por pessoas que se tornam a soma da computação, comunicação e é possibilitada pelas mobilidades das comunicações (SANTAELLA. P 187, 2007).

Esta comunicação teve como resultado a expressão individual e coletiva realizada de forma válida, inteligente e numericamente representativa, para os moldes decodificadores do espaço da rede social Twitter, que sugerem uma participação social deliberativa para a utilização de um marcador simbólico opinativo com os dizeres "Homofobia é doença".

Tal conexão se daria pelo aspecto da identificação social à questão relacionada a pessoas LGBT, todavia neste caso, não é possível afirmar que todos os participantes da ação eram gays, lésbicas, bissexuais, transgêneros e pessoas que fazem parte do escopo de sexos, sexualidades e gêneros representados pelo acrônimo, LGBT; e sim que todos os participantes, em algum grau, eram simpáticos a postura contrária a liminar da terapia de reversão sexual, ao utilizar deliberadamente a *hashtag* #HomofobiaéDoença.

CONSIDERAÇÕES



O simbolismo adotado pelo indivíduo, tanto na dinâmica social online quanto na off-line, Talvez seja reproduzida na dinâmica interacional das redes sociais conectadas como o Twitter. Desta perspectiva, os artifícios simbólicos seriam objetos performativos da comunicação exercida em sociedade.

A linguagem utilizada nos ambientes digitais, não reduz o valor da comunicação dos agentes, nem os aspectos culturais envolvidos na dinâmica social das redes sociais conectadas, ou não, haja vista que o significado simbólico do conteúdo é o mesmo, as vontades, os dizeres, os anseios, etc. porém a maneira de comunicar tais sentimentos seria esteticamente diferente.

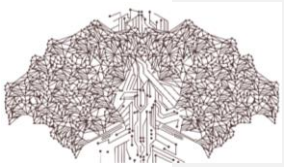
Da mesma maneira que o individuo adaptou-se a interação com as expressões rupestres, escrita em tinta e papel, linguagem de sinais, etc. a interação com os ambientes digitais possui, em sua cronologia histórica, a representação simbólica da comunicação desta época. O indivíduo produz uma performance de atuação política e democrática a partir da compreensão e interpretação de uma estética linguística ambiental cultural.

O impacto social da liminar que traz a ideia de repatologização de uma identidade, neste caso a de pessoas LGBT traz a marcação histórica da subjugação identitária, que fomenta a discriminação, e agora com "respaldo" sancionado e legalmente institucionalizado pelo estado de direito. A questão central, talvez, tenha deixado de ser o bem estar social e democrático do indivíduo, e se transformou em uma disputa de poder social. Uma decisão liminar é uma decisão tomada em caráter de urgência, quando não há uma resolução certa sobre um determinado caso. A Resolução do Conselho de Psicologia e da OMS são claras no que diz respeito á homossexualidade não ser uma patologia, então não haveria motivos para esta ação liminar.

Talvez a esquizofrenia da aplicação da democracia, denote a necessidade de uma restruturação da percepção democracia, e talvez, as redes sociais conectadas, ainda gozando de certa neutralidade sobre a concessão do espaço de fala identitárias, ofereçam a oportunidade de expressão individual e coletiva, bem como o direito de reunião política e democrática.

Muitos outros aspectos pertinentes às formas de comunicação nas redes sociais conectadas merecem discursão ampliada, por exemplo, liberdade de expressão, violência nas redes sociais, entre outros. Fazemos parte de um processo de adaptação e inclusão, e todo processo caminha, por vezes, tortuosamente até que sejam absorvidos de maneira natural.

O que se propõe, entretanto, é o pensamento sistemático da comunicação democrática enquanto liberdade de expressão, que incluiria a comunicação realizada nas redes sociais digitais,



como indicativos representacionais sociais, capazes de impactar a dinâmica social expressivamente, por meio de dados concretos gerados por indivíduos reais. Dentro do entendimento de que as redes sociais conectadas fazem parte de uma realidade compartilhada, que merece liberdade contemplativa.

REFERÊNCIAS

BBC Brasil, **Perfis falsos na Internet.** http://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146 Acesso em: 09/12/2017

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia:** Uma defesa das regras do Jogo. RJ, Paz e Terra 1984.

Canal tech. **Hashtag.** https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-hashtag/ acesso em 20/11/2017.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede, A.** São Paulo, Paz e Terra, 1999.

Conselho Federal de Psicologia (CFP). **Resolução para tratamento da Homossexualidade** encontra-se disponível em https://site.cfp.org.br/wpcontent/uploads/1999/03/resolucao1999_1.pdf acesso em: 20/11/2017.

DERRIDA, Jacques. **A Estrutura, o Signo e o Jogo no Discurso das Ciências Humanas**. In: A Escritura e a Diferença. São Paulo: Perspectiva, 1971, p. 229-249.

Folha de São Paulo. **Número de usuário do Twitter**. http://www1.folha.uol.com.br/tec/2017/02/1861175-numero-de-usuarios-do-twitter-no-brasil-cresce-18-em-2016.shtml Acesso em: 10/12/2017.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder.** Rio de Janeiro: Graal,1999.

GOFFMAN. E. **Os quadros da experiência social:** Uma perspectiva de análise. Petrópolis, RJ. Vozes, 2012.

HABERMANS, J. **Direito e Democracia:** Entre facticidade e Verdade I. Rio de Janeiro, 1929.

HABERMANS, J. **Teoria do Agir Comunicativo** Vol. I e II. Martins Fontes, São Paulo, 2012.

HALL, Stuart, **Identidade Cultural na pós-modernidade**. 2006

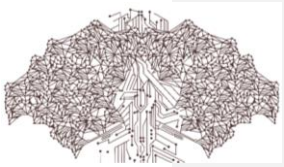
Liminar de Justiça. https://juridicocerto.com/p/andrearnaldopereira/artigos/quando-um-juiz-concede-uma-liminar-3187 acesso em: 20/11/2017.

LEMOS, André. **Cibercultura.** Porto Alegre, Sulina. 2008

Planalto. **Marco Civil da internet**. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/20-14/lei/l12965.htm Acesso em: 13/12/2017.

MARTINO, L. M. S. **Comunicação e identidade:** Quem você pensa que é?. São Paulo. Paulus, 2010.

MARTINO, L. M. S. **Teoria da comunicação**: Ideias conceitos e métodos. Petrópolis RJ. Vozes, 2014.



MARTINO, L.M.S. **Teoria das Mídias Digitais:** Linguagem, Ambientes e Redes. Petrópolis RJ. Vozes, 2014.

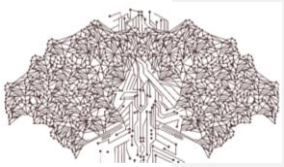
SANTAELLA, L. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade.** São Paulo. Paulus. 2007.

SANTAELLA, L. **Temas e dilemas do pós-digital.** São Paulo. Paulus. 2016.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-Chave:** Um vocabulário de cultura e Sociedade**.** São Paulo, Boitempo. 2017

SILVA, T.T; HALL, Stuart; WOODAWARD, Kathryn. **Identidade e diferença:** A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ. Ed Vozes 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



"PERSONAL SHOPPER" E A IMAGEM DA CIDADE-CIBORGUE: REPRESENTAÇÕES DA PAISAGEM URBANA DA CIBERCULTURA[1]

Lucas Bandos Lourenço[2]; Laura Fernanda Cimino[3]

Resumo

Este artigo tem por objetivo investigar o modo como a linguagem cinematográfica interpreta a paisagem urbana da chamada "cibercultura", era na qual figuram tanto uma economia pós-industrial, baseada na informação como moeda troca, quanto aquela que Manuel Castells (2005) chamou de "sociedade em rede", uma dimensão de vivência social que transcende tempo e espaço, estando vinculada aos suportes digitais e alicerçada numa dimensão virtual. Para tanto, tomamos como base conceitual o estudo da representação imagética daquela que André Lemos (2004), chama de "cidade-ciborgue", a urbe da era digital, cujos espaços e dinâmicas foram redefinidos e cuja arquitetura interna e externa fora redesenhada pelas inovações tecnológicas, no contexto das novas estruturas da era da informação, provenientes das diversas transformações materiais e sociais, regidas pelos princípios da cibernética. Metodologicamente, adotamos como corpus de análise o longa-metragem "Personal Shopper" (2016), dirigido e roteirizado pelo cineasta francês Olivier Assayas e ambientado na Paris do século XXI.

Palavras-chave: cibercultura; cidade; cinema; digital; espaço urbano.

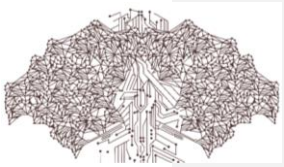
Abstract

This article aims to investigate the way how the cinematographic language interprets the urban landscape of the so-called "cyberculture", an age in which figure both a post-industrial economy based on information as a currency exchange, and that which Manuel Castells (2005) had called as "network society", a dimension of social experience that transcends time and space, being linked to the digital supports and based on a virtual dimension. Therefore, we take as conceptual basis the study of the imagetic representation of what André Lemos (2004) calls the "cyborg city", the city of the digital age, whose spaces and dynamics were redefined and whose internal and external architecture had been redesigned by technological innovations, in the context of the new structures of the information age, coming from the diverse material and social transformations, managed by the principles of cybernetics. Methodologically, we took as corpus of analysis the

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 - Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) é graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga. E-mail: lucasbandos@gmail.com.

[3] Docente nos cursos de Comunicação Social e Arquitetura e Urbanismo da UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga e pesquisadora do ESPACC (Espaço Visualidade Comunicação Cultura) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. E-mail: fernandacimino2009@gmail.com.



feature film "Personal Shopper" (2016), directed and scripted by the French filmmaker Olivier Assayas and set in the 21st century's Paris.

Key-words: cinema; city; cyberculture; digital; urban space.

Introdução

Entre as décadas de 1970 e 1980, assistiu-se a uma crescente hibridização dos meios de comunicação. As mídias passaram a se multiplicar de maneira rápida e diversa, uma vez que "começaram a se intensificar cada vez mais os casamentos e misturas entre linguagens e meios" (SANTAELLA, 2003, p. 26). Esse período, denominando por Lúcia Santaella como "cultura das mídias", seguia uma lógica distinta daquele marcado pela cultura e pela comunicação de massas.

Se antes, os meios de comunicação de massa só se abriam ao seu público – ou audiência – para o consumo acrítico e passivo, na chamada cultura das mídias surgem dispositivos tecnológicos que permitem ao indivíduo alguma participação no processo de produção e seleção de conteúdo.

Fotocopiadoras, equipamentos portáteis de gravação de vídeo e os primeiros consoles de videogame são alguns exemplos de equipamentos que, além de revelar o caráter híbrido das novas mídias, também confirmavam a principal característica dessas tecnologias, bem como da linguagem desenvolvida para nelas circular: "a escolha e consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo" (SANTAELLA, 2003, p. 27).

Diante dessa coexistência entre diferentes linguagens promovida pela cultura das mídias, passaram a surgir, nos meios de comunicação, mensagens e códigos mistos, cada vez mais complexos, interativos e heterogêneos. Filmes, antes restritos às salas de cinema, passaram a ser exibidos na televisão e também disponibilizados em vídeo (VHS) para aquisição e locação. Já a música, até pouco tempo limitada ao rádio e aos discos de vinil, agora podia ser gravada em fitas cassete, possibilitando ao usuário a construção de sua própria *mixtape*, com quais canções quisesse, na ordem em que desejasse.

De acordo com Santaella (2003, p. 27), foram procedimentos como esses que "nos arrancaram da inércia da recepção de mensagens impostas de fora e nos treinaram para a busca da informação e do entretenimento que desejamos encontrar".

Logo, percebemos que esses processos constitutivos e inerentes à cultura das mídias foram também, em grande parte, responsáveis pela preparação da sensibilidade dos usuários para a introdução dos meios digitais, caracterizados justamente pela possibilidade de buscar e consumir

informações de maneira customizada, de acordo com as preferências e interesses pessoais de cada um.

Se na cultura das mídias observava-se o que Santaella (2003) chama de uma "convivência" [4] entre as diferentes mídias e linguagens, na chamada cultura digital elas atingem entre si um estágio de convergência, que contribui para a promoção de profundas alterações nos âmbitos da cultura e da comunicação globais, que passam a lidar com um fluxo de produção e circulação de informações ainda mais amplo e exacerbado. Conforme afirma Hayles (1996, pp. 259-270 apud SANTAELLA, 2003, p. 28), na era digital, "a informação se tornou a grande palavra de ordem, circulando como moeda corrente".

Para Lemos (2004, p. 130), tais transformações também puderam ser observadas na imagem das cidades, uma vez que, na contemporaneidade, "o que está em jogo são modificações espaço-temporais profundas que alteram, remodelam e inovam a dinâmica social", na qual o espaço urbano detém uma considerável parcela de importância. Assim,

> é a partir da [...] convergência entre as novas tecnologias e a informática, que podemos situar a emergência de uma cidade-ciborgue, fusão, complexificação e transformação da estrutura urbana clássica pelas tecnologias digitais de comunicação e informação (LEMOS, 2004, p. 131).

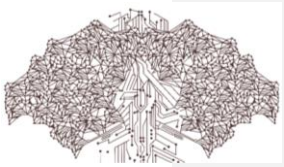
Portanto, ao contrário do que sua denominação pode vir a sugerir, essa "cidade-ciborgue" descrita por Lemos não corresponde a uma projeção ou idealização de uma urbe futurística e distante, mas sim à faceta exibida pelas cidades atuais, permeadas por tecnologias como a telefonia celular, o sinal via satélite e as redes de internet *wireless*.

Uma vez dotada dessas características, a cidade-ciborgue serve de palco para a chamada cibercultura, na qual figuram uma economia pós-industrial (baseada, conforme vimos há pouco, na informação como moeda de troca), e aquela que Manuel Castells (2005)[5] chamou de "sociedade em rede": uma dimensão de vivência social que transcende tempo e espaço, estando vinculada aos suportes digitais e alicerçada numa dimensão virtual.

Compreende-se, enfim, que uma cidade-ciborgue é aquela que "só pode existir num mundo traduzido em informações binárias, regidas pelo princípio da cibernética" (LEMOS, 2004, p. 133),

[4] "Uma diferença gritante entre a cultura das mídias e a cultura digital, por exemplo, está no fato muito evidente de que, nesta última, está ocorrendo a convergência das mídias, um fenômeno muito distinto da convivência das mídias típica da cultura das mídias" (SANTAELLA, 2003, p. 27).

[5] CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer com a colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. v. 1. 639 p.



mas que, nem por isso, trata-se de uma substituta da cidade física tradicional, revelando-se, na verdade, como uma complexa reconfiguração dela.

Essa reestruturação do espaço urbano, que não só possibilita, mas efetivamente dá origem à emergência das cidades-ciborgues, organiza-se naquele que Castells (2005) [6] denomina como "espaço de fluxos".

Para Castells (1996, p. 412 apud LEMOS, 2004, p. 135), fluxos podem ser entendidos como "sucessões propositadas, repetitivas, programáveis de troca e interação entre posições fisicamente deslocadas, organizadas por atores sociais nas estruturas econômicas, políticas e simbólicas de sociedade" [7].

A partir dessa definição, é possível apreender que o espaço de fluxos das cidades-ciborgues consiste no modo como se organizam as novas estruturas da era da informação, provenientes das diversas transformações tecnológicas e sociais nela manifestadas.

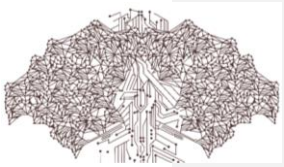
Entretanto, ainda que a organização dessas estruturas seja, em grande parte, traçada e definida pelas atividades realizadas no chamado "ciberespaço" e, consequentemente, caracterizada por sua descentralização territorial comandada pelas redes telemáticas, é preciso esclarecer que o espaço de fluxos não se restringe a um espaço eletrônico. Antes, o espaço de fluxos configura-se como uma organização material, evidenciada por seu cruzamento com os chamados "espaços de lugar", uma vez que também engloba ambientes físicos da cidade, ocupados pela infraestrutura necessária para a circulação de informações digitais, que inclui instrumentos como servidores, cabos e roteadores.

De outra forma, o espaço de fluxos é aquele "que permite práticas sociais simultâneas sem necessariamente haver uma continuidade territorial física" (LEMOS, 2004, p. 134). Logo, ele não se opõe aos espaços de lugar, mas reestrutura-os e complexifica-os, conferindo-lhes uma nova interface, agora equipada com os dispositivos necessários para a conexão com as informações digitais, que pautam o funcionamento da cidade na cibercultura. Exemplo disso é o crescimento, ao redor do globo, do número de parques, praças e edifícios públicos que oferecem pontos de acesso a redes sem fio.

---

[6] CASTELLS, Manuel. O espaço de fluxos. In: _____. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer com a colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. v. 1. pp. 467-522.

[7] *"By flows I understand purposeful, repetitive, programmable sequences of exchange and interaction between physically disjointed positions held by social actors in the economic, political, and symbolic structures of society"* (CASTELLS, 1996, p. 412).



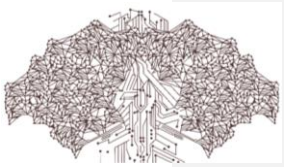
Essa relação de intercruzamento que se impõe entre o espaço de fluxo e o espaço de lugar se torna especialmente evidente ao observarmos as práticas sociais que se estabelecem no contexto da cibercultura:

> relações estabelecidas *online* repercutem em encontros reais, compras e *home banking* interferem no dia-a-dia da cidade de concreto e aço, ativistas usam a rede para organizar manifestações políticas ou hedonistas [...]. Grupos sociais estão estabelecendo relações de proximidade por meio das redes eletrônicas, como demonstram diversas práticas atuais como as relações sociais online, a ocupação do espaço real através de organizações pelo espaço virtual, a disseminação da conectividade em espaços físicos da cidade com a tendência mundial do wi-fi, a emergência de projetos em cibercidades e a correlata institucionalização de processos de inclusão digital, ciberdemocracia, cibercidadania e governança eletrônica (LEMOS, 2004, p. 136).

Compreendemos, portanto, que as redes telemáticas que figuram na cidade-ciborgue contribuem para que haja uma constante interação entre os espaços real e virtual, induzindo a uma descentralização espaço-temporal. Isso porque as distâncias, tanto físicas quanto temporais são ressignificadas, se levarmos em conta que a presença e o deslocamento físico do indivíduo deixam de ser indispensáveis para que ele tenha acesso aos mais variados serviços oferecidos na cidade-ciborgue. Essa descentralização, no entanto, não extingue a vivência material e os aspectos concretos da experiência urbana:

> Cidades-ciborgues encaixam-se bem no que alguns autores denominam de "desmaterialização" da sociedade. As telecomunicações fornecem sistemas técnicos que permitem ação à distância sem movimento físico e essas novas formas de ação vão determinar uma nova vivência do espaço urbano, sem exterminá-lo. [...] A cidade-ciborgue não é uma não-cidade, muito pelo contrário. Ela é a cidade da cibercultura. É justamente nos grandes centros urbanos que vemos o crescimento da cidade-ciborgue. Os atributos geográficos, urbanos, a mão-de-obra qualificada e, o mais importante, a proximidade de grandes centros econômicos tradicionais são fatores determinantes para participar ativamente do espaço de fluxo. Confirma-se, assim, a manutenção dos grandes centros financeiros e de poder como cidades fisicamente bem localizadas (LEMOS, 2004, pp. 137-138).

Assim, não é possível encarar a cidade-ciborgue como uma estrutura substitutiva dos ambientes urbanos já existentes. Antes, é preciso entendê-la como um outro dispositivo de espacialidade, cujos espaços e dinâmicas são redefinidos pelas inovações tecnológicas. Inovações estas que só podem ser nela implementadas graças à existência anterior de uma infraestrutura básica – na qual estão incluídos sistemas de eletricidade, transporte e comunicações, por exemplo



–, que se faz essencial para a operação adequada das redes telemáticas e dos espaços de fluxos que povoam a urbe da cibercultura.

1 A imagem da cidade-ciborgue

O que caracteriza a cidade-ciborgue é a reconfiguração dos espaços de lugar da cidade industrial. Assim, com as modificações trazidas pela vasta gama de redes e fluxos que passam a interligar ambientes físicos e virtuais, assistimos a uma remodelação que não se limita ao espaço urbano em si, mas amplia-se, redesenhando a arquitetura externa e interna das cidades, bem como as interações e vínculos sociais que nela se estabelecem.

Em síntese, o que se reconfigura é a própria imagem da cidade, cujos signos passam a referenciar um espaço tecnológico e informacional, pontuado por lugares digitais:

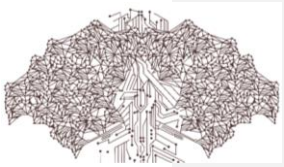
> Os prédios e lugares físicos transformam-se, a cada dia, em espaços de comunicação, máquinas de conexão, de difusão e troca de informações. Estes não são apenas máquinas de morar como pretendia Le Corbusier, mas máquinas de comunicar (LEMOS, 2004, p. 139).

Nesse contexto de reformulação, ressignificação e complexificação da imagem urbana – a exemplo do que ocorrera no período de transição da cidade moderna do início do século XX para a cidade industrial do pós-Segunda Guerra Mundial –, alteram-se, novamente, os limites que dividem as noções de público e privado na urbe.

Mediada pelas tecnologias digitais, a vida urbana torna-se ainda mais veloz, instável e dispersa. A importância antes atribuída à manufatura e à indústria é transferida para a informação, agregando à cidade um caráter transacional, pautado por um fluxo multinacional de capital e serviços que se dá em tempo real, contribuindo para uma crescente acentuação do fenômeno da globalização socioeconômica.

Graças a essa nova organização espaço-temporal, as cidades são redesenhadas tanto em seus espaços físicos quanto eletrônicos, de modo que as divisas entre casa e trabalho, por exemplo, passam a fundir-se pungentemente.

Se as cidades e suas respectivas imagens são historicamente definidas pelos espaços públicos e pelos vínculos e trocas de experiências entre os indivíduos que neles se encontram, no final do século XX e início do século XXI, tais atividades passam a ser diretamente afetadas pelas telecomunicações. Com isso, a cidade-ciborgue, munida de seu perfil informacional, diferencia-se das manifestações anteriores do espaço urbano por conta dos novos hábitos sociais de seus habitantes, agora transfigurados em cidadãos hiperconectados.



> O enfraquecimento dos 'espaços de lugar' (ruas, praças, monumentos) em prol do espaço midiático ou espaço de "fluxos" passa a ser a realidade do século XX, criando um processo de privatização do público e publicização midiatizada do privado. No século XX e início do século XXI, a convergência informática-telecomunicação, o surgimento das redes telemáticas, e a liberação do polo da emissão passam a ser uma realidade. [...] O cidadão consumidor passivo transforma-se paulatinamente em um cidadão hiperconectado obrigado a interagir cada vez mais com redes e instrumentos de comunicação digitais. De cidadão consumidor, a cidade-ciborgue vê surgir o 'cidadão-ciborgue' da era da informação (LEMOS, 2004, pp. 142-143).

Concentrados em seus smartphones e mergulhados nas redes sociais, mesmo enquanto ocupam as ruas e avenidas da cidade, esses cidadãos-ciborgues permutam, com frequência, entre a interação física e os encontros interpessoais sediados em parques e vias públicas e o convívio que se dá em ambientes eletrônicos, na esfera pública virtual à qual se convencionou chamar "ciberespaço". Assim, a infraestrutura digital dá origem a um espaço urbano que, além de físico e ao mesmo tempo virtual, é altamente midiatizado, sendo capaz de redefinir o que é "público" e o que é "privado" na cidade.

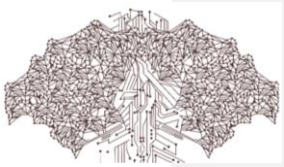
Segundo Lemos (2004, p. 144), "o que temos, na verdade, é que os fenômenos das redes telemáticas são eminentemente urbanos, reforçando, portanto, o papel das cidades [...] e ampliando, ao mesmo tempo em que recondicionam, a própria imagem da cidade". Nota-se que as novas interações que se dão entre os lugares físicos e os ambientes virtuais na cidade-ciborgue não inauguram uma era pós-urbana de dissolução das cidades, mas reafirmam a ideia de urbanidade, que se reconstrói pela influência mútua entre o concreto e o digital.

Portanto, essa interdependência entre materialidade e virtualidade vem confirmar a proeminência dos cruzamentos entre a cibercultura e a cultura urbana, que dão origem a essa nova e singular faceta da cidade que é a imagem da cidade-ciborgue.

2 A ciber-Paris de "Personal Shopper"

Em meados do ano de 2016, durante a 69ª edição do Festival de Cinema de Cannes, o cineasta francês Olivier Assayas foi laureado com o prêmio de Melhor Diretor por seu, até então, mais recente trabalho: o longa-metragem "Personal Shopper".

Protagonizado pela atriz Kristen Stewart, o filme acompanha o cotidiano da personagem, Maureen, uma jovem norte-americana, moradora de Paris, que – conforme sugere o título da película – se sustenta trabalhando como compradora de roupas e acessórios para Kyra, uma celebridade do mundo moda, vivida por Nora Von Waldstätten.



Aparentemente dotada de poderes mediúnicos, Maureen procura estabelecer algum tipo de contato com o espírito de seu irmão gêmeo, Lewis, morto precocemente, em decorrência de um problema cardíaco que também a acomete.

Em meio às suas frequentes tentativas de se comunicar com um suposto plano sobrenatural, a protagonista é surpreendida por uma série de mensagens de texto suspeitas, que repentinamente chegam ao seu smartphone, vindas de um número de telefone desconhecido.

Desconfiada de que as mensagens possam se tratar, na verdade, de sinais emitidos por seu falecido irmão, Maureen decide dar sequência ao diálogo iniciado por seu misterioso interlocutor.

A partir daí, ao mesmo tempo em que a personagem passa boa parte do filme em trânsito pela capital francesa, perambulando de boutique em boutique, uma trama de tons sobrenaturais se desenvolve e diversas fantasmagorias se manifestam ao longo do enredo.

Em texto a respeito do longa-metragem de Assayas, publicado em sua coluna no portal do Instituto Moreira Salles, o crítico e jornalista José Geraldo Couto (2017) [8] afirma que um dos principais diferenciais de "Personal Shopper" se dá justamente pelo fato de o filme

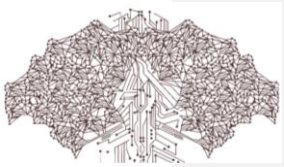
> enfatizar o caráter fantasmático de nossa modernidade virtual: mensagens de celular vindas sabe-se lá de onde, imagens que viajam pelo éter e surgem como ectoplasmas diante de nossos olhos. Nesse contexto, uma tela de smartphone pode ser um portal para o além. É a atualização, por meio da tecnologia, de crenças, desejos e temores ancestrais.

Une-se a essa abordagem temática que o diretor e roteirista do filme traz a respeito das interferências e influências exercidas pelos dispositivos digitais sobre a intimidade e o comportamento do sujeito contemporâneo, a representação do uso despersonalizado que Maureen faz do espaço urbano parisiense.

Ao contrário da figura do *flâneur* baudelairiano estudado por Walter Benjamin, que faz da rua sua casa, que se sente acolhido "entre as fachadas dos prédios, como o burguês entre as suas quatro paredes" (BENJAMIN, 2017, p. 39) e cuja vida "só se desenvolve entre as pedras cinzentas da calçada" (idem, p. 40), a protagonista de "Personal Shopper" não demonstra qualquer apego sentimental ou afetivo pela cidade onde vive, desejando, inclusive, abandoná-la assim que possível, ao invés de fruí-la.

Mais do que mero recurso narrativo, esse desprendimento da personagem em relação à urbe é sintomático da própria reconfiguração dos espaços de lugar da antiga cidade industrial, que

[8] COUTO, José Geraldo. Cinema, matéria e espírito. **Blog do Instituto Moreira Salles**, São Paulo, 10 mar. 2017. Disponível em: <https://blogdoims.com.br/cinema-materia-e-espirito/>. Acesso em: 4 jun.2017.



caracteriza aquela que André Lemos (2004) chama de "cidade-ciborgue"[9], ou seja, a cidade da cibercultura, "onde as infraestruturas de comunicação e informação já são uma realidade e as práticas daí advindas formam uma nova urbanidade" (LEMOS, 2007, pp. 122-123). Urbanidade esta que Lemos (2005)[10] chama de "ciberurbe".

2.1 Hiperconexão e mobilidade na cidade-ciborgue

Com a introdução das tecnologias do digital, a malha urbana adquire um caráter tecnológico e informacional, de modo que tanto espaços físicos quanto eletrônicos são redesenhados, "reconfigurando a arquitetura externa e interna das cidades" (LEMOS, 2004, p. 139). Toda essa complexificação do espaço urbano organiza-se materialmente no chamado espaço de fluxos, "que problematiza o espaço de lugar da mesma forma que o tempo real atinge a noção de tempo cronológico" (idem, p. 134).

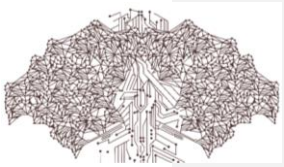
No entanto, diferentemente do que se pode supor, essa problematização não configura uma oposição entre essas duas instâncias.

> A cidade-ciborgue, ao contrário, agudiza a relação entre esses dois espaços. Os espaços de lugar, como ruas, monumentos e praças passam a ser interfaceados pelo espaço de fluxo por meio dos diversos dispositivos de conexão às informações digitais. [...] Hoje, por meio dos diversos dispositivos eletrônicos, o espaço de lugar é complexificado pelo espaço de fluxo: relações estabelecidas *online* repercutem em encontros reais, compras e *home banking* interferem no dia-a-dia da cidade de concreto e aço, ativistas usam a rede para organizar manifestações políticas ou hedonistas como as atuais *flash mobs*. Na cidade-ciborgue, o espaço virtual está em sinergia com o espaço de lugar (LEMOS, 2004, pp. 135-36).

Diante de tal constatação, compreende-se que o espaço de fluxos abrange também os espaços físicos compostos por toda a infraestrutura material exigida para que se dê o livre tráfego das informações digitais. De maneira que, "mais uma vez, vemos que o espaço virtual não substitui o espaço físico. Antes, adiciona funcionalidades" (LEMOS, 2004, p. 146), estabelecendo com este último uma relação de interdependência.

[9] LEMOS, André. Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura. **Galáxia**: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica, São Paulo, n. 8, pp. 129-148, out. 2004. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1385>. Acesso em: 4 jun.2017.

[10] LEMOS, André (Org.). **Cibercidade II**: Ciberurbe: A cidade na sociedade da informação. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2005. 374 p.



É nesse contexto, no qual também se estabelece uma "nova dinâmica política entre o espaço público e o espaço privado" (LEMOS, 2004, p. 142), que surge aquele que Lemos (2004) chama de "cidadão-ciborgue" ou "cidadão hiperconectado": o sujeito da era informacional, que se vê imerso numa interação cada vez mais intensa e estreita com as redes e instrumentos de comunicação digital.

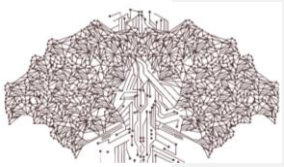
Faz-se necessário pontuar, no entanto, que, embora esse "cidadão hiperconectado" substitua a figura do cidadão consumidor-passivo – habitante da cidade industrial da cultura das mídias e subjugado pelo regime comunicacional no padrão "um-todos" dos *mass media* –, seu modo de se apropriar do espaço público (físico ou virtual) da cidade-ciborgue, "não significa, necessariamente, maior interação na vida pública, já que a hiperconexão é aqui uma nova forma de consumo e narcisismo" (LEMOS, 2004, p. 143).

E é justamente a manifestação desse modo hiperconectado de apropriação do espaço, performado pelo indivíduo em meio a um ambiente de "privatização do público e publicização midiatizada do privado" (LEMOS, 2004, p. 143), que vemos em cena ao assistirmos a "Personal Shopper".

Afinal, ainda que a protagonista do filme, Maureen, passe uma considerável parcela do tempo de projeção locomovendo-se pela cidade – a bordo de sua *scooter*, de táxis ou de trem –, não há em seu cotidiano sinais de uma maior interação com o espaço público que a rodeia. Durante o longa-metragem, boa parte de seus diálogos mais extensos e relevantes para o enredo se dão por meio de dispositivos digitais – em especial, o smartphone –, estando, portanto, voltados aos domínios das "malhas virtuais do ciberespaço" (LEMOS, 2001, p. 46), ainda que fisicamente localizados na malha urbana.

Essa postura da personagem, no entanto, não elimina nem diminui a relevância dos espaços físicos de lugar. Pelo contrário. O que se tem no filme, na verdade, é a representação dos novos usos que lhes são atribuídos no contexto da cibercultura, no qual "as redes telemáticas planetárias de informação, em relação concreta com os espaços urbanos, constituem novos territórios informacionais" (LEMOS, 2007, p.129). Territórios que

> se caracterizam como o interstício, como a interface das redes telemáticas e das redes físicas das cidades e seus espaços "de lugar" (CASTELLS, 1996) – rua, cafés, restaurantes, pontos de ônibus, metrôs, hotéis, praças, etc., criando um ambiente generalizado de acesso onde qualquer pessoa pode, dentro do seu "território informacional" constituído através de suas senhas de acesso, enviar e receber informações multimodais, em mobilidade (LEMOS, 2007, pp. 129-130).



A ideia de mobilidade à qual Lemos se refere não só "é central para conhecer as novas características das cidades contemporâneas" (2005, p. 4), como também pode ser encarada como a principal característica das tecnologias digitais, que se configuram enquanto tecnologias móveis, cuja promessa é a de "propiciar uma conexão a 'qualquer hora' e em 'qualquer lugar'" (COOPER et al., 2002 p. 296 apud LEMOS, 2005, p. 4).

Essa capacidade de "transcender as 'limitações' geográficas e de distância" (idem, p. 4) – que caracteriza tanto os dispositivos digitais quanto as práticas decorrentes de seu uso – é a responsável por configurar a cibercultura da contemporaneidade enquanto uma cultura da mobilidade, uma cultura na qual as sociedades se encontram envolvidas, conforme descrito por Deleuze e Guattari (1997), num processo de sucessivas territorializações e desterritorializações, semelhante ao nomadismo experimentado pelas civilizações primitivas.

Conforme afirma Lemos (2005, p. 5), à luz das proposições de Joshua Meyrowitz (2004)[11]:

> o mundo atual, marcado pelas tecnologias móveis e pelas diversas formas de flexibilidade social, está colocando a cultura contemporânea numa forma de organização social mais fluida, com papéis menos rígidos e lugares sociais intercambiáveis que se aproxima em muito da forma social dos primeiros agrupamentos humanos.

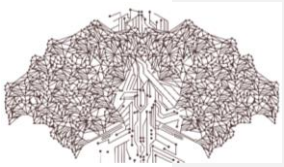
2.2 Nomadismo *high-tech*

Essa perspectiva da mobilidade digital enquanto uma espécie de nomadismo ou "retribalização"[12] do mundo e das sociedades, à qual se referem tanto Deleuze e Guattari quanto Lemos e Meyrowitz – e que guarda certa aproximação com a ideia de "aldeia global" de Marshall McLuhan –, pode ser facilmente observada em "Personal Shopper" ao nos debruçarmos mais atentamente sobre o modo de vida da protagonista do longa-metragem de Assayas.

À semelhança do nômade apresentado por Deleuze e Guattari, que se diferencia do migrante, uma vez que "só vai de um ponto a outro por consequência e necessidade de fato" (1997, p. 51), a personagem Maureen transita pelas ruas de Paris não para usufruir de uma

[11] MEYROWITZ, Joshua. Global nomads in the digital veldt. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 24, pp. 23-30, jul. 2004. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/scientiamedica/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3261/2521>. Acesso em: 16 set. 2017.

[12] Ver: LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo**: sobre interatividade e interfaces digitais, 1997. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Acesso em: 16 set. 2017.



vivência *do* espaço urbano em si, mas sim para cumprir as tarefas que lhe são designadas por sua contratante, Kyra.

A cidade lhe serve como uma espécie de rede de vasos comunicantes entre diferentes localidades geográficas, na qual o percurso, ou melhor, o *intermezzo*, como prefeririam Deleuze e Guattari, assume uma função meramente pragmática e utilitária.

Exemplo claro dessa postura da protagonista é uma passagem do filme, na qual ela viaja de Paris até Londres, a bordo de um trem, com o objetivo de buscar, numa boutique de luxo inglesa, algumas peças de roupa encomendadas por Kyra. Durante o trajeto, todos os seus deslocamentos se dão forma absolutamente mecânica. Não há, por parte de Maureen, mesmo enquanto estrangeira, qualquer demonstração de mudança de humor ou comportamento por conta da alteração de cenário. A viagem não vai além de seu fim prático, de modo que não há brechas para qualquer tipo de fruição da urbe londrina.

Em consonância com a atitude da personagem, o diretor do longa-metragem opta por – tal qual acontece com as cenas situadas em Paris –, não revelar ao espectador nenhuma paisagem icônica da capital britânica, que só pode ser visualmente identificada pelo público por conta do tradicional *black cab* que transporta Maureen da estação ferroviária até a loja à qual ela tem de se dirigir.

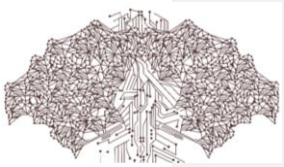
Desse mesmo modo, ao longo de todo o filme, o foco da câmera sempre recai sobre paisagens e cenários que formam esse *intermezzo* entre dois destinos, como salas de embarque, vagões e estações de trens, estradas, ruas e avenidas congestionadas, terminais urbanos e interiores de ônibus ou táxis.

Entretanto, ao ocupar esses espaços, Maureen se configura não apenas enquanto uma nômade urbana, mas, principalmente, enquanto uma nômade-ciborgue, digital e hiperconectada, sempre com seu smartphone à mão e em plena atividade. Seja assistindo a um vídeo sobre a pintora abstracionista Hilma af Klint ou, como na maior parte das cenas, trocando mensagens de texto com seu misterioso interlocutor virtual.

Enquanto cidadã da cibercultura, imersa na era da mobilidade, a protagonista de "Personal Shopper" pertence a um grupo de "novos beduínos", cujo território "não é o deserto, mas o território informacional criado pela intersecção do espaço físico com o ciberespaço nas metrópoles contemporâneas" (LEMOS, 2007, p. 132).

A respeito desses beduínos *high-tech*, Lemos afirma:

> munidos de tecnologias sem fio como *laptops* Wi-Fi e *smartphones*, aliam mobilidade física no espaço público com a mobilidade informacional pelo ciberespaço, redimensionando as práticas e a constituição do (no) espaço físico. O seu objetivo não é o *intermezzo*, o



> que fica entre os pontos, não é abandonar os lugares, mas buscar o seu território informacional de onde ele se conecta à rede. Fisicamente ele se desloca entre pontos para, eletronicamente, poder passear pelo ciberespaço (2007, p.132).

Assim, à maneira desses nômades do século XXI, ao mesmo tempo em que percorre e ocupa os domínios materiais dos espaços de lugar, Maureen navega pelas veredas cibernéticas do espaço virtual, vivenciando, dessa forma, o mais contemporâneo dos usos que o cidadão pode fazer do espaço urbano, agora configurado em espaço de fluxos, flexível e comunicacional.

Considerações finais

A ciber-Paris habitada pela personagem e retratada pelo filme de Assayas foge dos moldes turísticos e espetaculares, mas também não se aproxima de uma imagem urbana afetiva e ligada a reminiscências.

A paisagem que constrói a cidade de "Personal Shopper" é a da era da conexão, permeada pelas práticas advindas da mobilidade digital e pela sinergia com o virtual. É, enfim, a imagem de "um ambiente de acesso e troca de informações que envolve os usuários" (LEMOS, 2005, p. 16), enredando-os por vias hipertextuais, cujos infinitos percursos estão à distância de um clique ou de um toque numa tela *touchscreen*.

Referências bibliográficas

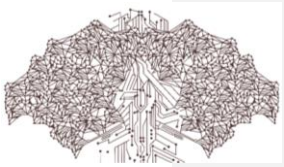
BENJAMIN, Walter. **Baudelaire e a modernidade**. Tradução de João Barrento. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017. 352 p.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer com a colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. v. 1. 639 p.

COUTO, José Geraldo. Cinema, matéria e espírito. **Blog do Instituto Moreira Salles**, São Paulo, 10 mar. 2017. Disponível em: <https://blogdoims.com.br/cinema-materia-e-espirito/>. Acesso em: 4 jun.2017.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs – vol. 5**: capitalismo e esquizofrenia 2. Tradução de Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1997. 264 p.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo**: sobre interatividade e interfaces digitais, 1997. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Acesso em: 16 set. 2017.



_____. (Org.). **Cibercidade II**: Ciberurbe: A cidade na sociedade da informação. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2005. 374 p.

_____. Ciber-flanêrie. In: SILVA, Dinorá Fraga da; FRAGOSO, Suely (Org.). **Comunicação na cibercultura**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001, pp. 45-60.

_____. Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura. **Galáxia**: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica, São Paulo, n. 8, pp. 129-148, out. 2004. Disponível em: < https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1385>. Acesso em: 4 jun. 2017

_____. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **MATRIZes**, São Paulo, v. 1, n. 1, pp. 121-137, out. 2007. Disponível em: <http://www.journals.usp.br/matrizes/article/view/38180/40911>. Acesso em: 4 jun.2017.

_____. Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Papers...** Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2005, pp. 1-17. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>. Acesso em: 4 jun.2017.

MEYROWITZ, Joshua. Global nomads in the digital veldt. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 24, pp. 23-30, jul. 2004. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/scientiamedica/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3261/2521>. Acesso em: 16 set. 2017.

PERSONAL shopper. Direção: Olivier Assayas. Produção: Sylvie Barthet; Charles Gillibert; Christopher Granier-Deferre e Amer Khatib. Intérpretes: Kristen Stewart, Lars Eidinger, Sigrid Bouaziz e outros. Roteiro: Olivier Assayas. [S.l.]: CG Cinéma, 2016. 1 DVD (105 min.), widescreen, color. Distribuído por Universal Pictures Home Entertainment.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** 1. ed. São Paulo: Paulus, 2005. 71 p.

_____. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, pp. 23-32, dez. 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>. Acesso em: 27 ago. 2017.

A AGÊNCIA CIBORGUE NAS VIVÊNCIAS HÍBRIDAS SOBRE GÊNEROS E SEXUALIDADES DE JOVENS LGBT+.[1]

Jefferson Cavalcante de Oliveira[2]; Eduardo S. Junqueira[3]

Gêneros e sexualidades são construções sociais que acompanham os indivíduos durante toda a vida. Direta ou indiretamente, eles estão presentes do público ao privado, influenciando na música, na mídia, nas regras de conduta, nos hábitos, na escolha profissional, na religião e em inúmeros outros âmbitos da vida social. Por essa constante presença, se relacionar e negociar com as normatizações de gêneros e sexualidades é inevitável, pois são nesses movimentos que os sujeitos vão também construindo suas identidades, subjetividades e mediando seu contato social, sexual e afetivo.

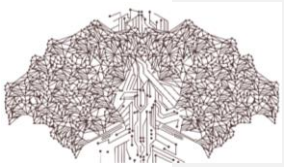
Antes de qualquer avanço teórico, é preciso ratificar que as atribuições de gêneros e sexualidades não são naturais, mesmo que o discurso biologizante seja por diversas vezes utilizado pelos conservadores para dizer que são. Muito além de genes ou gametas, as formas como o indivíduo se identifica nas nuances entre o que foi posto para o masculino e o feminino (gênero) ou que vive seus afetos, desejos e prazeres em relação ao(s) outro(s) (sexualidade), estão imbricadas em relações de poder que foram, ao longo do tempo, construindo culturalmente o que é ser homem ou mulher em cada sociedade e o desempenho sexual, afetivo e social esperado de cada um.

A categorização e polarização dos gêneros e sexualidades se apresentam então como instrumentos de poder. Em sociedades com forte presença do patriarcalismo, por exemplo, o masculino, heterossexual, cisgênero foi se configurando, com o apoio de diversas instituições, como a igreja e a escola, a figura centralizadora do poder, o perfil desejável, onde os demais estariam vinculados e abaixo dele. No entanto, os sistemas de normatização, com seus discursos e instrumentos reguladores, que operam sobre a definição dos corpos, não conseguem conter a

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 06 – Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Pesquisador é mestrando em Educação Brasileira (UFC), especialista em Comunicação Estratégica (UNI7), graduado em Comunicação Social (UFC). Participa do Grupo de Pesquisa Linguagens e Educação em Rede (LER/CNPq). Bolsista de Iniciação Científica da FUNCAP. E-mail: ocjefferson@gmail.com

3. Doutor em Educação pela Michigan State University, professor adjunto do Instituto UFC Virtual e professor credenciado do Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira da Universidade Federal do Ceará. É líder do Grupo de pesquisa Linguagens e Educação em Rede (LER/CNPq). E-mail: eduardoj@virtual.ufc.br



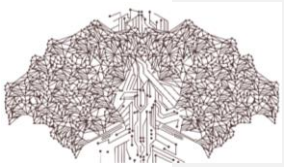
fragmentação dessas identidades que quebram com as expectativas binárias de gênero em diferentes graus[4] (travestis, transgêneros, *cross dressers*, *drag queens*, *drag kings*, não-binários, *gender fluid* e outros) ou que experimentam sua prática sexual de modo diferente do esperado para seu sexo biológico - ou seja, fogem ao padrão heterossexual (gays, lésbicas, bissexuais, HSH/MSM, assexuados e outros) - e utilizam de artifícios que vão desde legislações e punições, como nos países onde a homossexualidade é considerada crime, até mecanismos mais sofisticados que operam nas instituições para tentar disciplinar esses "corpos desviantes".

Se essas questões estão imersas em relações de poderes, não se deve acreditar que o poder seja algo do qual se possa ter de forma estável. As diversidades dos indivíduos - e aqui se incluem as possibilidades de masculinidades e feminilidades dentro do que foi normalizado - entram em conflito com esses poderes limitantes e negociam, num processo contínuo de aceitação, aceitação em parte ou rejeição desses constructos sociais, cujos desdobramentos influenciarão em suas subjetividades, na formação de suas identidades, no desempenho da sexualidade e em diversos outros campos de suas vidas. A hegemonia masculina, heterossexual e cisgênero é constantemente desafiada e, em fluxos instáveis, novas relações de poder surgem a partir de então.

Exemplifica-se essa questão a partir de acontecimentos recentes na história do país que podem ilustrar esse cenário. É possível observar uma emergente maioria conservadora que se articula em diferentes frentes com o objetivo de silenciar os debates sobre as questões de gêneros e sexualidades, principalmente as heterodesviantes, sejam na mídia, nas escolas, nas exposições de arte e outros. Em contrapartida, há uma crescente busca por mais informações, uma maior demanda por representatividade LGBT+ e o surgimento de outras formas de experenciação e participação política desses indivíduos em lutas contra esse modelo hegemônico.

A participação dessas novas vozes discursivas, somadas ao capitalismo que descobre no sexo um forte argumento para venda e passa a vinculá-lo nas mais diversas mídias, foram abrindo caminhos para uma descompressão de como os gêneros e sexualidades são percebidos. Essas questões podem ser vistas mais claramente nos movimentos sociais ocorridos após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945): o ideário contestador dos punks, o desprendimento sexual presente no "faça amor, não faça guerra" dos hippies, os movimentos minoritários impulsionados pelas pesquisas feministas, negras e gays são exemplos dessas contestações sobre a liberdade sexual e dos gêneros.

[4] A Comissão de Direitos Humanos de Nova York (EUA) reconhece legalmente 31 tipos diferentes de identidades e expressões de gênero. https://goo.gl/V6LqPb Acesso em 30 Jun. 2017



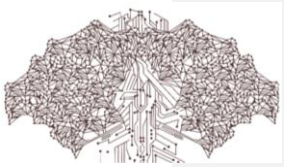
Um elemento que também deve ser considerado nesses processos de mudanças sociais ocorridos no pós-guerra é a expansão constante das tecnologias, principalmente das tecnologias digitais de comunicação, informação e interação. As extensas redes digitais conectadas mundialmente, a mobilidade dos aparelhos, o desenvolvimento da internet e a chegada das redes de banda larga e 3G, permitiram uma conexão quase em tempo integral dos indivíduos ao meio digital. Essa reconfiguração encurta as distâncias e dilata o tempo, interligando seres em extensas redes digitais, permitindo que aspectos econômicos, culturais e políticos sejam assimilados além das fronteiras geográficas de um país.

Conectados em redes digitais globais, os indivíduos se desenvolvem (diferentemente de outrora), individual e socialmente, nos interstícios do espaço físico e do eletrônico (ou ciberespaço como ficou conhecido), onde suas interações inicialmente mediadas pela cultura, hoje já são a própria cultura, ou cibercultura a qual Lévy (1999, p. 17) define como "o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem junto ao crescimento do ciberespaço". Expande-se essa noção, entendendo a cibercultura também como uma cultura híbrida, ou seja, ela não só é criada e recriada pelas representações culturais do mundo tangível, como transpassa a barreira da tela e interfere no mundo off-line.

A civilização do virtual está imersa nesse processo simbiótico entre o homem e a técnica. O processo de conversão do mundo em dados binários através das novas tecnologias do virtual, atravessa todos os aspectos da cultura contemporânea (educação, economia, política, lazer, etc.). [...] A virtualização do mundo afeta de forma irreversível a sociedade desse fim de século. A cibercultura contemporânea é uma forma peculiar de relação entre a sociabilidade e as tecnologias. (LEMOS, 1999, p.4)

A presença constante dessas tecnologias na vida humana foi, aos poucos, alterando sua relação com o corpo orgânico de diferentes formas, desde a facilitar o desempenho de tarefas como fazendo parte dele. Exames e diagnósticos de imagem cada vez mais modernos, transplantes de órgãos, transfusões de sangue, próteses e implantes artificiais ou naturais para corrigir deficiências ou estética e tecnologias da informação e comunicação são exemplos citados por Lévy (1996) sobre como a biotecnologia vem interferindo nas relações corpo-homem. O autor define esses "processos de transformação de um modo de ser num outro" como processos de virtualização, e considera que as transformações corporais proporcionadas pelas tecnologias "representam uma nova etapa na aventura de autocriação que sustenta nossa espécie." O corpo torna-se um devir, uma morfia customizável pelo indivíduo de acordo com os padrões de seu contexto cultural. Como aborda Lemos (1999):

Na virtualização da cultura, o corpo vai ser marcado pela civilização do excesso e dos múltiplos poderes. O corpo pós-moderno é superfície de escritura de vários textos:



ideológico (o corpo inscrito no fluxo das modas), epistemológico (corpo cínico, travestido), semiótico (o corpo como signo flutuante), tecnológico (os media tradicionais, as redes eletrônicas, as próteses), econômico (corpo desejo de consumo) e político (corpo de massas, esfera pública). O corpo torna-se um espaço de experiência numa espécie de "hacking" biológico. (LEMOS, 1999, p.7)

Se as tecnologias atuam sobre o corpo, por consequência também atuam não só em questões psíquicas e biológicas de como se vive e experimenta os gêneros e as sexualidades, quanto em desdobramentos sociais dessas questões. A pílula anticoncepcional e outros métodos contraceptivos, por exemplo, revolucionaram o modo como se via a sexualidade na década de 1960, como visto no capítulo anterior. Essas tecnologias permitiram às mulheres um maior controle sobre seus corpos, permitindo-lhes decidir seu futuro e atuar fortemente no mercado de trabalho, o que desencadeou uma nova percepção sobre as desigualdades de gênero e o fortalecimento dos estudos feministas nesse período. Outros exemplos são os tratamentos hormonais e cirúrgicos que possibilitam que pessoas transgênero possam realizar suas redesignações sexuais.

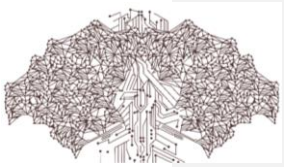
Entendendo gêneros e sexualidades em sua dimensão contextual, ou seja, que têm uma relação com os saberes, crenças e valores de uma sociedade num tempo determinado, busca-se entender como as tecnologias digitais, enquanto fenômenos contemporâneos, podem proporcionar, nesse contexto cada vez hibridizado entre matéria orgânica e dados binários, outras formas dos indivíduos se relacionarem com seus corpos, de compreendê-los, senti-los. Desse entendimento, quer-se entender como as vivências híbridas sobre gêneros e sexualidades de jovens LGBT+ podem tensionar as relações de poder heteronormativas e se constituir em outras formas de resistência.

Opta-se pelo enfoque na juventude, pois, dentre todos os sujeitos que experimentam esse hibridismo, talvez os que mais se aproximem de uma ideia "pura" desse conceito sejam aqueles nascidos na Geração Z[5]. Os nascidos nessa época vivem em um contexto de participação tecnológica ainda maior que seus antecessores. Muitas vezes, antes mesmo de aprender a ler e a falar as primeiras palavras, o primeiro brinquedo é um dispositivo de conexão *online*. A hiperconexão possibilitou que essa geração seja a que mais incorpora a tecnologia em diversas camadas de suas vidas, sendo conhecida também por *Geração Always On*, ou sempre conectada.

Entender as possibilidades de ação da juventude é, antes de tudo, como propõe Damasceno (2001), enxergar o jovem como um ator social e sujeito produtor da cultura, indo além das correntes que abordam a juventude como uma fase de transição entre a infância e a vida adulta, um vir-a-ser ou um problema social. Abramo (1997,p.6) aponta para uma dificuldade, presente em diversas abordagens sobre a juventude, de considerar esses sujeitos "como capazes de formular questões significativas, de propor ações relevantes, de sustentar uma relação dialógica com outros atores, de contribuir para a solução dos problemas sociais, além de simplesmente sofrê-los ou ignorá-los".

O jovem enquanto ator social e sujeito plural pode ser entendido a partir das relações que suas múltiplas identidades são expressas em seus movimentos cotidianos pelos mais diversos espaços, nas trocas que realiza com o seu contexto social por meio dos questionamentos,

[5] A geração Z compreende os nascidos a partir do ano 2000 até os dias atuais (GABRIEL, 2014)



desobediências e desafios à autoridade e às estruturas de poder, nas linguagens criadas ou ressignificadas, nos momentos de lazer e ócio, nos aspectos identitários compartilhados e noutras formas de ação que nem sempre dão de maneira ordenada, hierarquizada e bem definida como se observa em outros movimentos sociais.

Apesar de, muitas vezes, no mundo físico os espaços de fala da juventude ser limitados e de seus saberes serem constantemente desqualificados pelo "mundo adulto", no ciberespaço os mais diversos grupos juvenis encontram outras possibilidades de ecoar suas vozes e se articularem diante do poder, seja como conformismo, resistência ou transgressão, assim como de seu potencial criativo e transformador, como diz Damasceno (2001):

> Apesar dos limites impostos pela socialização oriunda do mundo sistêmico, o jovem, (seja estudante e/ou trabalhador) constitui de fato um ator social que no seu cotidiano não apenas reelabora os saberes, adquiridos na prática escolar e social, mas também, contribui na construção da sociedade, tendo em vista que os jovens buscam a mudança social, expressa através da crítica, da contestação, da transgressão, mas também da criação e, sobretudo, da vivência de novos padrões democráticos. (DAMASCENO, 2001, p.9)

Assim, aqui, busca-se compreender como, apesar dos silenciamentos que as discussões sobre gêneros e sexualidades costumam sofrer em algumas instituições e do cenário atual de policiamento e punição desses debates nas escolas, os jovens LGBT+, por meio da internet, podem ter acesso a essas discussões e, a partir de então, podem explorar outras identidades, subjetividades e sociabilidades, como também ressignificar a forma como vivenciam esses temas.

Entre átomos e bits: as vivências do corpo ciborgue

Os avanços tecnológicos dos últimos anos, como a expansão da banda larga e dos dispositivos móveis, a Internet das coisas, o *Big Data* e as inteligências artificiais têm contribuído para uma digitalização de toda a biosfera, de modo que até mesmo as menores estruturas estão, de certa forma, conectadas em tempo real e fornecendo informações que podem ser acessadas por quaisquer pessoas em quaisquer lugares (DI FELICE, 2017).
Ao entrar na rede, a carne é descorporificada e convertida em arranjos de bits e bytes trafegando em velocidades absurdas por caminhos imprevisíveis. O corpo se torna então ubíquo, ou seja, enquanto o corpo físico, tangível está aqui, sua representação imagética está perto do(s) interlocutor(es), que por sua vez sofre(m) o mesmo processo, de modo que os corpos de ambos se localizam simultaneamente em dois lugares no tempo-espaço. As possibilidades de representação imagética do corpo, rápidas e indolores, fornecidas pelo ciberespaço realçam a percepção do corpo customizável, indo muito além do determinismo genético e ressignificando-o de acordo com sua vontade interior. A partir desses corpos projetados, mediados pelos recursos disponíveis da interface, os sujeitos constroem suas *personas*, ou seja, constroem representações de sua identidade que se apresentam como o real para a convivência social nas redes. As *personas* seriam as representações que as pessoas criam de/para si no ciberespaço.

Apesar de não estarem ligadas fisicamente ao corpo, as experiências vividas por essas *personas* no ciberespaço não são descartadas quando se desliga o dispositivo. Com a hiperconexão e a mobilidade de conexão, a vida não se divide mais entre os momentos *online* e *offline*, se tornando um híbrido da interatuação desses universos. Haraway (2009, p.36) já apontava que a interação entre organismo e tecnologia transformaria o corpo humano num ciborgue, que, segundo ela "é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção". Gabriel (2013, p.58) chama esse fenômeno de cibridismo (híbrido entre ciber e corpo) e considera que "somos on e off ao mesmo tempo, simbioticamente, formando um ser maior que nosso corpo/cérebro biológico, nos expandindo para todo tipo de dispositivo e abrangendo outras mentes e corpos".

O dualismo estrutura essa civilização ocidental através da separação entre mente e corpo, realidade e aparência, macho e fêmea, natureza e cultura. No tempo de micro-máquinas, de redes digitais e de realidade virtual, todos nós nos transformamos em seres híbridos, cyborgs da civilização do virtual onde a conexão à todo tipo de artefato torna-se, dia após dia, mais numerosa. A cibercultura contemporânea subverte esses dualismo a ponto de não sabermos direito onde começa o homem e onde termina a máquina. Nos transformamos, a nível do corpo biológico, mas também a nível do "corpo" social, em sistemas bióticos híbridos, regidos pela comunicação e pela troca de informações. (LEMOS, 1999, p.11)

Desse modo, essa linha de raciocínio permite refletir sobre a construção das identidades nos interstícios dessas novas formas de vivência. Haraway (2009, p.63) considera que "o ciborgue é um tipo de eu – pessoal e coletivo – pós-moderno, um eu desmontado e remontado". Lemos (1999, p.11) complementa que "a 'identidade cyborg' se constitui a partir de uma afinidade, longe da lógica da apropriação de uma (e única) identidade. Seria ela a única a poder criar uma política que abrace o parcial, o contraditório e as construções abertas, pessoais e coletivas."

Se o corpo se virtualiza, as formas de prazer sexual também se transformam na internet num processo de erotização sem corpo. O sexo à distância, virtualizado, pode acontecer através de mensagens de texto (sexting), áudio, imagem, vídeo sem que se tenha real acesso à fisicalidade do(s) interlocutor(es)[6], que pode ser uma máquina operando para promover o prazer físico do interagente. Esse fenômeno permite viver "o gênero, a sexualidade, a identidade e o corpo para além de suas fronteiras. Livre dos constrangimentos físicos, o corpo torna-se puro símbolo digital." (LEMOS, 1999, p.16).

Assim como as sexualidades, as possibilidades vivências dos gêneros também são expandidas no ciberespaço. A liberdade de customizar a *persona* e o *avatar (*sua representação gráfica) permite ao usuário ser o que e quem ele quiser, ampliando o elenco de experiências do sujeito. Os recursos tecnológicos dão-lhe a escolha de performar o gênero da maneira que lhe convém, contando com certo anonimato de seu corpo físico e de sua identidade socialmente construída. Entende-se, então, como as tecnologias digitais

[6] Não que essas práticas já ocorressem por cartas, revistas de pornografia, telefone ou outros meios. Considera-se aqui um processo multidirecional, síncrono e facilmente falseado por intervenções tecnológicas.

em rede proporcionam aos indivíduos uma potencial ampliação de suas vivências sexuais e de gênero.

O ciberespaço torna-se então um ambiente propício para abarcar as diversidades dos sujeitos e de sujeitos. Castells (1999, p.461) afirma que "é precisamente devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais".

A inclusão da maioria das expressões culturais no sistema de comunicação integrado baseado na produção,distribuição e intercâmbio de sinais eletrônicos digitalizados tem consequências importantes para as formas e processos sociais. Por um lado, enfraquece de maneira considerável o poder simbólico dos emissores tradicionais fora do sistema, transmitindo por meio de hábitos sociais historicamente codificados: religião, moralidade, autoridade, autoridade, valores tradicionais, ideologia política. Não que desapareçam, mas são enfraquecidos a menos que se recodifiquem no novo sistema. (CASTELLS, 1999, p. 461)

No entanto, deve-se considerar que as identidades ciborgues (híbridas) não são tão livres como aparentam ser, afinal, se no ciberespaço elas encontram recursos para ser criadas, conectadas, multiplicadas e descartadas, na presencialidade tais identidades esbarram em estigmas que tolhem as diversidades, como o racismo, o sexismo, a homofobia e outros. Essa identidade ciborgue, de fato, vai sendo construída nas tensões e conflitos entre as permissividades do ciberespaço e as imposições sociais do mundo orgânico. Um dos possíveis efeitos dessa relação é o confronto com as práticas sociais *offline* que interditam que os fluxos identitários possam fluir livremente entre mundos. Considera-se, então, uma categoria de lutas por direitos sociais que se pode chamar de "cidadania ciborgue[7]".

Siqueira e Medeiros (2011, p.28) afirmam que "o corpo político ciborgue, formado por uma rede de ciborgues interligados, supera as hegemonias do Estado através de sua auto-organização e automobilização". A cidadania ciborgue se desenvolve, então, nessa conexão em rede de sujeitos dispersos no globo que têm seus processos de identificação globais facilitadas pelas capabilidades das redes. Essas facilidades aproximam a cidadania ciborgue do que se entende como uma cidadania global, visto que questões antes restritas ao escopo local ganham contornos imprevisíveis e podem incitar identificações diversas, mobilizar e compartilhar conhecimentos com outros ciborgues para posicionamentos e lutas políticas desterritorializadas em escala global.

Essa nova lógica atua sobre as formas de organização e participação nos movimentos sociais, permitindo que o ativismo siga o fluxo das identificações e possa se conectar com outros movimentos, fortalecendo-os e desenvolvendo outros mecanismos de luta e resistência. Siqueira e Medeiros (2011, p.28) apontam que "o corpo político ciborgue tem sua eficiência porque se constrói 'na' rede e 'em' rede, tornando impossível sua desconstituição (ou desligamento) pelo poder central do Estado".

Utilizando-se da internet e das redes sociais, os novos movimentos tornam visíveis suas demandas e lutas. Através de amplas hibridações, lutam contra a ordem política e sociocultural em que estão inseridos, desafiando as decisões de governos em todas as partes do mundo, questionando os lucros do também ciborgue capitalismo financeiro e,

[7] (HARAWAY, 2009, p.60)

através de cada ato, conclamando para um processo de globalização mais democrático. (SIQUEIRA; MEDEIROS, 2011, p.27)

A cidadania ciborgue permite compreender fenômenos políticos recentes acontecidos pelo mundo, como, por exemplo, os protestos eleitorais no Irã em 2009, a "Primavera Árabe" em 2011, as manifestações no Brasil em junho de 2013 e tantos outros ocorridos nos últimos anos. Esses movimentos tiveram pautas diferentes mas características comuns como os usos das redes virtuais, e em particular dos sites de redes sociais, enquanto principal eixo de articulação. Esses movimentos, híbridos de espaço e tempo como seus ciborgues ativistas, aconteceram de forma local e global simultaneamente ao serem transmitidos em tempo real pelas redes.

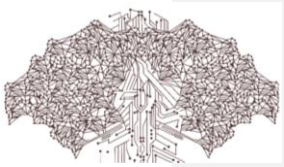
A agência de gênero e sexualidade dos sujeitos ciborgues

O percurso teórico construído até aqui buscou mostrar como as mudanças estruturais políticas, econômicas e culturais vividas pelas sociedades a partir do pós-guerra se articularam a mudanças em aspectos subjetivos e identitários dos indivíduos e nas formas como se relacionam com o mundo. Viu-se então que as capabilidades das sociedades tecnológicas apresentaram um grande papel nessas novas formas de sociabilidades, permitindo posicionar os indivíduos como híbridos de virtualidade e matéria – seres ciborgues. Conectados no ciberespaço, podem se articular em redes planetárias com outros ciborgues, o que lhes possibilita construir uma cidadania híbrida, originária das tensões entre a fluidez e maleabilidade do ciberespaço e as estruturas da presencialidade. Chega-se, então, ao ponto basilar dessa compreensão teórica: a agência dos ciborgues. Antes de avançar no debate dessa questão, afirma-se que não se considera que a capacidade de agência[8] tenha surgido nos indivíduos após o desenvolvimento da sociedade em rede. Entende-se a agência como algo inerente ao ser humano, de modo que todas as transformações ocorridas na história da humanidade só foram possíveis devido a essa capacidade de agir no enfrentamento das estruturas, não no sentido de extirpá-las, mas de ressignificá-las.

Por mais desigualmente que estejam distribuídos os recursos, alguma parte destes, tanto humanos como não humanos, é controlada por todos os membros da sociedade, por mais destituídos e oprimidos que sejam. De fato, parte do que significa conceber os seres humanos como agentes está em concebê-los como empoderados pelo acesso a recursos de um ou de outro tipo (SEWELL, 1992: 9-10 apud ORTNER, 2007, p.56-57)

Ortner (2007, p.54) considera que "a agência é sempre cultural e historicamente construída", o que aponta para um entendimento de que agência e contexto estão intimamente relacionados, assim, não se deve negar como as relações de poder dentro das novas estruturas sociais, repletas de novos recursos de participação e resistência, demandaram novos tipos de agência e vice-versa. Apesar de uma ideia de agência individual, Sewell (1992, p.21) *apud* Ortner (2007, p.53) considera que "a agência pode ser coletiva e também individual, diz que a agência acarreta a capacidade de coordenar as

[8] A capacidade de "desejar, formar intenções e agir criativamente" (SEWELL, 1992, p.21) apud (ORTNER, 2007, p.53-54)



próprias ações com outros e contra outros, de formar projetos coletivos, de persuadir, de coagir…".

Trazendo as questões de gêneros e sexualidades para exemplificar esses tipos de agência, pode-se depreender que, apesar das relações de poder que buscam regular os corpos e suas expressões, os indivíduos desviantes do "padrão de normalidade" também são dotados de poder e são capazes de agir, se julgarem conveniente, contra o exercício de poder nas diversas esferas de sua vida. Isso pode ocorrer ao integrarem um movimento social LGBT+, coletivamente, ou em sua individualidade, agindo contra discursos e práticas heteronormativas que podem se manifestar no dia a dia. Partindo desses conceitos, busca-se entender como se dão as agências dos ciborgues na era digital.

Abre-se a ressalva para que não se caia na inferência de que a cidadania ciborgue é puramente desconstrutiva, positiva e militante ou que se constroem indiferentes às relações de poder existentes no mundo físico. Assim como na presencialidade, estão presentes nesses fluxos híbridos uma pluralidade de discursos, como os mais conservadores, os usuários neutros, os ciborgues não-humanos, etc. Desse modo, como as formas em que se dão as relações de poder estão relacionados a uma dimensão contextual, essa nova dinâmica das redes possibilita traz consigo novas formas pelas quais o poder pode se expressar.

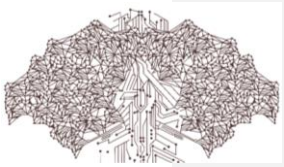
Nesse contexto, os graus de ação/resistência experimentados pelos sujeitos ciborgues, que podem se identificar com diferentes grupos (faixa etária, sexo, etnia, escolaridade), devem ser entendidos a partir de uma perspectiva de cultura[9] que considere que a pluralidade de identidades, histórias de vida, contextos e experiências de cada indivíduo interferirá na forma como ele recebe as mensagens enviadas pela cultura dominante.

Sendo a capacidade de agência mediada pelo contexto sociocultural, onde diferentes recursos demandam diferentes tipos de agência, conclui-se que as capabilidades das redes, permissivas à formação de outras identidades, permite que novas agências surjam nesse contexto. O acesso aos recursos digitais permite o desenvolvimento de narrativas autônomas, onde o sujeito conectado pode construir e compartilhar mais facilmente suas próprias redes de significado, de aprendizagem, de mobilização e desenvolver projetos coletivos de agência.

Considerando que a agência humana no ciberespaço é coordenada por um corpo físico localizado, dotado de história, percepções e valores, ou seja, possui um repertório anterior que a conduz e que as ações realizadas pelo corpo virtualizado podem reverberar nas possibilidades de ação no mundo físico, pode-se tentar entender a agência do ciborgue também como uma agência híbrida, onde as ações são reflexos das vivências em ambientes offline e online e da interação homem e máquina.

No que tange às sexualidades e gêneros, os ciborgues, no contexto do ciberespaço, dispõem de recursos que lhes permitem outras formas de agência sobre essas questões. Por meio das capabilidades das redes, os ciborgues podem ter diferentes vivências com seus corpos, gêneros e sexualidades que podem ir desde projetos mais intimistas - onde

[9] São exemplos dessas perspectivas os Estudos Culturais Britânicos e a Teoria da Prática Americana. Esses movimentos teóricos foram " praticamente contemporâneos uns dos outros, com publicações-chave em cada uma das áreas principais – teoria da prática, "mudança do poder", "guinada histórica" e "estudos culturais" –, sendo lançadas entre o final da década de 1970 e começo da de 1980. Todas eram importantes, e realmente poderíamos começar por qualquer uma e ir incluindo as outras."(ORTNER, 2007, p. 38)



buscam nas redes informações para compreender seus gêneros e sexualidades ou nas formas como os experimentam - a projetos que atuem na produção de sentidos sobre essas práticas. Nessa perspectiva, considera-se que a agência do ciborgue sobre as questões de gêneros e sexualidades pode se dar tanto em perspectivas políticas mais amplas, quanto nas suas práticas cotidianas que, como considera de Louro (2013), também podem ser fontes para a ação política.

Ainda que movimentos coletivos mais amplos sejam certamente importantes, no sentido de interferir na formulação de políticas públicas — em particular políticas educacionais — dirigidas contra a instituição das diferenças e a perpetuação das desigualdades sociais, também parece urgente exercitar a transformação a partir das práticas cotidianas mais imediatas e banais, nas quais estamos todas/os irremediavelmente envolvidas/os. Há, no entanto, um modo novo de exercer essa ação transformadora, pois, ao reconhecer o cotidiano e o imediato como políticos, não precisamos ficar indefinidamente à espera da completa transformação social para agir. (LOURO, 2013, p.122)

Nos sites de redes sociais, as agências ciborgues, individuais e dispersas, podem se agrupar e interagir coletivamente em sistemas de identificação que representem certa afinidade com algum aspecto de suas identidades. Esses encontros acontecem num espaço virtual simbólico delimitado pelas potencialidades da interface e são conhecidos como comunidades virtuais. Howard Rheingold foi um dos pioneiros autores a discutir sobre as comunidades virtuais, as quais ele identifica como:

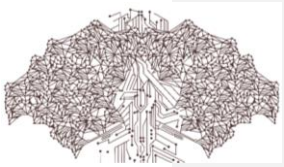
As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético [ciberespaço]. (RHEINGOLD, 1996, p. 20 apud RECUERO, 2001, p.5)

Rheingold descreve então como as comunidades se formam a partir do engajamento de sujeitos ativos que dedicam algum tempo para manter o funcionamento daquele espaço. Ao contrário de uma ideia de comunidade clássica, esses indivíduos não fazem parte dessa comunidade porque ocasionalmente nasceram nela e a ela estão ligados. Nas redes, eles podem exercer sua capacidade de agência e participar ativamente de comunidades das quais eles se identifiquem e compartilhem códigos culturais com a mesma. As interações realizadas nas comunidades virtuais lhes conferem, em potência, uma sensação de pertencimento a um grupo específico onde ele pode formar outros tipos de laços sociais.

Nesse aspecto, para grupos minoritários como os LGBT+, muitas vezes marginalizados no mundo físico, as comunidades virtuais podem se configurar como um ambiente propício para compartilhar trivialidades, opiniões, histórias de vida, para conhecer e interagir com outros LGBT+ dispersos geograficamente, ter relacionamentos, se divertir e tantas outras ações que poderiam ser coibidas, por questões diversas, em espaços físicos. Entre as potencialidades da convivência em comunidades virtuais, aqueles indivíduos que têm medo de assumir sua orientação ou aqueles que não possuem referências sobre seu gênero e sexualidade, podem encontrar remotamente, junto de sua "tribo", o apoio que precisam.

Nos grupos criados em sites de redes sociais ou nos aplicativos de trocas de mensagens, através de vídeos gravados por *youtubers*[10], nos fóruns sobre seus jogos favoritos e em

[10] Nome dado aos criadores de conteúdo na plataforma de vídeo YouTube. Os conteúdos podem ser os mais diversos: desde jogos de video-game a construções políticas mais elaboradas. Esses produtores,



muitos outros "espaços" do ciberespaço, os jovens trocam informações de sua própria experiência e aprendem com os relatos dos colegas, num movimento de aprendizagem colaborativa. Nessas conversas, eles podem reconstruir significados, desenvolver a própria linguagem e a cultura do grupo, redefinir conceitos e partilhar esses conteúdos novamente nas redes, formando uma espécie de sistema de conhecimento que se retroalimenta e se atualiza constantemente.

Trazendo essas potencialidades para os jovens ciborgues LGBT+, entende-se o quanto a autonomia proporcionada pelas redes é importante para esse grupo. Enquanto temas que poderiam ajudá-lo a compreender melhor sua sexualidade e gênero são vetados juridicamente de entrar no espaço escolar, ou demandam ocasiões e concessões específicas, esses jovens, que estão em ebulição para compreender as mudanças corporais e os desejos sexuais que surgem nessa faixa de transição, não esperam pela escola e buscam, de forma independente, conhecer sobre o que lhe faz falta.

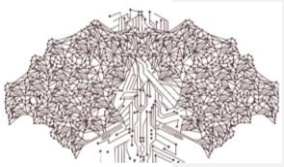
A disponibilidade de produção e acesso de conteúdos relacionados a essas temáticas e suas próprias vivências juvenis amplia os espaços de protagonismo e autonomia desse grupo social, visto que buscam compreender, por conta própria, questões pertencentes à sua subjetividade que nem sempre a escola aborda ou consegue responder. Se o lugar dessas discussões não é a escola, a família, estado ou outros, então talvez o lugar seja um não-lugar, ou um lugar que não exista fisicamente, como o ciberespaço, por exemplo.

Reconhece-se que esse processo de busca pelo saber (curioso e autônomo) da juventude sobre sua sexualidade sempre existiu fosse nas Revistas Playboy que circulavam secretamente de mão e mão entre os colegas, as mensagens e brincadeiras nos banheiros ou até mesmo nas páginas dos livros de ciências que falavam do sistema reprodutor. No entanto, reforça-se que até a mais simples das atitudes sobre sexualidade foi expandida com as redes virtuais. A pornografia cada vez mais acessível, as facilidades dos aplicativos para namoro e sexo virtual e presencial, as fotografias íntimas que se autodestroem em segundos são exemplos de como as tecnologias ressignificaram o modo como os jovens ciborgues encaram suas sexualidades. Se essas potencialidades interferem nas heterossexualidades, os impactos para as homossexualidades são ainda maiores.

O jovem ciborgue LGBT+ que vive em ambiente hostil pode participar anonimamente das redes e viver de modo mais livre as experiências de suas expressões de gênero e sexualidade sem expor seu corpo físico. Um jovem, que não encontra representatividade LGBT+ no mundo físico, através das sociabilidades com seus pares, pode desenvolver uma sensação de pertencimento ao grupo e trocar informações e experiências que contribuam para a forma como lida essas questões na presencialidade. Ressalta-se que a identidade que viaja nas redes não é apenas a identidade LGBT+, mas as outras que o constituem. Com isso, entende-se que seus grupos, apesar de primariamente identificados pelas questões de gênero e sexualidade, nem sempre discutirão apenas essas questões, mas várias outras, como a política nacional, por exemplo, ou sobre as interseccionalidades com outros marcadores minoritários, ou seja, informações sobre as vivências de ser gay e negro e gordo, por exemplo.

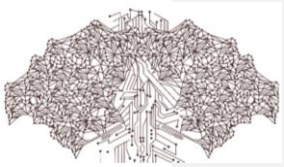
Além de vivenciar seu gênero e sexualidade de múltiplas formas nas redes, ao pesquisar ou seguir uma página que traz a temática LGBT+, o jovem pode ter acesso a conteúdos

muitas vezes jovens, exercem grande influência sobre a juventude, tal qual as celebridades da televisão exerciam sobre os jovens de sua época.



relacionados sobre essa pesquisa, expandindo suas conexões através de hiperlinks e complementando todo um ecossistema de aprendizagem que se forma quando ele decide construir esses conhecimentos de forma autônoma.

Nessa perspectiva, os jovens ciborgues poderão levar consigo essas experiências formadoras em rede para dentro da escola e confrontar, se assim desejarem, os silêncios criados nesse espaço, inserindo novas e diversas vozes sobre as questões de gêneros e sexualidades, com isso, podem tentar mobilizar os demais jovens a entender as diversidades e desconstruir preconceitos assentados no que foi normatizado socialmente.



Considerações finais

As múltiplas formas de vivências políticas e sociais nos convidam a compreender a juventude também nessa pluralidade, ou seja, essa categoria não pode ser compreendida como um agrupamento homogêneo. Isso porque as experiências juvenis perpassam por aspectos como questões de gêneros e sexualidades, relações étnico-raciais, classe social, trabalho, violência urbana e muitos outros que afetarão o modo como esse jovem age sobre o mundo e como se constrói a partir dele.

No entanto, a pluralidade de pertencimentos muitas vezes se configura como um ponto de tensão entre os jovens e algumas instituições que ainda conservam seu afã disciplinador, exposto por meio de práticas homogeneizadoras, ou seja, que buscam padronizar os indivíduos desconsiderando suas histórias e vivências. A escola, por exemplo, é um dos expoentes dessa tensão por sua aproximação direta com a juventude e por estar repleta de controles sobre as expressões individuais. A regulação está presente nos uniformes que descaracterizam as expressões individuais, nos currículos que desconsideram outras formas de conhecimento além do eurocêntrico, nos rituais que separam os corpos e afetividades entre atividades e espaços para homens e mulheres e também nos silenciamentos que autorizam determinados comportamentos e debates em detrimento de outros.

Isso tem transparecido particularmente no que se refere às relações de gênero e sexualidade, imbricadas em relações culturais e de poder que regulam, normatizam, censuram e, muitas vezes, buscam silenciar essas discussões no espaço escolar, particularmente para as minorias LGBT (LOIOLA, 2011; LOURO, 2013). Isso não significa que as temáticas do gênero e da sexualidade não sejam trabalhadas de forma alguma pelas escolas, afinal, em contextos específicos esses temas surgem seja de forma transversal, como é proposto pelo Ministério da Educação (MEC) nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN's), em algumas disciplinas ou quando se pretende fazer alguma formação preventiva sobre gravidez ou doenças sexualmente transmissíveis, por exemplo. Porém, mesmo nesse contexto, essas questões aparecem de maneira superficial, empirista, biologista, informativa ou diretiva (NUNES, 1987).

Apesar disso, se o preconceito se reproduz de maneira simbólica no cotidiano da escola, nos discursos, no currículo ou nas práticas docentes, todavia, não se deve imaginar que os estudantes permaneçam como meros espectadores neste cenário. Os jovens conseguem desenvolver seus próprios mecanismos para driblar os interditos que lhes são impostos de forma hierarquizada.

A presença cada vez maior dos jovens na internet, em particular nos sites de redes sociais, tensiona a relação alunos-gênero-escola e traz outras potencialidades de relacionamentos e

aprendizagens. A disponibilidade de produção e acesso de conteúdos relacionados a essas temáticas e suas próprias vivências juvenis amplia os espaços de protagonismo e autonomia dos alunos, visto que buscam compreender, por conta própria, questões pertencentes à sua subjetividade que nem sempre a escola aborda ou consegue responder. As conexões em rede possibilitam um espaço de produção e intercâmbio de significados onde os sujeitos podem compartilhar informações, experiências, vivências e outros conteúdos que contribuam para o empoderamento de outros LGBT+ e para uma desconstrução de preconceitos dos que não integram essa comunidade.

Com isso, salienta-se para a percepção da função pedagógica das vivências realizadas em redes virtuais, que podem atuar como espaços informais de educação (entendendo as pedagogias não apenas como aquelas que estão contidas no espaço escolar, mas aos processos de produção e intercâmbio de significados e produção de conhecimentos). Os sites de redes sociais são exemplos de como as redes podem se configurar como espaços de aprendizagem informal. Criados para a interação mútua entre os sujeitos, esses espaços contam com uma estrutura ideal para o compartilhamento de conhecimentos como, por exemplo, os grupos temáticos que se tornam representações de comunidades virtuais (informais) de aprendizagem. As interações realizadas nas comunidades virtuais lhes conferem, em potência, uma sensação de pertencimento a um grupo específico onde ele pode formar outros tipos de laços sociais.

Uma característica importante das sociabilidades juvenis em redes digitais é a possibilidade de aproximação de grupos específicos com os quais o jovem tem afinidade ou interesse. Nesses espaços, os grupos juvenis (ou tribos) trocam ideias, experiências, produzem saberes, constroem laços, se relacionam afetivamente e, por extensão, constrói a si mesmo. Assim, deve-se ter em mente a importância dos grupos para as sociabilidades juvenis, como aponta Damasceno (2001):

> É ao nível do grupo social, que os indivíduos se identificam pelas formas próprias de vivenciar e interpretar as relações e contradições, entre si e com a sociedade, o que produz uma cultura própria. É onde os jovens percebem as relações em que estão imersos, se apropriam dos significados que lhes oferecem e os reelaboram, sob a limitação das condições dadas, formando, assim, sua consciência individual e coletiva (DAMASCENO, 2001, p.23)

Assim, retomando a percepção do jovem como ator social, pode-se dizer que sua agência pode se expressar em projetos que busquem realizar trocas de vivências, influenciar e mobilizar seus iguais, como, por exemplo, quando cria um canal de comunicação nos sites de redes sociais para falar sobre suas experiências, transições e enfrentamentos pessoais podem sensibilizar e mobilizar outros indivíduos a ele conectados. Em rede, eles podem exercer sua capacidade de

agência e participar ativamente de comunidades das quais eles se identifiquem e compartilhem códigos culturais com a mesma.

Palavras-chave: Gêneros e Sexualidades. Agência ciborgue. Vivências Juvenis.

Referências bibliográficas

ABRAMO, Helena Wendel. **Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil**. Revista Brasileira de Educação. Número especial: Juventude e Contemporaneidade. São Paulo: ANPED, 1997, (5-6), p.25-36

DAMASCENO, Maria Nobre. A formação da juventude: educação e cidadania no contexto da diversidade cultural. In: MATOS, Kelma Socorro Lopes de (Org.). **Movimentos sociais, educação popular e escola: a favor da diversidade.** Fortaleza: Editora Ufc, 2003. p. 31-46. (Coleção Diálogos intempestivos ; 13).

_____, Maria Nobre. Trajetórias da juventude: caminhos, encruzilhadas, sonhos e expectativas. In: DAMASCENO, Maria Nobre; MATOS, Kelma Socorro Lopes de; VASCONCELOS, José Gerardo (Org.). **Trajetórias da Juventude.** Fortaleza: LCR, 2001. p. 9-24. (Coleção Diálogos intempestivos).

DAYRELL, Juarez Tarcísio. **O jovem como sujeito social**. Revista Brasileira de Educação, Campinas, Anped, n. 24, p.40-52, set/out/nov/dez, 2003.

_____, Juarez. Juventude, grupos culturais e sociabilidade. **Observatório da juventude**, v. 18, 2004.

GABRIEL, Martha. Educ@r: a (r)evolução digital na educação.1.ed. São Paulo: Saraiva, 2013. 240p.

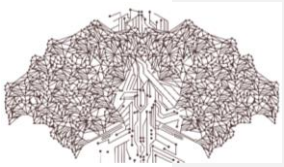
HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 33-118. Tradução Tomaz Tadeu da Silva

LEMOS, André. Bodynet e Netcyborgs: Sociabilidade e novas tecnologias na cultura contemporânea. in Rubim, A., Bentz, I.,Pinto, MJ. Comunicação e Sociabiliade nas Culturas Contemporâneas, RJ: Vozes/Compós, 1999.

_____, André. Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6 ed. Porto Alegre: Sulina, 2013, 296p. (Coleção Cibercultura)

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo, SP: Editora 34, 1999. 260p. (Coleção TRANS.)

_____, Pierre. O que é o virtual? São Paulo, SP: Editora 34, 1996. 157p. (Coleção TRANS.)



LOIOLA, Luis Palhano. Aproximações teórico-práticas em torno da diversidade sexual. In: COSTA, Adriano Henrique Caetano; JOCA, Alexandre Martins; PEDROSA FILHO, Francisco Xavier Ramos (Comp.). Recortes das sexualidades: encontros e desencontros com a educação. Fortaleza: Edições UFC, 2011. (Diálogos intempestivos ; 99)

LOURO, Guacira Lopes. Gênero, sexualidade e educacão: uma perspectiva pós-estruturalista . 2.ed. Petropolis, RJ: Vozes; 1997. 179p. (Coleção Educacao Pos-critica)

ORTNER, Sherry B.. Uma atualização da teoria na prática. In: GLOWCZEWSKI, Bárbara et al (Org.). Conferências e Diálogos: Saberes e Práticas Antropológicas. 2. ed. Blumenau: Nova Letra, 2007. p. 17-44. 25a Reunião Brasileira de Antropologia - Goiânia 2006.

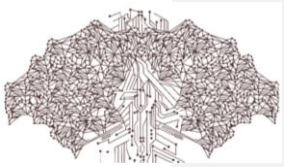
_____, Sherry B.. Poder e Projetos: reflexões sobre a agência. In: GLOWCZEWSKI, Bárbara et al (Org.). Conferências e Diálogos: Saberes e Práticas Antropológicas. 2. ed. Blumenau: Nova Letra, 2007. p. 45-80. 25a Reunião Brasileira de Antropologia - Goiânia 2006.

SIBILIA, Paula. Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão. 1.ed. São Paulo: Contraponto, 2012.222p. Tradução Vera Ribeiro

SIQUEIRA, H. e MEDEIROS, M. Somos todos ciborgues: aspectos sociopolíticos do desenvolvimento tecnocientífico. Revista Configurações, v. 8, p. 11-32, 2011. Disponível: http://configuracoes.revues.org/882. Acesso em: 15 jun. 2017.

NUNES, Cesar Aparecido. Desvendando a sexualidade. Campinas: Papirus, 1987. 101p.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A ARTE DA MÍDIA SOCIAL: POÉTICAS CONTEMPORÂNEAS[1]

Juliana Garzillo Cavalcanti[2]

O presente estudo analisa o cenário de intervenções artísticas da *social media art*, propostas artísticas realizadas através do dispositivo das mídias sociais. A pesquisa tem como foco os artistas que trabalham com redes sociais e a experimentação desse meio dentro da arte contemporânea. A necessidade de problematizar o cenário comunicacional contemporâneo e a arte das chamadas novas mídias move a discussão aqui posta. Para isso, faz-se estudo de casos de artistas como Vera Holtz, Arnaldo Antunes, Man Bartlett e o Coletivo Quarta Pessoa do Singular. Arlindo Machado (2010) e o conceito de artemídia embasa a leitura de problemáticas audiovisuais e do vídeo nos trabalhos aqui abordados. Já o *software*, sustento das mídias sociais, tem sua estética e linguagem considerados pela leitura de Lev Manovich (2013) e seu conceito de *cultural software*.

Palavras-chave: arte na mídia social; arte online; social media art.

Os artistas produzem seus trabalhos com os meios de seu tempo. Tratando-se do meio audiovisual, mais especificamente, houveram mudanças ao longo das décadas conforme novas tecnologias foram surgindo, criando novas linguagens e vivências artísticas. No cenário contemporâneo, em tempos de web 2.0 e 3.0, as ideias de ubiquidade e conexões em rede não são novidade. Numa sociedade em que a rotina consiste no entrelaçamento entre os ambientes online e offline, a hibridização dos meios e linguagens é um fato dado. Num mundo online, as ferramentas de comunicação mais utilizadas se tornam as mídias sociais, onde os usuários se atualizam e compartilham opiniões e informações dentro de seu círculo de conexões. Os artistas de agora têm, portanto, em suas mãos, a tarefa de subverter o uso convencional das mídias - assim

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), participante do grupo de estudos Extremidades, de Christine Mello. E-mail: julianagarzillo@gmail.com

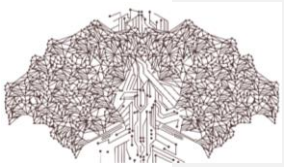
como as gerações anteriores o fizeram em seus respectivos cenários tecnológicos. De acordo com Arlindo Machado:

> O que faz, portanto, um verdadeiro criador, em vez de simplesmente submeter-se às determinações do aparato técnico, é subverter continuamente a função da máquina ou do programa que ele utiliza, é manejá-los no sentido contrário ao de sua produtividade programada. (MACHADO, 2010, p. 14)

Dessa forma, em sua época, artistas desconstruíram a estética da televisão ao vivo, outros trabalharam com o rádio, arte postal, fax, slow scan, telefone, e assim por diante, até um cenário contemporâneo de web art. Não cabe aqui traçar um histórico ou apresentar um apanhado de nomes e obras importantes dessas intervenções e performances artísticas com telecomunicações e redes telemáticas (autores renomados já fizeram e fazem isso), mas enfatizar o caminho traçado pelas criações na arte e sua relação com os meios de comunicação de diferentes períodos. O interesse aqui parte da arte feita com e na internet, mas por meio de websites já existentes e de uso massificado. Trata-se especificamente de arte produzida através de mídias sociais.

Não entram na análise o uso de ferramentas de busca, ou de divulgação de obras via mídias sociais, mas sim a produção através dos softwares e interfaces das redes sociais. Dessa forma, nomes importantes da net art como Vuk Cosic, Alexei Shulgin, Olia Lialina, Daniel Andújar, por exemplo, servirão para este estudo como referência de um início de movimento de trabalhos que questionam a internet. Tal conjunto artístico é tido como uma referência estética essencial, mas que será superada, no melhor sentido da palavra. Um website de artista ou de uma obra, com domínio próprio, por exemplo, não entraria no escopo desta pesquisa. Trata-se da desconstrução do uso da mídia, da negação de sua finalidade massificada, para a experimentação com sua linguagem. Trata-se da utilização da rede social online como ferramenta para construção de novas poéticas.

Tal escolha deriva do fato de as mídias sociais serem consumidas e vividas ininterruptamente pela sociedade. Considerando o cenário brasileiro, em que a desigualdade social mantém algumas camadas populacionais com a televisão como primeira referência de entretenimento e informação (por vezes, até mesmo como referência estética), a internet se faz presente, ainda que de maneira indireta. Isso porque canais como a Globo, por exemplo, vem mudando a programação, identidade e conteúdo de seus programas conforme a linguagem da internet se estabelece como um padrão.

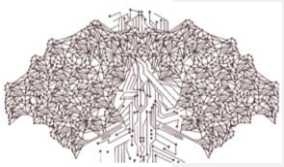


Conforme o autor Mario Costa defende, "em qualquer época, as mensagens culturais antropologicamente mais eficazes e mais significativas são aquelas que derivam das técnicas dominantes dessa época" (COSTA, 2013, p. 248). A ideia é, através das redes sociais, refletir sobre sua existência como aparelhos semióticos para o mundo. Tal reflexão sobre a atualidade se constrói através das experimentações artísticas:

> O fato mesmo de as suas obras estarem sendo produzidas no interior dos modelos econômicos vigentes, mas na direção contrária deles, faz delas um dos mais poderosos instrumentos críticos de que dispomos hoje para pensar o modo como as sociedades contemporâneas se constituem, se reproduzem e se mantêm. (MACHADO, 2010, p. 17)

As redes sociais são ambientes proporcionadores de múltiplas derivações interativas entre usuários e mensagens. Isso porque a rede é um cruzamento de diferentes nós e linhas, de comportamento complexo. Considera-se aqui as mídias sociais como múltiplos pontos de acesso à rede maior da internet. São redes menores formando uma rede mais ampla. Elas são a possibilidade de múltiplas trajetórias semânticas, pois se interconectam, numa ressignificação de mensagens em grande escala. O potencial expansivo de um trabalho construído em uma rede social se torna atrativo para observação e análise. Além da possibilidade interativa que ele apresenta, é passível de sofrer uma ressignificação quando transferido para outra rede social. Por exemplo, um vídeo ao vivo no Facebook pode ser redirecionado para o Twitter, plataforma com características semânticas e de tipo de uso diferentes dos do Facebook. Um mesmo vídeo, na rede, tem diferentes potenciais de recepção e percepção conforme a mídia social em que está inserido.

Imerso nas redes sociais, "enquanto o sujeito individual se torna frágil, vai nascendo um sujeito ultraindividual ligado e dependente das redes comunicacionais e telemáticas" (COSTA, 2013, p.253). O imaginário se modifica conforme mudam também as práticas comunicacionais. Com a potência das conexões online, a multiplicidade de referências e trocas é crescente, complexificando relações e subjetividades. Múltiplas são também as telas com que se relacionam as pessoas: smartphones, tablets, computadores de variados tipos, além das já existentes e aperfeiçoadas televisões, e assim por diante. Tendências vão emergindo nesse cenário de pluridimensionalidade e instabilidade, em que novidades se tornam obsoletas em cada vez menor intervalo de tempo. Conforme a sociedade se torna mais complexa, mais potentes se tornam também as telecomunicações. O tempo de atenção encurta, ao passo de que o volume de conteúdos diversos aumenta, demandando das pessoas a capacidade de conseguirem se manter conectadas com o novo em tempo real.



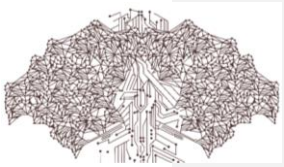
> E uma vez que agora os novos processos imagéticos despejam seu fluxo de imagens e sons de forma simultânea, isso exige, da parte do receptor, reflexos rápidos para captar todas (ou parte delas) as conexões formuladas, numa velocidade que pode mesmo parecer estonteante a um "leitor" mais conservador, não familiarizado com as formas expressivas da contemporaneidade. (MACHADO, 2010, p. 76)

Este estudo traz um questionamento sobre o fenômeno em que a sociedade se encontra imersa e, portanto, ainda incapaz de analisar seu comportamento de maneira distanciada. A arte aparece aqui como uma maneira de refletir sobre algo que é essencialmente contemporâneo, com experimentações diversas que evidenciam processos ainda em andamento. O interesse nas mídias sociais vem da possibilidade que ela traz de interatividade dos usuários, que, além de terem contato com a obra em tempo real, no momento em que ela é posta na internet, podem responder a ela ativamente, seja por meio de compartilhamento ou feedback (botões de curtir, comentários, dentre outros). Dessa maneira, as redes sociais se tornam atrativas para intervenções artísticas por conta de suas múltiplas potências e interatividade.

A principal característica do campo aqui pesquisado, a chamada *social media art*, é o uso da mídia social como dispositivo de criação. Logo, diferentes redes sociais estimularão diferentes tipos de intervenções criativas. Trata-se da arte tornando-se acessível aos mais diferentes tipos de público, atingindo pessoas de qualquer localidade do planeta, e, ainda assim, mostrando-se rica em termos criativos. A complexidade das relações de sentido na internet se estende ao trabalho artístico. A interatividade característica das redes sociais acrescenta imprevisibilidade e torna a audiência do trabalho parte de sua construção, aumentando a gama de possibilidades dos caminhos que a obra pode trilhar.

> Quem faz arte hoje, com os meios de hoje, está obrigatoriamente enfrentando a todo momento a questão da mídia e do seu contexto, com seus constrangimentos de ordem institucional e econômica, com seus imperativos de dispersão e anonimato, bem como com seus atributos de alcance e influência. Trata-se de uma prática ao mesmo tempo secular e moderna, afirmativa e negativa, integrada e apocalíptica. (MACHADO, 2010, p. 29)

Um dos desafios deste estudo é conciliar diferentes disciplinas e práticas para a construção de um pensamento que dê conta da complexidade deste tema. A afirmação de que existe (ou pode existir) arte feita de mídia social é potencialmente polêmica. Trata-se de um campo pouco explorado poeticamente, e isso, particularmente, é uma questão também a ser



entendida. Por que razão, mesmo com a facilidade de acesso e uso massificado das redes sociais, encontra-se poucos trabalhos artísticos feitos com elas?

> As novas tecnologias evocam um tipo de trabalho multidisciplinar, seus produtos resultam de uma mistura de vontade estética e saberes técnico-científicos, que não se apresentam como uma direta e imediata objetivação de um sujeito, a sua essência mental solicita intervenções de qualidade conceitual e por isto mesmo, transindividual, e assim por diante. Os "artistas" das neotecnologias vão se adequando a este novo conceito teórico e estético e isto, ainda que não lhes agrade, os coloca à margem de toda continuidade da história da arte. (COSTA, 2013, p. 253)

Em um mundo multitelas, a relação com a imagem e o ao vivo se ressignifica. Abre-se espaço para a emergência de novas poéticas numa hibridização de meios e linguagens, assim como crescem as possibilidades de troca entre artistas e comunidade com a democratização da comunicação com a internet.

> A tela (do monitor, do aparelho de televisão) torna-se agora um espaço topográfico onde os diversos elementos imagéticos (e também verbais, sonoros) vêm inscrever-se, tal como já se pode hoje vislumbrar em ambientes computacionais multitarefas. Do espaço isotópico da figuração clássica, baseado na continuidade e na homogeneidade dos elementos representados, passamos agora ao espaço politópico, em que os elementos constitutivos do quadro migram de diferentes contextos espaciais e temporais e se encaixam, se encavalam, se sobrepõe uns sobre os outros em configurações híbridas. (MACHADO, 2010, p. 75)

As telas portáteis e de diferentes tamanhos potencializam a criatividade no desenvolvimento de obras visuais e audiovisuais. Junto a isso, com as mídias sociais, é possível que os artistas alcancem o público sem intermediações. A atriz Vera Holtz, por exemplo, mais conhecida por seus papéis em novelas da Globo, realiza trabalhos em sua página do Facebook de maneira espontânea. Abordando temas em voga, como legalização do casamento gay e o feminismo, a artista publica fotos produzidas e vídeos em tom performático apresentando uma poética própria e desvinculada da figura vista na televisão. Assim como Vera Holtz, outros artistas fazem uso da internet para realizar trabalhos experimentais e que brincam com a estética online.

> As experimentações artísticas com as novas mídias digitais acentuam-se e multiplicam-se nestes dois últimos decênios com a utilização, pelos artistas, de diversas formas de produção, distribuição e intercâmbio, possibilidade ampliada com a recente

> introdução da web. Vários artistas vêm desenvolvendo projetos nesses domínios, que continuam a ser um campo frutuoso para experiências artísticas e representam um dos novos desafios para a arte contemporânea. (PRADO, 2003, p. 20)

Em constante atualização, Arnaldo Antunes publica também em sua página no Facebook curtos videoperformances e *gifs* de poesia concreta, brincando com a linguagem da internet e fazendo uso de ferramentas e trejeitos das redes sociais para construção de um conjunto de pequenas peças criativas. Perfis como o dele e de Vera Holtz se tornam mini galerias, em que é possível passear pelas publicações com o deslizar de um dedo sobre a tela do celular. As postagens novas desses artistas aparecem na timeline de quem curtiu suas páginas, mantendo um diálogo constante com o público e inserindo seus trabalhos das vidas e rotinas das pessoas.



Figura 1: captura de tela de vídeo de Vera Holtz no Facebook Fonte: https://www.facebook.com/veraholtzoficial

Uma das características mais atraentes da *social media art* é o seu potencial de interatividade em diferentes níveis. Marcel Duchamp introduziu à sociedade a ideia de que a arte não reside nas coisas, mas é a transação que acontece entre observador e objeto. Nas redes sociais, a possibilidade de troca é potencializada de modo a criar diversas maneiras de interações, num movimento enriquecedor e de criação exponencial de signos. A respeito dessa relação:

> Sem esta intervenção do usuário a obra permanece uma potencialidade, não perceptível. A obra se divide incessantemente entre estados virtuais/potenciais e estados atuais que fazem de cada leitura um acontecimento singular e único. (DONATI e PRADO, 2013, p. 267)

De 2010, "#24kit" é um trabalho do artista americano Man Bartlett, que realizou uma performance pelo Twitter. Durante 24 horas, em um ambiente filmado e acessível por *streaming*, o artista esteve online na rede social e convidou usuários a postarem mensagens com o tema "#iam". As mensagens recebidas por ele eram transcritas em papéis coloridos e coladas em um manequim, em tempo real. Terminada a ação, o manequim coberto por frases foi exposto em algumas exposições em museus. Man Bartlett realizou ainda outros trabalhos com mídias sociais, fazendo uso de poéticas inerentes a cada dispositivo de rede social e questionando a presença delas nas vidas das pessoas. Em 2012 ele publica o vídeo de "I deleted my Facebook acount", em que registra seu suicídio da rede social, mostrando a tela do computador no momento em que ele deleta sua conta do Facebook.

Um caso que aborda a estética da rede social é o videoclipe e música gravados ao vivo via Facebook da banda irlandesa The Academic. Brincando com os atrasos de transmissão dos vídeos ao vivo no Facebook, a banda fez uso do *delay* do *streaming* para montar a composição de sua música Bear Claws em tempo real. Misturando performance musical ao vivo com as repetições causadas pelos atrasos da transmissão, o resultado é um vídeo em que diferentes tempos interagem entre si – passado e presente -, confundindo o espectador a respeito do que está de fato acontecendo ao vivo e o que é repetição. Além das camadas musicais somadas, os vídeos em repetição vão formando um fundo infinito, completando a dinâmica da performance ao vivo. A interação dos espectadores também faz parte da composição visual do trabalho, com os corações dos likes e reações ao vídeo flutuando pelo palco.



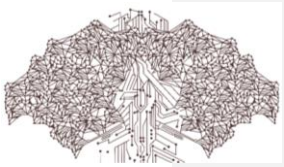
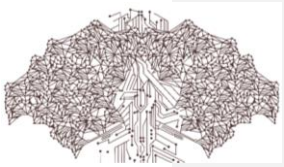


Figura 2: captura de tela de vídeo da performance ao vivo da música Bear Claws Fonte: https://www.facebook.com/theacademic/

Outro exemplo a ser abordado é o vídeo "Trilogia Incompleta", realizado pelo Coletivo Quarta Pessoa do Singular. Com duração de 23' 01", foi construído a partir de vídeos capturados via Periscope em três dias de protestos na Avenida Paulista, na cidade de São Paulo. O projeto utiliza-se da transmissão de vídeo pela internet para construir sua enunciação, na qual dá ênfase e ressignifica o discurso dos usuários do aplicativo. A proposta busca, além de retratar os fatos políticos, testar as relações entre o documentário e a videoarte, brincando com as conexões entre mídias já consagradas como o vídeo no documentário e as novas como os aplicativos para celular. O resultado é um trajeto entre a câmera para selfie de um celular, para a tela de outros celulares, até chegar à tela grande.

Uma das tentativas de inclusão das performances online a movimentos artísticos é o festival mexicano CompArte for Humanity, que em 2017 convocou realizadores do espaço cibernético a exporem trabalhos na mostra virtual "Against Capital and its Walls, All the Arts… Including the Cybernetic Ones". Poucos trabalhos foram realizados por mídias sociais, cabendo destacar um perfil de Instagram de uma artista que a princípio postaria somente fotos abstratas, e uma transmissão ao vivo pelo Facebook de performance. A única categoria do festival dedicada a uma mídia social, o Instagram, teve publicação do perfil @publicinvestigator. A proposta era a de desconstruir o uso da rede social com publicação de fotos não figurativas, na tentativa de negar o comportamento dos usuários de Instagram que usualmente postam fotografias visualmente agradáveis e de fácil leitura. Porém, em pouco tempo pode-se perceber o desvirtuamento da proposição estética desse perfil, ao serem postadas fotos de atividades pessoais da artista, dentre outros registros fotográficos de objetos quaisquer. Mesmo assim o perfil continua como parte da mostra online do festival CompArte, apontando para um descomprometimento da artista e até mesmo um possível desinteresse mais ampliado nesse tipo de intervenção artística.

Também no contexto de produção nas mídias sociais está o vídeo "Verde e Amarelo: Trilogia Incompleta", realizado pelo coletivo Quarta Pessoa do Singular. Ele foi construído a partir de vídeos capturados via Periscope em três dias de protestos na Avenida Paulista. No dia 13 de março de 2016, primeiro dia retratado, acontece a primeira grande manifestação na avenida contra o governo PT. A segunda manifestação foi captada em 17 de abril de 2016, dia em que a Câmara dos Deputados votou em sua maioria a favor do impeachment da presidente Dilma Roussef. O terceiro e último protesto pró-impeachment aconteceu no dia 31 de julho de 2016, dia da decisão do Senado a favor do afastamento de Dilma do poder.



Os vídeos que compõem o curta têm estética característica de seu tempo: são feitos através de smartphones, em posição vertical. Isso possibilitou que até três telas diferentes pudessem aparecer simultaneamente na tela maior do documentário, sem qualquer distorção ou corte das telas originais. Os travamentos ocorridos por conta de sinal ruim de internet móvel por parte dos transmissores foram mantidos e compõem a linguagem do curta. Há a hibridização de linguagens aqui. Telas verticais que formam uma tela final horizontal, e também ruídos causados online suspensos e retransmitidos de maneira offline. O audiovisual sofre influência e é sobreposto com conteúdo de texto proveniente dos comentários dos usuários visualizadores. O texto gera respostas em vídeo, e o vídeo gera interações em texto. Os vídeos capturados pelo aplicativo Periscope não só possibilitam a escolha estética que tenta manter o máximo de elementos do aplicativo, mas também são elemento fundamental na temática do filme ao expor os discursos disponibilizados voluntariamente pelos usuários das transmissões.

Poucos trabalhos e artistas das mídias sociais foram encontrados até a elaboração deste texto, o que pode apontar para a importância deste estudo: percebe-se, até agora, o desinteresse estético com relação a essas redes de uso massificado. Trata-se de um cenário ainda pouco explorado inclusive pela academia, que publica estudos sobre as mídias sociais, mas ainda não sobre a *social media art*.

Referências bibliográficas

ARANTES, Priscila. **Arte e mídia**: perspectivas da estética digital. São Paulo: Senac, 2012.

ASCOTT, Roy. **Homo telematicus no jardim da vida artificial** in PARENTE, André (org). Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2013.

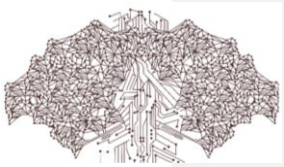
BASBAUM, Sergio. **Sinestesia e Percepção digital.** Teccogs, São Paulo, n. 6, p. 245-266. jan.-jun. 2012.

BASTOS, Marcus. **Limiares da rede**: escritos sobre arte e cultura contemporânea. São Paulo: Intermeios; Fapesp, 2014.

CHIPP, Herschel B. **Teorias da arte moderna**. Colaboração de Peter Selz, Joshua C. Taylor. 2. ed (2ª tiragem). São Paulo : Martins Fontes, 1999.

COSTA, Mario. **Por uma estética das redes** in PARENTE, André (org). Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2013.

COUCHOT, Edmond. **A Tecnologia na arte**: da fotografia à realidade virtual. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2003.



_____. In: DOMINGUES, Diana. (Org). **Arte, ciência e tecnologia**: passado, presente e desafios. São Paulo: Unesp. 2009. P. 407-421.

_____; TRAMUS, Marie-Hélène; BRET, Michel. **A segunda interatividade: em direção a novas práticas artísticas.** In: DOMINGUES, Diana. (Org.). Arte e vida no século 21: tecnologia, ciência e criatividade. São Paulo: Unesp, 2003. p. 27-38.

DEWEY, John. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DONATI, Luisa Paraguai e PRADO, Gilbertto. **Utilizações artísticas de imagens em direto na world wide web** in PARENTE, André (org). Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2013.

ECO, Umberto. **Obra aberta**: formas e indeterminação nas poéticas contemporâneas. São Paulo: Perspectiva, 2015.

FERREIRA, Glória; Cotrim, Cecilia (orgs.). **Escritos de artistas**: anos 60/70. 2. ed. Rio de Janeiro : Jorge Zahar, 2009.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

_____. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

GRAU, Oliver. **Arte virtual**: da ilusão à imersão. São Paulo: Editora UNESP, Editora SENAC São Paulo, 2007.

HIGGINS, Dick. **Horizons**: the poetics and theory of the intermedia. Carbondale: Southern Illinois University Press, 1984.

JOHNSON, Steven. **Emergência**: a vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. **O sujeito na tela**: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço. São Paulo: Paulus, 2007.

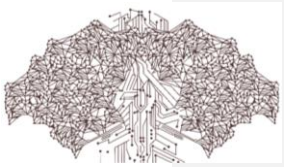
_____. **Made in Brasil**: três décadas de vídeo brasileiro. São Paulo : Iluminuras/Itaú Cultural, 2007.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. New York: Bloomsbury, 2013.

_____. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MELLO, Christine. **Extremidades do Vídeo**. São Paulo: Senac, 2008.

_____. **Extremidades**: Leituras entre arte, comunicação e experiência contemporânea. In: ARANTES, Priscila; PRADO, Gilbertto; TAVARES, Monica. (Org.). Diálogos transdisciplinares: arte e pesquisa. 1. ed. São Paulo: ECA/USP, 2016, v. 1.



PARENTE, André (org). **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PAUL, Christiane. **Digital Art**. New York: Thames & Hudson Ltd, 2003.

PEIRCE, Charles. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

PLAZA, Julio; TAVARES, Monica. **Processos criativos com os meios eletrônicos**: poéticas digitais. São Paulo: Hucitec, 1998.

PRADO, Gilbertto. **Arte telemática**: dos intercâmbios pontuais aos ambientes virtuais multiusuário. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

SALLES, Cecilia A. **Gesto Inacabado**: processo de criação artística. São Paulo: FAPESP: Annablume, 1998.

_____. **Redes da criação**: construção da obra de arte. Vinhedo: Horizonte, 2008.

SALTER, Chris. **Entangled**: technology and the transformation of performance. London: The MIT Press, 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Percepção**: fenomenologia, ecologia, semiótica. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

SANTAELLA, Lucia; ARANTES, Priscila. **Estéticas Tecnológicas**: novos modos de sentir. São Paulo: Educ, 2011.

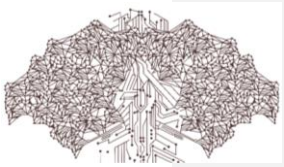
SHANKEN, Edward. A. **Systems**. Londres: Whitechapel Art Gallery, 2015.

STILES, Kristine; SELZ, Peter (eds.). **Theories and Documents of Contemporary Art**: a sourcebook of artist's writings. Berkeley: University of California Press, 1996.

VERLAG, Cantz. **Hardware Software Artware**: confluence of art and technology. Ostfildern: ZKM Center for Art and Media, 1997.

YOUNGBLOOD, Gene. **Expanded Cinema**. Toronto/Vancouver: Clarke, Irwin & Company, 1970.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A COMUNICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NAS ORGANIZAÇÕES PRIVADAS EM UMA ECONOMIA GLOBAL DA INFORMAÇÃO – MONITORAMENTO, ENGAJAMENTO E PARTICIPAÇÃO DOS STAKEHOLDERS.

Marcos José Zablonsky[1]

Introdução

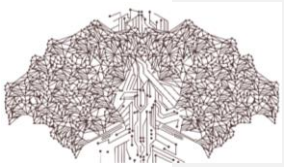
O estudo tem como tema a comunicação da sustentabilidade nas organizações privadas em uma economia global da informação. A comunicação neste contexto da sustentabilidade é utilizada como forma de divulgar o compromisso das empresas com a sociedade e com a Terra, mas também como estratégia de construir uma boa imagem e reputação. O objetivo principal deste estudo é analisar como o tema sustentabilidade é tratado nos materiais divulgados pelas empresas NATURA e AMBEV nos sites, anuários, releases para a imprensa e propaganda. Outro ponto é de identificar a forma e a frequência com que o assunto é pautado e divulgado na imprensa ou nos rankings e eventos de premiações e as interações e engajamento dos stakeholders nas ações e boas práticas das organizações pesquisadas. Pretende-se também investigar as diferentes formas de abordar o tema e comparar se produzem mais releases e conteúdos com foco na dimensão social, ambiental ou econômica do tripé da sustentabilidade. Como técnica de coleta de dados foi feita uma pesquisa bibliográfica existente acerca do tema, uma pesquisa documental no site oficial das empresas e análise de conteúdo dos releases publicados no site, nas interações nos canais disponibilizados pelas organizações e nos materiais divulgados para os stakeholders. O Eixo temático Redes Digitais e tecnologias para a sustentabilidade vai de encontro com a pesquisa.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Comunicação, Ativismo, Redes, Engajamento.

Comunicação da sustentabilidade

As empresas brasileiras se encontram em diferentes estágios de absorção, entendimento e incorporação do conceito de sustentabilidade e gestão sustentável. Mesmo assim, a comunicação da sustentabilidade empresarial é uma realidade. Isso acelera a necessidade de autorregulação do

1 Pesquisador é professor titular da Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Doutor em Educação e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação (PUCPR.). E-mail: marcos.zablonsky@pucpr.br



setor de comunicação, pelo menos no campo da ética, das melhores práticas ou do que o mercado tem como aceitável. As empresas vêm procurando conciliar seus objetivos às novas preocupações da sociedade, que está atenta às atitudes das organizações e no seu desempenho nas questões da sustentabilidade. A informação é transmitida rapidamente pelos meios de comunicação e não há como esconder atitudes erráticas. As pessoas têm mais acesso à informação e sabem dos deveres das empresas e cobram dela uma postura socialmente responsável.

Na visão de Neto e Froes (1999, p. 45),

> os fatores que têm impulsionado as empresas brasileiras na aplicação da responsabilidade social são o crescente grau de organização da sociedade, divulgação dos meios de comunicação e mais expectativas das comunidades e dos funcionários sobre engajamento social empresarial.

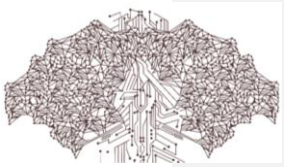
Uma organização nessa perspectiva pode ser considerada uma micro sociedade que opera nas mais diferentes dimensões sociais, econômicas, políticas e simbólicas.

> Toda a convergência midiática presente no dia-a-dia do cidadão percorre o fazer comunicacional das organizações com igual intensidade, pois estas são partes integrantes da sociedade e formadas por pessoas que se intercomunicam e se inter-relacionam, por meio da comunicação interpessoal, grupal e de todas as suas mídias tradicionais e inovadoras como as digitais (KUNSCH, 2007, p. 38), .

Vale ressaltar que a recente crise econômica mundial colocou em cheque muitas empresas que se consideram "sustentáveis". Numerosas organizações que possuíam estruturas de gestão verticais e rígidas estão se tornando horizontais e principalmente, em modelos colaborativos de modo a serem mais flexíveis e responderem mais rapidamente as dinâmicas do mercado e as exigências das questões de sustentabilidade do planeta e da própria organização.

Sociedade em rede

Todas as conexões diretas e indiretas que unem um individuo ou grupo a outros indivíduos ou grupos, formam redes de conhecimento e de relações. As organizações estão buscando criar redes para ampliar e disseminar suas ações de sustentabilidade. Os grupos sociais são uma fonte importante de aquisição de redes, mas nem todas as redes são grupos sociais. Em muitas delas,



segundo Giddens (2013, p. 926), a "partilha de expectativas e o senso comum de uma identidade, que são característicos dos grupos sociais, estão ausentes e as redes servem os nossos interesses de formas diversas". Percebe-se que a maioria das pessoas aproveita as suas próprias redes pessoais quando procura oportunidades ou vantagens, mas nem todas têm acesso a redes que detém muito poder.

Para Castell (2002), as redes potencializadas pelo desenvolvimento das tecnologias da informação – nomeadamente a Internet – são a estrutura organizacional que define a nossa era. A flexibilidade e a adaptabilidade inerentes às redes conferem-lhes numerosas vantagens sobre os modos de organização anteriores. Para o autor o advento da internet traduziu-se na possibilidade de processar dados, em simultâneo, quase em qualquer parte do mundo. Não é necessário existir proximidade física ente os envolvidos. Por consequência, a introdução de novas tecnologias permitiu que as empresas refizessem a sua estrutura organizacional, decentralizando, flexibilizando ao ponto de surgirem empresas nas quais se pode trabalhar a partir de casa.

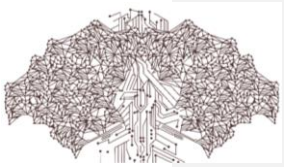
Para Gibbens (2013, p. 967)

> os limites físicos das organizações estão ruindo perante a capacidade que as novas tecnologias de informação têm de suplantar fronteiras e fusos horários. Os limites das organizações são mais abertos e fluidos do que nunca devido à globalização, às tecnologias da informação e a novas tendências nos padrões ocupacionais.

Ainda segundo Castell, em The Rise of the Network Society (1996), a empresa em rede é a forma organizacional mais adequada a uma economia global da informação. Com isto, Castell entende ser cada vez menos possível para as organizações sejam estes pequenos negócios ou grandes multinacionais, sobreviver sem estarem inseridas numa rede. A criação de redes é possível devido ao crescimento das tecnologias da informação: organizações de todos os pontos do globo podem encontrar-se, contatar e coordenar atividades conjuntas através de um meio eletrônico.

A comunicação da sustentabilidade passa pela forte divulgação dos projetos, ações, boas práticas, politicas públicas e missão das organizações e particularmente, pelo engajamento e apoio dos indivíduos a causas das organizações. Para isso, uma forma de disseminar para seus stakeholders, as suas boas práticas, projetos e ações de sustentabilidade, está em criar redes de relacionamento que permita o sentido de pertença.

Bourdieu (1998) elaborou o conceito de capital social, como o conhecimento social e as relações que dão às pessoas a possibilidade de atingirem os seus objetivos e aumentarem a sua influência. O capital social inclui redes sociais úteis, um sentido de obrigação mútua e de



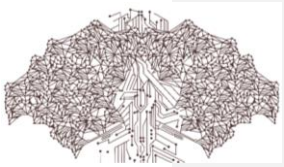
confiança, uma concepção das normas que governam o comportamento efetivo e, de um modo geral, outros recursos sociais que capacitem os indivíduos para agir com eficácia.

Robert Putnam distinguiu dois tipos de capital social: o capital social de ligação, inclusivo e orientado para o que o rodeia e o capital social de adesão, exclusivo e orientado para o seu interior. O primeiro tem a capacidade de unir pessoas pelo movimento dos diretos civis que juntou negros e brancos na luta pela igualdade racial e pelas organizações religiosas que estabelecem pontes entre diferentes credos. O segundo reforça identidades exclusivas e grupos homogêneos. Identificados entre as organizações étnicas fraternais, nos círculos de leitura femininos organizados no seio da Igreja e nos clubes (Putnam, 2000).

Para o autor as pessoas que pertencem a organizações das quais são membros ativos tendem a sentir-se mais ligadas, muito empenhadas e capazes de fazer a diferença. Do ponto de vista da sociedade mais abrangente, o capital social e nomeadamente o de ligação, permite aos indivíduos sentirem-se parte da comunidade alargada, uma comunidade que procura incluir aqueles que são diferentes de nós. (Putmam, 1993 apud Gibbens (2013, p. 929).

Chambers (2006) analisou as mudanças sociais elaboradas por Putmam (1993) dos laços familiares razoavelmente estáveis e fixos, e relações de vizinhanças e comunitárias, aos laços mais voluntários e fluidos. Para a autora estão sendo gerados novos padrões de associação e novos laços sociais em torno de ideais como a amizade, alguns dos quais são mantidos por meio das redes possibilitadas pelas tecnologias da informação e da comunicação. Para ela, ainda, se criam outras formas de relacionamento social com o aparecimento de novas identidades sociais entre grupos anteriormente marginalizados, como as comunidades homossexuais e de espaços seguros para a exploração do "eu".

Muitos protestos são organizados e levados a cabo recorrendo à informação em linha, às mensagens de smartphone e pelas mídias sociais. Muitos dos movimentos sociais contemporâneos também se envolvem em ações diretas em vez de trilharem o caminho da pressão politica convencionais através das vias habituais. Atualmente, a evolução da informação está alterando, mais uma vez, a natureza da interação social. Os grupos e as novas organizações do futuro poderão vir a proporcionar uma nova percepção da comunicação e da interação social. Justifica-se esse estudo pelas novas abordagens que a sociedade em rede e o ativismo ambiental e de justiça social, vem buscando como forma de pressão e de construção de um repertório mais articulado com os interesses da sociedade e de uma sociedade mais igualitária. Será cada vez mais fácil para as pessoas com interesses semelhantes, entrarem em comunicação uma com as outras em todo o planeta, criando diversos grupos dispersos pelo mundo inteiro, cujos membros podem nunca vir a conhecer-se pessoalmente, mas estarão lutando por interesses comuns.



Metodologia

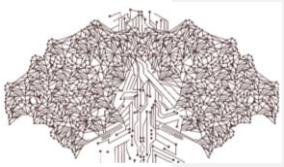
A pesquisa aborda por meio de estudo de caso, sendo analisado todo o cenário digital como: redes sociais, sites e propagandas online das empresas Natura e Ambev e material disponibilizado em Revistas e Anuários. Para Yin (2005, p. 32), "o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real". Escolhemos empresas que são renomadas e ranqueadas pelos principais anuários nacionais e internacionais, e conhecidas pela preocupação com a sustentabilidade em todo o processo de administração, produção e distribuição de um produto. Além de pesquisas primárias e secundárias em materiais disponibilizados pelas mesmas, bem como, análise dos relatórios anuais de sustentabilidade de cada empresa.

Nos relatórios é possível encontrar um vasto leque de informações sobre o assunto, todo o planejamento a longo prazo e as ações que eles fazem junto ao mercado e consumidores, dados das empresas sobre o consumo de água, economia de energia, impacto ambiental na extração de matéria prima, percentual de funcionários de cada sexo, em cada setor e a questão da diversidade. As duas empresas estão na carteira do ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial[2] que é publicado pela BM&FBOVESPA.

Segundo a pesquisa "The Global Kinights" divulgada no ano de 2017, que mostra as 100 empresas com melhores práticas de sustentabilidade industrial, apenas duas empresas brasileiras estão presentes no ranking: A Natura (em 19º lugar) e o Grupo Santander Brasil (em 60º lugar) de acordo com estes dados percebesse que a indústria nacional precisa de mais iniciativas com interesse sustentável. Este estudo tem como principal objetivo analisar a comunicação das boas práticas que as empresas adotam e que são referências no Brasil em práticas de sustentabilidade.

A Ambev desenvolve diversas práticas de sustentabilidade ambiental, destacando-se quatro: promover a cultura do consumo inteligente para reduzir o hábito nocivo de bebidas alcoólicas, o desenvolvimento dos parceiros e da sociedade estimulando ações que gerem valor à educação, cultura e esporte, reduzir a quantidade de água que é utilizada na fabricação das

[2] O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), criado pela BM&FBovespa em 2005, é uma ferramenta para análise comparativa do desempenho das empresas listadas na BM&FBovespa sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa.



bebidas e diminuição do consumo de energia, geração de resíduos e impacto das embalagens no meio ambiente.

A Natura também promoveu algumas iniciativas inovadoras com viés na sustentabilidade, como os produtos com a opção de refil que é muito mais econômico além de ser menos prejudicial para o meio ambiente, com essa prática foi deixado de colocar no mercado aproximadamente 2,2 mil toneladas de embalagens. E também a linha de produtos Ekos que utiliza a ucuuba, semente natural da Amazônia, a espécie está ameaçada de extinção, e o uso da semente como matéria prima evita o desmatamento. De acordo com a Folha Top of Mind 2015 a empresa lidera na categoria meio ambiente, e venceu o prêmio Campeões da Terra 2015, na categoria Visão Empresarial, da ONU, bem como no ano de 2017 a Natura foi eleita pela revista Exame como a empresa mais sustentável do ano.

Segundo Almeida (2009, p. 57),

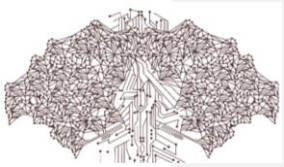
> a operação das empresas cada dia fica mais desafiadora pois a cada ano que passa, mais normas são criadas, a população e ONGs ficam mais atentas ao que acontece dentro das empresas e as leis vigentes. Com isso as empresas precisam se adaptar ao seu consumidor, porque eles pleiteiam por transparência e responsabilidade social. Estamos em uma era que o mais importante não são os investimentos das empresas e sim a sua atitude e comportamento perante o público".

Portanto a pesquisa gira em torno de empresas que ganharam prêmios, tem a causa da sustentabilidade no seu DNA, são reconhecidas pelo consumidor e pelas organizações internacionais pela prática sustentável.

Análise dos Resultados

Sobre a Natura

A Natura é uma empresa fundada em 1969, e que se tornou a maior empresa no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Com presença mundial, tem uma receita líquida anual superior a R$ 7 bilhões, com mais de 7.000 colaboradores. Além de ser uma empresa globalizada, a Natura tem práticas no aspecto social e ambiental muito presente e de grande impacto. O planejamento estratégico empresarial está ligado diretamente a promoção do desenvolvimento sustentável. A gestão da empresa é baseada em pilares que conduzem todo o processo de fabricação do produto até a gestão de pessoas. Como exemplo de promoção do



desenvolvimento sustentável é relevante entender o cenário numa região que a Natura extrai parte da sua matéria prima e desenvolve uma relação com a comunidade e o bioma amazônico.

Até meados da década de 90, a paisagem da zona rural de Abaetetuba, no nordeste do Pará, era tomada por pastagens degradadas. O cenário resultava das queimadas entre as safras de cana-de-açúcar e outras lavouras de ciclo curto que dominaram a região por anos. Desde 2013 que nenhum foco de incêndio foi registrado nessa região. O fortalecimento da demanda por alimentos feitos com açaí tornou o desmatamento um mau negócio na última década. Mas não só. Espécies como a andiroba, o murumuru e a ucuuba — até então cortadas para a venda de madeira — também passaram a ter um valor de mercado inédito para os produtores locais. A razão: os óleos e as manteigas extraídos dos frutos e das sementes dessas árvores. Para ganhar dinheiro, foi preciso conservar o que estava de pé — e começar a reflorestar o que havia sido derrubado. Boa parte da matéria-prima extraída ali vai para as linhas de produção da fabricante de cosméticos Natura, que havia quase uma década estudava as características dessas espécies em busca de fragrâncias e ativos hidratantes para a pele e para os cabelos. Centenas de famílias de fruticultores de Abaetetuba são fornecedoras da companhia desde 2006. “Entrar nesse mercado nos deu mais segurança financeira e profissionalizou nossa gestão”, afirma Raimundo Brito, presidente da Coperfruta, cooperativa parceira da Natura no Pará. Para algumas dessas famílias, a renda anual mais que dobrou — de 12.000 para 28.000 reais. Hoje, a Coperfruta tem uma usina própria de beneficiamento de óleos e manteigas, resultado de um investimento direto da Natura em 2008. A estrutura viabilizou uma produção diária de 300 quilos, capacidade de processamento quase quatro vezes maior do que a registrada quando esses agricultores viviam somente da produção de açaí. O salto de produtividade, alcançado no ano passado, mira atender uma demanda nova, posta também pela Natura: o óleo de patauá, fruto do patauazeiro, palmeira amazônica que chega a 25 metros de altura e demora até 15 anos para frutificar por completo. Mais conhecido como azeite amazônico, o ingrediente é tradicionalmente usado para cozinhar e está espalhado por várias partes do bioma, das margens do Rio Tocantins às imediações da Reserva Extrativista Chico Mendes, no sul do Acre. Foi lá que, em 2007, com base em depoimentos de mulheres que usavam o óleo para tratar os cabelos, que os pesquisadores da Natura começaram a investigar as propriedades da substância. Em setembro deste ano, ele foi incorporado ao portfólio de produtos para cabelos. O sucesso da linha superou a expectativa — e a safra de 2017 não dará conta da demanda. A inserção na floresta amazônica começou nos anos 2000 com o lançamento da linha Ekos. Na época, a compra de óleos e manteigas de castanha e andiroba de quatro comunidades extrativistas era indireta. Por meio de compradores intermediários, a empresa acabava se blindando da desorganização das cooperativas. A

dificuldade dos ribeirinhos de produzir em ciclos bem delimitados e de cumprir contratos era agravada pela rotina de desmatamento ilegal, que na época atingiu seu ápice histórico no bioma. A definição do preço das matérias-primas também era um impasse, já que não havia padrões claros para o uso industrial daquelas substâncias — nem para estabelecer um preço para o acesso das empresas ao conhecimento tradicional dessas comunidades, comumente carentes de serviços básicos. "Percebemos que era preciso ter um canal direto com essas pessoas para entender melhor a floresta, profissionalizar as cadeias produtivas e ter impacto social positivo", afirma João Paulo Ferreira, presidente da Natura (EXAME, 2017).

Percebe-se que o criar relacionamentos e desenvolver redes dá mais trabalho, sem dúvida. Mas também compensa. Nos últimos seis anos, desde que iniciou o processso de formar fornecedores locais, a Natura movimentou 1,1 bilhão de reais na região amazônica e hoje é uma empresa de referência no cenário da sustentabilidade. No caso da Natura, a soma de investimentos na Amazônia inclui a ampliação da capacidade produtiva das comunidades, pesquisas sobre a biodiversidade local, a reforma de escolas rurais, a compra das matérias-primas e a construção de uma fábrica no Pará, a primeira fora de São Paulo. A Natura passou a ampliar o seu leque de indicadores de sustentabilidade com o objetivo de identificar de forma mais precisa se de fato está promovendo transformações sociais nos territórios em que atua. A empresa aplicou uma pesquisa de campo em famílias moradoras da região médio Juruá as margens do Rio Juruá, no Amazonas, uma metodologia criada pelo economista americano Michael Porter, que mede outros aspectos como educação, saneamento básico, banheiro nas casas, hábitos de higiene pessoal e outras abordagens para compor o Índice de Progresso Social, e não apenas os baseados na questão monetária, como é com o PIB. A partir do levantamento que revelou que apenas 5% das casas da área tinham banheiro conectado à rede de água e esgoto — e que só um terço dos moradores com mais de 18 anos havia completado o ensino fundamental, a empresa apoiou o desenvolvimento da rede de saneamento básico, que já foi concluída e uma escola de ensino médio e técnico foi erguida. A meta é estender o levantamento às demais áreas em que atua. Uma empresa que se preocupa com a questão da sustentabilidade deve levar suas práticas para todos os aspectos da gestão empresarial. A Natura em todos os perfumes da companhia leva álcool orgânico. O descarte das embalagens também se tornou outra preocupação constante e foram pioneiros no setor de cosméticos ao colocar no mercado refis de seus produtos ainda nos anos 80. Em 2010, começou a substituir o polietileno convencional, substância presente na maioria dos plásticos, por polietileno verde, feito com cana-de-açúcar, fonte renovável e menos danosa ao meio ambiente. Em 2013, lançou a linha

Sou para cabelos e pele com embalagens flexíveis e 70% menos volume de plástico — ainda que seja confeccionada por um conjunto de materiais de difícil separação. O objetivo é que a quantidade de matéria reciclada nas embalagens chegue a 10% nos próximos três anos. Em 2017, os produtos Ekos foram envasados e embalados com base no reaproveitamento de 6 milhões de garrafas PET e 48 toneladas de papel. "Não existe embalagem com impacto positivo para o meio ambiente, mas há como minimizá-lo", afirma Keyvan Macedo, gerente de sustentabilidade da Natura (EXAME, 2017).

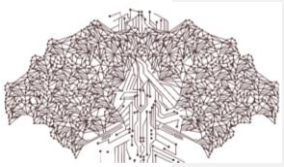
Outra novidade e modelo de consciência sustentável é a tabela ambiental que foi aplicada na produção e na rotulagem, trazendo seis indicadores que mostram a origem da matéria-prima e embalagens, para que essas fontes sejam totalmente transparentes ao olhar do consumidor.

A Natura é a primeira empresa da América Latina a contabilizar o impacto de seus negócios no meio ambiente e na sociedade, por meio da metodologia internacional de contabilidade ambiental (conhecida em inglês como "EP&L", Ganhos e Perdas Ambientais[3],). A análise foi elaborada com consultoria técnica dos escritórios da PwC em Londres e em São Paulo, com base nos dados consolidados da Natura do ano de 2013.

Uma forma que eles encontraram para divulgar as suas práticas e ações foi criar vídeos lúdicos e de fácil compreensão para o canal do Youtube, deixando transparente todo os processos e métodos que eles utilizam na empresa para produção e gestão dos negócios.

No vídeo sobre testes, a Natura contextualiza a prática de testes cosméticos em animais, que no passado agências sanitárias e órgãos governamentais exigiam que esses testes fossem feitos em animais, porém com o tempo as pessoas foram ficando mais ativistas e conscientes em seu papel com o cuidado da terra e começaram a criticar estes testes. A Natura desde 2006 aboliu a prática de testes com animais e desde então vem incentivando outras empresas a fazerem o mesmo. Ao longo de 2014 e 2015, a empresa mapeou mais de 900 processos desde a extração de matérias-primas até a produção e a distribuição de mais de 2 500 produtos, com base no ano de 2013. Contabilizaram o impacto provocado pela geração de resíduos sólidos, uso da terra, consumo de água e poluição do ar, entre outros aspectos. A maior parcela de danos diz respeito às emissões de gases de efeito estufa. Se a Natura não tivesse implementado programas voltados para a redução da pegada de carbono, como a adoção do plástico verde e o uso do álcool orgânico nas fórmulas, o impacto ambiental teria sido 24% maior. A Natura foi a primeira companhia a

[3] O estudo é uma análise profunda de todas as etapas de vida dos produtos da companhia, desde a extração da matéria-prima, passando por fabricação, transporte, uso e descarte dos materiais.



publicar dados desse tipo na América Latina — e a única de seu setor. A questão da sustentabilidade deve ser perene nas organizações e sistematicamente reposicionada para manter-se atualizada e pronta para desafios que surgem no cenário global. Uma diretriz foi estabelecida há 20 anos no combate à mudança climática buscando reduzir ou compensar o impacto ambiental causado pela extração, produção e comercialização dos seus produtos. A partir de 2007 neutralizou suas emissões de carbono. Tudo o que a companhia despeja na atmosfera é completamente neutralizado pela conservação ou pela recuperação de áreas de floresta das quais compra créditos de carbono. De lá para cá, a empresa ajudou a manter de pé 257. 000 hectares de floresta em todo o país e diminuiu suas emissões em 33%. Para 2020, a meta é reduzir uma fatia semelhante. E mais do que poluir menos o planeta, a meta também significa dinheiro no bolso de todos os colaboradores. Para o presidente da Empresa, o indicador de carbono terá um peso de 7% na parcela variável da remuneração dos funcionários. "Nossa obsessão é por este tipo de cultura: a cultura da sustentabilidade" (EXAME, 2017)

Sobre a Ambev

A Ambev nasceu, em 1999, da união entre as centenárias Cervejaria Brahma e Companhia Antarctica. Mas essa grande história começou muito antes, quando existiam duas cervejarias na década de 1880: a Companhia Antarctica Paulista e a Manufatura de Cerveja Brahma & Villeger & Companhia. Esta empresa mundial fabrica além de cervejas, refrigerantes, isotônicos, águas, chás e sucos.

Já percebemos o viés sustentável na Ambev quando analisamos o seu slogan: "Juntos por um mundo melhor", e onde definiram 4 prioridades como base da administração, produção, organização e distribuição da empresa, que são elas: água, resíduo e clima, consumo inteligente e desenvolvimento.

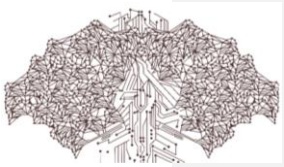
Como destaque das práticas de sustentabilidade, desenvolveram a AMA, novo produto da Ambev, lançado no início de 2017. Trata-se de uma água mineral que estão chamando de 200%: 100% de nutrientes fica com o consumidor e 100% do lucro vai para projetos de acesso à água potável no semiárido brasileiro. Para a empresa o projeto AMA, se propõe a ser uma marca que conecta as pessoas a um objetivo comum, um ponto de contato nesse mundo tão polarizado e individualizado. Formaram um Comitê Externo de Especialistas em segurança hídrica para promover discussões importantes sobre o tema e se tornou a primeira empresa de bens de consumo

a juntar-se ao [4]CEO Water Mandate do Pacto Global das Nações Unidas no Brasil e foi eleita uma das 8 empresas mais sustentáveis do setor de bens de consumo.

Além dessas iniciativas, lançaram o SAVEh (Sistema de Autoavaliação de Eficiência Hídrica), no qual compartilham os conhecimentos em gestão e eficiência hídrica para incentivar a nossa cadeia de valor e pequenas e médias empresas a reduzirem seu consumo de água. Também se tornaram signatários do Pacto Global das Nações Unidas, dos Princípios das Nações Unidas para o Empoderamento das Mulheres e do Compromisso LGBT. Formaram grupos de discussões internas que também abordam questões sobre diversidade - Weiss (Women Empowered Interested in Sucessful Sinergies) e Lager (Lesbian and Gay and Everyone Respected). Segundo o Diretor Geral da AMBEV, "para os colaboradores estas reflexões têm proporcionado o amadurecimento da visão da empresa e reforçado a importância que damos para a diversidade e à discussão sobre o tema". Nos últimos três anos, evoluíram de 17 para 36 diretoras. De 764 para 928 gerentes. De 1.205 para 1.281 mulheres em cargos de liderança. Acreditam que, junto com a sociedade, são capazes de transformar o mundo em um lugar melhor. Ao mesmo tempo, tem um time de profissionais que estão contribuindo com o enfrentamento de desafios.

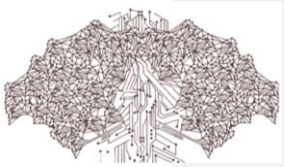
Em relação a Política de Responsabilidade faz parte da cultura da empresa não pegar atalhos e se empenham para que as operações tenham os mais altos padrões e princípios de comportamento responsável. Exercem esse mesmo empenho na busca de fornecedores que cumpram esses requisitos. Nesse aspecto, tem uma Política de Responsabilidade Global de Suprimentos que define os padrões e princípios a serem seguidos pela empresa e pela cadeia de fornecedores em temas como direitos trabalhistas, humanos, ambientais e compliance. Em anos anteriores, reforçaram a Política de Responsabilidade por meio da inclusão de cláusulas contratuais dispondo sobre a necessidade do seu cumprimento pelos fornecedores. Além do reforço na comunicação junto aos fornecedores, realizam auditorias in loco para verificar, na prática, a aderência dos fornecedores à nossa Política. Foram pesquisadas questões como respeito à jornada de trabalho, prevenção de acidentes, uso de equipamentos de proteção individual, combate à corrupção, gestão de água, tratamento de resíduos, entre outras.

[4] O CEO Water Mandate mobiliza líderes empresariais para promover a administração da água, o saneamento e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - em parceria com as Nações Unidas, governos, pares, sociedade civil e outros.



Com relação as ações culturais e práticas de consumo junto aos consumidores, consideram esse compromisso muito importante, pois a empresa está posicionada entre as mais admiradas pelos consumidores e as marcas estão entre as mais valiosas da América Latina. Reconhecimentos que mostram o relacionamento duradouro com os consumidores. As marcas estão presentes em diversas ocasiões e locais de consumo: momentos importantes para o brasileiro como eventos esportivos, shows de música, festas populares. Ao mesmo tempo mantem um relacionamento direto em diversas plataformas, como o site, redes sociais – Facebook, Pinterest, Instagram e Twitter – e pelo canal Fale Conosco. São pioneiros no desenvolvimento de ações de consumo inteligente de bebidas alcoólicas no Brasil e no mundo. Com o objetivo de conscientizar os consumidores sobre os riscos do consumo em excesso, associado à direção e por menores de 18 anos, criaram um programa de consumo responsável há mais de 13 anos. Seguindo premissas da Organização Mundial de Saúde (OMS), o programa reúne projetos como o Na Responsa, o Bar de Responsa e o Dia da Responsa, além de iniciativas mais recentes como as metas globais de consumo inteligente e parcerias com governos (Movimento Paulista de Segurança no Trânsito, Cidade Responsável e Brasília Vida Segura).

Outro dado relevante na prática da sustentabilidade da empresa é que nos últimos quatorze anos foi reduzido 43% do consumo de água na produção de bebidas e mais de 40% no consumo total da companhia. A água representa 90% do principal produto – a cerveja –, e cuidar dela é muito importante para a sustentabilidade do negócio. Por isso investem e trabalham consistentemente em eficiência hídrica e tem diversos projetos na plataforma de água. Há mais de 20 anos tem um sistema de gestão focado em diminuir o consumo de água nas cervejarias e recuperar seus efluentes. Além do trabalho de redução de consumo, investem também no tratamento de efluentes e no seu direcionamento. Por exemplo, na cervejaria de Aquiraz, direcionaram parte do efluente para uma empresa vizinha, que com isso deixa de captar água limpa da natureza, já que 100% do volume necessário para sua produção vem do efluente tratado da cervejaria. Em 2016, constituíram um Comitê Externo de Especialistas em Segurança Hídrica, formado por especialistas em recursos hídricos dos mais diversos setores (academia, organização civil e setor privado) para aconselharem no tema. O Comitê aconselhou a compartilhar as experiências em gestão hídrica com outras empresas e também a ajudar na questão do acesso à água potável. Em relação ao primeiro tema, desenvolveram uma plataforma gratuita em ações que focam na diminuição do consumo de água nas cervejarias, na conservação de bacias hidrográficas e no acesso à água potável para comunidades no semiárido. Foi disponibilizado o sistema de gestão de água online para que qualquer empresa possa melhorar sua eficiência hídrica independentemente da indústria que atue. A plataforma, chamada SAVEh



(Sistema de Autoavaliação de Eficiência Hídrica), foi desenvolvida em parceria com o Pacto Global da ONU, a Fundación Avina e a Carbon Trust.

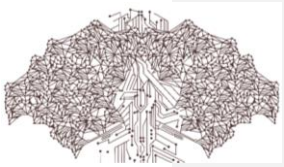
Segundo dados do Relatório de Sustentabilidade de 2016 da Ambev: 99,2% dos resíduos gerados no ano foram reciclados; Menos de 1% dos resíduos é mandado para [5]aterros controlados. A Empresa busca constantemente reduzir o volume de matéria-prima das embalagens. Nos últimos anos, o peso e os rótulos diminuíram e as tampas ficaram menores. Também intensificaram os investimentos em garrafas retornáveis, em 2016, que podem ser utilizadas até 20 vezes e têm um impacto menor no meio ambiente. Desde 2013, deixaram de gerar mais de 25 mil toneladas de resíduos com a redução da gramatura das embalagens no Brasil. Também evitaram a circulação de 2,5 milhões de toneladas de vidro em 2016, volume que corresponde aos resíduos gerados por 6,5 milhões de brasileiros no período de um ano. O esforço para aumentar o uso de embalagens retornáveis por parte do consumidor tem obtido um bom resultado. O volume de retornáveis comercializado em supermercados aumentou para 23% em 2016.

Quando uma empresa se propõe a buscar políticas e práticas de sustentabilidade e determina as metas entre todos os seus stakeholders, observamos os resultados sendo alcançados em muitos casos, bem antes da data prevista. As oito metas globais propostas pela empresa em 2013 foram alcançadas em 2017. Reduzir para 3,2 litros de água o volume necessário para envasar 1 litro de bebida; reduzir o consumo de energia em 10%; reduzir o risco de disponibilidade hídrica em regiões-chave de cultivo de cevada; 70% dos refrigeradores adquiridos anualmente devem ser de modelos mais ecológicos; promover iniciativas para proteção de bacias hidrográficas; reduzir em 100 mil toneladas a matéria-prima utilizada na produção de embalagens; reduzir a emissão de gases de efeito estufa em 10%; reduzir as emissões de gases de efeito estufa na cadeia.

Percebe-se que as empresas pesquisadas já colocaram a questão da sustentabilidade na gestão estratégica e todos os processos e decisões tem a presença desta questão incluída.

Considerações finais.

[5] São lugares onde o lixo é disposto de forma controlada e os resíduos recebem uma cobertura de solos, entretanto não recebem impermeabilização do solo nem sistema de dispersão de gases e de tratamento de chorume gerado.



Analisando os dados obtidos nos relatórios e documentos institucionais, percebemos a presença e a preocupação das empresas pesquisadas, tem em fazer uma comunicação efetiva das boas práticas para o público interno, para os consumidores, organizações internacionais, veículos de comunicação e institutos de pesquisas, por meio ferramentas como: vídeos interativos, palestras, ações de consumo, embalagens, ações comunitárias, relatórios de sustentabilidade que estão disponíveis no site para qualquer pessoa baixar, analisar e compartilhar nas mídias sociais.

As empresas Natura e Ambev podem ser consideradas exemplos na área de administração sustentável, com seus relatórios anuais as empresas conseguem divulgar por meio eletrônico, mensurar todos as ações por meio de métricas e índices consolidados por Organizações Internacionais, de maneira que o consumidor e a sociedade civil organizada vejam a sua gestão sustentável e sua preocupação com o coletivo e com a terra. Entretanto, o impacto do extrativismo das empresas no mundo preocupa a todos, que veem apenas uma minoria dos segmentos industriais agindo em prol da sustentabilidade da terra e dos seres vivos.

A mensagem dos fundadores da Natura reforça a percepção que esse pesquisador tem sobre a questão da sustentabilidade e a participação em rede deste movimento de criar condições para que o planeta terra sobreviva a sua degradação. “Uma das questões que geram incerteza globalmente é a extrema desigualdade social, dentro dos países e entre eles, um dado alarmante para todos nós. Diante desse quadro, faz-se necessário buscarmos, no humanismo e no respeito ao próximo, as luzes de nossos fundamentos, de nossas origens. Verdades básicas, como a consciência de que todos fazemos parte da cadeia da vida no planeta, devem alimentar nossos pensamentos e nossa disposição, e orientar nossas ações na luta por novos avanços para a humanidade. Continuamos convictos de que unicamente por meio do sentir e do pensar sistêmicos seremos capazes de nos comprometer com todas as dimensões da vida, por amor e respeito a ela. E é essa natureza de compromisso que nos faz visualizar a beleza na incerteza. Ela oferece oportunidades de inovações de toda ordem, inclusive e especialmente de ordem social. Ela, a incerteza, tem também um poder convocatório: demanda que todos e cada um de nós – indivíduos e lideranças políticas, sociais, empresariais, acadêmicas e culturais – façamos nossa parte. Que participemos da vida pública e da discussão sobre o futuro que queremos construir. Que sejamos a mudança que desejamos ver acontecer, como diria Mahatma Gandhi ou, mais recentemente, Barack Obama. As empresas, por sua vez, em defesa também de seus próprios interesses, têm possibilidade e responsabilidade de assumir o papel de agentes de transformação social e conservação ambiental. Devem entender esses dois compromissos como oportunidade de inovações disruptivas” (NATURA, 2016).

A ampliação de políticas públicas e melhorias nas leis ambientais e sociais, bem como, uma fiscalização mais rigorosa por partes dos governos, instituições internacionais e da própria sociedade, poderá estimular o mercado de produção e de consumo a agir em prol de um mundo mais sustentável e igualitário. A ativação de redes de relacionamento e de interesses comuns poderão ser uma excelente estratégia para globalizar a disseminação de boas práticas, fiscalização e denúncia de práticas que prejudicam a sustentabilidade do mundo.

Referências

ALMEIDA, L. **Experiências empresariais em sustentabilidade**. 1ª Edição. Ed Campus. 2009.

AMBEVhttps://www.ambev.com.br/conteudo/uploads/2017/05/Ambev_Relat%C3%B3rio_Sustentabilidade_2016. (Acesso 14 de janeiro de 2018)

BOURDIEU. Pierre. *O Que Falar Quer Dizer: a economia das trocas simbólicas*, **Algés:** 1998.

CASTELL, M. **A sociedade em rede. Economia, sociedade e cultura**. 9. ed. - atualizada. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra**,** 2002.

_____Vol. I. *The Rise of the Network Society. The Information Age* (1996; 2000) Cambridge, MA; Oxford, UK: **Blackwell.** ISBN 978-0-631-22140-1.

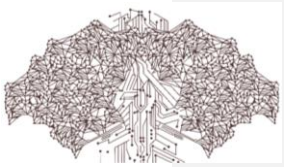
CHAMBERS, D. **New Social Ties**. Palgrave Macmillan UK.2006

EXAME, edição 1150, 22/11/2017, nº22

FOLHA. **Top of Mind**, 2015

FROES, C.; NETO, P. M. ***Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial***. *A administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: **Qualitymark.** 1999.

GIDDENS, A. **Sociologia**. 6º edição Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian. 2013



KUNSCH, M.M. K | **Signo y Pensamiento 51** · volumen XXVI · julio – Diciembre. 2007.

NATURA. www.natura.com.br/sites/default/files/ra_natura_2016_1_.pdf (Acesso em 14 de dezembro 2017)

PUTMAN, Robert . **Enlightenment and Pragmatism.** Assen: **Koninklijke Van Gorcum,** 2001. 48pp.

YIN, Robert. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos.** 4ª Edição. Ed Bookman. 2010

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

A COMUNICAÇÃO RETICULAR E O AMBIENTE CORPORATIVO: TENDÊNCIAS DA CIBERCULTURA NO COTIDIANO ORGANIZACIONAL[1]

Luiz Francisco Ananias Junior[2]; Célia Maria Retz Godoy dos Santos[3]

Resumo

A comunicação reticular, fruto da universalização das novas Tecnologias de Informação e Comunicação, as TICs, estão transcendendo as organizações e seus públicos mediante a inserção de diferentes aplicativos comunicacionais em rede. A partir desse fato, pretende-se observar a tendência de utilização aplicativo WhatsApp a partir da estruturação dos fenômenos sociais e tendências em termos de processos comunicacionais no contexto corporativo.

Palavras-chave: Comunicação organizacional; Comunicação reticular; Cibercultura; WhatsApp, Redes móveis

Abstract

Reticular communication, as a result of the universalization of the new Information and Communication Technologies (ICTs), are transcending organizations and their publics through the insertion of different networked communication applications. From this fact, it is intended to observe the trend of using WhatsApp application from the structuring of social phenomena and trends in terms of communicational processes in the corporate context.

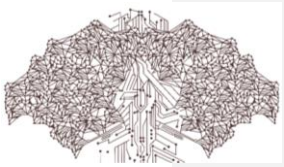
Keywords: Organizational communication; Reticular communication; Cyberculture; WhatsApp, Mobile networks

Introdução

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 3: Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisador da Universidade Estadual Paulista - UNESP. É Mestrando em Mídia e Tecnologia (UNESP) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (UNESP). E-mail: luiz_ananias@hotmail.com

[3] Pesquisadora é professora da Universidade Estadual Paulista - UNESP. É Doutora em Sociologia e Mestre em Comunicação (UNESP) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (UNESP). E-mail: celiaretz@faac.unesp.br



Alterando significativamente o processo de comunicação, união da informática com a telecomunicação trouxe uma realidade irreversível ao cotidiano social. Como diz Levy (1994, p.190), seguramente esta dimensão dual tecnológica e simbólica, destaca a essência da eficácia das redes de comunicação e serviços a elas inerentes, transformando-as em "tecnologias do espirito".

Essa união contribuiu com a rápida expansão das redes móveis na última década, e vem possibilitando uma troca e dados cada vez mais flexível e veloz, tornando-se apenas um dos fatores que conquistou um papel de protagonismo quando tratamos de comunicação reticular e o impacto que esta causa nas organizações.

Mediante o avanço das tecnologias de informação digitais, as organizações estão adaptando seus métodos de interlocução com seus públicos de interesse, uma vez que as novas tecnologias são as "tendências" determinadas pela sociedade contemporânea, no entanto, Castells (1999) afirma que:

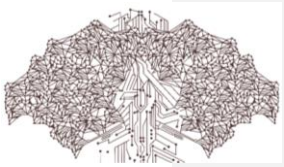
> (...) a tecnologia não determina a sociedade e nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo. (CASTELLS, 1999, p.25)

Estimuladas justamente por essa iniciativa empreendedora como afirma Castells (1999) acima, as organizações por sua vez, consideradas por muitos como responsáveis pelo processo de inserção das tecnologias de comunicação na sociedade, foram impactadas diretamente pela comunicação em rede, não somente para com seu público externo, os clientes, mas também para com seus colaboradores.

Outro fator que contribuiu com o processo de inserção dessas tecnologias de comunicação e seus impactos nas organizações é a velocidade de transição do analógico para o digital e seu fácil acesso, que diante de um simples olhar, modificou a forma de se relacionar, principalmente ao distinguir o pessoal do corporativo. Essa modificação pode ser observada principalmente quando se trata da utilização de aplicativos de mensagens em rede, tal como o WhatsApp.

Por não ser um objeto multifacetado, a internet, que é passível de diferentes apropriações, tanto no sentido de produção para a internet quanto em seu consumo; dispersa seu poder em diversos indivíduos, locais e instituições, que é o centro desse estudo.

Comunicação reticular, organizações e seu atual contexto



A comunicação reticular ou comunicação em rede, até meados da primeira década dos anos 2000, era exclusivamente feita através de computadores, que por sua vez eram caros e apenas famílias consideradas da "classe média" os possuíam. Na época, além do *hardware*[4] possuir um alto valor de venda, o acesso à Rede Mundial de Computadores (*World Wide Web*), conhecida pelo prefixo "www" dos *websites*, também era caro e feita exclusivamente através de uma linha telefônica, com uma velocidade de transferência de dados extremamente baixa.

Fruto do capitalismo, esse paradigma mudou com o passar dos anos e hoje, com o avanço da tecnologia é o responsável pela alta velocidade de dados que podemos encontrar. Por exemplo: no Brasil há cerca 15 anos, uma conexão com a internet fixa atingia uma velocidade de no máximo 56,6 Kbps[5] feita exclusivamente pelo acesso telefônico, hoje alguns lares de grandes centros urbanos já contam com acessos residenciais que ultrapassam os 100 Mbps[6].

É certo que essa velocidade de 100 Mbps é um contraste entre a classe de maior poder aquisitivo e aquela com menor poder de aquisições, uma vez que a velocidade média de internet no Brasil gira entorno de 8,3 Mbps e muitos ainda custam a aderir planos de "banda larga popular", impostos às operadoras de telefonia pelo Governo Federal através do Programa Nacional de Banda Larga[7] (PNBL), cujas velocidades de 1 Mbps e 2 Mbps custam entorno de R$ 35,00/mês.

Já no cenário econômico-corporativo, esse contexto de certa forma é inverso; dado que: consideradas por muitos como as responsáveis pelo processo de inserção das tecnologias de comunicação na sociedade, as organizações tiveram de se adaptar à era da comunicação e da velocidade de dados para que pudessem continuar crescendo, atingindo novos públicos e combatendo à concorrência comercial.

[4] O conceito de recursos de hardware engloba todos os dispositivos físicos e equipamentos utilizados no processo de informações. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Hardware.

[5] Um quilobit por segundo é uma unidade de transmissão de dados igual a 1.024 bits por segundo. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Quilobit_por_segundo.

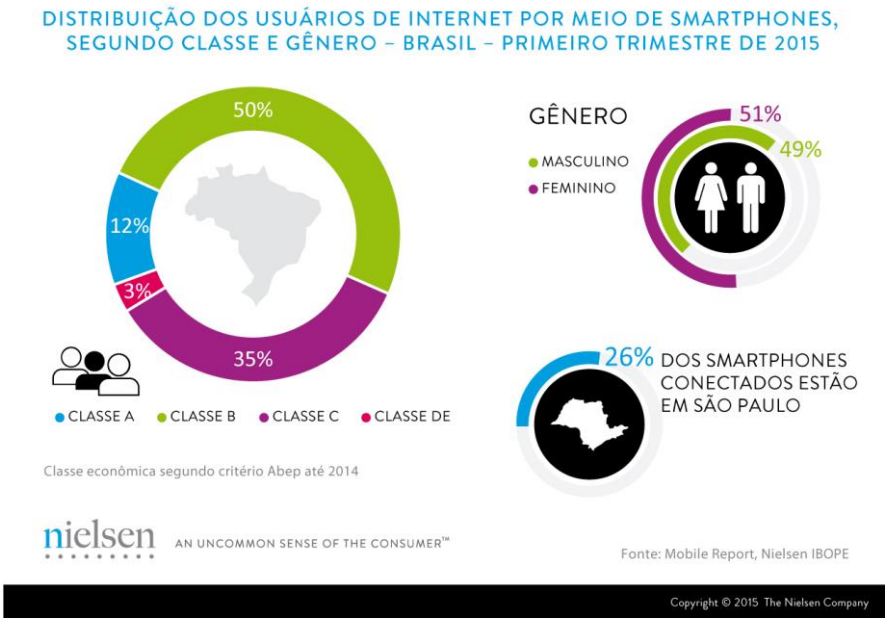
[6] O megabit por segundo (Mbps, Mb/s, Mbit/s ou Mbit/seg) é uma unidade de transmissão de dados equivalente a 1.000 quilobits por segundo ou 1.000.000 bits por segundo. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Megabit_por_segundo.

[7] Criado pelo decreto n.º 7.175/2010, o Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) é uma iniciativa do Governo Federal que tem o objetivo principal de massificar o acesso à internet em banda larga no país, principalmente nas regiões mais carentes dessa tecnologia. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/setorregulado/plano-nacional-de-banda-larga.

Hoje com a expansão das redes de telefonia móvel não só no Brasil, como no mundo de modo geral, a comunicação em rede através dos smartphones adentrou lares, escolas, organizações, justamente por não limitar perímetros, facilitando atividades ações dos usuários, além de levar o acesso à internet àqueles que a banda larga fixa não consegue atender.

Dados publicados pela Nielsen[8] mostram abaixo na Figura 1, a distribuição de smartphones no ano de 2015 entre gêneros e classes sociais:

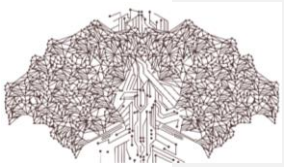
Figura 1: Distribuição dos usuários de internet por meio de smartphones segundo classe e gênero – Brasil



Fonte: Mobile Report, Nielsen IBOPE

As informações acima apresentadas ganham mais força quando analisadas junto ao número de acessos de telefonia móvel no Brasil sobre o número de habitantes. De acordo com relatórios disponibilizados pela Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, em novembro de 2017 foram contabilizados 239.091.857 acessos (linhas) móveis contra uma estimativa em constante

[8] Quem somos. Disponível em: http://www.nielsen.com/br/pt/about-us.html



crescimento de 208.521.752 habitantes, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em outubro do mesmo ano.

Interpretando a análise dos números acima, vemos um número de linhas móveis ativas, superior ao número de habitantes; mais especificamente, pouco mais de 30,5 milhões de acessos. Essa é uma tendência em que "as redes se converteram na forma organizacional mais eficiente como resultado de três conceitos fundamentais que se beneficiaram do novo entorno tecnológico: flexibilidade, adaptabilidade e capacidade de sobrevivência" (CASTELLS, 2009, p. 49).

Tendências da cibercultura e o ambiente corporativo

Vale reforçar que as barreiras entre o pessoal (a vida privada) e o corporativo são quase inexistentes quando o assunto é a comunicação em rede, especialmente a partir do aplicativo WhatsApp, última tendência que virou moda no que se refere a troca de mensagens e arquivos entre dispositivos móveis.

Assim como citado no capítulo anterior, um dos conceitos que geram uma tendência do eixo tecnológico é a flexibilidade, fato que condiz com o uso do aplicativo de comunicação em rede aqui estudado, por ser compatível com diversas plataformas e aparelhos (do mais simples ao sofisticado), alcançando diversas classes sociais. Para compreendermos o conceito dessa tendência, Santos (2012) conceitua o termo do seguinte modo:

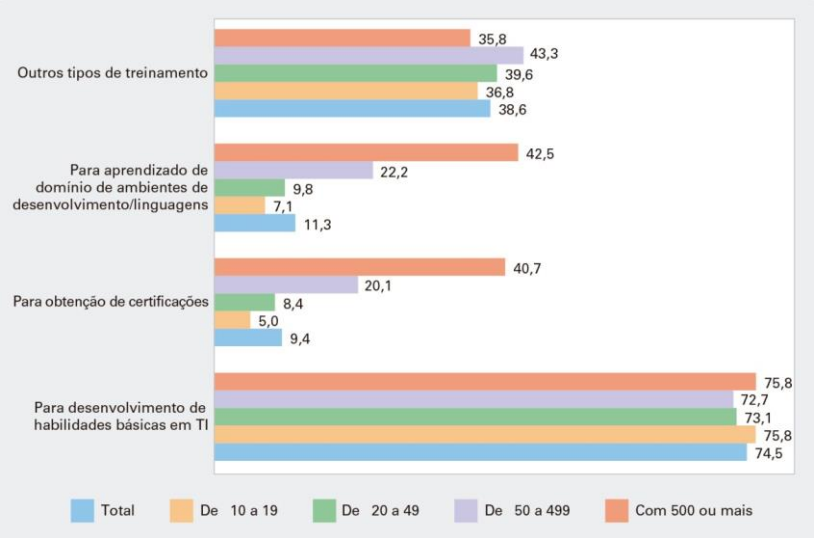
> Tomando por base a abordagem conceitual e instrumental da palavra "tendência", vemos que ela se origina da expressão em latim tendentia, que significa "tender para", "inclinar-se para" ou ser "atraído por". O conceito, no entanto, traz a ideia de incerteza quanto ao resultado a ser alcançado, pode-se defini-la como uma propensão ou força que indica uma direção, um movimento em sentido determinado. (SANTOS, 2012, p. 63)

O ambiente corporativo impactado por essa tendência que tem como "filho" da cibercultura a comunicação reticular, que em rede tem trazido outros espaços de relacionamentos, permitindo diferentes conexões no âmbito organizacional; sofre seus impactos de forma direta, a respeito do conteúdo organizacional circulado nas redes, aceitações e interpretações adversas dos públicos, uma vez que a organização por si, não possui controle do conteúdo circulado nos aparelhos dos colaboradores.

Imagina-se que essa tendência vem dos dias atuais, no entanto, de acordo com dados levantados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE; em 2010 as empresas de diversos setores da economia, já se demonstravam preocupadas com essa expansão das TICs, as

Tecnologias de Informação e Comunicação, onde ofereciam treinamentos dedicados ao tema, conforme podemos observar abaixo na Figura 2:

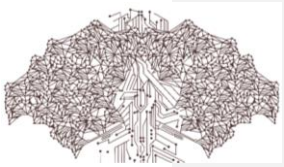
Figura 2: Treinamentos proporcionados pelas empresas com 10 ou mais pessoas ocupadas, por faixas de pessoal ocupado - Brasil – 2010



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria, Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Empresas 2010

Analisando os dados acima, é nítido o interesse das organizações em desenvolver e aprimorar seus colaboradores para às Tecnologias de Informação e Comunicação, mesmo aquelas com o menor quadro de empregados, da qual houve uma pequena variação; no entanto, vemos que quando o assunto é treinamento para o domínio de linguagens e ambientes das plataformas, além da obtenção de certificações, vemos que as empresas de grande porte demonstram estar mais preocupadas com o desenvolvimento e crescimento contínuo diante de um mercado cada vez mais competitivo.

Sabe-se que assim como as diversas praças da coletividade, as organizações são locais onde as interações, diálogos e troca de informações acontecem diariamente e as transformações tecnocomunicacionais sofridas pelas mesmas, contribuíram para com que Castells (1999, p. 504) afirmasse que “os processos de transformação social sintetizados no tipo ideal de sociedade em



rede ultrapassam a esfera das relações sociais e técnicas de produção: afetam a cultura e o poder de forma profunda".

De acordo com pesquisa realizada em 2016 pelo IBOPE no Brasil para a Qualcomm, que até então é a maior fabricante de processadores e chipsets[9] para smartphones no mundo, mostra que subiu de 19% em 2014 para 40% naquele ano o número de brasileiros que possuem smartphone. Naquele período, também houve um aumento daqueles que ficam com um mesmo aparelho por mais de um ano: sendo 91% em 2016 contra 50% do ano de 2014.

A pesquisa ainda contribuiu para mostrar que 7 em cada 10 smartphones possuem espaço para mais de 1 chip, contribuindo para explicar o número de linhas móveis ser superior ao número de habitantes no Brasil como vimos anteriormente. Além disso, a mesma também constatou que o uso do smartphone para diversão é superior ao uso para o trabalho, sendo 57% contra 24%.

Bem como dentre os diversos fatores, alguns contribuem diretamente para que os números de linhas móveis sejam superiores ao total da população brasileira. A redução das despesas com comunicação nas empresas, por exemplo, coopera com que muitas acabam por oferecer telefones corporativos aos seus colaboradores ou linhas para aqueles que possuem aparelhos compatíveis para mais de um chip.

As diversas inclinações citadas até então, vêm contribuindo direta e indiretamente para que o modelo tradicional de comunicação organizacional sofresse modificações pelo processo de convergência da cibercultura. A introdução dos smartphones como novas mídias, as redes sociais digitais e os inúmeros aplicativos de troca de mensagens e relacionamentos, são alguns pontos que devem ser levados em consideração para tal.

Comunicação organizacional e mídia reticular

Com o objetivo de integrar pessoas e recursos, a comunicação nas organizações tem o poder de movimentar todos envolvidos em um processo empresarial, de modo a seguir a mesma direção, com foco no planejamento elaborado pela empresa, de maneira uniforme. Entretanto, essa integração agregada às tendências e inclinações da cibercultura citadas previamente, contribuíram para um novo processo de comunicação entre as empresas e seus clientes e também seus colaboradores.

[9] Em qualquer sistema de computador, um chipset é um conjunto de componentes eletrônicos, em um circuito integrado, que gerencia o fluxo de dados entre o processador, memória e periféricos. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Chipset

A comunicação organizacional tradicional é composta pelas comunicações: interna, mercadológica e institucional; que podemos verificar abaixo na figura 3 suas vertentes:

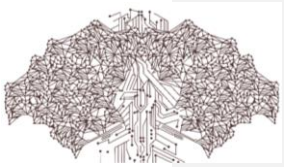
Figura 3: Composto da comunicação integrada



Fonte: Kunsch, M. K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo, Summus Editorial, 4.ª edição, 2003, p. 151.

Compreender a efetividade do modelo de comunicação organizacional acima mostrado diante da inserção massiva das mídias reticulares nos dias atuais, tais como os smartphones e seus aplicativos, em especial o WhatsApp é um desafio para as organizações, pois essas mídias até então, não eram consideradas partes integrantes das estratégias das organizações de modo geral.

> O campo da mídia – linear (tradicional) e reticular (novíssima) – incide sobre um outro modo de sistematização social, sobre um outro eidos (substância primeira, essência), que é a realidade simulada, vicária ou ainda virtual. O território da mídia é um quarto bios existencial, o bios midiático. (SODRÉ, 2008, p. 234)



O aplicativo WhatsApp como ferramenta de troca de mensagens, por exemplo, não só adentrou na vida da sociedade em geral, como atravessou barreiras corporativas e está modificando completamente a forma de se comunicar nas organizações, tornando-se algo cultural, independentemente de ser pessoal ou profissional. No Brasil o aplicativo informou que atingiu um número de 120 milhões de usuários no dia 29 de maio deste ano e 1,2 bilhão no mundo todo, afirma o site Olhar Digital.

"Percebemos evidências de que o processo comunicacional entra num novo ciclo de reconfiguração no ciberespaço quando passamos a falar de colaboração, participação, recomendação, expressão", afirma Corrêa (2009, p. 171); e complementa: "a comunicação digital insere-se num plano maior. Ela ocorre estratégica e integradamente no composto comunicacional da organização" (p. 172).

Diariamente nos deparamos com situações dessa reconfiguração comunicacional mencionada acima pela autora. Empresas estão se adaptando para ingressarem ou ao menos serem localizadas na internet; incluindo as mídias sociais digitais como novos canais de atendimento ao cliente. Entretanto, a participação efetiva da sociedade através das novas mídias, também está contribuindo com que muitas empresas sejam obrigadas a tomarem decisões de acordo com a "voz do povo", assim como o recente caso de demissão do jornalista William Waack[10], apresentador do Jornal da Globo, que teve um suposto vídeo "racista" divulgado nas mídias sociais.

Já quando o assunto é comunicação interna, aplicação de veículos informais na transmissão de informações acabou transformando-se em veículos formais. O WhatsApp por sua vez, vem facilitando o dia-a-dia de trabalho de muitos, no entanto, segue em contrapartida com a quebra de privacidade do âmbito pessoal/corporativo.

Pôde-se afirmar essa condição através de pesquisa[11] previamente realizada e publicada nos anais do 40.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM por este autor, onde 90% dos 181 entrevistados afirmaram que além dos assuntos pessoais, também realiza atividades profissionais através do aplicativo de troca de mensagens.

A necessidade de possuir a informação na palma da mão e poder se comunicar e interagir com seus interlocutores, contribui com a questão da qual a sociedade não consegue mais deixar

[10] William Waack tem contrato encerrado com a TV Globo. Disponível em: https://extra.globo.com/tv-e-lazer/william-waack-tem-contrato-encerrado-com-tv-globo-22221039.html

[11] A comunicação reticular e o WhatsApp como tendência no ambiente corporativo. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0101-1.pdf

de lado a utilização dessas mídias, tornando-as uma extensão do nosso corpo, ou até mesmo vestíveis. Levy (1999) complementa:

> É impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo. Da mesma forma, não podemos separar o mundo material – e menos ainda sua parte artificial – das idéias por meio das quais os objetos técnicos são concebidos e utilizados, nem dos humanos que os inventam, produzem e utilizam. (LEVY, 1999, p. 22)

Percebe-se que atual conjuntura globalizada e a imersão da sociedade e das próprias organizações a partir das mídias reticulares deram origem à cibercultura, cujo termo já denota ser uma nova forma de cultura, que se multiplica e se enriquece mediante aplicativos, softwares, banco de dados e inúmeras ferramentas digitais no universo online, que atuam diretamente na comunicação organizacional. Além disso, a facilidade de manuseio dessas ferramentas e sua rápida interatividade e troca de informações é um dos fatores que vem contribuindo para que essa nova cultura perdure.

Considerações finais

As observações e informações apresentadas neste texto demonstram que o cotidiano organizacional, vem sendo impactado diretamente pela comunicação reticular e também pela cibercultura, da qual as chamamos de ‘tendências’; onde amparados nos autores aqui discutidos, podemos afirmar que os processos de convergência de comunicação não só transcendem fortemente os aspectos individuais e sociais no mundo atual, mas também as organizações, seus negócios e todos os processos comunicacionais com seus diversos públicos.

Podemos afirmar que a grande velocidade de transição da comunicação em rede inicialmente comercializada a partir da década de 1990, trouxe fenômenos benéficos diante da alta capacidade de transmissão de dados atual, que auxiliaram as tomadas de decisões por parte dar organizações diante de um mercado cada vez mais exigente e competitivo, além de também verificarem a necessidade de capacitar seu corpo de trabalho promovendo uma formação continuada desses colaboradores. No entanto, assim como os benefícios, os malefícios como a quebra de barreira da privacidade pessoal hoje é praticamente irreversível com a expansão das mídias reticulares, onde muitas vezes pode acarretar até em demissões.

Salienta-se ainda, que o processo de convergência midiática da qual a sociedade contemporânea vem presenciando e tornando-se protagonista, já é uma realidade irreversível; tal

qual observamos através dos processos da comunicação organizacional a partir da inserção da mídia reticular, em específico o aplicativo de troca de mensagens WhatsApp, o "baby boom"[12] da comunicação em rede e uma tendência no âmbito corporativo.

É válido também acrescentar que mesmo com todo o avanço das ferramentas de comunicação em rede, ainda há grande diferença entre aqueles que ainda não as possuem, uma vez que o alto valor de mercado dessas ferramentas ainda não cabe no bolso de muitos brasileiros. Esse contraste pôde ser observado através da grande concentração de smartphones pelas classes sociais A, B e C, além de mais de ¼ da concentração desses aparelhos estarem localizados no estado de São Paulo.

Até agora, verifica-se que essas "tendências" promovem transformações em diversos sentidos, tanto os pessoais, quanto os corporativos; ou seja: proporciona transformações em relação a ética, a cultura organizacional, a transparências, a responsabilidade social, a sustentabilidade, a governança corporativa, enfim interferem em toda a estrutura das organizações e, por conseguinte, da sociedade atual.

Referências

ANATEL. Dados Agência Nacional de Telecomunicações. **Acessos – Telefonia Móvel**. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/dados/acessos-telefonia-movel>. Acesso em: 18 jan. 2018.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

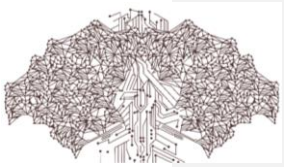
_____. **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CORRÊA, E. S. Comunicação digital e seus usos institucionais. In: KUNSCH, M. M. K. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009. p. 169-184.

GOVERNO FEDERAL. **Banda larga popular já está em mais de 4.500 municípios.** Disponível em: < http://www.brasil.gov.br/governo/2014/03/banda-larga-popular-ja-esta-em-mais-de-4-500-municipios>. Acesso em: 3 out. 2017.

IBGE. **Estimativa da população.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?edicao=16985&t=destaques>. Acesso em: 18 jan. 2018.

[12] Baby Boom (em tradução literal "Explosão de Bebês") é uma definição genérica para crianças nascidas durante uma explosão demográfica. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Baby_boom



IBGE. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas empresas**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

IBOPE. **Usuários de smartphones no Brasil duplicam em dois anos**. Disponível em: <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/usuarios-de-smartphones-no-brasil-duplicam-em-dois-anos/>. Acesso em: 18 jan. 2018.

KUNSCH, M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. Ed. São Paulo, Summus Editorial, 2003.

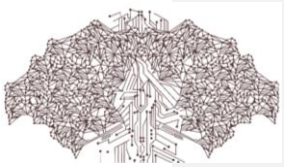
NIELSEN. **68 milhões usam a internet pelo smartphone no Brasil**. Disponível em: <http://www.vnulinks.org/br/pt/insights/news/2015/68-milhoes-usam-a-internet-pelo-smartphone-no-Brasil.html>. Acesso em: 18 jan. 2018.

OLHAR DIGITAL. **WhatsApp revela número de usuários no Brasil**. Disponívem em: <https://olhardigital.com.br/noticia/whatsapp-revela- numero-de- usuarios-no- brasil/68604>. Acesso em: 17 nov. 2017.

SANTOS, C. M. R. G. Opinião Pública, Empowerment e Interfaces. In: _____ (org.). **Opinião pública e pesquisa de tendências**: novas mídias e velhas políticas. Bauru: Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2012. v. 199. p. 69-88.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A CRISE NA CREDIBILIDADE NO JORNALISMO A PARTIR DE DISPOSITIVOS DIGITAIS E A PROPAGAÇÃO DA *FAKE NEWS* COM IMAGENS APÓCRIFAS[1]

Ana Paula Goulart de Andrade[2]; Vanessa Figueiredo[3]

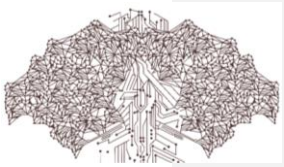
Partimos do pressuposto que existe uma crise no jornalismo do ponto de vista da credibilidade, considerando o terreno "movediço" que se encontra o campo, a partir das interfaces promovidas pela cibercultura que acarretou novas tensões no universo jornalístico. Diante da proliferação das híbridas possibilidades no ambiente digital, o combate à *fakenews* aponta a necessidade de um olhar mais atento para as novas formas de produção na dimensão informativa do jornalismo multiplataforma. Assim, a proposta traz uma revisão bibliográfica para articular discussões do jornalismo contemporâneo e suas imbricações éticas e políticas, fazendo um recorte no que se intitula como telejornalismo apócrifo, uma crítica ao modelo televisivo noticioso que se apropria das competências midiáticas contemporâneas para reversão de fins econômicos com o uso de imagens amadoras e de vigilância dos dispositivos audiovisuais. Além disso, essa análise teórica tem por objetivo traçar um panorama de como a credibilidade e qualidade da informação têm sido impactados pelo volume de informação produzidos por usuários de aplicações da Web, especialmente no âmbito da propagação de *fakenews*.

Uma questão central para a discussão desse tema é a crença jornalística, que traz imbricações como ética e legitimação discursiva. Nesse ambiente digital com diversas ofertas de bens simbólicos, a credibilidade torna-se elemento-chave para a compreensão das transformações em curso no ambiente digital. Lisboa e Benetti (2015) se ancoram na filosofia e trazem pistas para problematizar, portanto, essa credibilidade jornalística. De acordo com as autoras, se o jornalismo é uma fonte de conhecimento da realidade, ele precisa nutrir três elementos fundamentais: a crença, a verdade e a justificativa em seu próprio discurso. A credibilidade está ligada à confiança e pode ser constituída (de quem anuncia) ou percebida (atribuída pelo interlocutor):

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 16 – Jornalismo de dados, ética da informação, *fakenews* e crise dos pontos de vista centrais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é jornalista e professora do IBMEC-RJ, FPG e FACHA. É Doutoranda em Comunicação na PUC-Rio. E-mail: goulartdeandrade@gmail.com.

3 . Pesquisadora é Doutoranda em Ciência da Informação na Universityof British E-mail: vanessa.figueiredo@ubc.ca.



> Essa distinção é importante porque os valores que sustentam a credibilidade percebida – atribuída pelo leitor – nem sempre correspondem aos valores "canônicos" que desenham o ethos do jornalismo e que são geralmente associados à credibilidade constituída "do jornalismo" ou "do veículo". A credibilidade tem uma natureza intersubjetiva: para ser um predicado, não pode ser uma qualidade auto-atribuída, mas se forma no contexto de uma relação e é dependente da perspectiva de outro sujeito. (LISBOA;BENETTI 2015)

Inúmeros estudos analisaram como a credibilidade é percebida no âmbito da Internet (SAVOLAINEN, 2011; THON, JUCKS, 2017; YIFENG, SUNDAR, 2011), dentre os quais buscaram compreender como os usuários selecionam a informação mais relevante em relação a credibilidade percebida (METZGER, FLANAGIN & MEDDERS, 2010). RIEH (2002) sugeriu que a avaliação da qualidade da informação receberia mais ou menos atenção dependendo: da necessidade que o indivíduo teria para encontrar uma determinada informação; do uso que ele faria dessa informação; e, principalmente, do impacto que esse uso traria para a vida dos participantes do estudo. A avaliação da qualidade da informação, nesse sentido, seria dependente do assunto, o que, em relação ao conhecimento prévio do indivíduo e a experiência em buscar informações em ambientes digitais, influenciaria em como a autoridade da fonte da informação sobre o assunto seria percebida.

Portanto, a credibilidade não seria avaliada, mas sim percebida em razão de fatores como: as credenciais da fonte da informação (p. ex. nível escolar ou profissão); estilo do texto; e elementos visuais do website; inexistência de vínculos com instituições com fins lucrativos (TOMBROS *et al*., 2005). No entanto, outros estudos (METZGER, FLANAGIN & MEDDERS, 2010) sugeriram que a credibilidade seria percebida em razão de um conjunto de habilidades cognitivas, dentre as quais reputação, aprovação pelo grupo, consistência, se atendeu a expectativas, e o nível de persuasão.

O uso de sites de busca, e a habilidade de explorar as funções destes, também seria um fator importante para verificar se a informação seria relevante e confiável. WHITE E MORRIS (2007) sugeriram que usuários mais experientes com sites de busca usariam critérios para escolher e avaliar a informação, diferentes dos menos experientes, focando especialmente: na posição no ranking dos resultados da busca e no número de *links* que redirecionam para os websites mais populares.

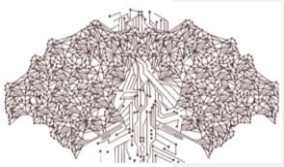
A partir dessa perspectiva, é possível concluir que usuários de aplicações da Web (p. ex. sites de busca e redes sociais), ainda que experientes, estão em uma posição vulnerável quando

precisam verificar a qualidade da informação que encontram e, por conseguinte, se esta é confiável. A posição de vulnerabilidade estaria diretamente relacionada à suposta noção do que seria confiável, ao conhecimento prévio sobre o assunto, experiência com os mecanismos de busca de informação digital, e habilidade para avaliar a relevância da informação em comparação com a satisfação de adquirir conhecimento sobre um assunto (WARWICK *et al*., 2009).

No âmbito do jornalismo, os produtos midiáticos produzidos em decorrência do "jornalismo participativo" passam por essa avaliação, tendo em vista que são produzidos por indivíduos que: não estariam vinculados a instituições midiáticas, não levariam em consideração os critérios noticiosos, e disponibilizariam esses materiais em plataformas digitais, como redes sociais. Segundo DEUZE *et al* (2005), os jornalistas participativos são produtores e consumidores de conteúdos, compartilham seus materiais em diversas plataformas digitais, e, por vezes, estão em contato com jornalistas profissionais, desafiando as práticas jornalísticas de instituições midiáticas tradicionais. Nesse sentido, como essas práticas seriam impactadas pelo uso de produtos produzidos por amadores? Como os jornalistas verificariam a credibilidade desses produtos, levando em consideração que as informações digitais requerem critérios cognitivos e conhecimento prévio para avaliar a confiabilidade dos materiais disponibilizados na Internet?

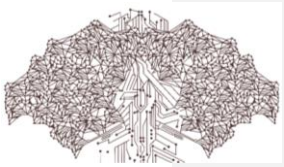
Garbett *et al*. (2014) apresentaram um estudo com jornalistas da BBC, no qual os participantes evidenciaram um nível de preocupação com o uso e a verificação dos fatos presentes em tais suportes. Ainda nesse estudo, os jornalistas indicaram preferência por informantes conhecidos e cuja confiança já seria comprovada por experiências anteriores. Uma das razões para tal escolha seria a dificuldade em verificar a veracidade dos fatos apresentados em um vídeo amador, tendo em vista que este poderia ser facilmente manipulado por softwares de edição. A credibilidade e a avaliação da qualidade da informação no contexto jornalístico são fatores de extrema importância, e, com o uso difundido de sites de busca, influenciariam diretamente a checagem dos fatos e da fonte da informação, em razão da rapidez com que tais materiais são compartilhados. Nesse sentido, poderíamos apontar a necessidade de se implementarem sistemas dentro das redações que facilitassem a verificação da procedência dos produtos amadores (GARBETT *et al*., 2014), ou da realização de treinamentos que familiarizassem os profissionais com elementos exclusivamente digitais (o uso de palavras-chaves e *tags*) e a verificação da informação (BUSHEY, 2015).

O avanço das novas tecnologias da informação e comunicação tem possibilitado que pessoas comuns produzam materiais que, porventura, poderão ser usados como produtos por veículos de comunicação de massa. De tal modo que o olhar do indivíduo comum tem coabitado a cena jornalística, concretizando o que se tem chamado de "jornalismo participativo", no qual se



evidencia um espaço de representação que outrora era exclusivamente circunscrito às redações dos veículos. Esse fenômeno se integra a realidade da cultura contemporânea marcada pelas novas tecnologias de informação e comunicação, na qual cada um pode ser "produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios conteúdos" (SANTAELLA, 2004, p.82), e, assim, pode-se constatar que a televisão vem sentido os efeitos da virada de uma sociedade determinada pela distribuição piramidal de conteúdos para uma marcada pela distribuição reticular (*idem*, *ibidem*). E o jornalismo, especialmente o telejornalismo é uma das instâncias da produção de massa que mais tem ressentido dessas transformações. Apesar de o telespectador comum não ser dotado de repertório técnico que lhe faculte divisar os contornos dessa proposição, pelo ângulo do saber jornalístico é possível destacar com ênfase diversos aspectos da metamorfose empreendida pela inserção de imagens produzidas em escala, por novos dispositivos óticos popularizados, e a interferência disso nos cânones do telejornalismo. No entanto, mais recentemente, surgiram novos elementos narrativos para a composição do discurso telejornalístico: as imagens oriundas de câmeras de vigilância e de vídeos amadores. Em verdade, essas imagens de produção externa à jornalística reúnem em si artifícios significantes que sublimam um ou outro elemento do *menu*. Acredita-se que a exiguidade de tempo de exposição da narrativa de imagens "leigas", fruto de vídeos normalmente curtos, acabam por sintetizar os tradicionais questionamentosdo lide. Trata-se de identificar que são sequências hipnóticas reproduzidas na velocidade de relâmpagos, onde são privilegiadas cenas que se destacam pelo flagrante, pelo inusitado ou até pelo grotesco. Dessa forma, nota-se um empobrecimento da notícia, que acaba por valorizar, no período de transmissão do telejornal, a *quantidade* em detrimento da *qualidade* dos produtos editoriais. Assim, boa parte do noticiário é preenchida por diversas imagens cedidas pelo cidadão comum, pela polícia local, pelas câmeras de controle de tráfego etc., comumente cobertas por locuções em *off* ou mesmo por ancoragem do apresentador ao vivo. Pode-se perceber que essas imagens são reconhecidas pelo telespectador como uma narrativa que encerra *verdades*.

O que se percebe hoje é que os produtos audiovisuais, captados pelo cidadão comum, não apenas ajudam a contar uma história jornalística, mas podem estar encharcado de outras intenções e os jornalistas televisivos, regidos pela tirania do tempo, "aproveitam" e apropriam-se desse conteúdo para dar conta de cumprir suas rotinas diárias de produção, colocando em segundo plano a importância da qualidade do jornalismo informativo e, também, dos seus critérios profissionais. Em outras palavras, os "cidadãos e cidadãs comuns" já perceberam o poder que possuem enquanto agentes participativos e tecnologicamente pertencidos às notícias televisivas. É claro que é característico da democracia algo se tornar público para ser questionado, mas é preciso ter em

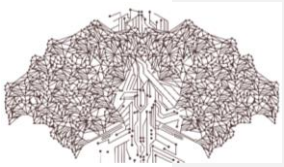


mente qual é a intencionalidade dessas imagens que, em princípio, parecem inofensivas. Assim, utilizar confiantemente os conteúdos cedidos e/ou negociados por cidadãos comuns, recorrentemente como fonte, representa um risco. Essa lógica é comprovada historicamente pelas teorias clássicas do jornalismo.

> Os jornalistas confrontados com a super-abundância dos acontecimentos e a escassez do tempo, lutando para impor ordem no espaço e no tempo, são obrigados a criar o que Tuchman (1973) designa como rotina do inesperado, tendo como consequência, devido aos critérios profissionais que utilizam na avaliação das fontes a dependência dos canais de rotina (TRAQUINA, 2005, p.197).

E essa dependência nos canais de rotina pode colocar o jornalista em uma situação negativa, pois essa relação de forma regular não se torna saudável. Ou seja, da mesma maneira, receber continuamente imagens cedidas de cidadãos comuns e utilizá-las na construção telejornalística diariamente representa uma manobra arriscada na era digital. Mais do que entender o momento no qual o telejornalismo enquanto lugar de legitimidade ocupa na contemporaneidade com a questão tecnológica, o objetivo é compreender como que as instituições e profissionais que nelas atuam estão construindo a notícia e fazendo o uso dessas micro-narrativas audiovisuais que incorporam ao cidadão comum um status de *co-produtor*; tanto quanto, é importante refletir sobre a forma como essas imagens são produzidas e suprem a necessidade de preenchimento da grade de programação dos telejornais, além de avaliar os contornos de como essas notícias são reportadas, editadas, apresentadas e de que maneira circulam e são recebidas e, posteriormente, retransmitidas.

O telejornalismo, enquanto lugar de referência é um ambiente que tem sido fortemente marcado pela superabundância de exposição de acontecimentos expressos em imagens oriundas de circuitos fechados de televisão e câmeras amadoras, que têm transitado facilmente no espaço midiático, não só pela contribuição dada do que tem se chamado comumente de jornalismo participativo, mas sob o aspecto da estrutura e construção do processo que transforma um acontecimento em notícia. Empreende-se aqui a tarefa de dar conta de aprofundamentos teórico-metodológicos que se corporificam na proposição do conceito de "telejornalismo apócrifo". Nesse sentido, o telejornalismo apócrifo considera a construção de novos modos de interpretação dos fatos cotidianos a partir de perspectivas construídas por dispositivos audiovisuais operados por "leigos", ou seja, que se origina (ou flerta) no exterior dos cânones tradicionais do fazer jornalístico.



Um ponto a se destacar é que as imagens apócrifas já fazem parte do escopo da realidade construída pelo imaginário do público espectador, já que ele mesmo já manuseia com naturalidade e intencionalidades os dispositivos amadores, tanto quanto já se apropria das mais diversas imagens depositadas em sites de compartilhamento de vídeos da internet. De certo, as interfaces de comunicação, "o conjunto de programas e aparelhos materiais que garantem a comunicação entre o homem e a máquina" (BRUNO, 2001, p.196), estão presentes em todos os lugares, de todas as formas, pois que as tecnologias móveis acompanham os usuários onde quer que eles estejam. Por isso, o ciberespaço, se enlaça aos espaços concretos, relativizando a experiência de espaço e mobilidade dos sujeitos contemporâneos, com destaque para a capacidade de armazenamento (via fotos e vídeos) das realidades vividas e percebidas.

Essa prerrogativa é o que viabiliza as imagens apócrifas serem acionadas pelos telejornais como objetos naturais de composição de narrativas a serem veiculadas. Mais ainda, a narrativa jornalística explora a percepção constituída pela audiência que infere valor de verdade às imagens apócrifas e, dessa maneira, esvazia-se toda e qualquer ideia de opinião ou ponto-de-vista emitido pela empresa jornalística. O efeito de verdade surge exatamente da sensação de que a imagem cedida, independente da fonte, é descolada da linha editorial do veículo de comunicação – já que foi capturada por sujeitos alheios ao fazer jornalístico, parece ser *sincera*. É interessante destacar que a instituição "redação jornalística" atribui uma construção discursiva de *independência* e/ou *imparcialidade* na captação dos fatos contidos nas imagens "leigas", porque foi, a princípio, livre de negociações inerentes ao fazer jornalístico, que incluem o planejamento editorial (esse sim calcado na lógica de versões). A imagem cedida força o telespectador a ocupar o lugar do olho do observador que efetivamente testemunhou o *facto*, driblando qualquer outro elemento que compareça na narrativa como um todo.

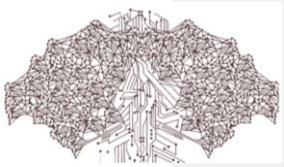
Assim, se pela ótica da Teoria Construcionista, as notícias ajudam a produzir uma determinada realidade, o telejornalismo apócrifo cumpre com essa lógica de forma facilitada, beneficiado pela presunção de verdade que já se encontrava anteriormente colada na percepção estabelecida por todos sobre as imagens amadoras. Sob a égide do que se tem chamado de "jornalismo participativo", o cedente passa a coabitar um espaço antes restrito às empresas jornalísticas (e seus prepostos), que decidiam o que era notícia. Apesar de guardar características semelhantes e servir de inspiração, a ideia de *jornalismo colaborativo* não se mostrou suficiente para pontuar as inquietações listadas acima e que ora tensionam a relação da construção da notícia com imagens produzidas em contextos de videovigilância e de cinegrafia amadora. Por esse caminho, e com o intuito de redimensionar essas questões no estudo do telejornalismo,

empreende-se aqui a tarefa de dar conta de aprofundamentos teórico-metodológicos que se corporificam na proposição do conceito de "telejornalismo apócrifo".

A expressão "telejornalismo apócrifo" não pretende questionar o lugar de autoria, mas sim a autenticidade que é atribuída ou não ao telejornalismo que se utiliza de imagens amadoras ou de vídeo-vigilância na constituição de seus produtos noticiosos. Para tanto, a formulação do conceito se baseia nas noções de critérios de noticiabilidade e nas Teorias do Jornalismo em geral, considerando que o fenômeno interfere num devir social da comunidade jornalística. Destarte, o conceito de telejornalismo apócrifo intima com uma construção social da realidade e coloca em evidência o lugar de *fala* e o lugar de *poder* na composição de narrativas jornalísticas, justamente porque envolve a visibilidade e a legitimação no processo que transforma o acontecimento produzido em condições polifônicas.

A narrativa jornalística explora a percepção constituída pela audiência que infere valor de verdade às imagens apócrifas e, dessa maneira, esvazia-se toda e qualquer ideia de opinião ou ponto-de-vista emitido pela empresa jornalística. O efeito de verdade surge exatamente da sensação de que a imagem cedida, independente da fonte, é descolada da linha editorial do veículo de comunicação – já que foi capturada por sujeitos alheios ao fazer jornalístico, parece ser *sincera*. É interessante destacar que a instituição "redação jornalística" atribui uma construção discursiva de *independência* e/ou *imparcialidade* na captação dos fatos contidos nas imagens "leigas", porque foi, a princípio, livre de negociações inerentes ao fazer jornalístico, que incluem o planejamento editorial (esse sim calcado na lógica de versões). A imagem cedida força o telespectador a ocupar o lugar do olho do observador que efetivamente testemunhou o *facto*, driblando qualquer outro elemento que compareça na narrativa como um todo. Agora, esse agente externo também define um enquadramento, configurado em uma linguagem "bruta", mas que conta uma história. E, diante das buscas sôfregas por interatividade, próprias dos produtos midiáticos que se contextualizam na Web 2.0, essa "participação" cada vez mais tem se fortalecido nas redações, principalmente televisivas, que anseiam por matérias-primas que contenham valor-notícia e, portanto, preencham as grades de programação. Em troca, o produtor do telejornalismo apócrifo se reconhece potente na tomada de decisões do fazer jornalístico. Na medida em que esse agente externo se envolve na escolha de enquadramentos, o conteúdo que lhe pertencia (as imagens) ganha dimensão e significado cultural de "Notícia" – torna-se um conteúdo jornalístico distribuído na forma de produto midiático no padrão do discurso que é chancelado (e apropriado com interesses econômicos) pela empresa jornalística de TV.

A questão do agendamento dos acontecimentos, pontuados pelas imagens apócrifas oriundas de vídeo-vigilância, legitimadas pelos veículos de comunicação, naturalizam o olhar através do



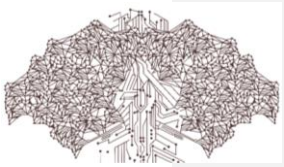
telejornalismo apócrifo, que se sedimenta a partir das novas tecnologias e contribui, portanto, para a construção de novos modos de interpretação. É aqui que se torna muito importante ressaltar que os olhos já estão acostumados a verem nesse produto o flagrante delineado pela ótica do medo, do até esperado (na medida em que a leitura já é pré-determinada), de maneira que a construção do discurso enuncia um efeito de tragicidade que funda a natureza do universo simbólico a ser resgatado pela audiência na hora de decodificar a mensagem que subjaz à imagem de uma câmera de vigilância.

Esse efeito, então, perpassa de uma matéria a outra, construindo um campo semântico próprio para as narrativas que incluem imagens de vídeo-vigilância, de modo que sempre que esse tipo de imagem comparece na cena telejornalística, a perspectiva do obscuro, do abominável – do trágico e do risco – são resgatados pelo telespectador de seu repertório constituído.

De outro modo, o que se elege para ser notícia num universo de acontecimentos deve facilmente se vincular ao repertório da audiência, sob pena de, assim não sendo, haver prejuízos no entendimento daquilo que se transmite. Dessa forma, os enquadramentos já levam em conta toda carga de tragicidade que envolve as imagens de vídeo-vigilância. Mais que isso, o "o que" do lide é destacado e, enfim, prevalece sobre os outros elementos – "quem", "onde", "quando", "como" e "por quê" são relegados a um segundo plano de importância.

3ª PARTE

As mídias e as novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs) coabitam esse universo. Para não correr o risco de cairmos na armadilha do determinismo tecnológico, é preciso considerar o contexto histórico e sociocultural no qual as tecnologias encontram espaço para desenvolvimento. É importante ressaltar que as tecnologias não surgiram no campo da vida social. Elas vieram (principalmente as tecnologias que emergiram a partir da década de 70, da comunicação mediada por computador, ou ainda, as novas engrenagens das telecomunicações – Cf. LEMOS, 2003), vinculadas às mudanças tecnológicas requisitadas pelo capital a partir das crises instaladas em sua época. Ou seja, elas são criadas como formas técnicas para mediar relações entre Estados a serviço de complexos militares industriais. No entanto, elas também eclodem em outros campos, como na engenharia, na biologia, na medicina, na robótica, apenas para citar alguns. E, naturalmente, isso se deu para produzir uma alteração nos dispositivos a serviço de um capitalismo em crise de produtividade. Portanto, as mutações tecnológicas em questão não surgiram apenas para por em curso ou mesmo requintar a marcha do progresso iniciada no projeto iluminista da modernidade, muito menos, especificamente, para simplesmente alavancar os mecanismos que facilitam a comunicação entre os indivíduos. Mais que isso,



subjazeu ali um antídoto para uma crise. Engendrou-se, de fato, uma demanda de necessidade por articulação de um novo capital de produtividade.

Compreendendo o telejornalismo apócrifo como o uso abundante e legitimado de imagens de videovigilância e de vídeos amadores – e, portanto, produzidas no exterior da rotina própria das instituições jornalística – inseridas na construção de narrativas telejornalísticas, é possível observar que o ritmo desenfreado de acesso popular às inovações tecnológicas (notadamente os dispositivos de captura de imagens) que se tem experimentado nas últimas décadas trouxe como consequência mais do que o inevitável excesso de produção de conteúdos audiovisuais, mas uma veemente demanda de escoamento dessa produção; algo que não se conformou em ocupar ou se cingir ao ciberespaço, mas inaugurou um fenômeno de retroalimentação entre as ditas mídias tradicionais (mormente a TV) e os canais multimidiáticos da internet, além de dar voz (e imagem) à produção diletante oriunda das mais diversas fontes, oficiais ou não.

As concepções aneladas ao conceito de Telejornalismo Apócrifo têm se mostrado bastante úteis para articularmos questões que entrecruzam as novas tecnologias digitais (as questões técnicas e as subjetividades decorrentes delas, como visto mais acima) e diversas das novas características do fazer jornalístico na atualidade, com particular foco na produção noticiosa em mídia televisiva. No entanto, é preciso relativizar e apoiar-se nas correntes apontadas por Francisco Rüdiger (2011) na linha da cibercultura: tecnófilos, tecnófobos e cibercriticistas.

Palavras-chave: cibercultura; credibilidade; *fakenews*; jornalismo; telejornalismo apócrifo.

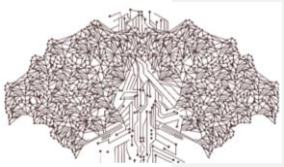
Referências bibliográficas

BRUNO, Fernanda. Mediação e Interface: Incursões Tecnológicas nas Fronteiras do Corpo. In DA SILVA, D. F.; FRAGOSO, S. (Orgs.). **Comunicação na cibercultura**. São Leopoldo: Unisinos, 2001, pp. 191-215.

BUSHEY, J. Trustworthy citizen-generated images and video on social media platforms. Proceedings of the **Annual Hawaii International Conference on System Sciences**. v. 2015–March, p.1553–1564, 2015.

DEUZE, M.; BRUNS, A.; NEUBERGER, C. PREPARING FOR AN AGE OF PARTICIPATORY NEWS. **Journalism Practice**, v. 1, n. 3, p. 322–338, 2007. Routledge. Disponívelem: <http://dx.doi.org.ezproxy.library.ubc.ca/10.1080/17512780701504864>.

FLANAGIN, A. J.; METZGER, M. J. Perceptions of Internet Information Credibility. Journalism & Mass Communication Quarterly, v. 77, n. 3, p. 515–540, 2000.



Disponível em: <http://ezproxy.library.ubc.ca/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=4006074&site=ehost-live&scope=site>.

FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: nascimento da prisão. Rio de janeiro: Vozes, 2011.

GARBETT, A. T.; COMBER, R.; EGGLESTONE, P.; GLANCY, M.; OLIVIER, P. Finding "real people": trust and diversity in the interface between professional and citizen journalists. **Proceedings of the 32nd annual ACM conference on Human factors in computing systems - CHI '14**, p. 3015–3024, 2014. ACM, ACM. Disponível em: <http://dl.acm.org.ezproxy.library.ubc.ca/citation.cfm?id=2611247.2557114,http://dl.acm.org.ezproxy.library.ubc.ca/citation.cfm?id=2556288.2557114>.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André e CUNHA, Paulo (Orgs.). **Olhares sobre a cibercultura**. Sulina: Porto Alegre, 2003.

LISBOA, Silvia e BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*. v. 11, n. 2, p. 10-29, 2016. Disponível em: https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/664/666

METZGER, M. J.; FLANAGIN, A. J.; MEDDERS, R. B. Social and Heuristics Approaches to Credibility Evaluation Online. **Journal of Communication**, v. 60, n. 3, p. 413–439, 2010. Oxford University Press.

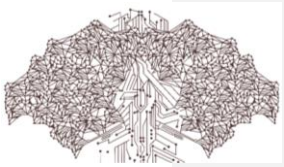
RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura**: perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. 2ª Ed. São Paulo: Paulus, 2004.

SAVOLAINEN, R. Judging the quality and credibility of information in Internet discussion forums. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 62, n. 7, p. 1243–1256, 2011.Disponível em: <http://ezproxy.library.ubc.ca/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=61352412&site=ehost-live&scope=site>.

THON, F. M.; JUCKS, R. Believing in Expertise: How Authors' Credentials and Language Use Influence the Credibility of Online Health Information. **Health Communication**, v. 32, n. 7, p. 828–836, 2017. Disponívelem: <http://ezproxy.library.ubc.ca/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=122658278&site=ehost-live&scope=site>.

TOMBROS, A.; RUTHVEN, I.; JOSE, J. How users assess web pages for information-seeking. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 54, n. 4, p. 327–344, 2005. Hoboken, United States, Hoboken: Wiley Periodicals Inc. Disponívelem: <https://search-proquest-com.ezproxy.library.ubc.ca/docview/231458851?accountid=14656>.



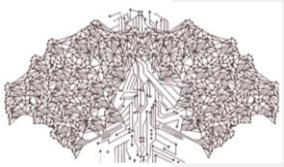
TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo – Volume I**: porque as notícias são como são. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WARWICK, C.; RIMMER, J.; BLANDFORD, A.; GOW, J.; BUCHANAN, G. Cognitive economy and satisficing in information seeking: A longitudinal study of undergraduate information behavior. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 60, n. 12, p. 2402–2415, 2009. Wiley Subscription Services, Inc., A Wiley Company. Disponívelem: <http://dx.doi.org/10.1002/asi.21179>

WHITE, R. W.; MORRIS, D. Investigating the querying and browsing behavior of advanced search engine users. **Proceedings of the 30th Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval - SIGIR '07**, p. 255–262, 2007. ACM. Disponível em: <http://dl.acm.org.ezproxy.library.ubc.ca/citation.cfm?id=1277741.1277787>.

YOUNG, S. Judgment of Information Quality and Cognitive Authority in the Web. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 53, n. 2, p. 145–161, 2002. Hoboken, United States, Hoboken: Wiley Periodicals Inc. Disponívelem: <https://search-proquest-com.ezproxy.library.ubc.ca/docview/231530347?accountid=14656>.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A DIVERSIDADE SUBJETIVA DA REPRESENTAÇÃO DE IMAGENS NA MATERIALIDADE COTIDIANA: PROJETO *EX-VOTOS*[1]

Agda Carvalho[2], Clayton Policarpo[3], Edilson Ferri[4],

Daniel Malva[5], Miguel Alonso[6], Sergio José Venancio Júnior[7]

Resumo

A presente discussão aborda a diversidade de imagens que convivem e se misturam nas redes a partir do desenvolvimento de um projeto artístico-teórico. Esta infinidade de

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Docente do Programa de Pós Graduação em Mestrado e Doutorado em Design da Universidade Anhembi Morumbi. Doutora em Ciências da Comunicação (ECA – USP), Mestre em Artes Visuais (Unesp). Líder do Grupo de Pesquisa: Design e Corpo: Abordagens Projetuais na Arte e Moda (Universidade Anhembi Morumbi). Membro do GIIP: Grupo Internacional e Interinstitucional de Pesquisa em Convergências entre Arte, Ciência e Tecnologia. (UNESP). E-mail: agdarcarvalho@gmail.com

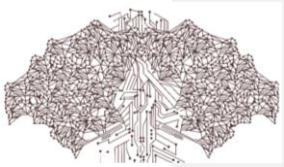
[3] . Doutorando (bolsa Capes) e mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD), PUC-SP. integrante dos grupos de pesquisa TransObjetO (TIDD – PUC-SP) e Realidades (ECA – USP). E-mail: clayton.policarpo@gmail.com

[4] . Docente da Faculdade Impacta Tecnologia São Paulo. Mestre em Poéticas Visuais (UNICAMP). Membro do Grupo de Pesquisa: Design e Corpo: Abordagens Projetuais na Arte e Moda (Universidade Anhembi Morumbi) e do GIIP: Grupo Internacional e Interinstitucional de Pesquisa em Convergências entre Arte, Ciência e Tecnologia. (UNESP). E-mail: edilsonferri@gmail.com

[5] . Mestrando no PPG em Artes do IA- Unesp, São Paulo. Membro do grupo de pesquisa c.A.t - ciência/ARTE/tecnologia e do GIIP – Grupo Internacional e Interinstitucional de Pesquisa em Convergências entre Arte, Ciência e Tecnologia (IA- Unesp). E-mail: info@malva.fot.br

[6] . Mestrando no PPG em Artes do IA- Unesp, São Paulo, bolsa Capes. Membro do GIIP – Grupo Internacional e Interinstitucional de Pesquisa em Convergências entre Arte, Ciência e Tecnologia (IA-Unesp). E-mail: miguelalonso_rj@hotmail.com

[7] . Mestrando em Artes Visuais (ECA USP). Membro do Grupo de Pesquisa Realidades (ECA – USP). Docente do Curso de Especialização em Design Gráfico (IA Unicamp). E-mail: svenancio@gmail.com

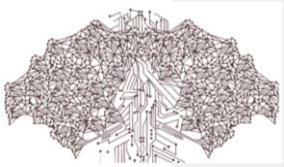


representações individuais e coletivas são compartilhadas, como uma doação de um tempo vivido, ação que elabora uma presença remota, modificada continuamente com a sobreposição de fragmentos imagéticos do cotidiano. A partir deste questionamento ocorre a articulação com a prática religiosa dos ex-votos, cuja dinâmica acontece com as ofertas de diferentes objetos, fotografias e modelos realizados em cera ou esculpidos em madeira, que simulam partes do corpo humano, atitude que configura um rito de agradecimento ao pedido atendido. O projeto artístico interdisciplinar *Ex-votos* permeia diferentes representações da imagem, passando pela escultura, em um objeto em forma de cabeça; fotografia, através dos retratos enviados pelos visitantes; e representações gráficas geradas por algoritmos desenvolvidos no *software Processing*, de modo a permitir um entremeio entre tecnologias digitais e cultura popular, evidenciando a impossibilidade de se pensar a evolução de dispositivos e linguagens de maneira isolada e disruptiva.

Palavras-chave: ex-votos; imagem; fotografia; cotidiano

Introdução

No cotidiano proliferam relações e entrecruzamentos sociais que determinam as características de um tempo e lugar. Este lugar está em contínuo movimento, não apresenta fronteiras e é construído a partir de distintas camadas históricas que são acrescidas das particularidades que anunciam o sentido e as subjetividades do contexto. A imagem que se precipita em uma composição que utiliza mecanismos digitais, se configura como realidade em trânsito, no momento de sua postagem on-line. Estes dados são armazenados em diferentes arquivos e formatos em um lugar sem fronteiras físicas, com um tráfego intenso de informações que podem ser acessadas e modificadas continuamente. E nestes processos contínuos de trocas, as redes ampliam o espaço geográfico e articulam outras relações com as conexões presenciais e remotas, e assim, produzem, captam e disseminam uma variedade de imagens e interações.



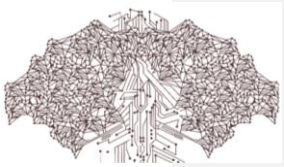
Neste sentido, a presente discussão aborda a diversidade de imagens que convivem e se misturam nas redes. Esta infinidade de representações individuais e coletivas são compartilhadas, como uma doação de um tempo vivido por um participante presente ou por outrem. Este compartilhamento de arquivo de imagens e objetos é um dos pontos de aproximação do projeto artístico com a prática religiosa dos ex-votos.

> A etimologia da palavra ex-voto é originada do latim *ex-voto*, cuja preposição *ex* representa a 'causa de, em virtude de' e voto advém de *votum*, i 'voto', relativo *votum*, originado de *vovère* 'fazer voto, obrigar-se, prometer em voto, oferecer, dedicar, consagrar'(OLIVEIRA, 2012, p. 1).

A partir deste questionamento ocorre a articulação com a dinâmica da oferta de diferentes objetos, fotografias e modelos normalmente realizados em cera ou esculpidos em madeira, que simulam partes do corpo humano, atitude que configura um rito de agradecimento ao pedido atendido.

Com base nas relações cotidianas atuais de uso das redes sociais, o texto propõe um olhar que evidencie as interconexões entre os paradigmas da imagem propostos por Santaella (SANTAELLA; NÖTH, 2011, SANTAELLA, 2013). Em um estudo do processo evolutivo dos modos de produção da imagem (SANTAELLA; NÖTH, 2011, p. 157), a autora propõe três paradigmas: o pré-fotográfico, referente a toda imagem produzida artesanalmente, quer dizer, imagens feitas à mão, desde imagens nas pedras, o desenho, pintura, gravura e até escultura; o fotográfico, caracterizado pelos processos automáticos de captação da imagem; o pós-fotográfico, que diz respeito às imagens sintéticas ou infográficas, inteiramente calculadas por dispositivos computacionais. São transformações a partir de uma matriz de números em pontos elementares (pixels), visualizadas em uma tela (ibid.). Em uma releitura Santaella constata a possibilidade de uma hibridização dos três paradigmas antes propostos, postula um novo modelo de análise, ao qual denomina o quarto paradigma da imagem (SANTAELLA, 2013).

Estes conceitos fundamentam a discussão da diversidade subjetiva na representação de imagens no cotidiano, pois manifesta outro lugar das relações sociais com os processos e manipulações no projeto artístico *Ex-votos*.



Cotidiano: lugar em processo

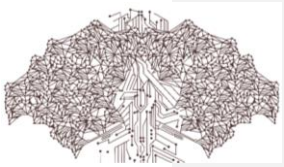
> Se os lugares podem ser conceituados em termos das interações sociais que agrupam, então, essas interações em si mesmas não são coisas inertes, congeladas no tempo, elas são processos (MASSEY, 2000, p. 184).

O projeto interdisciplinar *Ex-votos*[8] articula o sentido das presenças física e remota no cotidiano. A proposição discute tais relações como um processo contínuo de encontros e experiências que ecoam em subjetividades a partir das trocas. O movimento e as relações são disparados através da materialidade de um objeto escultórico no formato de uma cabeça humana, lembrando um artefato de ex-voto típico de manifestações artístico-religiosas onde são feitas ofertas às divindades como forma de agradecimento por um pedido atendido. Este objeto será inicialmente um anteparo de imagens projetadas, um ponto de convergência e divergência das relações de presença e não-presença. Este processo será construído com uma diversidade de fragmentos do cotidiano e o questionamento da experiência, da vivência de uma situação que advém das relações sociais, que aqui são expandidas com o compartilhamento das imagens fotográficas.

A ausência de fronteiras espaciais físicas é uma situação determinante para o confronto com a variedade de experiências que o projeto propõe, pois ocorre o entendimento das possibilidades de associações e cruzamentos de dados que se propagam espontaneamente na rede.

> Essas fotografias exibiram as multiplicidades de tempos, de espaços e de referências atualizadas na imagem instantânea, deixando entrever que nesse tempo suspenso coexistem várias temporalidades sobrepostas: um antes e um

[8] . O projeto interdisciplinar *Ex-votos* surge das discussões oriundas do 7º Encontro Internacional de Grupos de Pesquisa: Convergências entre Arte, Ciência e Tecnologia & Realidades Mistas – 2017 – Excessos e Escassez.

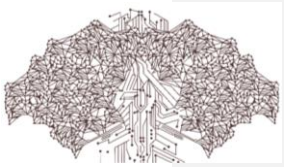


> depois, um passado e um futuro, um atual e um virtual (FATORELLI, 2013, p. 49).

A discussão é pautada pela relação entre as práticas de ritos do cotidiano contemporâneo, sendo este um lugar de constante interação e transformação. Muitas das interações que o indivíduo vive hoje em dia estão na relação homem-máquina, onde a máquina assume papéis humanizados, incluindo o de socialização. Especialmente em cenários urbanos, é bastante comum perceber as pessoas atentas a seus dispositivos móveis em ambientes públicos e privados, enquanto esperam, se locomovem ou mesmo em momentos de socialização e conversas presenciais. É plausível dizer que a máquina acompanha o homem 24 horas por dia, e que são criados diversos rituais e costumes em torno dela. E um dos rituais de interesse a esta pesquisa reside no uso das câmeras digitais dos dispositivos móveis, onde as pessoas capturam vários momentos vividos e os registram em fotografias que serão depois compartilhadas nas redes sociais.

As redes sociais oferecem ambientes de conexão remota com amigos, celebridades e qualquer pessoa que for julgada interessante, e em contrapartida coletam constantemente dados sobre o indivíduo e seu comportamento na web. Toda participação é subjugada à concordância com termos de uso, onde os usuários, muitas vezes sem ler tais termos e sem tomar consciência, consentem em fornecer seus dados pessoais e em permitirem que eles sejam analisados e cruzados com dados de demais pessoas para os mais diversos fins. Grandes empresas passam a ser detentoras de informação privilegiada sobre cada indivíduo, enquanto promovem novos tipos de interação, garantindo o "milagre" da sociedade contemporânea: poder ver e ser visto por muitas pessoas, compartilhar a vida, os bons e maus momentos, e ter retorno de admiradores, medido em quantidades de *likes* e comentários. O ritual de doar a vida privada é diário, e assim o indivíduo passa a ser percebido pelo mundo. A rede social se tornou um local bastante frequentado, de infinitas trocas e transformações.

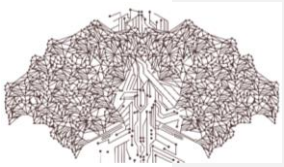
O projeto, no que se refere a doação das imagens, está articulado com a prática dos ex-votos, e isto fundamenta esta proposição onde o fornecimento de retratos pessoais se assemelha às ofertas feitas como agradecimento por graças alcançadas. Este fenômeno de



prática religiosa se desdobra por diversas formas de apresentação material e de identidade cultural encontradas em diversos lugares pelo mundo. As ofertas de objetos e pertences se materializam no fato de muitos devotos doarem modelos de partes do corpo humano produzidos em madeira, cera, parafina ou outros materiais, para representar a clemência e/ou pedido atendido. Tais súplicas se referem às partes do organismo corpóreo que outrora sofreram enfermidades e foram agraciadas com curas. Oferendas são colocadas em locais próprios como agradecimento pela graça alcançada.

> Cerimônias de casamento e reuniões de família também foram e ainda são fotografadas e colocadas nas salas de milagres. Mas a maior difusão de ex-votos fotográficos fica a cargo das fotos 3X4, que em quantidade nas salas de milagres dos santuários do Senhor do Bonfim, Candeias e Aparecida do Norte, é de número assustador, superando a quantidade de qualquer outro tipo de ex-voto. (OLIVEIRA, 2012)

Este trabalho percorrerá caminhos que perpassam por discussões sobre a individualidade e identidade dos participantes interatores, em conjunto com um sistema autônomo baseado em algoritmos, que não envolve nenhum tipo de senso humanizado. Como dito, a tradicional prática religiosa da doação ou do sacrifício, como oferenda pelos milagres ou graças alcançadas, é comparada à ação de doar dados pessoais às redes e sistemas online em busca de uma socialização. A manifestação desta comparação se dará através de uma instalação interativa, que propõe criar um debate sobre a construção de identidade em rede, por meio da manipulação de retratos enviados pelo público. O processo de interação com a obra será estruturado em três etapas: recebimento dos retratos enviados pelo público, presencial ou remotamente; projeção das imagens recebidas em um objeto tridimensional em forma de cabeça humana, composta de material perecível; e o redesenho computacional da imagem formada pela projeção dos retratos doados sobre o objeto-cabeça, elaborando novas faces. Tais desenhos serão realizados através de algoritmos generativos desenvolvidos no *software* Processing, cuja característica de traçado por proximidade de cores será obtida a partir da captação em vídeo dos retratos projetados sobre a superfície do objeto, em tempo real. O tempo de exposição de cada



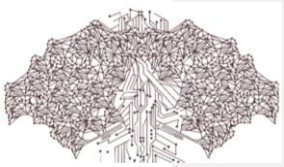
retrato enviado, e as quantidades de combinações entre os diferentes rostos, serão determinantes na composição final dessas imagens.

Diferentemente do tempo de uma timeline, retilínea, as imagens se transformam durante a projeção no anteparo da cabeça e na sua releitura feita pelo sistema. “O tempo é o operador fundamental dessa passagem entre a percepção automática e a percepção criativa” (FATORELLI, 2013, p. 87). A experiência da obra está no limiar da densidade temporal das relações entre a expectativa da imagem doada e da imagem consolidada pelo computador nos desenhos gerados.

Há também, na produção dessas imagens finais, uma intenção de se apropriar do *status* da fotografia, que no século XXI, foi acolhida plenamente pelo mundo, como suporte legítimo (COTTON, 2013, p. 7) e como matéria constituinte da arte contemporânea. Esse *status* e a digitalização dos processos de criação de imagens acabaram por influenciar outros suportes advindos da fotografia, tornando esses derivados igualmente importantes para a arte contemporânea; “cabe apontar, simultaneamente, as singularidades das mudanças em curso, sobretudo as novas possibilidades expressivas proporcionadas pela emergência das tecnologias imagéticas emergentes” (FATORELLI, 2013, p. 84).

Essa produção contemporânea, motivada pelo avanço tecnológico, amplia o espectro da produção artística por imagens técnicas, e consequentemente, abrindo um leque de possibilidades para fotografia e para outros meios de produção de imagens. Dentro desse contexto, a hibridização é uma força motriz nessa produção, transformando desde os aparatos tecnológicos até as reflexões conceituais e poéticas que essas modificações poderiam trazer.

> A história recente dos meios visuais e audiovisuais é uma trama de assimilações, de contágios e de confrontações recíprocas entre as diferentes formas, em flagrante desacordo com as pretensões modernistas de purismo e de autonomia (FATORELLI, 2013, p. 20).



Ao trazer novos argumentos, muitos artistas vem se apropriando dessa multidisciplinaridade para criar novas abordagens artísticas em suas visões de mundo. Nos últimos anos é crescente a produção de trabalhos onde a tecnologia extrapola o seu simples uso, para um patamar mais profundo de discussão, ou seja, as intenções de usá-las ficaram mais definidas como parte das questões levantadas por essas produções.

Essas modificações na produção de imagens estão atreladas às intenções de romper com os modelos puristas, principalmente na fotografia, e pretendem com essa ruptura criar caminhos mais plurais. O interessante que isso causa transformações substanciais no uso dos aparatos técnicos e cria novos procedimentos que constituirão a hibridização da fotografia. Surgem então imagens que não precisam seguir as convenções pré-estabelecidas para serem consideradas fotográficas, como no caso deste projeto, com imagens resultantes de algoritmos. E neste contexto de pós-modernidade, essa nova imagem de origem eletrônica, pode ser chamada de imagem pós-fotográfica, como aponta Fontcuberta (2012, p.12). "A fotografia eletrônica, nesse sentido, não constitui uma simples transformação da fotografia fotoquímica, mas introduz toda uma nova categoria de imagens que já devem ser consideradas 'pós-fotográficas'" (ibid.).

Por conseguinte, os meios derivados da fotografia seguem esse percurso com a intenção de multiplicação de possibilidades, dando origem a um conceito de *pós-mídia*. (LYOTARD, 1994 apud GENOSKO, 2013, p. 15).

Há portanto uma mudança significativa no campo de produção de imagens, condição que também afeta o conceito de lugar e altera o sentido de pertencimento, já que emergem relações subjetivas que são estabelecidas com essas imagens, e estas influenciam o nosso comportamento e também alteram a nossa visão de mundo. A imagem se tornou um material essencial na virtualização desses ambientes, fato que se reflete em nosso cotidiano. "na sociedade expositiva cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda; tudo se mensura em seu valor expositivo" (HAN, 2017, p. 32).

Da mesma maneira os ambientes íntimos se tornam material de consumo nesse novo contexto expositivo, com isso, essas transformações e consequências tornam-se questões fundamentais em discussões artísticas. Nesse ambiente, essas produções preocupam-se em amalgamar esses conceitos "à luz disso, qualquer mudança para pós-

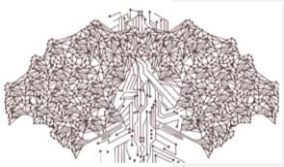
mídia deve reconhecer que a ruptura da massa em uma nova condição traz uma grande quantidade de bagagem: ao invés de superar o passado, os elementos são repetidos" (GENOSKO, 2013, p. 15).

Contaminação por imagens

Frente à multiplicidade de formas que a imagem adquiriu no último século (o cinema, as diversas possibilidades do vídeo, as linguagens hipermidiáticas) somado ao processo de complexificação na construção de narrativas, foram muitos os rumores acerca da morte da fotografia. Diante da propagação de dispositivos móveis acoplados a câmeras fotográficas e as facilidades de a acesso à internet, que nos últimos anos conjuga padrões de sociabilidade exponencial para garantir o engajamento dos usuários (uma evidência do sucesso das redes sociais), constatamos que a fotografia nunca esteve tão viva. Lev Manovich (2006 apud SANTAELLA, 2013, p. 148) sugere que a fotografia, longe de estar morta, é algo semelhante a um vírus que se transmuta ininterruptamente, "um código representativo incrivelmente resistente que tem sobrevivido a todas as ondas de mudanças tecnológicas, o que inclui a 'computarização' de todos os estágios da produção e distribuição culturais" (ibid.).

Na década de 1990, em diálogo com diversos pensadores, tais como Couchot, Virilio, etc., Santaella desenvolve uma teoria crítica em uma tentativa de enfrentar os desafios conceituais impostos pela emergência de computadores e *softwares* dotados de capacidade de gerar representações visuais. Em um estudo do processo evolutivo dos modos de produção fotográfico, a autora formula uma pesquisa sobre os três paradigmas da imagem (NÖTH, SANTAELLA, 2011).

Desde as pinturas pré-históricas nas cavernas, que em muito precedem a invenção da escrita, as imagens são meios de expressão da cultura humana (ibid. p. 13), tendo sido objeto de estudo de diversas disciplinas de pesquisa. O projeto *Ex-votos* se faz valer da interdisciplinaridade característica dos estudos da imagem, e exprime um diálogo com os paradigmas apresentados por Santaella e Nöth.



A imagem artesanal expressa na escultura do ex-voto, é produzida num suporte material único e irrepetível que, por sua natureza matérica, está sujeita às erosões do tempo. Já os retratos enviados pelos participantes são passíveis de reprodução. A imagem passa, portanto, a ganhar em eternidade o que perdeu em unicidade (ibid. p. 169). Diante da possibilidade de recriar a imagem, a partir de procedimentos lógico-matemáticos, recorremos ao paradigma pós-fotográfico, a sobreposição de camadas de representação é capturada por uma câmera e recriada a partir de linguagem algorítmica

O conceito dos três paradigmas da imagem, que a princípio pareceu suprir uma necessidade vigente na década de 1990, frente a emergência de imagens técnicas nos primórdios da rede, necessitou uma revisita e reformulação mediante a constante hibridação de linguagens e facilidade de acesso a dispositivos tecnológicos. Em 2013, Santaella resgata os paradigmas antes formulados, para criar um diálogo com a produção artística e comunicacional contemporâneas. A partir de uma análise acurada da criação de imagens no início do século XXI, a pesquisadora postula um quarto paradigma, no intuito de ressignificar as hipóteses já desenvolvidas e buscar definições para o estado de total convergência, experienciado mediante a disseminação de tecnologias móveis, computação pervasiva e promessas advindas da inteligência artificial. A estratégia utilizada por Santaella para a elaboração dos três primeiros paradigmas da imagem é pautada por uma leitura dos modos de produção da imagem e seus consequentes submodos, o que possibilitou examinar as alterações que se processam e permitem dar corpo e justificar a ruptura na passagem de um paradigma a outro (SANTAELLA, 2013, p. 152). A base utilizada para a divisão levou em consideração quatro níveis: o nível dos seus meios de produção, suportes e tecnologias; o nível dos meios de conservação; os meios de exposição e difusão; os meios e modos de recepção (ibid.). Contudo, é inegável que o regime de visualidade propiciado pela imagem informática é “radicalmente distinto dos anteriores, não devendo ser alocado no mesmo segmento” (ibid. p. 153).

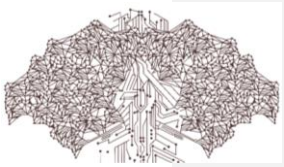
O quarto paradigma, proposto pela autora, busca dar conta do crescente uso da fotografia, e seus desdobramentos enquanto linguagem em peças artísticas e comunicacionais na era de dispositivos móveis e de conexão contínua, o que insinua em uma nova estética. A partir de então, as formulações que surgem são de um hibridismo

radical. Não há espaço para estruturas de organização sequencial, tampouco experimentações puristas que arrisquem manter suas qualidades inalteráveis. A "fotografia expandida", "cinema expandido" (YOUNGBLOOD, 1970) ou ainda "transcinemas" (MACIEL, 2009), como têm sido chamadas as "audácias" cometidas por artistas, conduzem a um vazamento das fronteiras da imagem, e se constituem como expressões transversais a toda a produção estética contemporânea. Isso exige que se repense "a categoria do 'fotográfico' como algo intensivo, que excede o domínio das fotos-objeto e das obras-imagens para se engajar no caminho dos processos e das modalidades" (DUBOIS, 2009, apud SANTAELLA, 2013, p. 160).

Sob tal perspectiva, *Ex-votos* é uma obra paradigmática, ao transitar por entre o universo perecível da matéria, o reprodutível da imagem fotográfica, ao disponível, onde imagens abstratas da memória tornam-se acessíveis em diversos suportes. O trabalho exemplifica o caráter heterogêneo da comunicação, e a tendência à contaminação e mescla das linguagens em meio ao crescimento de possibilidades oferecidas pelo digital. Desde a prensa de Gutenberg, toda tecnologia traz em si o sonho e o temor de substituição. A partir da emergência de novas formas de armazenar e produzir conhecimento cresce o receio quanto ao apagamento e esquecimento das tecnologias anteriores. Contudo, o que observamos é uma hibridização de dispositivos e linguagens em uma crescente ecologia comunicativa. A instalação artística que constitui o projeto *Ex-votos* evidencia a combinação de elementos de natureza distinta na construção das etapas que compõem o trabalho. É através da sobreposição de imagens digitais a artefatos físicos em um processo irreversível de hibridização, e da mescla entre crenças e aspectos socioculturais à linguagem matemática, que emergem as poéticas do projeto.

Retrato e representação

Nas últimas décadas, é possível observar uma ressignificação do retrato na construção da identidade em rede.

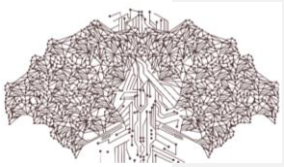


> Convém, de modo bem diverso, perceber as mudanças processuais e perceptivas proporcionadas pelas transformações técnicas implementadas desde a modernidade, em especial, a nova lógica de criação e de circulação das imagens inauguradas pela fotografia e pelo cinema e, mais recentemente, pelas tecnologias eletrônicas digitais. Tais mudanças estão reencenando os modelos realistas e, simultaneamente, ampliando o poder produtivo do corpo no processo de aquisição perceptiva (FATORELLI, 2012, p. 83).

O rosto humano é um meio primário de expressão e comunicação. E se existe um código universal de comunicação, as expressões faciais ocupam este lugar. São elas capazes de revelar emoções e ao mesmo tempo escondê-las, de forma espontânea ou controlada, como uma encenação teatral. Viver em sociedade subjuga esta encenação a um eterno conflito expressivo: lidar com o que realmente se é e ao mesmo tempo com o que se aparenta ser. O rosto, portanto, possui diversos papéis, e o homem, sendo constantemente um ator, "veste máscaras" para se adequar a cada situação. Aqui, uma definição mais ampla de máscara se faz necessária. "O rosto é, ao mesmo tempo, a sede da revelação e da simulação, da indiscrição e da ocultação, da espontaneidade e do engano, ou seja, de tudo aquilo que permite a configuração da identidade" (FONTCUBERTA, 2012, p. 23).

Hans Belting, em sua obra *Face And Mask: A Double History* (2017), propõe o conceito de "face enquanto máscara" (ibid. p. 17, tradução nossa). Uma máscara não deve ser entendida apenas como artefato cultural típico de rituais, danças ou teatro. Também não necessariamente deve ser conotação de algo falso, algo que se veste para criação de ilusões. A máscara é a própria expressão facial, produzida pelo sujeito e condicionada às negociações sociais que se estabelecem quando um rosto reage ou se engaja a outros. Isto indica que o controle dos músculos faciais por um sujeito é recurso utilizado para adaptação ao meio social e cultural em que vive.

Da combinação de expressões faciais e do olhar, o rosto vivo assume inúmeras máscaras para mostrar ou esconder o seu ser, suas emoções, enquanto tenta regular como a sociedade deve interpretá-lo dentro de seus padrões morais. E aqui se reforça a mesma tensão imposta pela sociedade sobre o sujeito, a tensão entre o que se é e o que se aparenta



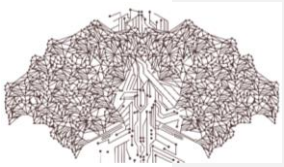
ser. Como um ato de sobrevivência, a face está sempre preparada a se tornar uma máscara, a assumir diferentes papéis, enquanto se esforça para manter a autenticidade do sujeito.

Ao entender que face e máscara são conceitos indissociáveis, Belting indica que o retrato é uma "imagem de uma imagem, porque representa uma face que é em si própria uma imagem de alguém" (BELTING, 2017, p. 20, tradução nossa). Inicialmente, compreende-se retrato como manifestação da tradição europeia em imortalizar rostos e identidades, seja através da pintura, escultura ou gravura. Pelo entendimento de "face enquanto máscara", todos estes retratos europeus são representações de faces que vestem máscaras de glória, nobreza, sabedoria, ou mesmo indiferença, dor. No entanto, todos estes retratos são indistintamente "imagens silenciosas que eternizaram a face mas não recapturaram sua vida" (BELTING, 2017, p. 9, tradução nossa).

> Paradoxalmente, um retrato reduz a face a um conceito de si própria quando cria uma máscara desta; enquanto uma face possui uma forma aberta, a máscara possui forma fechada. Isto significa que somente a máscara pode representar a essência da face de forma permanente, enquanto uma face nunca repousa e não pode ser reduzida a um conceito (BELTING, 2017, p. 93, tradução nossa).

Com o advento da fotografia e da grande mídia, tal paradoxo apenas se aprofunda. Ao definirem e controlarem a produção em larga escala de imagens, os grandes veículos de comunicação passaram a definir o imaginário popular. Através de retratos em outdoors, jornais e capas de revistas, a mídia produz e impõe muitas máscaras, que se apresentam como idealizações globais da vida, extremamente apropriadas para o consumo. Tais máscaras perdem qualquer referência à vida real, pois ao serem produzidas em larga escala, conseguem se impor e substituir fisionomias locais por imagens de pessoas icônicas, que "atraem todos os olhares para si próprias e não retornam nenhum olhar de volta" (BELTING, 2017, p. 182, tradução nossa).

Hoje, com a popularização das câmeras digitais em dispositivos móveis conectados à internet, o retrato atinge um novo patamar: sua autoprodução. As chamadas *selfies* permitem ao usuário criar quantas fotos quiser de si próprio e edita-las da maneira que



lhe for conveniente. As redes sociais consolidam a divulgação massificada destes retratos, e as tais máscaras consumíveis, antes produzidas apenas pela grande mídia, agora o são por qualquer indivíduo. “Diante de uma câmera sempre somos outros: a objetiva nos transforma em arquitetos e administradores de nossa aparência” (FONTCUBERTA, 2012, p. 23).

Estar em frente a uma câmera faz parte do cotidiano de muitas pessoas, mas em muitos casos, a exibição da própria imagem como maneira de ampliar a rede de socialização e sua própria inserção no espaço urbano só pode ocorrer pelo viés da tecnologia a serviço do social.

Ao passo que as redes sociais se aprimoram e se tornam influenciadora do comportamento fora delas, elas fazem com que exista um aumento na necessidade de pertencimento, e isso se refletiu, proporcionalmente, em um aumento considerável na produção de retratos. Ter sua imagem nesse mundo virtual passa a ter uma importância de existência também no mundo real.

> Descartes existia graças ao pensamento, Gassendi graças ao movimento e à ação. Hoje existimos graças às imagens: *“imago, ergo sum.”* A adaptação desse corolário à nossa condição de *homo pictor* deriva em “fotografo, logo existo”(...) (FONTCUBERTA, 2012, p. 19).

Imagens são gravadas diretamente na web e exibidas utilizando a rede formada mundialmente por computadores, em sua maioria pessoais, conectados por sistemas de reconhecimento de sinais que estão trocando informação em tempo real. As modificações dos dispositivos de captação de imagens e novas formas de armazenamento de dados, sem a dependência dos processos analógicos de reprodução, consolidaram o uso de câmeras digitais e de seus meios de edição de imagem (como por exemplo, o *Photoshop e o Gimp*). A popularização dos celulares com câmeras digitais foi fator determinante para a expansão das redes sociais (não por acaso, a rede de maior proeminência é o Facebook, o livro de rostos, entre outros aplicativos *mobile* como o Instagram). O ato de vigiar utilizando-se de equipamentos com tecnologias avançadas de registros digitais,

imagens, vídeo ou por meio on-line através de uma rede de computadores estabelece cruzamentos que se fundem às práticas culturais. Diante das possibilidades oferecidas pelas tecnologias de vigilância, associadas às redes sociais e algoritmos de reconhecimento facial, a prática do retrato adquiriu contornos inéditos, superando os modelos adotados pelos primeiros movimentos da fotografia.

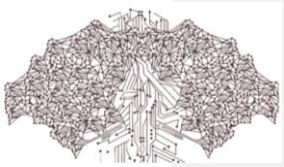
Ao tempo que a fotografia e o retrato parecem figurar como elementos fundamentais para a construção de uma subjetividade em rede, predomina na cultura popular dos ex-votos a representação de cabeças, e mais recentemente a representação nas fotos 3x4. Na crença popular, a recriação de partes do corpo afetadas por doenças, tende a transferir o mal do corpo para a sua representação, sendo possível observar uma maior recorrência de peças no formato de cabeça.

> A predominância da representação da cabeça nos ex-votos associa-se à concepção corrente entre culturas ditas "primitivas", não-ocidentais, de que a doença, sempre causada por um agente externo maléfico, não precisa manifestar-se em uma parte específica do corpo, mas pode atingir de um modo geral a saúde e a vida de uma pessoa, como no caso da loucura, ou mesmo do mau-olhado e das desgraças, igualmente considerados doenças e tratados como tais.[9]

A proposta *Ex-votos* traz como modelo tridimensional um ou mais rostos como anteparo para a projeção dos retratos enviados - doados - pelo público. Este anteparo será de material perecível, em que a ação do tempo modifica e altera a sua estrutura.

> (...) a arte é um setor da realidade, um fazer ou uma prática, onde o espírito, o espiritual, convive, habita ou está integrado no âmago da materialidade, e que a escultura como uma das artes, existem outras, escolhe como objeto prioritário, a *forma* do corpo humano, este corpo que nós conhecemos,

[9] . Trecho extraído do texto descritivo da exposição de ex-votos, que integra o núcleo de religiosidade do acervo permanente do Museu AfroBrasil, em São Paulo. Informações sobre o Museu disponíveis em: <http://www.museuafrobrasil.org.br/>. Acessado em janeiro de 2018.



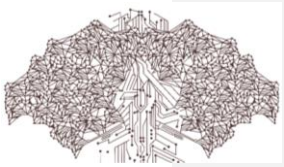
> reconhecemos, e que é também nosso, como expressão preponderante daquilo que é espírito. (NETO, 2002, p. 15)

A partir da combinação das fotografias doadas, a imagem final se torna um julgamento nesse mundo fictício criado para representar e discutir as relações entre homem, máquina, individualidade e fé. Ao doar seu retrato 3x4, cada "devoto" passa a oferecer sua identidade para ser remodelada, deixando-a ser avaliada por um aparato tecnológico que foi programado para ser desprovido de qualquer sentimento ou senso de culpa. O ato de doar, reforça o sentimento de que ao doar esse simulacro de personalidade, o devoto entrega parte de si para o desconhecido, abrindo mão de sua existência mesmo que por um instante, e aceitando o resultado como se fosse uma sina, uma predestinação ou até um castigo. "O que temos em comum e o que nos distingue de outros para que alguém nos perceba como uma individualidade? Quanta analogia e quanta informação nova há de um rosto para outro?" (FONTCUBERTA, 2012, p. 86).

Ao projetar os retratos doados sobre o objeto-cabeça, essa prática será uma forma de sintetizar faces que não existem, criando um novo rosto que não possui mais conexão com o corpo real. Fazendo assim a persona inicial se desfazer para que seja transformada e depois revelada em rede. As "máscaras" de Belting, se antes eram instantes que não recapturavam uma vida, agora representam vidas que nem existem.

No território do domínio público, a representação de rosto midiático, é reconstruída pelo aparelho tecnológico que reconfigura a imagem de quem somos para a imagem de quem mostramos ser. O revés inesperado proposto pelo algoritmo extrapola o conceito de rosto natural por meio da técnica de replicação da linha conectando identidades. Esse instante pode ser relacionado com a imagem latente, que ainda não foi exposta nesse breve momento que a imagem ficará projetada sobre essa superfície tridimensional antes de ser modificada, onde será desenhada e combinada por todas as imagens enviadas durante um determinado período, para que depois seja revelada pelo algoritmo.

> De modo geral, a presença da imagem latente como mediação entre a experiência visual e a imagem consumada nos fala de esperança e desejo: das esperanças e desejos que depositamos em um ato de expressão cujo resultado permanece no terreno da incerteza (FONTCUBERTA, 2012 p. 39).



Algumas considerações

Tentar entender o momento presente, até o instante do fim, nos coloca a pensar no tempo e nas marcas que imprimimos ao longo de uma existência. Tomar consciência da finitude faz nascer um sentimento de renovação pessoal ao abrir a consciência da degeneração.

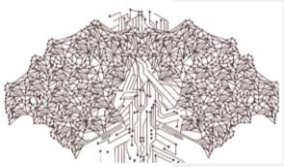
Ao depararmos com nosso interior e o despertar desta consciência, indiferentes à culpa, e vítimas de nossas próprias escolhas, nos colocamos ao início da finitude, e passamos a dar o grande passo para morte.

Sendo a grande mídia também responsável pela produção de filmes e televisão, já seria tarde demais para reverter qualquer perda de referências à vida real.

Dentro desse panorama de transformação das mídias e sem deixar de mencionar toda a sua influência em nossas vidas, é inevitável não perceber a transformação da relação da imagem com a nossa percepção de mundo, e como lidamos com os estímulos imagéticos e a massa de imagens a que somos submetidos.

Os registros em imagem sobrepõem a matéria perecível, mesmo que os ícones que representam venham a falecer ou desaparecer, prevalecem suas imagens midiáticas, estas nunca morrem. O retrato, agora produto midiático, ainda que consiga capturar o movimento de gestos, vozes e diferentes expressões faciais, ainda que hoje pareça eternamente vivo e presente, nunca conseguiu recapturar a vida em sua verdade na totalidade, mas apresenta vestígios de uma existência cotidiana, com seus comportamentos e subjetividades.

O projeto *Ex-votos*, ao conjugar diferentes modelos de se pensar a imagem na contemporaneidade, propõe diálogos entre tecnologias digitais e cultura popular, a partir da sobreposição de camadas sígnicas. Desenvolvido a partir da criação de um grupo temático, em um workshop colaborativo, no 7º Encontro Internacional de Grupos de Pesquisa em convergências Arte, Ciências, Tecnologia e Realidades Mistas, que aconteceu em outubro de 2017, no Instituto de Artes da Unesp, Campus São Paulo, o



projeto reúne pesquisadores em diferentes áreas interessados em debater questões acerca do corpo frente a expansão das redes digitais, além de gerar discussões sobre a permeabilidade entre diferentes linguagens. Desde sua concepção, o *Ex-votos* tem recebido atualizações através de experimentações e testes feitos em encontros realizados pelos integrantes do grupo, sendo o presente artigo parte dos questionamentos elaborados em nosso processo.

Toda a pesquisa para o projeto *Ex-votos* é pautada por um caráter interdisciplinar e processual, de modo que possibilita diferentes leituras, embora essas não possam abarcar toda a complexidade envolvida no trabalho. Cada estudo resulta em uma abordagem pontual que tende a contemplar alguns dos aspectos envolvidos no processo. Ao se instaurar em um território de constante exploração, acreditamos que os apontamentos trazidos pelo trabalho tendem a contribuir no desenvolvimento de experimentos que busquem utilizar características provindas das tecnologias em rede, como também proporcionam recursos para uma investigação acerca do sujeito contemporâneo, atravessado por imagens, que reconhece faces e imagina vidas de pessoas que ele nunca viu pessoalmente, bastando elas serem apresentadas numa tela ou impressas em uma superfície.

Referências bibliográficas

BELTING, H. **Face And Mask**: A Double History. Princeton: Princeton University Press, 2017.

COTTON, Charlotte. **A fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2013

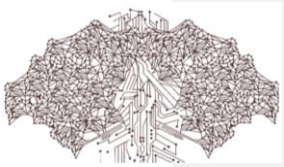
FATORELLI, Antônio. **Fotografia contemporânea**: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias. Rio de Janeiro: SENAC, 2013.

FONTCUBERTA, Joan. **A câmera de pandora** - A fotografi@ depois da fotografia. São Paulo: Ed. G. Gilli, 2012.

GENOSKO, Gary. **The Promise of Post-Media**. page 15-25. Provocative Alloys: A Post-Media Anthology. Berlin: Mute Books, 2013

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

MACIEL, Katia (org.). **Transcinemas**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2009.



MASSEY,Doreen Um sentido global do lugar. IN:ARANTES. Antonio A. (org) **O espaço da diferença**. São Paulo: Papirus, 2000.

NETO, Aurélio Guerra. Corpo e Sofrimento – Buda, Dionísio, Nietzsche. IN:LINS, Daniel; GADELHA, Sylvio (Org.). **Nietzsche e Deleuze**: que pode o corpo. Rio de Janeiro: Relume, 2002.

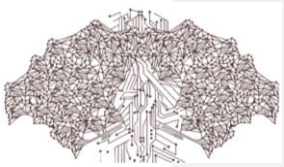
OLIVEIRA, José Cláudio Alves de. Ex-votos do Brasil: Religiosidade, patrimônio cultural, memória social. In.: XIII Simpósio Nacional da ABHR - Associação Brasileira de História das Religiões, 2012, São Luís, MA. Anais do evento. Disponível em: <http://www.abhr.org.br/plura/ojs/index.php/anais/article/viewFile/385/320>. Acesso em dezembro de 2017.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: Cognição, semiótica, mídia. 5a ed. 2011. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua**: Repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

YOUNGBLOOD, Gene. **Expanded Cinema**. New York/USA: P. Dutton & Co., 1970.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A ECOLOGIA CONECTIVA E AS NOVAS FORMAS DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL: CONVERGÊNCIA E FLUXO DO PROGRAMA TVZ[1]

Matheus Bertolini Amorim[2]; Isabela Norton[3]; Luiza de Mello Stefano[4]; Paula Breviglieri[5]

Resumo: O novo ambiente comunicacional hiperconectado e multidirecional proporcionou acrescentamentos quanto à dinâmica, circulação e propagação dos conteúdos audiovisuais e as possíveis derivações habitadas no ecossistema digital. Na atual era dos fluxos, consumir um produto televisivo expande a ideia de estar passivamente frente ao aparelho. A entorse desse consumidor é a responsável pela reconfiguração estética da produção e absorção desses novos produtos. Nesse presente trabalho, o objeto de estudo incorpora as centralidades dessa performance comunicativa diante do programa TVZ, exibido pelo Multishow. Como um programa exibido desde 1999 (sem pausas) conseguiu se modificar para estar presente na TV e web de forma ativa? Como a convergência, o fluxo, intermidialidade e propagabilidade se tornaram fatores adjuntos para este caso? Buscamos um entendimento mais amplo sobre o produto e suas modificações significativas em seu novo formato "ao vivo", assumindo aspectos e características de uma demanda oportuna da internet e da comunidade consumidora.

Palavras-chave: Convergência; Fluxo; Intermidialidade; Propagabilidade; TVZ.

Introdução

A televisão foi um dos meios mais impactados pela convergência midiática e vem tentando encontrar saídas para se inserir no novo contexto, criando um ecossistema midiático conectivo, expandido e hibridizado. No cenário atual das ecologias conectivas surgem novas possibilidades de se entender e mapear os caminhos que o tradicional fluxo televisivo unilateral faz ao expandir para a web.

---

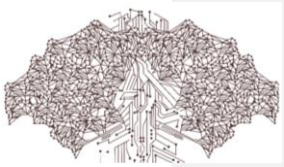
[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 - Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisador é Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. E-mail: matheus.bertolini@gmail.com

[3] Pesquisadora é Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. Bolsista CAPES. E-mail: nortonisabela@gmail.com

[4] Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. E-mail: luizamellost@gmail.com

[5] Pesquisadora é graduada de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. E-mail: paulabrevi@terra.com.br



A internet e, mais especificamente, as tecnologias digitais, infiltraram-se de forma tão definitiva em todos os campos da atuação humana que se pode dizer que há estabelecida uma nova maneira de se ver o mundo: a digital. Com ela surgiu esse ciberespaço, uma parte vital da cibercultura, que podemos compreendê-lo como "o lugar onde estamos quando entramos num ambiente simulado (realidade virtual), e como conjunto de redes de computadores, interligados ou não em todo o planeta, a internet" (LEMOS, 2002, p.137).

Com um caráter multidimensional e cultural, como cita Jenkins (2009), a convergência aponta novas diretrizes para pensar linguagens, estruturas das redações e formas de apresentação e distribuição das narrativas. Novas formas de se produzir informação estão nascendo, fazendo com que o público e a mídia se adaptem à nova realidade e às potencialidades das mídias digitais e ao cenário de convergência, no qual o conteúdo midiático começa a fluir através de diferentes plataformas e canais de comunicação. Sendo assim, experiências diferentes são mediadas por tecnologias distintas.

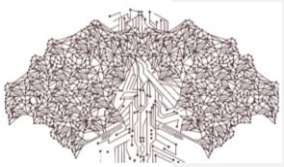
Essa mudança, então, causou um impacto nas interações sociais e nas relações com as tecnologias contemporâneas por causa deste novo fluxo de conteúdo. A cultura da convergência tem demandado que a mídia massiva tradicional se reinvente. Por outro lado, essas pressões vêm de um público acostumado a interagir ativamente, intervir no conteúdo e conversar com seus iguais na rede. Além disso, cria colaborativamente, distribui informações e se engaja em movimentos coletivos.

Sendo assim, para se adaptar às novas mudanças, os canais de televisão vêm experimentando novas alternativas para atrair seu público. O Multishow é um exemplo disso. Aos poucos vem tentando criar conteúdo que extrapole as primeiras telas e, cada vez mais, procura interagir com o público buscando uma maneira de levar estes espectadores de uma plataforma para a outra. O Facebook, Twitter e Instagram do Multishow, por exemplo, têm como padrão fazer chamadas e informar sobre o que será transmitido no canal no dia. São várias postagens diárias dos programas com fotos, vídeos e pequenos textos que convidam o leitor a assistir o conteúdo pela televisão em determinado horário e, assim, propõem uma mudança na comunicação e, consequentemente, de inserção do público em relação aos próprios canais.

Para geração do corpo crítico de análise, pontos fundamentais foram elencados: o fluxo, convergência, intermidialidade e propagabilidade do produto.

Convergência e Conectividade

A transformação da informação e das tecnologias, ao longo das décadas, modificou não somente a maneira como as pessoas se comunicavam, mas a forma de se fazer jornalismo também.



Com o advento da fotografia, do cinema, da televisão e da internet, a escrita perdeu a sua exclusividade e começou a competir e conviver com a imagem. Bourdieu (1997) destacou que, com o surgimento de novas tecnologias, a atividade jornalística começou a ser orientada pela pressão do tempo e do imediatismo. Esses fatores acabaram construindo diariamente uma representação instantânea e descontinuada da realidade e do mundo. Sendo assim, o TVZ é marcado por essa velocidade com que o mundo da música enfrenta todos os dias. Ele é um grande exemplo no que diz respeito ao que existe de mais novo.

Os computadores e, mais especificamente, as tecnologias digitais, infiltraram-se de forma tão definitiva em todos os campos da atuação humana que se pode dizer que há estabelecida uma nova forma de se ver o mundo: a digital.

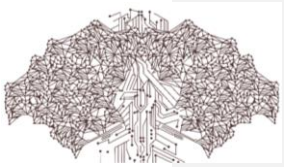
A mudança de cenário na comunicação e na história com o advento de novas tecnologias permitiu que as formas tradicionais de recepção e produção do conteúdo fossem modificadas com o tempo. Essas transformações tecnológicas, culturais e sociais levaram a uma convergência midiática que alterou o modo de consumo dos meios de comunicação, ampliando e intensificando as possibilidades de interatividade e participação.

O poder da internet cresceu rapidamente, causando, em poucos anos, impactos determinantes nos veículos midiáticos tradicionais. Em um momento em que a informação está cada vez mais acessível, a transformação dos antigos modelos se tornou inevitável.

A tecnologia digital abriu barreiras entre mídias e linguagens. O sucesso da internet está diretamente relacionado ao poder de atração da informação trabalhada em ambiente multimídia. Pela primeira vez, desde que o homem superou as limitações oralidade para a transmissão de informação e conhecimento aliando códigos, linguagem e tecnologia, os meios de emissão e recepção da mensagem estão pulverizados e permitem amplas possibilidades de participação (WOLTON, 2003).

O processo de conexão entre os meios possibilitou que um mesmo conteúdo passasse por diferentes mídias simultaneamente, assumindo, assim, formatos distintos. Na trajetória de desenvolvimento do jornalismo nas plataformas digitais, a linguagem tem evoluído levando em conta as possibilidades hipermidiáticas desses suportes, que aliam a convergência de meios à interatividade dos usuários. Como falar das estratégias de comunicação no atual momento do jornalismo é uma das propostas deste trabalho, que foca, ainda, nas possíveis reconfigurações que o gênero vem sofrendo nos meios digitais.

Esta pesquisa busca caracterizar o TVZ como um produto que contém elementos característicos do gênero jornalístico de entretenimento e do gênero hipermidiático. Mais do que um mero canal de divulgação de conteúdo,



Investigamos, ainda, como a adoção de ferramentas digitais para produção de informação transforma substancialmente o produto final, gerando um programa com conteúdo de todos os tipos e formatos, que tem como base a música.

Segundo Jenkins (2009), o atual cenário cultural é caracterizado pela reapropriação de conteúdos e produção midiática cooperativa, que integra agentes como: mídia corporativa, mídia alternativa, consumidor e afins. A proposta de convergência não é essencialmente tecnológica, mas, sim, cultural. O processo de criação de novas plataformas existe devido a uma necessidade social e está relacionada ao fluxo de imagens, ideias, histórias, sons e relacionamentos.

Narrativas transmidiáticas ou narrativas transmídia são aquelas em que ocorrem em diferentes plataformas, interligando um produto principal (jornal, livro, filme, história em quadrinhos, seriado televisivo, entre outros) a tramas paralelas que expandem a história central, criando um vínculo com o leitor/espectador/ouvinte, que o incentiva a garimpar fragmentos da narrativa em diferentes lugares. Surgem como uma estética que responde à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. Se referem a determinados modos de configuração da produção, circulação e consumo de produtos midiáticos, geralmente atrelados à indústria do entretenimento e que se caracterizam pela fragmentação do conteúdo em diversos meios de comunicação.

> Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

É necessário entender as complexidades na construção das linguagens que agora surgem concomitantes em vários domínios, em uma ligação semiótica por excelência paralelamente atrelada à transmidialidade específica dessas produções próprias.

A convergência midiática trouxe com ela uma adesão ao que é novo. A estética tradicional das antigas mídias, fechada, concluída e imutável, é colocada em xeque pela crescente adesão às ferramentas digitais no meio de produção midiático. Arantes (2007, p.9) afirma que "longe de serem meros recursos técnicos, as tecnologias da informação vêm provocando alterações profundas no mundo do trabalho, da economia, na área da cultura e na forma que nos relacionamos com o tempo e o espaço". Neste âmbito, as tecnologias da informação propiciam transformações drásticas também na mídia, que busca se adaptar a um mundo de comunicação ubíqua, multimídia

e constantemente reticularizada. Sendo assim, essa convergência é caracterizada pela reconfiguração dos formatos de comunicação.

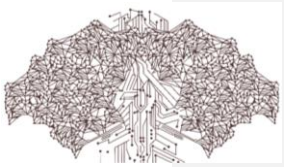
Por fim, o conteúdo das mídias tradicionais, como o televisivo, ultrapassou barreiras e atingiu outros suportes tecnológicos, nos quais cada vez mais o usuário é determinante. A interação que constitui a experiência com o programa constitui uma produção de subjetividade que remete a um sujeito em fluxo que convive com e no ambiente fluído. É possível afirmar que diferente da maioria dos programas, o TVZ é caracterizado pelas multimídias, seu conteúdo não é mais linear, o usuário é quem escolhe como e o que vai consumir.

Um dos reflexos da convergência tecnológica é um ambiente em que, aparentemente, os antigos limites entre mídia, suporte e conteúdo tornam-se difusos e confusos. Assim, a internet pode ser considerada, além de suporte, também uma mídia (DIZARD, 2000). Essa nova mídia já nasceu como produto da convergência tecnológica e seus conteúdos refletem essa origem. Imagens, áudio e texto não apenas trafegam juntos, mas se complementam. O conteúdo é multimídia.

O fluxo na era da propagabilidade

A ideia de fluxo sempre se fez presente na experiência televisiva. Na década de 70, Raymond Williams (1979) introduziu o conceito que foi amplamente atualizado e contestado por outros pesquisadores, principalmente a partir do momento em que o paradigma da radiodifusão deu lugar ao cenário da convergência dos meios.

De acordo com o Williams, "até o aparecimento da radiodifusão, a expectativa normal era ainda a de um evento isolado ou de uma sucessão de eventos isolados" (WILLIAMS, 2016, p. 98). À medida que o meio foi evoluindo, os elementos, antes vistos separadamente, foram sendo reunidos em programas. "Esse 'programa' tornou-se, com uma organização maior, uma série de unidades de tempo definido. Cada unidade podia ser pensada separadamente, e o trabalho de programação era coloca-las em sequência" (WILLIAMS, 2016, p. 98). Dessa forma, houve uma mudança da noção de sequência como programa para a noção de sequência como fluxo. Um programa de radiodifusão, para Williams e naquela época, seria uma série de unidades de tempo definido, de forma que, ao ligar a TV para aquela unidade, poderíamos selecionar e responder a ela individualmente. Posteriormente à concepção, acreditou-se que o que estava sendo exibido era um fluxo planejado. "A verdadeira série não é a sequência publicada de programas, mas essa sequência transformada pela inclusão de outro tipo de sequência, de modo que essas sequências juntas compõe o fluxo real, a real 'radiodifusão'" (WILLIAMS, 2016, p. 100).



A televisão caracteriza-se por um fluxo intermitente de conteúdo. Segundo Cannito (2010, p.49), a TV é uma mídia de fluxo, no qual "se notabiliza pela reprodução incessante de conteúdo, de modo independente do espectador, em um fluxo unidirecional e regular". O fato é que, segundo Williams, estamos tão acostumados com o fluxo que não percebemos divisões. "Achamos bastante difícil desligar a televisão; várias vezes, mesmo quando ligamos a televisão para assistir a determinado programa, pegamo-nos assistindo à atração que vem depois e a seguinte" (WILLIAMS, 2016, p. 103). Isso é estimulado pelo modo como o fluxo é organizado e até mesmo o planejamento dos programas. Para o autor, o fenômeno do fluxo parece estar relacionado à própria experiência televisiva e é a característica central da TV.

Esse tipo de fluxo regular, em tempo real e unilateral da televisão tradicional se dá a partir da grade de programação, com programas distribuídos em horários distintos e a repetição do mesmo. "O fluxo temporal é organizado pelo modelo convencional de repetição: cada dia tem 24 horas, cada semana tem sete dias" (CANITTO, 2010, p.51). Esse modelo, conhecido como *appointment TV* (MACHADO, 2011) difere dos conteúdos *on demand* que vemos hoje, onde é possível escolher o que assistir, como, onde e quando. Capanema (2009) ressalta que o conceito de grade de programação tornou-se obsoleto no ciberespaço, onde a programação torna-se extremamente flexível. Na década de 70, Williams já profetizava o desenvolvimento contínuo dos sistemas de televisão existentes e uma nova onda de demanda gerada. O autor já mencionava também os serviços de informação, filmes e programas de televisão "sob demanda" (WILLIAMS, 1979), que de fato se concretizou e tem se expandido rapidamente pelo universo televisivo com a Netflix e a criação de diversos aplicativos e plataformas para assistir ao conteúdo televisivo onde e quando quiser.

Mais de quatro décadas depois da obra de Raymond Williams, se consideramos o fenômeno do fluxo baseado na grade de programação como a característica principal da televisão, conseguimos perceber a grande mudança que surge neste meio tradicional com a ruptura deste fluxo unidirecional e regular. Porém, não defendemos que o conceito de fluxo proposto por Williams (1979) estaria totalmente superado, mas acreditarmos no surgimento de um novo fluxo e de uma nova perspectiva.

A convergência de mídias (JENKINS, 2009), a conectividade e o novo ecossistema midiático conectivo, abordado por Di Felice (2012), desafiam a tradicional lógica de programação linear e em fluxo que, durante muito tempo, caracterizou a televisão. Há uma grande mudança na televisão com a ruptura do fluxo da radiodifusão para o fluxo expandido, híbrido que acontece através do consumo em múltiplas telas. Para Fechine (2013) o momento que estamos vivendo é

de um intenso fluxo de conteúdo que perpassa diferentes mídias e que se reinventa a partir de cada uma delas.

Enquanto a TV segue um fluxo contínuo e independente da vontade do público, a internet é um meio predominantemente de arquivo e só funciona a partir da interação do usuário: a partir do clique, do acesso, da navegação que os conteúdos são exibidos (CANNITO, 2010). Na internet, o internauta personaliza o conteúdo e constrói seu próprio percurso de fruição (recepção) privilegiando um consumo individual de informação e/ou entretenimento (FECHINE, 2009). Porém, a televisão ainda segue uma narrativa de fluxo com pouca interatividade.

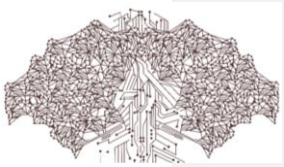
Nesse novo cenário midiático surgem novas possibilidades de se entender e mapear os caminhos que o tradicional fluxo televisivo, proposto inicialmente por Williams, permeia e se reconfigura ao adentrar o ciberespaço. As novas produções televisivas que surgem nesse ambiente hibridizado fazem uso de multitelas e narrativas transmídia que possibilitam que um conteúdo se desenrole "através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo" (JENKINS, 2009, p. 138).

A partir desse cenário televisivo transmídia surge um novo tipo de fluxo, no qual Ferreira (2015) denominou de fluxo de convergência bilateral, onde, de forma cíclica, a TV e web geram conteúdos entre si e acabam se influenciando mutuamente.

> [...] percebemos que a internet influencia também a linguagem, estética e o conteúdo audiovisual da televisão, gerando um fluxo de convergência bilateral: a TV contribui com a internet, ao passo que a internet influencia a TV. Os gêneros televisivos com suas linguagens e narrativas já consolidadas vão reconfigurando sua estética e linguagem, promovendo uma forma de apresentação do conteúdo baseada na interação entre o usuário e emissora (FERREIRA, 2015, p. 9).

Para a autora, a televisão "está se adaptando à força da web, que remixa o que vem de todos os outros meios – imagem, texto e som - e a web a incorpora com maestria propagando conteúdos no labirinto do mundo digital" (FERREIRA, 2015, p. 14). O uso desse novo fluxo, no qual um meio opera sobre o outro, tem como principal objetivo manter e fidelizar a audiência dos telespectadores-internautas ao interconectar os conteúdos nas diversas telas. Dessa forma, alguns programas estão percebendo a necessidade de desenvolver estratégias para disponibilizar seu conteúdo também na web, não somente repetido, mas muitas vezes reconfigurado.

Porém, acreditamos haver mais uma evolução do conceito de fluxo com base no ecossistema conectivo atual. Não é mais possível pensar no fluxo comunicacional em apenas dois sentidos em um ambiente conectivo O novo fluxo é ubíquo, presente em todos os lugares, de todas as formas, é descentralizado e distributivo. É um fluxo complexo, cognitivo, que tem como principal característica a conectividade. Este novo tipo de fluxo, assim como os demais conceitos



abordados neste artigo, se faz presente no objeto de pesquisa deste arquivo, o programa TVZ, como veremos a seguir.

Intermidialidade

Característica não exclusiva dos meios digitais, a intermidialidade, pode ser vista como como o conceito de "interação entre as mídias" (MOSER, 2006, p.43). A pluralidade de plataformas, suportes e redes sociais digitais permite que os produtos textuais, audiovisuais ou imagéticos deslizem entre diversos meios. Apesar de ser um termo relativamente recente, é um "fenômeno que pode ser encontrado em todas as culturas e épocas, tanto na vida cotidiana como em todas as atividades culturais (...)" (CLÜVER, 2007).

De acordo com a página online do Colóquio Internacional Intermídia da UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais) (2017), o termo "intermidialidade" surge no contexto dos estudos linguísticos, quando se realizavam estudos comparativos entre a literatura e outras artes. A literatura era o centro dominante de enfoque, porém, deslocando-se a noção de literatura para o entendimento por texto, e uma concomitante expansão dos fenômenos que envolvem escrita, som e imagem, é necessário a designação teórica de um campo mais vasto de estudos. A partir dos anos 90, o termo vindo do alemão *Intermedialität* passou a ser usado para referência às relações textuais do campo da Literatura, mas a partir do conceito de mídia, que atende à configuração comunicacional atual. A variedade de produções de conteúdos e textos verbais, visuais, hipertextos, imagéticos, sonoros e em tantos outros formatos, permite que a intermidialidade se manifeste e seja percebida como campo de estudos.

O fenômeno da intermidialidade pode ser percebido no campo das artes, novas mídias, literatura, cinema, culturas eruditas e em tantas outras ocorrências. É a "relação entre duas ou mais mídias, duas ou mais artes, mídias e artes" (AGUIAR, AGUSTONI, CARRIZO, 2015, p. 10). O conceito pode então ser entendido como todos os tipos de interrelação e interação entre mídias. Importante salientar que a interação é feita seguindo alterações pertinentes a cada suporte; "uma metáfora frequentemente aplicada a esses processos fala de 'cruzar as fronteiras' que separam as mídias" (CLÜVER, 2007).Ou seja, atravessar as barreiras que separam cada uma delas, unindo-as a um mesmo propósito, produto ou programa, como é o exemplo do presente artigo.

Na presente era digital, de web 2.0, a intermidialidade pode ser entendida como componente extremamente necessário para a divulgação, veiculação e consumo de produtos. Se assemelha a um diálogo entre as mídias, e essa "conversa" pode tratar da participação de um espectador ou da pluralização do conteúdo para os possíveis públicos. De forma resumida e

definitiva, Wolf define o conceito: "*in this broader sense 'intermediality' applies to any transgression of boundaries between conventionally distinct media of communication*"[6] (WOLF, 2002, p.18).

O deslizamento representado pelo conceito de intermidialidade pode ser considerado fundamental para o deslocamento de programas televisivos para a web com sucesso; a intermidialidade trata não de um conteúdo deslocado, mas um conteúdo que se adapta à nova mídia, ao suporte e às potencialidades que essa segunda, terceira ou simplesmente outra mídia oferece.

Pelo fluxo do TVZ

Por meio dos canais fechados, a maneira de se consumir os produtos televisivos foi remodelada a partir do momento que determinados nichos passaram a possuir programações inteiramente dedicadas a eles e, consequentemente, vertentes e conteúdos que atendiam assuntos e expandiam algumas limitações da TV aberta, ganharam espaço. Partindo desse princípio e dessa nova configuração, temos como ponto principal de estudo um programa hospedado no canal Multishow, integrante da rede Globosat - que está em funcionamento desde 1991. Seu surgimento abordou diferentes segmentos daquele que compõe atualmente sua grade, haviam programas de variedades, *cults* e musicais, porém, havia também uma faixa de desenhos animados dedicados as crianças, excluída da programação para recompor a nova identidade e foco do público. O atual formato é construído por sua maioria gêneros que envolvem a musicalidade e a "vida sem roteiro", como seu próprio slogan atual defende.

O TVZ, abreviatura para Televisão Zapeada, está na grade da emissora desde 1999. O programa exibe aproximadamente 25 clipes musicais em duas edições diárias, sendo a da manhã (transmitida às 10 horas) a reprise do dia anterior e a da noite inédita (transmitida às 19 horas). O programa é exibido durante todo ano e não estabelece uma pausa entre as temporadas do canal. Visando uma adaptação para a estrutura atual do consumo audiovisual e também da necessidade dos consumidores, o carro chefe do Multishow recebeu algumas mudanças no decorrer dos anos até assumir a proposta que atualmente é difundida.

Uma das alterações mais significativas é resultado da tentativa de atender com mais eficiência a economia da cauda longa, mesmo sendo um conceito aplicado com mais força nas plataformas digitais, a emissora conseguiu preencher sua programação com variações do

[6] Em tradução livre "Neste sentido amplo, 'intermidialidade' pode ser aplicada a qualquer transgressão de fronteira entre diferentes mídias convencionais de comunicação"

programa TVZ; justamente para atender o que Anderson (2006) concebe: "Se a indústria do entretenimento no século XX baseava-se em hits, a do século XXI se concentrará com a mesma intensidade em nichos" (ANDERSON, 2006, p. 1). Com isso surgiram Top TVZ, TVZ Clássicos e TVZ Experimente, além de especiais de fim de ano TVZ de Natal e TVZ Faz a Festa. Assim o conceito central do programa se manteve, porém, pode destiná-lo para outras camadas de consumidores, popularizando-o ainda mais dentro da emissora.

Com o advento da web, os produtos audiovisuais continuam se modificando justamente por alterar os modos de ter acesso a eles. Nesse presente trabalho, a centralidade do estudo visa percorrer o fluxo do espectador que já se encontra imerso nas possibilidades digitais e televisivas, ou seja, têm ciência das formas de ver e interagir com tudo que é comercializado. Dessa forma, a mudança que o TVZ passa ainda hoje em sua estrutura é uma reconfiguração da origem e da estrutura inicial do programa, ou seja, há um novo produto dentro de um programa já tradicional. Com isso, o avanço do mesmo era imprescindível, tendo em vista o avanço que seu público está incluído diante de um ecossistema digital hiperconectado.

Surge então o TVZ ao vivo, com clipes como o tradicional TVZ, porém com apresentadores que variam de programa para programa. A escolha dos apresentadores já começa atingindo significativamente o público alvo da emissora, convidando para apresentar, em sua maioria, cantores de sucesso, apresentadores da emissora, *youtubers* e *digital influencers*; o programa dá ao apresentador ou apresentadora a possibilidade de comandar o fluxo proposto pelo TVZ ao vivo, que se baseia na interatividade possível entre espectador e Multishow.

TVZ ao vivo com Pabllo Vittar

O caso de maior audiência de 2017 foi com a apresentação da cantora e *drag queen* Pabllo Vittar. A interatividade começou horas antes do programa começar, quando a emissora disponibilizou em sua página oficial do Facebook, Twitter, Instagram e Youtube uma *live*[7] que já continha um aviso do que seria transmitido pela TV. Além disso a *live* também estava disponível no canal da cantora, no canal do *Fitdance* e da Sony Music.

[7] Disponível em < https://www.youtube.com/watch?time_continue=362&v=a6lN1y0k9P0 > Acesso em: 18 jan. 2018

A conectividade permutada no momento que a própria artista já estava interagindo e respondendo os espectadores naquele instante, criou uma expectativa sobre o programa que ainda seria transmitido. Nesse em especial, seria feito o lançamento exclusivo do clipe "Corpo Sensual" da cantora e também sua primeira transmissão; portanto os fãs precisariam estar assistindo o Multishow ao vivo para terem o primeiro contato exclusivo com o produto da Pabllo, e durante a própria *live*, alguns detalhes do mesmo já eram divulgados como bastidores, criação, entre outros.

Figura 1: Lançamento exclusivo do clipe no TVZ junto com a hashtag #PablloVittarNoTVZ, demanda da tv e da internet convergidas diante do público.



Além disso, a variação para o "ao vivo" traz em sua estrutura quadros dentro do TVZ que colocam a apresentadora para interagir com os fãs e conversar com os mesmos entre os clipes via redes sociais. Nesses momentos, um smarthphone é projetado ao lado da apresentadora e, via Twitter através de uma *hashtag*, perguntas e interações eram permitidas. O objetivo dessa *hashtag*, além de conectar os fãs, é atingir os *trending topics* da plataforma, e isso acontece na grande maioria das vezes. Nesse programa além das brincadeiras, os intervalos de clipes eram preenchidos pela participação do grupo *Fitdance*, conhecido na internet devido aos vídeos de coreografia que disponibilizam em seu canal do Youtube. A partir desse conhecimento, o público de casa tinha acesso a aprender as coreografias de algumas músicas da Pabllo e de demais cantoras. Dessa forma houve a possibilidade de trazer o conteúdo da internet para a TV justamente por ser uma reprodução do que o *Fitdance* faz em seus vídeos hospedados exclusivamente na web, e o inverso também foi permitido, uma vez que o grupo disponibilizou em seu canal oficial do YouTube um vídeo exclusivo[8] com a gravação do TVZ, com a coreografia e cenas dos bastidores.

[8] Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=YGBKsEP-y28 > Acesso em: 18 jan. 2018



Figura 2: Pabllo Vittar e Fit Dance ensinando uma coreografia no estúdio do programa, assim como fazem no canal oficial no YouTube do grupo de dança.

Por fim, no que diz respeito à execução do programa, houveram momentos de entrevistas. A Pabllo Vittar como apresentadora recebeu alguns convidados e quebrou mais uma vez o padrão do TVZ em sua versão intrínseca, ou seja, clipe atrás de clipe. Como convidados especiais para esse bate-papo ela conversou com Mateus Carrilho, cantor que faz uma participação no clipe que estava sendo lançando naquele momento e Luiza Sonza, *youtuber* e cantora, que já fez cover de suas músicas, sendo que ambos cantaram com ela algum trecho das músicas; mais uma vez a TV dando espaço para personalidades e caracterizações típicas da web, como por exemplo os influenciadores e *covers*.

Após o programa finalizar, o Multishow disponibilizou na plataforma de *streaming* de músicas Spotify, uma *playlist*[9] com as músicas que foram reproduzidas durante o TVZ. A propagabilidade então se torna mais que presente nesse ecossistema digital por meio dos produtos construídos para uma divulgação, pré, durante e pós programa. Ou seja, conteúdos que rompem a programação do ao vivo e conseguem, por meio das interações sociais, se propagarem por todas as redes que habitam, por fatores transmidiáticos e também interativos, perante a comunidade propagadora e fã da personalidade envolvida e admitida como a protagonista do programa.

A propagabilidade é também uma característica de expansão do produto televisivo para o ciberespaço. Dessa maneira os conteúdos que derivam do original estão amplamente interconectados com a estética central desse consumo, uma vez que o ambiente para essa propagação de ideias é propício à interatividade já pré-disposta e solidificada na estrutura do programa em questão. Jenkins, Ford e Green (2014) referem- se ao termo propagabilidade com

[9] Disponível em < https://open.spotify.com/user/multishow/playlist/0yKMzfsSDxGm8WXd2flvar> Acesso em: 19 jan. 2018

relação ao potencial de compartilhamento de propostas transmidiáticas regidas pelo interesse próprio, de determinado grupo, ou mesmo, de experiências e recursos técnicos que facilitam e dinamizam essa circulação.

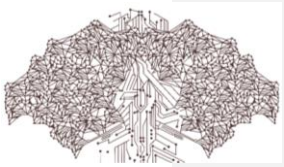
A intermidialidade no objeto analisado foi realizada cumprindo todos os critérios da mesma. A relação que o programa TVZ em geral - e especialmente a edição ao vivo com Pabllo Vitttar – consegue efetivar entre mídias e plataformas faz com que os usuários se desloquem e habitem, ao mesmo tempo, o programa apresentado na TV, os complementos divulgados no Instagram, Twitter e Facebook, e acompanhe a participação de outros usuários em tempo real pelos comentários do Twitter e ao acompanhar a *hashtag* criada e divulgada especificamente para essa edição do programa. A essência do programa já prevê o deslocamento entre mídias, quando coloca um período dedicado ao convidado responder perguntas e interações feitas pelo Twitter. A presença, mesmo que virtual, da imagem de um smartphone "ao lado" da apresentadora na tela da tv faz a conexão visual do que está acontecendo naquele exato momento.

A presença do grupo *Fitdance*- que ficou famoso nas redes sociais - em uma apresentação televisiva é também uma característica de intermidialidade. No exemplo utilizado no presente artigo, há a mesclagem da mídia principal que gera a intermidialidade, sendo por vezes a fonte a própria tv, por vezes os usuários, e por vezes a internet, com o Youtube.

Dessa forma, conseguimos perceber claramente a forma como o novo fluxo, conceituado neste artigo, está presente no programa. O modo como o conteúdo começa em uma mídia, se expande para outra e se faz presente em várias ecologias ao mesmo tempo faz com que o telespectador percorra todo esse fluxo e, ao consumir cada ponto de contato com o programa, constrói uma experiência mais completa e complexa. E é esse tipo de fluxo e de complexidade que a nova audiência procura e o TVZ tem feito com maestria. Ampliar seus pontos de contato e expor um fluxo de conteúdo não mais unilateral, nem bilateral, mas fluido, que perpassa diversas mídias ao mesmo tempo, começa em um, termina em outra, volta a circular. Dessa forma, esse cruzamento resulta em uma experiência diferenciada que fideliza a audiência do programa, que se mantem em contato com o mesmo não somente no horário em que ele está sendo transmitido na TV, mas durante todo o tempo restante.

Referências bibliográficas

VI Jornada Intermídia – Colóquio Internacional Escrita, Som, Imagem. **Sobre Intermidialidade.** Disponível em < http://www.letras.ufmg.br/padrao_cms/?web=intermidia2017&lang=1&page=1361&menu=726&tipo=1>, acessado em 21/04/2017. Universidade Federal de Minas Gerais, 2017.



AGUIAR, Daniella; AGUSTONI, Prisca; CARRIZO, Silvina. Intermidialidade e seus diálogos contemporâneos. **Revista Ipotesi**, Juiz de Fora, v. 19, n. 01, p.10-13, jan-jun, 2015. Disponível em: <http://www.ufjf.br/revistaipotesi/files/2016/01/004-APRESENTAÇÃO-19-n1.pdf>. Acesso em: 28 set. 2017.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARANTES, Priscila. Tudo que é sólido derrete: da estética da forma à estética do fluxo. In: **Anais** XVI Encontro da Compós, Curitiba, 2007. Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_233.pdf Acesso em: 28 jan. 2018.

BOURDIEU, Pierre. A Influência do Jornalismo. Posfácio In: **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1997.

CAPANEMA, Letícia. **A televisão no Ciberespaço**. São Paulo, 2009.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital** – interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Plexus, 2010.

CLÜVER, Claus. Intermidialidade. Pós: **Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes** da EBA/UFMG, Belo Horizonte - Mg, v. 1, n. 2, p.8-23, nov. 2011. Disponível em: <https://eba.ufmg.br/revistapos/index.php/pos/article/view/16/16>.

DI FELICE, Massimo. Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social. **Revista USP**, São Paulo, n. 92, p.6-19, 28 fev. 2012.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

FECHINE, Yvana, et al. Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira?** Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. Porto Alegre: Sulina, 2013.

_____. A programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: configurações que emergem dos Reality Shows. In: FREIRE FILHO, João**. A TV em transição:** tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.

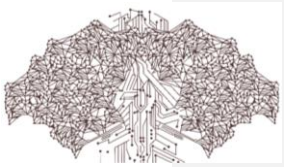
FERREIRA, Soraya. TV na Web: estratégias interativas em emissora com tradição televisiva. In: **Anais** XIX Encontro da Socine, Campinas, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/Xv4VVz >. Acesso em: 18 jan. 2018.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

_____. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MACHADO, Arlindo. Fim da Televisão? **Revista Famecos**. Mídia e Tecnologia. Porto Alegre: PUCRS, janeiro/abril2011.



MOSER, Walter (2006) As Relações entre as Artes: Por uma arqueologia da intermidialidade. Aletria: **Revista de Estudos de Literatura**, Belo Horizonte, v. 14, p.42-65, jul./dez.

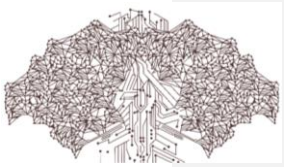
WOLF, Werner. **Intermediality Revisited**: Reflections on Word and Music Relations in the Context of a General Typology of Intermediality. **Word And Music Studies,** [s.l.], p.13-34, 2002.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas médias. Trad. Isabel Corsseti, Porto Alegre: Sulina, 2003.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. Tradução: Marcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1 ed. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: PUCMinas, 2016.

_____. **Television**: Technology and cultural form. Glasgow: Fontana/Collins, 1979.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A ERA DAS *TECHS* E A HIBRIDIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS [1]

Siméia de Azevedo Santos[2]

Resumo

Na era da sociedade digitalizada, fluidez e velocidade se tornam não só essenciais, mas pré-requisitos também para novos produtos e novas tecnologias. Neste contexto, as fronteiras entre os conhecimentos e os serviços, por décadas delimitadas, começam a ficar mais permeáveis e mais suscetíveis a mudanças e a uma veloz adaptabilidade, cenário perfeito para o surgimento expressivo das *techs*, termo diminutivo de *technologies* que designam empresas de negócios já estabelecidos no mercado com o aprimoramento e escalabilidade trazidos pela aplicação da tecnologia. Neste recorte, pretende-se explorar algumas das faces das *legaltechs*, negócios que trazem novidades tecnológicas ao conservador mundo do direito; das *edtechs*, tecnologias aplicadas a novos instrumentos na educação; e das *fintechs*, as empresas de tecnologia que conseguiram encontrar uma nova abordagem para o já tecnológico setor bancário dos grandes lucros. A maior abordagem será em face das *legaltechs*, sendo utilizadas as *fintechs* e as *edtechs* como ponto de apoio para a contextualização da abordagem principal. Em comum, todas as vertentes trazem um discurso de maior alcance por parte de seus *players*. Neste âmbito, através de pesquisa exploratória e estudo de caso, este artigo pretende analisar de maneira introdutória o contexto de surgimento das *techs* propostas pelo recorte da pesquisa, a evolução do modo de acesso aos seus serviços e a atual perspectiva do tema em território brasileiro.

Palavras-chave: *Legaltechs*, *Lawtechs*, *Edtechs*, *Fintechs*, Novos Negócios.

Introdução

As pesquisas sobre os avanços das Tecnologias de Informação e sua intersecção com os negócios datam seus primórdios nas últimas décadas do século XX. Desde então o que se começa a discutir é como os modelos de análises de sistemas e as novas modelagens de dados podem afetar o modo como esses negócios vêm sendo realizado e a dinâmica de interação dos interlocutores, bem como quais lacunas esses modelos de negócios estão utilizando para ancorar seu crescimento. Corroborando para o recorte deste estudo, vale citar o levantamento do estudo

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é Mestranda em Administração pela PUC-SP. E-mail: sazevedotreinamentos@gmail.com

de Wright et al.[3] que aponta que 95% do potencial de empreender em inovação está concentrado no setor de serviços.

Para percorrer o caminho esta pesquisa se propõe a fazer uma breve revisão histórica da tecnologia no direito, na educação e nos serviços de soluções de pagamentos na história recente e abordar seus contextos de surgimento, em especial no direito, bem como discorrer sobre ganhos em gestão e aproveitamento de potencial, passando também por ponderações sobre pontos positivos e negativos quando houver evidências a destacar.

O estudo adotado nesta pesquisa foi o explanatório através de estudos de casos múltiplos, onde o intuito é elencar as razões do fenômeno observado, conforme proposto por Yin[4]. A análise exploratória de dados se deu através de artigos publicados e dados secundários publicados em entrevistas e em associações dos setores e em eventos oficiais relacionados aos temas: *Legaltechs* brasileiras / no Brasil, *Lawtechs* no Brasil (termo utilizado como variante de *Legaltech*, porém com o mesmo significado) *Edtechs* brasileiras / no Brasil, *Fintechs* brasileiras / no Brasil.

A escolha dos estudos de caso se deu pela combinação relevância no contexto histórico ou representativo somados à acessibilidade aos dados.

***Legaltechs*: a tecnologia no conservadorismo do direito**

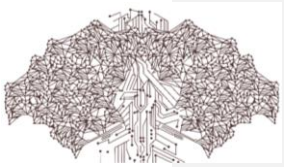
As discussões e as pesquisas sobre os avanços das TICs - tecnologias de informação e comunicação - e sua intersecção com o mundo do direito, datam seu início ainda que discretamente já nas últimas décadas do século XX.

Apesar disso, durante toda a década de 2000 as discussões brasileiras relacionadas à gestão em escritórios de advocacia, em departamentos jurídicos e no Poder Judiciário eram voltadas a uma automação ainda inicial, e o direcionador da questão era voltado principalmente aos atributos da gestão em administração legal.

Por óbvio que os dados registrados utilizados para análise impactam na tomada de decisão visando à boa gestão, e isso não é diferente na advocacia de modo geral, mas o que se começa a discutir neste ponto é: como os modelos de análises de sistemas, de fluxo de dados e de I.A. - Inteligência Artificial - podem afetar o modo como a advocacia vem sendo feita, e o que se precisa saber para se aproveitar as novas e emergentes oportunidades.

[3] WRIGHT, J.; SILVA, A.; SPERS, R. O mercado de trabalho no futuro: uma discussão sobre profissões inovadoras, empreendedorismo e tendências para 2020. *Revista de Administração e Inovação*, 7(3). 2010, p. 174-197.

[4] YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.



No Brasil, a instituição que agrupa a categoria das *legaltechs* é a Associação Brasileira de *Lawtechs* e *Legaltechs*, reconhecida pela sigla AB2L[5]. Na ocasião de seu lançamento oficial, durante o mês junho de 2017, a instituição já contava com a participação de três dezenas de afiliados, e em menos de três meses após o lançamento oficial da instituição este número já havia subido quase em 50%.

De acordo com os principais fundadores, Nybo[6] e Feigelson[7], a utilização dos dois nomes, *Lawtechs* e *Legaltechs*, em detrimento de apenas um se deu principalmente para evitar discordâncias de entendimento entre os participantes, mas seu significado é o mesmo: ambas definem *startups* que tem como modelo de negócio criar serviços e produtos jurídicos voltados a atender clientes pessoa física, pessoa jurídica, advogados, escritórios e departamentos jurídicos.

O mercado das *Legaltechs* é segmentado em grupos de serviços tomando por base as tecnologias aplicadas em cada um. Essa classificação foi encontrada na pesquisa exploratória da maioria dos artigos e materiais pesquisados, e é também o utilizado pela AB2L, são eles: mineração de dados e big data, acordos e resolução de disputas, jurimetria, gestão de escritórios e/ou processos internos, *marketplaces* de serviços jurídicos, sistematização ou automatização de contratos, robôs para preenchimento automático de documento, registros e serviços de obtenção de documentos, pesquisa de base de dados, entre outros tipos ou mix de soluções.

Passada esta primeira apresentação e introdução ao tema, exploraremos brevemente nos próximos tópicos alguns aspectos de abordagem histórica do tema.

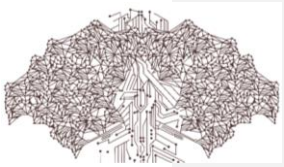
História da tecnologia aplicada ao direito

As possibilidades de utilização da Inteligência Artificial é um dos principais debates propostos atualmente pelos estudiosos de diversas áreas, inclusive do meio jurídico. Atualmente a Inteligência Artificial já é usada para gerenciamento e análise de projetos legais, para análises preditivas e tomada de decisão e para agilizar ou mesmo evitar processos litigiosos.

[5] AB2L - Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs. Disponível em: www.ab2l.net.br. Acessado em 11/09/2017.

[6] NYBO, Erik Fontenele. Primeira Conferência Internacional de Lawtechs e Legaltechs. (22 Agosto, 2017). São Paulo, INSPER.

1. [7] **FEIGELSON, Bruno.** Você sabe o que é LawTech? Uma revolução silenciosa já está em curso. Disponível em: https://jota.info/colunas/lawtech/voce-sabe-o-que-e-lawtech-04032017.



De acordo com Magalhães[8], o processo de informatização do direito ganhou uma nova dimensão com o fenômeno da Inteligência Artificial, através dos pontos de vista distintos científico-ideológico, ius-filosófico e informático-jurídico, que culminou na aproximação que desencadeou a via de automatização do raciocínio jurídico.

As pesquisas na área de Inteligência Artificial e direito surgiram em meados dos anos 1970, quando começou o despertamento pelo interesse de automatização de processos do raciocínio jurídico. Nesta época, Buchanan e Headrick[9] discutiam as possibilidades de modelagem de pesquisa e raciocínio jurídico automatizado, em especial para análise legal e construção de argumentos. Ainda que eles vislumbrassem as abordagens baseadas em regras direcionadas e predeterminadas, eles indicaram conscientemente a importância do raciocínio analógico.

O progresso continuou nos sistemas de raciocínio baseado em regras, conhecido pela sigla de suas iniciais, RBR, e na década de 1980 surgia uma comunidade de pesquisadores de Inteligência Artificial que se concentraram no raciocínio baseado em casos e analogias, reconhecida pela sigla RBC.

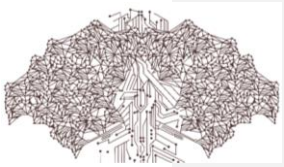
Ainda durante a década de 1980, Rissland e Ashley[10] relatavam pela primeira vez o programa de argumento jurídico e gerador de hipóteses HYPO, que foi o primeiro verdadeiro sistema de Inteligência Artificial aplicado ao ambiente jurídico, já trazendo conceitos de *machine learning*, ou aprendizado de máquina, aplicados ao mundo do direito.

O programa HYPO possuía em seu sistema de raciocínio uma lógica baseada em casos e analogias, e operava inicialmente fazendo uma análise dos fatos à luz de alguns aspectos doutrinais; na sequência e com base nessa análise, procurava os precedentes relevantes em uma base de casos chamada *Case Knowledge Base*, ou CKB; comparava o caso proposto com outros casos representados na CKB, diferenciando o caso examinado entre outros casos em que as conclusões tomavam um sentido oposto; sugeria argumentos que podiam ser adotados e precedentes que podiam ser citados para sustentar o caso, e; finalmente indicava argumentos que podiam ser adotados pela outra parte e possíveis modos de refutá-los.

[8] MAGALHÃES, Renato Vasconcelos. Inteligência Artificial e Direito – uma breve introdução histórica. *Revista Direito e Liberdade*, ESMARN, v.1 (1). Mossoró: 2005, p. 355-370.

[9] BUCHANAN, Bruce; HEADRICK, Thomas. Some Speculation about Artificial Intelligence and Legal Reasoning. *Stanford Law Review*, 23, 1970. P. 40-62.

[10] RISSLAND, Edwine; ASHLEY, Kevin. HYPO: A precedente-Based Legal Reasoner. MIT, Massachusets, 1987.



Na década de 1990 houve uma renovação do interesse na recuperação de informações legais, em parte por causa das novas técnicas de extração de informações baseadas na aprendizagem de máquina e o aumento exponencial da *World Wide Web*, que conectou todo o mundo em rede.

Desde os primeiros estudos que marcaram a relevância do assunto Inteligência Artificial no direito já se passaram praticamente metade de um século, e atualmente o desenvolvimento e o surgimento de novos projetos é abundante, endossando também neste âmbito a Lei de Moore, predita em 1965 por Gordon Moore[11], um dos fundadores da desenvolvedora de microprocessadores Intel que fez uma previsão que determinaria o ritmo de revolução digital moderna a partir de uma observação cuidadosa de uma tendência emergente. A Lei de Moore já predizia que a computação aumentaria dramaticamente seu poder e diminuiria seu custo relativo a um ritmo exponencial.

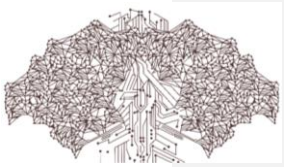
Entre os ultimo grandes acontecimentos da área pode-se citar a Inteligência Artificial ROSS[12], da empresa conhecida com *big blue*, a IBM. ROSS é o primeiro advogado gerado a partir de Inteligência Artificial no mundo, e ele foi desenvolvido para "ler e compreender a linguagem natural, postular hipóteses quando questionado, pesquisar e gerar respostas com referências e citações para fundamentar suas conclusões". ROSS também aprende pela própria experiência e ganha velocidade e conhecimento enquanto interage. Ele filtra respostas para listar resultados mais relevantes, e apresenta isso em uma linguagem mais inteligível e casual, além de se manter atualizado no desenvolvimento do sistema legal em especial no que possa afetar os casos que esteja em seu radar. Até o momento ele está focado na *American Case Law*, especificamente em Falências e Propriedade Intelectual.

Entende-se que esta é uma área interdisciplinar em que ainda há muito a se pesquisar, e também que seu futuro divide opiniões, mas percebe-se que o mercado jurídico está se preparando para transformações que continuarão a acontecer nas próximas décadas, abrindo novas discussões, novos caminhos e novos negócios.

O advento das novas economias, quer sejam as chamadas economias informacional, compartilhada ou colaborativa, e ainda, o direito, a tecnologia e o processamento da informação, são elementos que estão produzindo efeitos transformadores nas relações sociais de modo geral e também nas relações jurídicas no Brasil, tornando importantes e relevantes os estudos sobre os

[11] MOORE, Gordon. 50 Years of Moore's Law. INTEL Corporation. Disponível em: https://www.intel.com/content/www/us/en/silicon-innovations/moores-law-technology. html.

[12] IBM. Ross Inteligence. Disponível em: http://www.rossintelligence.com/.



impactos no contexto jurídico e social quando consideradas as possibilidades dos seus efeitos e as consequências de suas atividades no mercado para a sociedade civil e seus componentes.

Lawtechs e _legaltechs_ em terras brasileiras

Para organizar o segmento das *startups* de advocacia e estruturar o setor no Brasil, foi criada a Associação Brasileira de *Lawtechs* & *Legaltechs*, conhecida pela sigla AB2L. A Associação possuía 30 membros na ocasião de seu lançamento, em junho de 2017, e cerca de três meses depois já contava com 42 associados e centenas de participantes, entre fundadores das *Legaltechs* e *Lawtechs*, agentes do mercado e escritórios de advocacia. Há ainda membros que participam da criação da Associação, contribuindo com o comitê regulatório e demais comitês. A AB2L tem o intuito de organizar o setor, oferecer representatividade para os associados em pautas comuns, negociar parcerias ou questões específicas com órgãos e legisladores, dentre outras questões pertinentes.

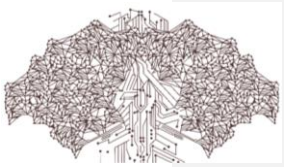
A principal questão para os profissionais que atuam em áreas que estão sendo implementados projetos com a presença de inteligência artificial é se isso pode potencialmente representar um risco de perda do trabalho para a máquina e os processos automatizados pela Inteligência Artificial.

De acordo com Nybo[13], a filosofia da AB2L é a de que as *startups* que surgem neste contexto são uma ferramenta para otimização, e não uma forma de substituição. De maneira geral, a utilização da inteligência artificial é utilizada principalmente em serviços que podem ser automatizados, diminuindo o tempo gasto com essas atividades.

Isto permite que os profissionais da área possam utilizar cada vez mais seu tempo para a resolução de problemas realmente complexos, o que de certa forma requer também que os profissionais tenham mais expertise em adicionar valor ao seu trabalho.

Ainda de acordo no Nybo, a utilização dos dois nomes, l*awtechs* e *legaltechs*, em detrimento de apenas um, deu-se sobretudo para evitar discordâncias de entendimento entre os participantes, mas seu sentido é exatamente o mesmo, ambas definem *startups* que tem como modelo de negócio criar serviços e produtos jurídicos voltados a atender clientes pessoa física, pessoa jurídica, advogados, escritórios e departamentos jurídicos.

[13] NYBO, Erik. Op. Cit. 2017.



De acordo com Feigelson[14], as *lawtechs* e *legaltechs* atuam em diferentes frentes, sempre buscando trazer inovação e tecnologia para o ambiente jurídico. Algumas empresas estão se tornando mais céleres e eficientes na coleta de informações no Judiciário, outras estão automatizando a confecção de minutas mais básicas, outras ainda conectando profissionais e demandas via plataforma, por exemplo, demandas de acordos e arbitragens.

Assim como em outros mercados, nos casos das *Edtechs*, startups da área de educação, e das *Fintechs, startups* voltadas para a criação de soluções tecnológicas para a área financeira, o que acontece no Brasil neste período já tinha começado a acontecer antes em outros países de economia desenvolvida.

De acordo com Bues e Matthaei[15], a caracterização da *legaltech* é de uma empresa aplicando tecnologia na otimização dos serviços jurídicos para empresas, para pessoas e para departamentos de serviços jurídicos, ou seja, a tecnologia no direito. O tamanho do mercado de soluções l*egaltech* nos Estados Unidos, excluindo as soluções de busca jurídicas, era de cerca de US$ 16 bilhões de dólares já no ano de 2015.

O mercado das l*awtechs* e *legaltechs* é segmentado em grupos de serviços tomando por base as tecnologias aplicadas em cada um. Essa classificação foi encontrada na pesquisa exploratória da ampla maioria dos artigos e materiais pesquisados: descoberta eletrônica e investigação forense; busca legal; *marketplaces* de atividades legais; análise, confecção e gestão automatizadas de contratos.

De acordo com pesquisa da AB2L publicada no Portal Startupi[16], as atividades são divididas entre os seguintes tipos: 1) mineração de dados e big data, 2) acordos e resolução de disputas, 3) jurimetria, 4) gestão de escritórios e/ou processos internos, 5) marketplaces de serviços jurídicos, 6) sistematização ou automatização de contratos, 7) robôs para preenchimento automático de documento, 8) registros e serviços de obtenção de documentos, 9) pesquisa de base de dados, 10) entre outros tipos ou mix de soluções.

---

2. [14] FEIGELSON, Bruno. Você sabe o que é LawTech? Uma revolução silenciosa já está em curso. Portal JOTA. Disponível em: https://jota.info/colunas/lawtech/voce-sabe-o-que-e-lawtech-04032017.

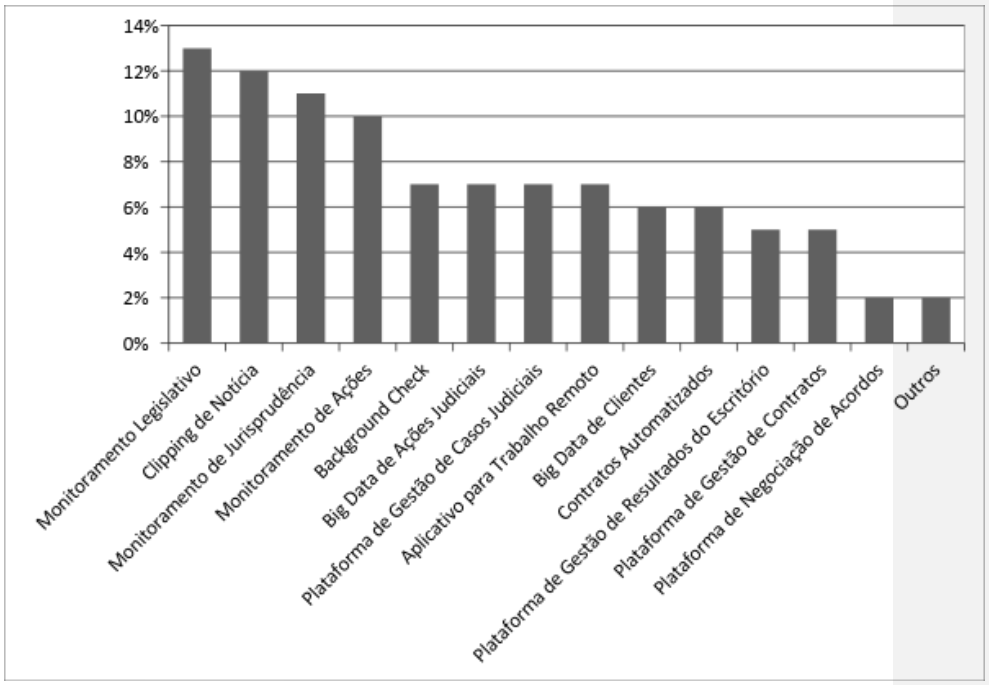
[15] BUES, Micha-Manuel; MATTHAEI, Emilio. LegalTech on the Rise: Technology Changes Legal Work Behaviours, But Does Not Replace Its Profession. Liquid Legal, Germany, 2017.

[16] Startupi - AB2L apresenta primeira pesquisa nacional sobre o cenário de lawtechs e legaltechs – Portal Startupi. Disponível em: https://startupi.com.br/2017/07/ab2l-apresenta-primeira-pesquisa-nacional-sobre-o-cenario-de-lawtechs-e-legaltechs/.

Apesar desses novos entrantes, o mercado jurídico ainda se demonstra um consumidor conservador, já que as maiores demandas ainda são por produtos que oferecem as soluções mais tradicionais, como monitoramento de ações, legislação, publicações e plataformas de gestão de casos e ações judiciais, conforme se pode conferir na figura 1.

Pelo fato das l*egaltechs* pertencerem a um nicho novo em terras brasileiras e visar um setor altamente regulado, ainda não há uma estandardização específica para elas. Todavia, para seu funcionamento e para o consumo de seus serviços por escritórios de advocacia, pode-se partir do Estatuto da Advocacia, Lei nº 8906/1994, apesar de ser uma norma ainda conservadora e que por vezes inviabilizou em alguns aspectos a evolução e o trabalho em consonância entre o direito e a tecnologia ao caracterizar o exercício da advocacia como um ofício de caráter não mercantil, estreitar o leque de ações possíveis para o marketing jurídico, desembocando também na lentidão da evolução e do estreitamento entre os aparatos do direito e da tecnologia, não incentivando o empreendedorismo por parte das bancas jurídicas e até mesmo de possíveis novos setores de fornecimento de serviços jurídicos.

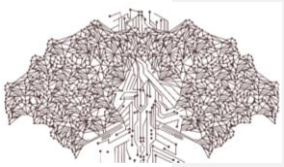
Figura 1 - Demandas por tipos de solução em Escritórios e Departamentos Jurídicos em 2017



Adaptado de: AB2L apresenta primeira pesquisa nacional sobre cenário de *lawtechs* e *legaltechs*, 2017.

Segundo Nybo[17], há indícios de que surge uma nova matéria de Direito baseada em uma dinâmica específica e própria de um mercado, o que requer o reconhecimento e atenção dos operadores do Direito para que a regulação deste tipo de atividade seja realizada de maneira adequada, sob o risco de impedir o desenvolvimento do setor. Diz ainda que não se trata somente do reconhecimento deste novo mercado, mas também da necessidade da consciência de sua dinâmica para criar um arcabouço jurídico capaz de lidar com a nova realidade desta tendência empresarial e preparar o mercado para atender suas necessidades. Neste sentido, pode-se citar também a Lei N° 12.965/14, do Marco Civil da Internet no Brasil. Por meio de um esforço da sociedade e da iniciativa acadêmica o Marco Civil regulatório da internet brasileira foi desenvolvido com o uso de consultas às redes sociais e todos os demais tipos de mídias, resultando em um projeto de lei com reconhecido avanço, ainda que tenha sido desenvolvido dez anos depois das discussões serem iniciadas nas principais economias globais.

[17] NYBO, Erik. Op. Cit., 2017.



Case de *legaltech*: Sem Processo

A l*egaltech* Sem Processo é uma plataforma que aproxima as partes envolvidas no litígio, tornando a negociação com as empresas mais simples e direta. O advogado protocola a petição na plataforma online do Sem Processo, que recebe a inicial e encaminha para a empresa reclamada; o departamento jurídico da empresa reclamada recebe e analisa a possibilidade de acordo, e através da plataforma as partes negociam.

Esta *legaltech* foi escolhida por ser protagonista de uma redução substancial para a empresa Localiza, que tinha cerca de 20 mil processos em andamento e já vislumbrava uma perspectiva de reduzir seu contencioso em 50% ao fim do primeiro ano de uso da plataforma, gerando acordos antes que estes se tornem processos judiciais e economizando com custas e com todo o procedimento, inclusive com o departamento pessoal, de acordo com o advogado CEO da plataforma, Feigelson[18].

***Fintechs:* novos entrantes no setor dos grandes lucros**

Fintechs são aquelas empresas que usam tecnologia de forma intensiva para oferecer produtos na área de serviços financeiros de uma forma inovadora, e de acordo com a Associação Brasileira de *Fintechs*, a ABFintechs[19], são sempre focadas na experiência e necessidade do usuário.

A experiência de consumo proposta pelas *fintechs*, em sua maioria faz com que o consumidor seja atraído pela facilidade e rapidez de oferecimento dos serviços. O que possibilitou sua expansão regulada foi a Lei nº 12.865/2013, que previa a regulamentação dos arranjos de pagamento e abriu uma lacuna para as novas tecnologias atuarem.

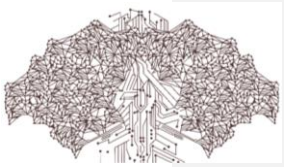
Fazendo um pararelo com os estudos de gestão, como explorado e colocado por Kelly[20], o desenvolvimento não resulta necessariamente de novos recursos, mas do rearranjo dos recursos existentes para aumentar seu valor.

Case de *Fintech* brasileira de sucesso: Nubank

[18] FEIGELSON, Bruno. Op. Cit.

[19] ABFintech – Associação Brasileira de Fintechs. Disponível em: www.abfintech.com.br.

[20] KELLY, Kevin. Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo. São Paulo: HSM, 2017



O Nubank é uma *fintech* brasileira que nasceu em 2013. Seus serviços: cartão não vinculado a banco, com bandeira *mastercard*, uma das mais amplas capilaridades de aceitação para pagamentos no Brasil e no Mundo. Nasceu da proposta de simplificar o acesso a este serviço pelas pessoas, para que elas fossem as protagonistas de seu próprio controle financeiro, de acordo com o próprio CEO da *fintech.*

Essa *startup* financeira apresenta um propósito diferente dos bancos e empresas convencionais de solução de pagamento, através de sua linguagem e de como se comunica com seu público alvo, contando sua trajetória de criação e rodadas de investimento e utilizando elementos de estratégia de comunicação composta por *storytelling*, isso é, a história que a startup tem para contar e como ela pode se conectar com seu público. A *fintech* começa sua jornada em 2013, quando Vélez[21] conseguiu o primeiro aporte, passando pelo seu lançamento ao público em 2014, a premiação no Vale do Silício em 2016, ao reconhecimento de melhor cartão eleito pelos clientes e ao lançamento do programa de recompensas em 2017.

Atualmente o Nubank é uma das *fintechs* de sucesso mais referenciada, em especial por seu pioneirismo nessa empreita, sendo assimilada às facilidades trazidas para a vida da sociedade assim como nos casos referenciados de *legaltechs* exposto neste recorte do estudo.

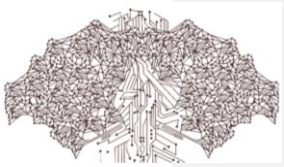
***Edtechs:* destacando a gamificação da aprendizagem**

Uma das associações de apoio ao ecossistema de *Edtechs* brasileiras é a *Edtech* Brasil[22], fomentada por um comitê específico da ABStartup, a Associação Brasileira de *Startups.* Neste item se pretende explorar as *Edtechs* especialmente voltadas para plataformas gamificadas de aprendizagem. Entre os métodos aprimorados com tecnologia utilizados pelas *edtechs* se destaca a gamificação. Isso porque a rápida evolução da tecnologia e a imprevisibilidade de suas consequências demandam da força de trabalho aprendizado exponencial, e este elevado grau de conhecimento novo, necessário à chamada sociedade da informação ou do conhecimento, termo multifacetado e que Dziekaniak e Rover [23] compilou como a sociedade em que o conhecimento é o principal recurso para a produção de riquezas e bem estar. Este contexto demandará cada vez mais engajamento dos indivíduos e das organizações em seu contínuo auto aperfeiçoamento,

[21] VELEZ, David. NUBANK. Disponível em: https://www.nubank.com.br/sobre-nos.

[22] Edtech Brasil – Comitê de Edtech da ABStartup. Disponível em: http://www.edtechbrasil. com.br.

[23] DZIEKANIAK. G. e ROVER, A. Sociedade do conhecimento: Características demandas e requisitos. DataGramaZero Revista de Ciência da Informação, vol.12, nº 5, Out 2011.



gerando oportunidade para as *edtechs* explorarem através dos conceitos de gamificação, utilizando a tecnologia não como fim, mas como meio de propagar treinamentos e ensino de maneira mais rápida e com geração de feedback também mais constante, gerando engajamento e contribuindo com os resultados na aprendizagem.

Nesse contexto de rápidas mudanças, a abundância e disponibilidade de informações são potencializadas por plataformas que promovem a colaboração entre pessoas ao redor do globo. A tecnologia vêm se mostrado crucial aos negócios no constante desafio de perseguir vantagem competitiva. A nova geração de trabalhadores já não conhece o mundo sem os benefícios da tecnologia e encara a inovação como uma condição básica aos negócios, e é neste novo mundo que a gamificação funciona uma alternativa interessante ao aprendizado, engajamento de pessoas, gestão da mudança, inovação, fidelização de marca e resolução de problemas nas organizações. A gamificação trazida e abordada pelas *edtechs* consistem na aplicação de mecanismos, estética e raciocínio de jogos fora do seu contexto habitual, associado a entretenimento, com o objetivo de resolver problemas práticos, despertar engajamento de um público e promover conhecimento.

Assim como no caso das lawtechs ou legaltechs e das fintechs, essa nova dinâmica trouxe mudanças no mercado, na forma de gestão de negócios, no próprio aprendizado e na dinâmica de geração de novas oportunidades.

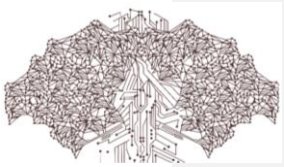
Considerações para o futuro

Do ponto de vista educacional, o Brasil é um dos países que proporcionalmente à sua população mais formam advogados no mundo, estatística que pode ser acompanhada pela média de cadastros ativos no site da Ordem doa Advogados do Brasil – OAB[24].

Em relação aos profissionais das chamadas TICs - Tecnologias de Informação e Comunicação - também há registros de expressivos índices de crescimento no setor. Considerando apenas o ano de 2016, ano de congelamento em muitos setores no país, este foi um dos setores que registrou aumento de empregos e de representatividade no PIB, cerca de 7%, de acordo com dados divulgados pela Secretaria de Inovação e Novos Negócios do MDIC – Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, por ocasião do lançamento do Guia BRASSCOM 2017 de Profissões de TIC no Brasil[25].

[24] OAB - Ordem dos Advogados do Brasil. Quadro de advogados. Disponível em: http://www.oab.org.br/institucionalconselhofederal/quadroadvogados

[25] BRASSCOM. Como preparar o profissional do futuro? São Paulo: Bandtec, 2017.



Conforme levantamento do já citado estudo de Wright et al[26], 95% do potencial de empreender em inovação está concentrado no setor de serviços, e ainda na mesma pesquisa, o direito ficou na 11ª posição entre 20 áreas profissionais consideradas as mais promissoras em empreendimentos para a década de 2010 a 2020. Podemos depreender daí uma sinergia possível entre as duas áreas.

As discussões e conclusões encontradas sobre como as l*egaltechs* e *lawtechs* estão influenciando o acesso ao direito, a profissão do advogado, a gestão dos escritórios de advocacia e o mercado de serviços jurídicos, e até mesmo novos elementos no ensino do direito é uma discussão que vem ganhando presença e atenção da sociedade e também da comunidade científica.

Dado este cenário, os fenômenos das *lawtechs* ou *legaltechs* se tornam objetos de estudos interdisciplinares, não só no direito e na tecnologia, mas também na economia, na gestão através da administração e no estudo de desenvolvimento de novos negócios.

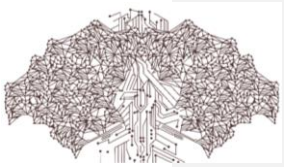
O mercado das *lawtechs* e *legaltechs*, assim como os mercados de *fintechs* ou *startups* de maneira geral se utilizam da tecnologia para oferecer novas soluções com ampliação de potencial de produtividade, escalabilidade e de redução de custos. O autor Castells[27] considera estes como fatores pertencentes à economia informacional, a qual ele descreve como um paradigma tecnológico baseado em tecnologias da informação. Este novo paradigma tecnológico tem mudado o escopo e a dinâmica da economia industrial, criando uma economia global e promovendo uma nova onda de concorrência entre os agentes econômicos já existentes e também entre eles e uma remessa de agentes entrantes.

Essa economia traz mudanças de comportamento em toda a rede, se aumenta a interação entre os *players* do mercado, os consumidores participam e escolhem de forma mais ativa, as empresas fazem mais alianças estratégicas, e os profissionais passam a atuar ainda mais incisivamente em aspectos estratégicos e em atividades mais relevantes, e este é o ponto de destaque.

As soluções de automatização em série, o chamado aprendizado de máquina ou *machine learning*, os mais avançados sistemas de *deep learning*, e toda essa gama de evoluções têm apontado e gerado mudanças em como a sociedade de maneira geral enxerga as novas

[26] WRIGHT, J.; SILVA, A.; SPERS. Op. Cit., 2010.

[27] CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Editora Paz&Terra, 2016.



possibilidades de utilização dos serviços e de como criá-los, mas também das possibilidades de aprendizado e de exercício de profissão.

No caso das *lawtechs* el*Legaltechs*, acredita-se que as tecnologias vieram para auxiliar na execução do trabalho, e que essa tecnologia não substituirá o papel do advogado. O advogado continuará existindo, mas sua atuação tenderá a ser cada vez mais estratégica do ponto de vista da execução do trabalho e das soluções propostas, uma vez que o aparato tecnológico terá condições de cumprir com funções de busca e mineração de dados, demandas de processos padronizados ou com padrão identificável, entre outras possibilidades advindas da automação e dos sistemas preditivos.

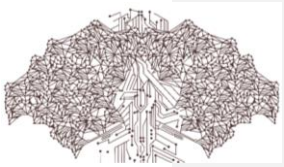
De acordo com Perlman[28] os efeitos da aplicação da tecnologia no Direito na sociedade podem ser discutidos em três perspectivas: os efeitos da aplicação da tecnologia nas formas de se entregar os serviços e ao acesso aos serviços jurídicos; como as escolas e o ensino do Direito devem responder as transformações promovidas pela aplicação da tecnologia e como os marcos regulatórios devem se adequar às aplicações da tecnologia no acontecer das formas jurídicas.

Na primeira perspectiva a tecnologia poderá promover mudanças nos serviços jurídicos tanto possibilitando que eles sejam realizados mais rapidamente assim como com mais eficácia, produzindo uma transformação incremental na atividade.

Na segunda perspectiva o autor aponta que as escolas de direito não devem ter como objetivo formar os alunos para obterem sucesso mercadológico, considerando que os mercados e o sucesso profissional podem ser transformados radicalmente por fenômenos como por exemplo a influência da própria tecnologia na aplicação ao direito. Sendo as questões polêmicas, e os elementos geradores de transformações radicais no ambiente jurídico, os alunos devem ser preparados para serem capazes para responder a estas questões, a compreenderem bem os elementos polêmicos, avaliando quais são as suas consequências na aplicação no direito, suas consequências para a eficácia e para a eficiência no uso da lei.

Na terceira perspectiva, o autor, analisando uso e aplicação da automação nos serviços jurídicos, cita que as barreiras podem ser apresentadas em quatro fatores: a) capacidade tecnológica, ou seja, quais são os tipos de aparelhos tanto em hardware quanto em software que serão necessários para a implantação dos sistemas autônomos; b) o custo para desenvolver e para adaptar a inteligência jurídica e suas soluções; c) a regulamentação dessas novas atividades ou

[28] PERLMAN, A. Reflections on the Future of Legal Services. Suffolk University Law School Research Paper No. 17-10. 2017. Disponível em: https://ssrn.com/abstract=2965592_.



serviços, e d) a dinâmica das questões trabalhistas que poderiam possibilitar ou inviabilizar a aceitação social.

Na era da sociedade digital e das rápidas mudanças, o objetivo da estratégia dos negócios é conseguir uma vantagem competitiva transitória, conforme colocado pelos estudos de McGrath[29]. A figura utilizada para se entender a vantagem transitória é a de "surfar na onda de uma vantagem transitória após a outra". Corporativamente, as empresas que aprenderam a fazer isso tem reinventado seu *business core* pelos tempos, o que tem permitido sua perpetuação mesmo no contexto de mudanças, como no caso expressivo das *legaltechs* e das *fintechs*.

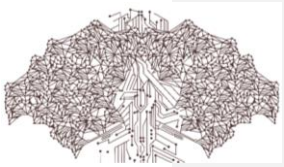
Percebe-se que as entidades jurídicas como plataformas de informação, escritórios e advogados que apoiam e fazem parte do ecossistema das l*egaltechs* em parte porque houve o entendimento de que a mudança está em curso e não pode ser barrada, então é melhor buscar entender o movimento e fazer parte do processo de mudança do que simplesmente ignorar essa nova forma de negócios.

Essa mudança afeta a economia através dos negócios, a administração através do ganho de ferramentas e de mudança no modo de gestão, a sociedade com a escolha das profissões e suas possibilidades. Assim como explana McGrath, o mundo da Administração possui bons exemplos de empresas que se reinventaram com novas divisões de negócios e de empresas que simplesmente ignoraram os acontecimentos até perceberem que seus lucros estavam em queda livre, que era tarde demais, e abrirem processo de falência.

Na pauta da estratégia dos negócios atuais constam os termos reconfiguração contínua, ou seja, muito mais fluidez na alocação dos recursos e dos talentos humanos em detrimento de escopos muito fechados de funções e papéis; utilização da alocação de recursos para promover a destreza, ou seja, organizar-se em torno das oportunidades, e não mais apenas extrair oportunidades na estrutura existente; desenvolver a inovação como um processo contínuo e sistemático, e não mais percebê-la como um incidente; enfatizar os esforços na rápida execução, não mais na estratégia demorada e analítica, isso para citar os principais pontos.

Em suma as *techs* aumentaram a qualificação do uso dos serviços originais. Ainda é cedo para prevermos para onde esses novos modelos levarão a sociedade, mas é sabido

[29] MCGRATH, Rute. O fim da vantagem competitiva: um novo modelo de competição para mercados emergentes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.



que a mudança chegou com o intuito de facilitar a vida dos prestadores, dos clientes, da sociedade como um todo, refletindo em um sistema mais ágil, certeiro e tempestivo. No caso das *legaltechs*, alguns especialistas defendem que elas podem substituir boa parte do trabalho do advogado, outros defendem que a tecnologia tem grande potencial para enaltecê-la, deixando os trabalhos mais burocráticos e corriqueiros para os sistemas tecnológicos e abrindo espaço para que o advogado foque em trabalhos mais relevantes, de cunho mais complexo, deixando assim o mercado mais competitivo e incentivando o preparo e o aperfeiçoamento profissional.

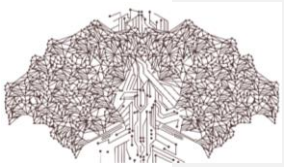
Outra tendência é a hibridização, não só dos negócios, mas também da formação profissional ou das profissões, isso é, a linha que dividia uma tarefa da outra já não está mais tão bem delineada, se tornou permeável e permite uma maior aproximação e interação com outras áreas de conhecimento.

Acreditamos que, a esses passos, as *techs* estarão presentes nos próximos anos nos negócios e na sociedade assim como hoje já percebemos os *apps* de comunicação, o *streaming* popularizado pela Netflix e a forma como os serviços de compartilhamento como o Uber e o Airbnb estão mudando o comportamento dos consumidores, como colocado por Stone[30]. Novos estudos e pesquisas devem ser realizados nesta linha.

Este estudo teve como questão principal abordar o contexto de surgimento das *techs* através do recorte da pesquisa: l*egaltechs*, *fintechs* e e*dtechs*; passando pela emergência e evolução do tema através do modo de acesso aos seus serviços e a atual perspectiva do tema em território brasileiro. Percebe-se que o mercado está mudando em ritmo muito rápido. Os principais pontos de destaque deste estudo são de fluidez e permeabilidade dos negócios: as delimitações estão bem mais fluídas, mais tipos de conhecimento e de profissionais interagem, novas abordagens são consideradas, seja no aprendizado, no oferecimento de novos serviços ou na regulação de novos mercados, bem como de aumento da velocidade na criação de novas e disruptivas soluções, mudando a lógica pré-estabelecida nos mercados.

O advento das *technologies* nos demonstra que todos os tipos de segmentos de negócios, dos mais clássicos – como o caso do direito – até os mais avançados, - como sempre foram as

[30] STONE, Brad. As Upstarts: Como a Uber, o Airbnb e as killer companies do novo Vale do Silício estão mudando o mundo. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017



empresas do setor financeiro – e de setores que existem através dos séculos desde a antiguidade, como a educação, não estão estanques em sua perpetuação e em seu *modus operandi* na era da Sociedade Digital.

Referências bibliográficas

AB2L - Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs. Disponível em: www.ab2l.net.br. Acessado em 11/09/2017.

ABFintech – Associação Brasileira de Fintechs. Disponível em: www.abfintech.com.br. Acessado em 14/10/2017.

BRASSCOM. Como preparar o profissional do futuro? São Paulo: Bandtec, 2017.

BUCHANAN, Bruce; HEADRICK, Thomas. Some Speculation about Artificial Intelligence and Legal Reasoning. *Stanford Law Review*, 23, 1970. P. 40-62.

BUES, Micha-Manuel; MATTHAEI, Emilio. LegalTech on the Rise: Technology Changes Legal Work Behaviours, But Does Not Replace Its Profession. Liquid Legal, Germany, 2017.

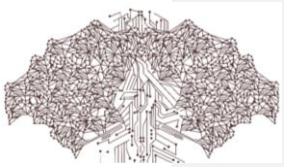
CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Editora Paz&Terra, 2016.

DZIEKANIAK. G. e ROVER, A. Sociedade do conhecimento: Características demandas e requisitos. DataGramaZero Revista de Ciência da Informação, vol.12, nº 5, Out 2011.

Edtech Brasil – Comitê de Edtech da ABStartup. Disponível em: http://www.edtechbrasil.com.br. Acessado em: 01/10/2017.

FEIGELSON, Bruno. Você sabe o que é LawTech? Uma revolução silenciosa já está em curso. Disponível em: https://jota.info/colunas/lawtech/voce-sabe-o-que-e-lawtech-04032017. Acessado em 21/9/2017.

IBM. Ross Inteligence. Disponível em: http://www.rossintelligence.com/. Acessado em 11/10/2017.



KELLY, Kevin. Inevitável: as 12 forças tecnológicas que mudarão nosso mundo. São Paulo: HSM, 2017.

Lei nº 8906/1994, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8906.htm. Acesso em 13/10/2017.

Lei N° 12.965/14. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em 13/10/2017.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MAGALHÃES, Renato Vasconcelos. Inteligência Artificial e Direito – uma breve introdução histórica. *Revista Direito e Liberdade*, ESMARN, v.1 (1). Mossoró: 2005, p. 355-370.

MCGRATH, Rute. O fim da vantagem competitiva: um novo modelo de competição para mercados emergentes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MOORE, Gordon. 50 Years of Moore's Law. INTEL Corporation. Disponível em: https://www.intel.com/content/www/us/en/silicon-innovations/moores-law-technology.html. Acessado em 10/10/2017.

NYBO, Erik Fontenele. Primeira Conferência Internacional de Lawtechs e Legaltechs. (22 Agosto, 2017). São Paulo, INSPER.

OAB - Ordem dos Advogados do Brasil. Quadro de advogados. Disponível em : http://www.oab.org.br/institucionalconselhofederal/quadroadvogados. Acessado em 01/10/2017.

PERLMAN, A. Reflections on the Future of Legal Services. Suffolk University Law School Research Paper No. 17-10. 2017. Disponível em: https://ssrn.com/abstract=2965592_. Acessado em 01/10/2017.

RISSLAND, Edwine; ASHLEY, Kevin. HYPO: A precedente-Based Legal Reasoner. MIT, Massachusets, 1987.

STONE, Brad. As Upstarts: Como a Uber, o Airbnb e as killer companies do novo Vale do Silício estão mudando o mundo. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

VELEZ, David. NUBANK. Disponível em: https://www.nubank.com.br/sobre-nos. Acesso em 10/10/2017.

WRIGHT, J.; SILVA, A.; SPERS, R. O mercado de trabalho no futuro: uma discussão sobre profissões inovadoras, empreendedorismo e tendências para 2020. *Revista de Administração e Inovação*, 7(3). 2010, p. 174-197.

A ESCOLA E O PROFESSOR DIANTE DOS CONTEXTOS DE M-LEARNING[1]

Eryck Dieb Souza[2]; Eduardo Santos Junqueira Rodrigues[3]

1. Contexto de M-leanring

As inovações tecnológicas caminham a largos passos. Diariamente são criados novos aparelhos e mecanismos para o suprimento das necessidades humanas. A sociedade evidencia estas criações, seja pelo fato da facilidade, inovação e/ou informação. Segundo Fernandes (2014, p.30) a sociedade na qual vivemos é chamada de "Sociedade do Conhecimento" ou "Sociedade da Informação", pois o conhecimento e a informação são elementos importantes para a existência atual. Assim, a nova era enseja o domínio das mais diversas tecnologias digitais, como as das tecnologias móveis, nos permitindo falar então, da aprendizagem móvel ou *M-learning*.

Os autores Sharples *et al* (2005) o definem como "o conjunto de processos de vir a conhecer através da conversação, que se dá em múltiplos contextos e entre as pessoas e tecnologias interativas". O processo de interação conta muito para essa aprendizagem, já que o sujeito sozinho ou a tecnologia apenas não teriam ou fariam sentido para o que estamos chamando de aprendizagem móvel.

Sob essa ótica, Sharples *et al* (2005) apontam a aprendizagem móvel que perpassa espaço, tempo, sociedade, grupos, processo contínuo e acumulativo de informações. É importante entender que a mobilidade não é somente o movimento espacial, mas também as maneiras em que tal movimento pode permitir mudanças no tempo e na demanda de ações que minimizem fronteiras (TRAXLER, 2009).

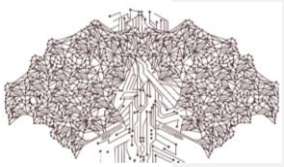
Essa aprendizagem está emergindo junto a uma força de possibilidades com mobilidade e da sociedade conectada. Os dispositivos móveis criam não apenas novas formas de conhecimento e novas formas de acessá-lo, mas novas formas de fazer arte e de acessá-la, novas formas de comércio e atividades econômicas, por exemplo. Assim, a aprendizagem móvel não diz respeito somente à mobilidade ou à aprendizagem como pode ter se compreendido inicialmente, mas como parte de uma nova concepção da sociedade móvel (TRAXLER, 2009, p. 14, tradução nossa).

Neste trabalho, objetivamos analisar como a escola e o professor estão pensando, se organizando e atuando frente a sociedade móvel na qual nos encontramos, seus desafios,

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 3: Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando em Educação Brasileira – Eixo: Tecnologias digitais na Educação (UFC). Pesquisador Bolsista (CNPq). Membro do Grupo de Pesquisa LER. E-mail: eryckdieb@gmail.com.

[3] Doutor em Educação pela Michigan State University. Professor adjunto do Instituto UFC Virtual e Professor credenciado do Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira da Universidade Federal do Ceará. Líder do grupo de pesquisa Linguagens e Educação em Rede (LER). E-mail: eduardoj@virtual.ufc.br.



possibilidades e restrições. A seguir, contextualizaremos os dois principais elementos desse trabalho para, por fim, apresentarmos as nossas considerações finais.

2. Loading: a escola, o professor e a *M-learning*

Nesse cenário de informações e tecnologias na cibercultura, percebemos a participação da escola como uma instituição social de grande relevância e que foi eleita pela sociedade moderna não apenas como um espaço de ensino, mas também de inserção cultural para as novas gerações. A escola, nesse sentido, tinha e tem "a responsabilidade de fazer aflorar a cultura, linguagem e aprendizagem de seus alunos" (VALENTE, 1999, p. 4), buscando se aproximar ao máximo da realidade que eles vivem. Era natural, portanto, que algumas dessas tecnologias chegassem à escola, como é o caso da Internet, dos computadores, das mensagens instantâneas nas redes sociais e do uso de dispositivos móveis.

Moran (2007) afirma que "a sociedade evolui mais do que a escola e, sem mudanças profundas, consistentes e constantes, não avançaremos rapidamente como nação". Encontramos nesse contexto as escolas brasileiras, por exemplo. Setores da sociedade que são mais atingidos com a demanda por orientação tecnológica, porém sofrem grandes descasos. Além da falta de uma estrutura decente, como salas climatizadas e equipadas, uma Internet de qualidade que permita acesso adequado, da formação apropriada para que os docentes dominem pedagogicamente o uso das tecnologias digitais, a escola ainda se encontra distante da realidade de seu público.

Sibilia (2012, p.181) apresenta, nesse contexto, que "enquanto os jovens de hoje vivem fundidos com diversos dispositivos eletrônicos e digitais, a escola continua obstinadamente arraigada em seus métodos e linguagens analógicos". Isso se justifica porque os jovens agora possuem não apenas uma grande fonte de informação ao alcance das mãos, tendo "currículos individuais, projetados segundo suas próprias necessidades e capacidades" (SIBILIA, 2012, p.193), como também um interesse nas muitas outras possibilidades que esses pequenos aparelhos podem oferecer.

Apesar de diferentes, a cultura oral, escrita, impressa, cultura de massas, cultura das mídias, a cultura ciber (=cibercultura) e a cultura da mobilidade foram, paulatinamente, se misturando, se hibridizando e se constituindo (SANTAELLA, 2007). É sob essa influência que a escola pode abrir diversas ambiências de convivência e de construção colaborativa de conteúdos e saberes; consequentemente de aprendizagem. Enquanto instituição social e formadora de opinião, a escola poderia familiarizar-se com as inovações tecnológicas para além de estreitar laços com a realidade dos jovens, tornando-as aliadas no processo de ensino e aprendizagem, para "[...] organizar e dar sentido aos saberes informais, relacionando-os com o conhecimento escolar, que ainda por cima costuma ser menos atrativo" (POZO, 2002, p. 35).

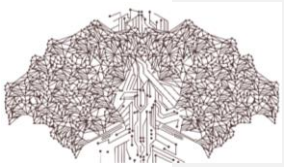
Ainda nessa perspectiva, quando pensamos especificamente o docente nesse contexto, devemos levar em consideração alguns pontos relevantes, como: a grande maioria ser de uma geração anterior a dos seus alunos, eles não tiveram contato com as tecnologias digitais durante sua formação estudantil e acadêmica e há uma resistência expressiva de alguns para a utilização delas. Por outro lado, observamos que por mais que muitos professores não sejam da geração tecnológica atual, pois cresceram e se formaram em



uma outra, daqueles que também utilizam essas tecnologias como instrumentos pedagógicos, desenvolvendo uma ação social e atribuindo-lhes uma função de ensino.
Segundo Esteve (1999, p.95) "a sociedade parece que deixou de acreditar na Educação como promessa de um futuro melhor; os professores enfrentam a sua profissão com uma atitude de desilusão e de renúncia, que se foi desenvolvendo em paralelo com a degradação de sua imagem social." Inferimos que a escola tem perdido seu papel/função social devido a quantidade de demandas que tem adquirido e nesse contexto encontra-se o professor, um ser desmotivado, sem tempo para reflexão de sua prática e desacreditado em tudo que lhe é proposto, consequentemente, sua imagem na sociedade é degradada. Nessa perspectiva, Esteve (1999, p.97) acrescenta que:
a situação dos professores diante das mudanças que ocorrem na escola é comparável a um grupo de atores que trajam vestimentas de determinado tempo e que, sem nenhum aviso anterior, mudam-lhes os cenários e as falas. A primeira reação do grupo seria de surpresa, depois tensão, associadas a forte sentimento de agressividade. (ESTEVE, 1999, p. 97).
O professor encara a mudança como algo doloroso, pois ele entende que mudar é desprender do que já foi construído, é se reinventar, redescobrir e começar de novo e isso requer tempo, algo que na vida dele não há com abundância. Para Lima et al (2015) "a rejeição dos professores com as tecnologias muitas vezes se dá devido à falta de conhecimento, por parte desses, sobre a forma como utilizá-las para adquirir praticidade no processo de ensino-aprendizagem". Com a escassez do tempo, o professor resiste ao novo, as mudanças, mas entende que precisa se readaptar para compreender os novos cenários e falas.
O docente se sente distante da realidade e do contexto em que precisa estar inserido por ainda portar alguns questionamentos: Como pensar em uma aula para além do espaço/tempo da escola? Como propor atividades para os alunos no ciberespaço? Como pensar em "uma aula onde o aluno é o protagonista e autor, e o professor um agente mediador que pode contar com o suporte tecnológico móvel como ferramenta pedagógica?" (MIDLEJ, BONILHA e PRETTO, 2014). Segundo FUGIMOTO; ALTOÉ (2008): os professores não se apropriaram das metodologias pedagógicas da M-learning porque acham que daria mais trabalho, outros pensam que a autonomia assusta, não as dominam, ou pela proibição do uso na escola. Nessa abordagem, Jordão (2009, p.12) afirma que

> o professor é o primeiro ator que deve mudar sua forma de pensar e agir na educação, pois existe uma grande tendência de repetição, em sala de aula, dos modelos que funcionaram na aprendizagem deste. Sempre surgirão novos recursos, novas tecnologias e novas estratégias de ensino e aprendizagem. (JORDÃO, 2009, p.12).

Fica claro que o docente é visto como ator e responsável pela sua mudança e que ele precisa se permitir as modulações e a inserção nos contextos que estão ao seu redor, não só para atender a demanda que os jovens trazem para a sala de aula, já que eles não fazem e nem devem fazer diferença alguma de escola e sociedade, como também despertar a criticidade dos discentes com práticas educativas, fazendo das aulas uma oportunidade prazerosa de interagir e aprender.

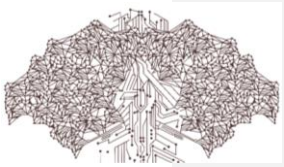


Como se já não fossem motivos suficientes para considerar que tanto a escola como o professor vivem uma situação tênue entre conceitos e práticas na era da mobilidade, ainda temos que encarar outro aspecto problemático que refere-se a uma lei que há nove anos vem sendo utilizada nas escolas onde proíbe o uso de dispositivos móveis durante a aula. Na grande maioria dos estados brasileiros, como Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Brasília, Santa Catarina, Amazonas e Recife, está em vigor esse decreto, como também é o caso do estado do Ceará.

Ela ainda vigora e é clara quando proíbe o uso dos dispositivos móveis pelos jovens no contexto escolar, mesmo sendo eles os maiores sujeitos-usuários dessas tecnologias, durante os horários de aula, porém há escolas que proíbem os jovens a levarem tais dispositivos. Para Vivian e Pauly (2012, p. 5), há algumas escolas que negociam internamente esse uso de modo que seja para fins pedagógicos, com a orientação do professor em sala, mas são casos, ainda muito, raros. São Paulo recentemente reformulou esta lei, permitindo o uso dos dispositivos em sala, por acreditar na contribuição das ferramentas na aprendizagem dos alunos.
Fortalecemos essa ideia com o que Sibilia (2012), Silva (2008), entre outros, quando afirmam que a escola deveria se apropriar dessas novas práticas tecnológicas para proporcionar a si e aos seus agentes a aprendizagem de uma maneira mais atrativa e inovadora. Diante do contexto exposto, a seguir, propusemos algumas reflexões de como a teoria exposta até aqui pode se encontrar com a prática tanto na perspectiva da escola, como na do docente, analisando de fato qual(s) o(s) papel(s) da escola e do professor, que nesse contexto será chamado de ciber-professor.

3. Integrando teorias às práticas: o papel da escola e do ciber-profesor

Mesmo com as situações apresentadas em que a escola e o professor se encontram de forma tênue perante a Cibercultura, quando nos referimos ao uso e apropriação das tecnologias digitais móveis em suas práticas, acreditamos que o papel da escola é se fazer como participante da cultura digital móvel e conectada, e proporcionar as possíveis mudanças no seu contexto e não apenas no seu currículo. Assim, pensamos nas tecnologias móveis conectadas redesenhando o contexto da escola "com novas formas de comunicar, de informar, de gerenciar, de produzir conhecimentos, de ensinar e de aprender" (SILVA e SILVA, 2014), onde o professor deveria se fazer mediador-participante dessas ações.
O Estado do Ceará, por exemplo, vigora a Lei que proíbe o uso dos dispositivos móveis durante a aula, por outro lado, possibilita o diário online para o professor fazer a frequência, registrar aulas e lançar notas pelo aplicativo no celular. Seria esse um grande exemplo de possibilitar a Educação, a escola e seus sujeitos uma nova maneira de gerenciar, produzir conhecimento e de comunicação. Além de facilitar a prática do professor, por mobilizar um de seus instrumentos de trabalho, ainda há o elemento de rapidez presente. Essa ação é um simples exemplo dentre outras em que o professor pode estar usando da portabilidade e da necessidade de ser ágil nas informações.



Algumas outras ações/atividades que o professor pode pensar é na troca de informações, compartilhamento de ideias, experiências, resolução de dúvidas, acesso a uma vasta gama de recursos e materiais didáticos, incluindo texto, imagens, áudio, vídeo, notícias, conteúdos de blogs e jogos, "tudo isso no exato momento em que faz necessário, devido à portabilidade" (FERREIRA et al., 2012). Essas atividades são exemplos onde espaço e tempo não são fatores importantes, pois os sujeitos "podem realizar atividades em contextos diversos, estabelecendo uma teia de conhecimento independente do tempo e espaço, pois possuem informações em qualquer local, seja em casa, na praça, na escola ou em outro ambiente" (LIMA, LIMA NETO e CASTRO FILHO, 2015).

A escola, nessa perspectiva supracitada, precisa entender e aderir essa nova forma de "fazer aula", compreendendo que as práticas desenvolvidas nela fogem ou pedem uma nova organização do conceito "espaço-tempo". A aprendizagem não se limita dentro das paredes da instituição, muito menos nos quatro cantos da sala de aula, mas vai além da dimensão física e convencional, como os ambientes do ciberespaço, sejam eles os formais elaborados para a educação como os demais.

Ainda nesta perspectiva, as ações e atividades do professor com a M-learning dentro e fora da escola, que aparentemente não são muito distantes ou diferentes de algumas práticas "tradicionais", se tornam diferentes e ganham um novo rumo no ato do planejar do professor, pois nele podemos pensar e definir como será realizado o uso das ferramentas. Entendemos que as ferramentas não são suficientes sozinhas, "o que faz o dispositivo eficiente na aprendizagem é o planejamento e a sua correta aplicação do ponto de vista didático-metodológico" (ALDA, 2014, p.104).

Léa Anastasiou e Leonir Alves (2003, p. 71) nos apresenta que "quando o professor é desafiado a atuar numa nova visão em relação ao processo de ensino e de aprendizagem, poderá encontrar dificuldades, até mesmo pessoais, de se colocar numa diferenciada ação docente". Porém, acreditamos que esse seja o melhor caminho de apropriação das ferramentas tecnológicas móveis pelo professor, quando o mesmo compreender que ele precisa se sentir pertencente ao contexto em que está inserido e que assim, aproxima dos seus alunos quanto linguagens, práticas e costumes.

Além disso, destacamos também as descobertas a partir do uso das tecnologias móveis e até a própria inserção e curiosidade dos alunos sobre essas práticas e usos. Somente assim, podemos nos deparar com um professor que seja "capaz de aprender um processo, até então novo para ele, e compartilhá-lo, transmiti-lo para outros, para que os alunos vivenciem e aprendam com o mesmo êxito e qualidade" (JUNQUEIRA, 2009).

Nesse raciocínio, Junqueira (2009) propõe a nomenclatura de ciber-professor, aquele capaz também de (re)pensar, (re)conduzir e reaplicar suas práticas em novos contextos, adicionando elementos novos à sua prática, bem como a sua identidade, por exemplo: dar aulas fora da sala e fora da escola, usando as redes sociais ou aplicativos, softwares, jogos, plataformas digitais, chats, fóruns, vídeos.

Aqui lembramos de algumas propostas metodológicas expostas nos livros Multiletramentos na Escola (ROJO; MOURA, 2012) e Escola Conectada, os multiletramentos e as TICs (ROJO, 2013) quando mencionam a pedagogia dos

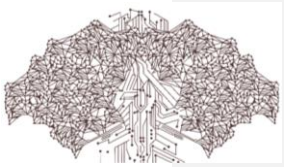
multiletramentos[4]. Não é de fato nosso interesse apresentar ou debater sobre essa temática neste trabalho, mas não poderíamos deixar de mencioná-la, já que eles são exemplos das práticas sociais no contexto do ciberespaço, onde o professor assume, proporciona e media atividades desafiadoras, reflexivas e criativas para seus alunos.
Com esse olhar pedagógico, o ciber-professor está aberto a aprender a aprender; atuar a partir de temas emergentes no contexto e de interesses dos alunos; promover o desenvolvimento de projetos cooperativos; assumir atitude de investigador do conhecimento e da aprendizagem do aluno; propiciar a reflexão, a depuração e o pensar sobre o pensar; dominar recursos computacionais; identificar as potencialidades de aplicação desses recursos na prática pedagógica; desenvolver um processo de reflexão na prática e sobre a prática (ALMEIDA, 1997).

Junqueira (2009) acrescenta, nesta perspectiva, que a "atuação indica novos traços identitários do professor sem, no entanto, esgotar as possibilidades desse processo de reposicionamento do mestre diante dos tempos de transição em que vive"(p.8), assim percebemos que o há por parte do docente um domínio do conhecimento digital, sendo ele muito mais que dominar as tecnologias, mas torná-las eficazes nas práticas sociais realizadas em sala que permite a construção de um docente que busca atender as demandas sociais que lhe são expostas e que estão presentes no cotidiano escolar.

3. Considerações finais

Baseados na reflexão que traçamos aqui em analisar sobre a atuação da escola e do professor diante dos contextos de aprendizagem móvel, buscamos compreender como esses agentes podem atuar para melhor contribuir com o ensino e a aprendizagem. Isso se justifica porque a sofisticação dos aparelhos eletrônicos tem cada vez mais despertado a possibilidade de contribuição para a prática pedagógica e uma aprendizagem em geral.
Portanto, esperamos que a escola e o professor se apropriem de fato das práticas na mobilidade relatadas acima, buscando instituir a "assunção dos sujeitos da educação como autores e reconstrutores do mundo, no mundo e com o mundo" (SILVA e SILVA, 2014). Com isso, percebemos que esses dispositivos podem auxiliar no ensino, na inserção docente no universo dos alunos e a inovação da prática na escola, tendo em vista a mobilidade e a conexão em rede permitida por esses aparelhos e a vivência das práticas no ciberespaço inseridas em processo de aprendizagem formal.

[4] Uma pedagogia dos multiletramentos é necessária para transformar o aluno de consumidor acrítico em analista crítico. Para que a escola possibilite aos alunos participarem de práticas sociais de leitura e escrita de forma ética, crítica e democrática, é preciso que levar em conta os multiletramentos e deixe de ignorar os letramentos locais, colocando-os em contato com aqueles que são valorizados pela sociedade. Também é preciso sair do método tradicional que contempla a palavra escrita e ampliar a noção de letramentos para o campo das outras linguagens que estão cada vez mais presentes nos textos, devido aos avanços tecnológicos (ROJO, 2012).



Referências bibliográficas

ALDA, L. S.. **A mobilidade na aprendizagem:** Uma nova dimensão para a aprendizagem de língua estrangeira mediada por telefone celular. Texto Livre, v. 7, p. 98-106, 2014.

ALMEIDA, M. E. **O computador como ferramenta de reflexão na formação e na prática pedagógica.** São Paulo, Revista da APG, PUG/SP, ano VI, n. 11, 1997.

ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. Estratégias de ensinagem. In: ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. (Org.). **Processos de ensinagem na universidade:** pressupostos para as estratégias em sala de aula. Joinville: Univille, 2003. p. 66-100.

ESTEVE, J.M. **O mal-estar docente:** a sala de aula e a saúde dos professores. São Paulo: EDUSC, p.97, 1999.

FERNANDES, Jaiza Helena Moisés. **A perspectiva teórica da cibercultura e formação docente na visão dos licenciandos da UFC sobre o Laboratório Interdisciplinar de Formação de Educadores (LIFE):** desafios e avanços / Tese de Mestrado. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, p. 30, 2014.

FERREIRA, Jorge Brantes; SILVA, Jorge Ferreira da; CAMPOS, Helga; CARVALHO, Maria Luíza A. de; SABINO, Angilberto; SACCOL, Amarolinda; SCHLEMMER, Eliane. **A disseminação da aprendizagem com mobilidade (M-learning).** Data Grama Zero: Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, ago. 2012. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/ago12/Art_02.htm>. Acesso em: 9 jan. 2018.

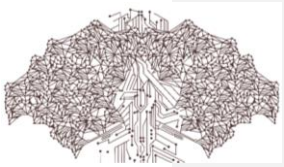
FUGIMOTO, Sônia Maria Andreto; ALTOÉ, Anair. A resistência das professoras da educação básica em relação ao uso do computador em sala de aula. Em: SEMINÁRIO DE PESQUISA DO PPE - 2008, 2009, Maringá. **Anais do seminário de pesquisa do PPE - 2008**. Maringá: HUMA Multmidia, 2008. v. 1. p. 1-11.

JORDÃO, Teresa Cristina. Formação de educadores. A formação do professor para a educação em um mundo digital. In: **Salto para o futuro.** Tecnologias digitais na educação. Ano XIX, boletim 19. Nov-dez. 2009.

JUNQUEIRA, Eduardo S. Brazilian teachers? agency in a web-based U.S. reform project. **International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology**, v. 5, p.3, 2009.

LIMA, Mixilene Sales Santos ; LIMA NETO, C. S. ; CASTRO FILHO, J. A. . Aprendizagem móvel no Ensino Fundamental. In: III Workshop de Tecnologias Móveis na Educação, 2015, Maceió. **Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação.** Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação-SBC, 2015. v. 1. p. 826-835.

MIDLEJ, Maristela ; BONILLA, Maria Helena Silveira ; PRETTO, Nelson De Luca . O professor e a formação para a autoria na cibercultura: a criação dos atos de currículo. In: Cristina Porto, Edméa Santos; Maria Luíza Oswald, Edvaldo Couto. (Org.). **Pesquisa e mobilidade na cibercultura:** itinerâncias docentes. 1ed. Salvador: Edufba, v. 1, p. 83-102, 2015.



MORAN, J. M. **A educação que desejamos:** Novos desafios e como chegar lá. 4.ed. Campinas: Papirus, 2007.

POZO, Juan Ignacio. **Aprendizes e mestres:** a nova cultura da aprendizagem. Trad. Ernani Rosa. Porto Alegre: Artmed, 2002.

ROJO, R. **Pedagogia dos multiletramentos:** diversidade cultural e de linguagens na escola. São Paulo: Parábola, 2012.

SANTAELLA, L. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**, São Paulo, Paulus, 2007.

SHARPLES, M.; TAYLOR, J.; VAVOULA, G. Towards a theory of mobile learning. In: World Conference on M-learning, 2005. Cape Town, South Africa. **Anais…** Disponível em: <http://www.mlearn.org.za/papers-full.html>. Acessado em: 15 de jun. 2017.

SIBILIA, Paula. **Redes ou paredes:** a escola em tempos de dispersão. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

SILVA, M. **Internet na escola e inclusão social na Cibercultura**, 2008. Disponível em: <http://www.pbh.gov.br/smed/capeonline/seminario/marco.html>. Acessado em: 27 de jun. 2017.

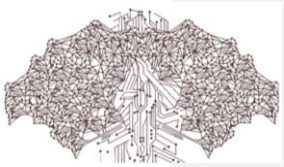
SILVA, J. M.; SILVA, M. G. M.. A Escola e o Currículo em Tempos de Mobilidade e Conexão: o uso dos computadores portáteis na educação. In: Congresso Brasileiro de Informática na Educação, 2014, Dourados, MS. **Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação**, p. 282-291, 2014.

TRAXLER, J. Current state of mobile learning. In ALLY, M. (Ed.), **Mobile learning:** Transforming the delivery of education and training. Edmonton: AU Press. p. 9- 24. 2009.

VALENTE, José Armando (org). **O computador na Sociedade do Conhecimento.** Campinas: UNICAMP/NIED, 1999.

VIVIAN, Caroline Deprá; PAULY, Evaldo Luiz. O uso do celular como recurso pedagógico na construção de um documentário intitulado: Fala sério! **Colabora,** Curitiba, v.7, p.1-12, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A ESTABILIDADE TECNOLÓGICA DA TELEVISÃO E A CRIATIVIDADE NO VIDEOCLIPE MUSICAL NA VIRADA DOS ANOS 80 PARA OS 90[1]

S. J. Parollo Jr.[2]

Este estudo pretende relacionar a estabilização da tecnologia da televisão, especialmente quanto à exibição ao público final (telespectadores) e o estabelecimento do videoclipe musical não só como produto de divulgação mercadológica da canção e do intérprete, mas sobretudo como um importante elemento na cultura popular do ocidente, ditando e modificando moda, atitude, comportamento e hábitos de consumo. Ou seja, um fator determinante na evolução das relações da sociedade entre si e dela com a cultura vigente, em um momento em que o veículo, neste caso a televisão, passou por uma fase na qual o progresso tecnológico no desenvolvimento do próprio veículo pouco mudou, transformado basicamente pela progressiva popularização do videocassete e da TV a cabo. O período abordado pelo presente estudo vai de 1985 a 1995, quando finalmente a Internet comercial surge e começa a transformar a então estável relação entre os telespectadores e a TV.

Palavras-chave: audiovisual, videoclipe, música, televisão, cultura, tecnologia, Internet

Introdução

A ideia de realizar este estudo na verdade vem de um estudo maior sobre a relação do progresso da alta definição do vídeo frente aos limites da visão e do olhar humano. Na verdade, há um questionamento sobre até quando (ou quanto) a escalada da alta definição e das demais tecnologias das imagens em movimento afetam positiva ou negativamente

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisador é mestrando em Comunicação na Universidade Anhembi Morumbi (UAM/SP). É graduado em Publicidade e Propaganda e com especialização em Gestão de Negócios (ESPM) e participa do Grupo de Pesquisa em Narrativas Tecnológicas (CNPq) da UAM. E-mail: parollo@bol.com.br

a relação do espectador com tais imagens e a mensagem que através delas está sendo transmitida.

Nesse processo de estudo, um período chamou bastante a atenção: do meio da década de 80 até o meio da de 90. Um período no qual as características da televisão, no que tange a tamanho, qualidade de imagem, recurso para utilização do aparelho em si praticamente não mudaram. E a relação dos telespectadores com a TV ficou estável até o surgimento da Internet comercial, quando os olhos dos fiéis espectadores passaram aos poucos a dividir ou mesmo relegar a um plano secundário ou inexistente a atenção à aquela que por décadas foi praticamente um altar, um oráculo ou até mesmo um amigo indefectível para pessoas, famílias e populações que em torno dela se reuniram para receber informação, conhecimento e entretenimento.

A música sempre foi um dos grandes pilares da cultura em qualquer parte do mundo. Seja como elemento de diversão, doutrinação, protesto, propagação ou mesmo como um mero produto mercadológico. E em uma sociedade midiatizada como a que temos há um bom tempo no ocidente, a dita música pop recebe atenção e cria mitos, mais do que muitos governantes ou líderes religiosos ou espirituais.

A TV e o domínio permitido

Pode parecer estranho alguém recorrer em um estudo como este a Max Weber. Mas ao iniciar meus estudos acadêmicos no início dos anos 90, as leituras de Weber foram determinantes na maioria deles, especialmente seu conceito de autoridade legítima apresentado em *Economia e Sociedade*. Mas o que a autoridade tem a ver com os meios de comunicação?[3]

Quando estamos no início da vida, entrando no período escolar, para alguns é até traumática a relação com os primeiros livros, as primeiras leituras, às quais tínhamos que nos habituar não por um desejo pessoal, mas por imposições de escola e de família. É fato

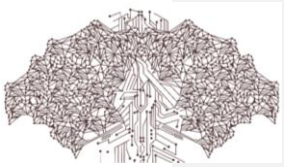
[3] Max Weber descreve em *Economia e Sociedade* (obra de 1922) três tipos de liderança, sendo uma delas a que é baseada no carisma, decorrente da empatia com uma figura exemplar na qual o público se espelha e com ela se identifica.

que, tempos depois, percebemos a importância da leitura na formação do repertório mental do indivíduo. Mas até isso ficar claro, por um tempo a leitura é tida como uma atividade imposta, e não buscada com base nos desejos ou impulsos naturais que temos. É algo que "vem de fora", com um propósito que até mais tarde conseguimos reconhecer, mas que ainda assim muitas vezes relutamos em praticar, por exigir um esforço pessoal para se obter um resultado perceptível e efetivo para nós mesmos.

Já o ato de assistir TV aparentemente não tem essa barreira, esse bloqueio. Naturalmente nos colocamos à frente de uma tela luminosa e a ela nos conectamos instantaneamente. Basta analisar o que é necessário para que um bebê necessite para entender uma frase escrita num livro e uma imagem animada na tela. Podemos perceber isso até mesmo com animais. Se o livro está destinado frequentemente a ser destruído por quem não domina o código nele impresso, com a televisão a relação é oposta. Além do fato de o aparelho ser um objeto (em tese) menos suscetível à ação das patas humanas ou não-humanas, a relação de respeito entre a TV e os espectador pode ser notada todo o tempo.

E mais importante é que a autoridade que a TV acaba exercendo sobre nós não é imposta: nós nos deixamos ter nossa atenção tomada por ela num processo de sedução. Assim, a autoridade da TV é aceita pois é legitimada pela nossa disposição em conectarmos nossas percepções e sentidos a ela. Diferente da relação em geral construída com a leitura por uma grande parte das pessoas. É claro que, também, certa parte da população começa desde cedo a estabelecer uma relação amigável com os livros. Há uma infinidade de produções impressas, que inclusive se beneficiam da tecnologia atual e que esta permite os livros infantis atuais possuírem recursos audiovisuais sedutores para a atenção das crianças. Mas cada vez mais parece difícil se superar o quanto uma tela de televisão é capaz de realizar, como captadora de atenção em relação aos livros.

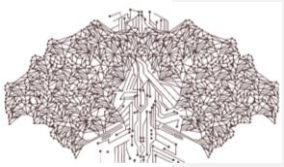
Notemos que uma criança no início da vida não domina ainda o código falado, nem mesmo acompanha a narrativa que a sequência de programas num canal de TV busca transmitir. Mas a sedução pela combinação de imagens e sons ali disponibilizados já está sendo formada, sendo determinante na construção dessa relação que, salvo exceções, é duradoura e inconsciente.



A TV em preto e branco

Antes de falar do período de estabilidade da tecnologia na TV, vale lembrar como ela própria evoluiu desde seu surgimento cerca de meio século antes. A TV surgiu, não de início, para ser um meio de propagação de ideias em massa. Assim como muitas invenções, quem a criou não necessariamente pensou em prever aquilo que ela se tornaria. Um cientista muitas vezes segue os passos de um estudo, vindo de outros anteriores seus ou de outrem, e que leva a outro, que traz um seguinte até que finalmente chega-se a um resultado. Assim, ninguém levantou da cama um dia e disse: "Vou inventar a televisão!" Mas quando ela enfim surgiu, alguns indivíduos perceberam seu potencial como comunicador em massa e arrebanhador automático de seres humanos. Ainda que, para os padrões de hoje, ou mesmo para os viventes nos anos 80, a televisão primitiva fosse quase uma simulação[4], um rascunho do que ela de fato acabou sendo, ela veio preencher uma lacuna latente, uma possível expectativa de finalmente o ser humano se ver onde ele não está, mas vive e age como se estivesse. A imaginação, que antes exigia esforço considerável de nossa mente para preencher os vazios da mensagem (e que tínhamos a expectativa de construir para fundamentar em nossa mente o significado), passava a dispensar menor esforço para o mesmo resultado. Se antes, ao ouvir uma voz no rádio ou mesmo ler um livro, nossa mente necessitava construir uma situação para nos dar uma memória visual que satisfizesse nosso desejo de obtê-la, agora parte desse esforço era compensado por uma captação da mensagem mais preparada externamente ao indivíduo. Isso possibilitaria um descanso mental a quem recebe a mensagem, fazendo o ato da comunicação se tornar mais leve, ou ainda deixar a mente mais livre para que imagine elementos ainda além dessa mensagem transmitida. Dependendo do caso, e dos objetivos do emissor, seria a ele mais interessante saber ou que a mesma fosse recebida de modo

[4] "Dissimular é fingir não ter ainda o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma pura ausência. Mas é mais complicado pois simular não é fingir: "Aquele que finge uma doença pode simplesmente meter-se na cama e fazer crer que está doente. Aquele que simula uma doença determina em si próprio alguns dos respectivos sintomas. (Littré). Logo, fingir ou dissimular deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, está apenas disfarçada, enquanto que a simulação põe em causa a diferença do "verdadeiro" e do "falso", do "real" e do "imaginário". O simulador está ou não doente, se produz "verdadeiros" sintomas? Objetivamente não se pode tratá-lo nem como doente nem como não doente" BAUDRILLARD, Jean. *Simulacro e Simulação*.



mais homogêneo pela população receptora, ou por outro lado, a multiplicação de sentidos da mesma mensagem desse a ela uma riqueza de significados e resultados. A opção entre um e outro depende enfim se o emissor quer ter este controle ou não.[5]

À medida que a imagem em preto e branco da TV primitiva vai se tornando mais nítida ao longo dos anos, os espectadores tem a chance de cada vez mais se enxergarem ali, ou perceberem de forma mais realista aquilo que não está lá, mas é como se estivesse. Enquanto a TV não tem a beleza gráfica de um livro bem impresso ou de uma revista multicolorida, talvez ambos, TV e mídia impressa, se completem. Ao vermos as fotos de Lucia Lambertini como Emília na primeira versão do *Sítio do Pica-Pau Amarelo* nos anos 50, ficamos imaginando como seriam as cores sortidas da boneca de pano que, já antes da TV em cores, foi possível ver em alguns livros de impressão refinada. Nos anos 60, livros infantis coloridos já ostentavam cores bem vivas para ilustrar flores, florestas, brinquedos, animais, paisagens, até pessoas... algo que a TV no Brasil nos trouxe cerca de uma década após. Ao ver as cores da maquiagem de Dirce Migliaccio e Reny de Oliveira na versão do *Sítio* exibido na Rede Globo no fim dos anos 70, já podíamos nelas reconhecer o mesmo colorido estampado nas revistas com a mesma personagem publicada pela RGE (ou Rio Gráfica e Editora) e posteriormente pela Editora Globo, sua sucessora.

Mesmo assim, a TV colorida levou um tempo para que a franca maioria da população tivesse acesso a TV em cores e fizesse da TV preto e branco uma peça de museu. Nos anos 80, a TV ainda não era aquele eletrodoméstico de vida efêmera como passou a ser, e ter uma segunda "televisãozinha P&B" em casa era a garantia de que em caso de necessidade, havia uma providencial sobressalente. Ficar sem TV em casa, para algumas pessoas, era quase um pesadelo, pois substituí-la por uma leitura, rádio ou passeio não era opção sequer a ser considerada. Inclusive devido ao fato do estar conectado a TV gerar a inclusão social nos círculos nos quais quase todos desejam se

[5] "No cibermundo hipertélico, o usuário tem acesso imediatamente a um excesso de informações desordenadas e não hierarquizadas; ele tem a liberdade de se projetar onde quiser, de aprender, de olhar, de abrir seu caminho pessoal. O problema está em saber exercer essa liberdade." LIPOVETSKY & SERROY. *A Cultura Mundo.*

integrar. Para alguns, ficar sem acompanhar uma novela ou não ver "o filme que passou ontem" provocava uma sensação de perda social difícil de ser aceita.

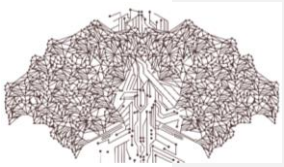
A TV e o videoclipe

Desde que o cinema começou a se firmar no século XX, o surgimento de ídolos, ícones de beleza e atitude, ou mais popularmente conhecidos como "estrelas", se tornou algo comum e parte integrante de toda a cultura ocidental, muito mais do que já existia com grandes expoentes do teatro ou da música clássica. O rádio tinha poder de trazer ao público alguns astros que se firmavam pela música ou pela atuação dramática em programas como as radionovelas. Mas o poder da combinação de imagem e som que o cinema possui supera de longe o poder no rádio.[6]

Relembrando o princípio de autoridade explicado por Max Weber, a modernidade nos acostumou a não mais ter como maior referência de sucesso o ato de se tornar um governante, fosse príncipe, lorde ou presidente (algo hierarquicamente imposto), mas sim um ícone cultural como uma estrela de cinema. Isso porque seus astros não eram algo imposto à sociedade como quem governa, mesmo numa sociedade de fato democrática. O público simplesmente tem a escolha de gostar ou não, e assim acompanhar aquele artista somente se o desejar. Isso se estende à própria obra cinematográfica quanto ao público ter que aceitá-la ou não. Inclusive tendo um certo poder em determinar o seu sucesso, pois por mais fabricado que possa ser um "ícone pop", se ele não atingir o nível de empatia necessária com o público, está declarado seu fracasso.

Com a televisão não foi diferente, e assim como os astros de cinema surgiram os da televisão. Ainda que inicialmente sem o mesmo apelo pois as cores, o tamanho e o próprio glamour do cinema ainda eram mais sedutores que os que se firmavam nos pequenos aparelhos em preto e branco. Mas à medida que a TV ganhou tamanho, cor e nitidez, seus astros também passaram a ter uma grandeza proporcional a essas mudanças.

[6] "Nas descrições da sociedade contemporânea como sociedade do espetáculo, como sociedade da imagem, como videocultura, é privilegiada a dimensão visual." PERNIOLA, Mario. *Do sentir*.

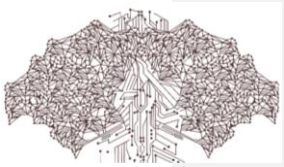


Com a TV em cores e a melhoria do som das transmissões, foi natural os astros da música começarem a ditar modismos e se tornarem referência assim como antes faziam os astros de cinema. A presença do artista na sala de estar das famílias ou até mesmo no quarto das pessoas se tornou constante. Multiplicaram-se programas de TV com exibições de artistas fazendo a performance ao vivo suas canções, ou em apresentações que podiam ser registradas permanentemente com o advento do videoteipe[7] nos anos 60, e assim reexibidas e até editadas de acordo com as exigências do mercado e expectativas do público, independente da disponibilidade e da presença do artista.

Por um bom tempo as peças de divulgação dos artistas da música para a televisão consistiam em trechos de shows em espaços ou casas para este fim, ou nos estúdios de TV. Programas como o britânico *Top of the Pops* surgiram nos anos 60 (algo que o *Globo de Ouro* repetiu no Brasil anos depois[8]) com artistas em performances ao vivo, sem *playback*. O cenário criado com o mais básico *chroma-key* fundindo as bandas com figuras multicoloridas dava conta da aparência lisérgica que complementavam a exibição. Noutros casos, breves filmagens em película com alguma inserção de trechos filmados relacionados ou não com a temática da canção cumpriam o objetivo de trazer o artista ao público que desejava vê-lo e, com isso, talvez se convencer em comprar um LP ou mesmo um compacto (ou mais tarde a fita-cassete). E esse formato foi a tônica até a fase na qual a *disco* surge nos EUA, e a estética, a beleza e o glamour do meio artístico já não cabiam mais nos antigos moldes. Percebeu-se a necessidade de: ou melhorar as técnicas empregadas nas peças de divulgação ou criar uma breve história para oferecer algo além da simples performance musical. Começa a surgir assim o *videoclip* como acostumamos de fato a conhecer.

[7] O videoteipe (do inglês *videotape* = literalmente *fita de vídeo*) foi o recurso que as redes de televisão começaram a utilizar para registro das imagens para posterior exibição e eventual edição, através da gravação de imagens em fita magnética similares ao que já se fazia com peças sonoras. (fonte: Portal São Francisco)

[8] O programa *Globo de Ouro*, da TV Globo, surgiu nos anos 70 e trazia somente apresentações com *playback*. Somente na segunda metade dos anos 80 passou a ter performances dos artistas tocando ao vivo. (N. A.)

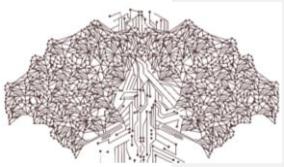


Mas o tal *clip* (famosa forma reduzida do vocábulo original) que tratamos muitas vezes como uma jovem tendência pós-contracultura, na verdade já tinha surgido antes. Durante os anos 60, trechos do filme *A Hard Day's Night* dos Beatles ou alguns vídeos com canções de Pink Floyd ainda com o polêmico e visionário Syd Barrett, já podiam ser considerados autênticos (agora aportuguesando) *videoclipes*. Antes ainda temos Gene Kelly em *Cantando na Chuva* (1952), Elvis Presley em *Jailhouse Rock* (1957) e até Carlos Gardel em *Por Una Cabeza*, este contando a famosa história do apostador em corridas de cavalo, em plena década de 30. Sem contar as experimentações do russo Dziga Vertov e outros expoentes da vanguarda dos anos 20 mesclando música, montagens e efeitos visuais. Ou seja, o videoclipe musical não era de fato uma novidade, mas um recurso a ser explorado comercialmente de fato décadas depois de seu nascimento.

A MTV no exterior

Percebendo o potencial do videoclipe na música pop e a receptividade do público para este formato, em 1981 é fundada nos EUA a *Music Television* ou simplesmente MTV. Começou trazendo clipes musicais apresentados por jovens que faziam as vezes dos *DJs* nas rádios, surgindo assim os *video-jockeys* ou *VJs*. O primeiro clipe exibido pela rede foi a sugestiva *Video Killed the Radio Star* ("o vídeo matou a estrela do rádio") dos Buggles. A ideia de fazer um canal de videoclipes musicais foi resultado de uma série de experiências coletadas pelo mundo ao longo dos anos anteriores. Voltada a um público jovem, ávido por novidades e até carente de um canal que os representasse e atendesse de forma mais direta suas expectativas na televisão, a MTV logo se firmou como representante deste público, sendo seu maior referencial midiático por vários anos.

Mas não bastava apenas criar um canal para exibir aquilo que, de certa maneira, já estava presente na cultura jovem nos demais canais da mídia. O formato do clipe musical estava subaproveitado e acomodado na tendência dos anos anteriores em apresentar de forma rápida e barata o artista, como quem embrulha o pão e entrega ao consumidor sem o menor esforço em fazer algo além do básico e do esperado. Corria-se talvez, naquele momento, o risco de a MTV se tornar um grande mais do mesmo segmentado e reunido, apenas facilitando o acesso do consumidor às prateleiras do pop para um rápido uso sem grandes expectativas, além de garantir a venda de música como



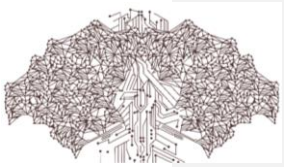
uma mera *commodity*. Mas nós sabemos que uma indústria sem ambições não se garante em mercados competitivos como o cultural.

Recorrendo ao *Já Sentido* de Mario Perniola[9], o que acontecia naquela primeira metade dos anos 80 era uma sensação de que a criação de clipes musicais estava em um esvaziamento criativo, uma anestesia generalizada na qual já que ninguém se mexia, ninguém tinha que se mexer. Uma sensação geral de "já vi tudo isso antes" dava a ideia de que, no momento em que algo novo surgisse, acordaria o mercado da hibernação criativa em que a indústria do videoclipe já estava vivendo por anos. Mais que isso, teria a possibilidade de aumentar o resultado mercadológico de tais produções, o que de fato é o maior interesse de quem está investindo neste mercado: os produtores pondo dinheiro e artistas pondo sua cara e suas carreiras "a tapa" na mídia.

Além disso, a popularização do videocassete em meados dos anos 80 veio pôr em cheque a efemeridade que o ato de assistir música na televisão tinha anteriormente. Agora era possível, além e assistir de forma passiva o que a grade de programação exibia, gravar os programas que desejasse para ver depois e eventualmente arquivá-los. Tendo essa forma de registro e armazenamento, agora era possível ver, rever, pausar e retroceder a exibição como nunca havia sido feito antes pelo espectador em sua própria casa. Assim valia a pena fazer com que o videoclipe fosse tratado como uma peça mais valorizada e perene, com chance de ser viralizada ao gosto de quem a detém.

Nesta época, a MTV americana já contava com cerca de meia década de vida. Suas premiações (*Video Music Awards* ou VMAs) aos que se destacavam em diversas categorias, eram eventos transmitidos inclusive para países que não tinham ainda sua versão local, mas viam na MTV dos EUA uma referência a ser acompanhada e disseminada entre artistas e apreciadores da música pop. No Brasil isso não era diferente, com a Rede Bandeirantes retransmitindo anualmente os melhores momentos do evento e criando um fiel público nacional. A edição de 1985 teve a presença dos *videomakers* Kevin Godley e Lol Creme (consagrados antes como membros da banda de *soft rock*

[9] "Parece pois que o já sentido é na verdade um já visto, um já tocado, um já gostado, um já cheirado, mas mais essencialmente um já saboreado, um já escutado." PERNIOLA, Mario. *Do sentir*.



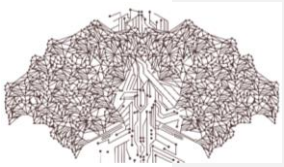
10cc) há alguns anos se firmando como criadores de videoclipes originais, criativos e avessos ao manjado esquema nos quais muitos ainda se refugiavam. Ao ter a palavra, Godley criticou a mesmice e a falta de empenho e criatividade dos produtores e diretores de clipes. Essa "puxada de orelha" foi muito bem recebida pela plateia, formada em parte por aqueles que os maiores interessados em ter uma forma mais eficiente de promover seu trabalho e contribuir para seu sucesso: os próprios músicos.

Estabilidade tecnológica e criatividade

A tecnologia na forma de exibição e o uso da TV unido ao videocassete se estabeleceu e entrou enfim em estabilidade. Com o uso do videocassete como gravador para armazenagem de programas, investiu-se mais no uso de antenas coletivas nos condomínios, pois a velha antena interna (mesmo com palha de aço pendurada na ponta) não possibilitava uma gravação que valesse a pena ser armazenada. O cuidado em ter uma antena melhor dava a chance de armazenar devidamente em VHS os programas preferidos na qualidade devida, por uns bons anos. Mas os recursos para produção de imagens inovadoras e efeitos visuais continuaram evoluindo, trazendo novas formas de se criar graficamente imagens ou ainda unir técnicas tradicionais como o desenho e a fotografia a esses novos recursos. Basta vermos alguns clipes criados a partir de meados dos 80s, que foram cruciais para o sucesso comercial de algumas canções de artistas consagrados ou novos astros que, na nova onda do videoclipe, tiveram suas carreiras consolidadas. No primeiro caso, veteranos como a dupla Godley & Creme ou o Dire Straits. No segundo, os jovens Duran Duran e A-ha.

Godley & Creme conseguiram explorar recursos de certo modo simples, mas com criatividade e ousadia para criar seus videoclipes, o que os tornaram grande referência no meio. O clipe de *Cry* é até hoje sua obra mais conhecida, com o famoso *cross-fading* de faces. (Há que atribua a *Cry* a inspiração para o *morph*[10] no famoso clipe de *Black or White* de John Landis com Michael Jackson).

[10] *Morphing* (ou *morph* na forma abreviada) é uma técnica de processamento de imagem usada para calcular uma transformação a partir de uma imagem para outra. A ideia é criar uma sequência de imagens intermediárias representando a transição entre duas imagens ou mais. Um software *morph* permite



No entanto, a qualidade de seu trabalho é percebida também ao vermos *Everybody Have Fun Tonight* do Wang Chung, *Hip to Be Square* de Huey Lewis & The News, *Rockit* de Herbie Hancock, *Girls on Film* e *A View to a Kill*, ambos do Duran Duran ou *Synchronicity II*, *Wrapped Around Your Finger* e *Every Breath You Take*, esses três do Police, entre outros.

A banda norueguesa A-ha surgiu no cenário pop em 1985 não apenas pela notável qualidade musical, mas arrebatou os olhos do público jovem especialmente com os vídeos de *Take on Me*, *The Sun Always Shine on TV* e *Train of Thought*, que através de novos recursos de computação gráfica combinavam filmagens em cores ou preto e branco ao traço tradicional de ilustrações feitas a lápis-carvão. *Take on Me* rendeu à uma banda estreante seis prêmios na MTV dos EUA em 1986, além de mais duas indicações.

Já o Dire Straits não era uma banda nova, mas conseguiu renovar e aumentar seu público com videoclipes que promoveram o LP *Brothers in Arms*, de 1985. O clipe da faixa-título lançado no ano seguinte alternava, a exemplo do A-ha, sequências animadas tanto de ilustrações feitas a lápis e carvão como fotos xerocopiadas. O belo trabalho rendeu o *Grammy Award* de melhor videoclipe em 1986. Antes dele, a banda já tinha causado ótima impressão ao lançar o carro-chefe do LP, *Money for Nothing*, com uma bem-humorada animação de dois personagens em computação gráfica, em conformidade com a letra (que mencionava a própria MTV na voz do vocalista Mark Knopfler e participação de Sting[11] do Police) e inserções da banda tocando no cenário criado digitalmente. Caiu facilmente no gosto do público jovem e da própria emissora.

"transformar" uma imagem em outra, como em uma metamorfose, daí vindo o termo. (fonte: JV Multimedia)

[11] *Money for Nothing* conta a história de um trabalhador que assiste a videoclipes da MTV com inveja dos artistas que nela aparecem fazendo sucesso:

"Now look at them yo-yo's that's the way you do it / You play the guitar on the MTV / That ain't workin', that's the way you do it / Money for nothin' and chicks for free"("Olha só para a grana deles, é assim que se faz / Tocar guitarra na MTV / Aquilo não é trabalhar, é assim que se faz / Dinheiro por nada e garotas de graça") (N. A.)



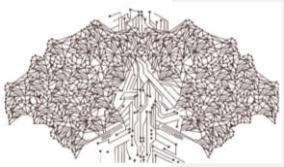
O cantor Peter Gabriel também buscou explorar ao máximo o recurso do videoclipe, a exemplo de *Sledghammer* (1986), *Digging in the Dirt* (1993) e *Steam* (1994) premiados com o MTV Video Music Awards. Tanto que *Sledghammer* é até hoje o maior recordista do VMAs com nove premiações e o videoclipe mais tocado na história da MTV até hoje.

Assim como Godley & Creme, David Byrne (líder dos Talking Heads), Don Letts (do Big Audio Dynamite e diretor do documentário *The Punk Rock Movie*) e James Herbert (diretor de vários clipes do R.E.M.) deixaram sua marca unindo simplicidade e criatividade, causando a tão necessária surpresa para que uma peça mercadológica - como o é de fato o videoclipe - tenha sucesso.

A MTV Brasil

Enquanto a MTV se firmava no exterior ao longo dos anos 80, a produção de videoclipes no Brasil ainda ficou bem precária na década. Iniciando com *América do Sul* de Ney Matogrosso em 1975, o *Fantástico* da Rede Globo se tornou "referência" na produção de videoclipes com artistas nacionais. Nos anos 80 o diretor Boninho dirigiu a quase totalidade dos clipes produzidos para exibição no Fantástico, quando o mesmo exibia os clipes internacionais em lançamento no Brasil. No final de semana seguinte, o programa *Clip Clip* (também dirigido por Boninho) exibia os mesmos clipes. Na sequência, cada rede de TV concorrente da Globo tinha seu programa correspondente, uns semanais (como *Som Pop* da TV Cultura) e outros quase diários (como *FMTV* da Rede Manchete, *Super Special* da Rede Bandeirantes e *Realce*, depois sucedido pelo *Clip Trip* da Rede Gazeta). Ainda assim, programas como o *Globo de Ouro* da Globo e *Som Maior* da Manchete, com apresentações "ao vivo com *playback*" complementavam as ações de divulgação de artistas nacionais ou internacionais eventualmente.

Alguns clipes de artistas nacionais consistiam em apresentações suas nessas emissoras, fracionadas e distribuídas na programação. Ao mesmo tempo houve uma leva de filmes musicais nacionais, com atores cantando e músicos atuando nas mesmas cenas, a exemplo de *Areias Escaldantes*, *Bete Balanço*, *As 7 Vampiras*, *Rock Estrela* e *Tropclip*, os quais traziam Titãs, Lobão e os Ronaldos, RPM, Leo Jaime, João Penca, Metrô, Barão



Vermelho. Trechos do filme com as canções eram transformados em videoclipe, sendo também uma forma e divulgação dos filmes tanto no cinema como para locação em VHS.

Outros artistas gravavam seus próprios videoclipes com parcos recursos técnicos ou mesmo de roteiro, como quem gera um material provisório até a gravação efetiva em alguma emissora. Foi o caso em 1986 do Ultraje a Rigor (com *Rebelde Sem Causa* e *Ciúme*), Zero (com *Agora Eu Sei*), RPM (com *Olhar 43*) e Legião Urbana (com *Tempo Perdido*), cujas versões "globais" do *Fantástico* vieram após um tempo de veiculação das primeiras versões de clipe das respectivas canções.[12] A "revisão" do produto neste caso visava renová-lo com uma nova carga de investimento a fim de agregar valor à peça artística e potencializar o retorno do investimento original, adequando a um padrão mais próximo do que o público em geral estaria mais acostumado a ver.

Mas com a chegada da MTV Brasil em meados de 1990 o mercado nacional do videoclipe também tomou novos rumos. Apesar da recessão e da "quebradeira" que o Plano Collor promoveu na indústria fonográfica nacional[13], os artistas que tinham maior cacife para enfrentar tal situação sobreviveram. Nomes consagrados como os já citados Titãs, Barão Vermelho, Legião Urbana, além de Paralamas do Sucesso, Capital Inicial e Nenhum de Nós conseguiram passar a má fase e construir um portfólio de clipes criados numa nova tendência, longe do modelo ultrapassado das emissoras abertas, com envolvimento de profissionais de renome no meio cinematográfico e publicitário. Assim como o Brasil entrava no circuito moderno da produção de videoclipe, os artistas

[12] "Como produzir singularidades, como elaborar sentidos a partir dessa massa caótica de objetos, de nomes próprios e referências que constituem nosso cotidiano? Assim, os artistas não compõem mas programam formas: em vez de transfigurar um elemento bruto (a tela branca, a argila), eles utilizam o dado." BOURRIAUD, Nicolas. *Pós-produção*.

[13] O plano econômico implantando pelo governo do presidente Fernando Collor no Brasil em 1990 possuía, entre suas medidas, a restrição de crédito e a retenção do dinheiro disponível nas contas bancárias de todo o país a fim de combater a inflação sem controle que assolava a economia brasileira. Tal restrição forçou a população a diminuir o consumo especialmente de bens supérfluos, o que incluía produtos de uma série de atividades, como discos e fitas. A queda de rendimento das empresas do mercado fonográfico determinou o fechamento de gravadoras menores e selos independentes, que atendiam em geral artistas de menor alcance na mídia e/ou menor capacidade de investimento. (N. A.)

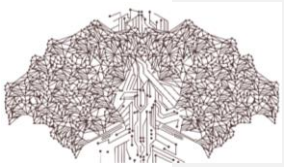
buscaram se adequar à nova configuração do mercado e da evolução da própria expectativa dos telespectadores, elevada a novos patamares estéticos ou de linguagem.

Com a disponibilidade do sinal da MTV Brasil em praticamente todas as opções de TV a cabo, o armazenamento e a viralização do conteúdo exibido pela emissora foi natural. Em uma fase ainda pré-Internet, por alguns anos a propagação de conteúdo em fitas VHS ocorreu bastante entre aficionados de diversos estilos musicais, com diferentes faixas etárias e procedências. E a qualidade de conteúdo garantiu por um tempo à MTV Brasil ser a emissora referência para músicos e apreciadores de música pop em nosso país. Um quadro que acabou se alterando devido a mudança de perfil da programação da emissora, pela necessidade de adequação ao mercado (para viabilidade do próprio negócio), além das mudanças que todo os meios de comunicação sofreram com o surgimento da Internet comercial a partir de 1995. Até ali, o uso da a Internet era restrito a órgãos de governo e universidades. Neste ano ela passa a ser acessada por usuários comuns e empresas basicamente da forma como é conhecida até os dias atuais.

E a internet muda tudo

Com a chegada a Internet comercial em 1995 a relação dos espectadores com o videoclipe gradativamente foi mudando. À medida que o número de usuários plugados na nova rede aumentava, os mesmos necessitavam de mais tempo disponível para se dedicar a novos recursos que ela proporcionava, como pesquisa, chat, comunicadores e até mesmo a pornografia... E para dar conta da nova ocupação de nossos olhos, tínhamos como opção reservar os ouvidos para a música deixando os olhos e as mãos livres para a Internet.

Os computadores pessoais, que antes eram praticamente “surdos-mudos”, passam a ter maior capacidade de processamento e elementos que se tornam indispensáveis para instalação de novos programas e jogos, como o drive de CD-ROM e as caixas e placas de som contidos no chamado kit multimídia. Estes, surgidos em meados dos anos 1990 (especialmente com a chegada dos computadores domésticos com processador PC 486) consistiam na instalação de uma unidade CD-ROM com placa de som e caixas acústicas, que davam aos PCs padrão da época a capacidade de reproduzir CDs de música ou



arquivos de áudio e vídeo com aspecto audiovisual bem superior aos formatos anteriores (em baixa resolução de vídeo e com sons limitados aos bipes e ruídos habituais de antes). Ainda durante a segunda metade da década de 1990, tais itens do kit multimídia se tornaram padrão de mercado para microcomputadores domésticos tanto da linha PC quanto da linha Apple Macintosh.

A banda estreita da Internet recém-nascida ainda não comportava transmissões capazes de fazer trafegar arquivos considerados grandes. Com o CD-ROM no PC, bastava deixar o CD de áudio (que já havia barateado um tanto e se disseminava em todas as classes) rodar e o resto dos sentidos se encarregavam de dar conta de toda a novidade da *web*.

Anos depois ocorreriam outros eventos cruciais. O desenvolvimento da banda larga e a popularização dos programas *P2P*[14] na virada do milênio possibilitaram enfim a troca de arquivos maiores, a exemplo do intercâmbio de VHS no passado, mas agora de forma virtual e globalizada. Ainda assim, o consumo de "música para ser ouvida e vista" jamais voltaria a ser o que foi antes.

Com o uso de programas de compartilhamento se espalhando pelo planeta, o ato de “assistir no computador” foi tomando conta do espaço antes ocupado pela TV. Quem quisesse ver algo mais refinado, passou a recorrer inicialmente a *LaserDiscs*[15] (caríssimos ou difíceis de encontrar para comprar ou alugar) e depois aos DVDs, estes com conteúdos

[14] P2P (do inglês peer-to-peer, que significa par-a-par) é um formato de rede de computadores em que a principal característica é descentralização das funções convencionais de rede, onde o computador de cada usuário conectado acaba por realizar funções de servidor e de cliente ao mesmo tempo. Seu principal objetivo é a transmissão de arquivos e seu surgimento possibilitou o compartilhamento em massa de músicas e filmes. (fonte: Tecmundo)

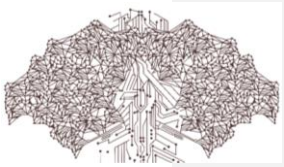
[15] O LaserDisc foi o primeiro formato óptico de videodisco, lançado em 1972. Similar ao CD mas do tamanho de um LP em vinil, inicialmente foi comercializado em 1978 nos EUA. O LaserDisc permitia até 60 minutos por lado. Depois de um lado ter terminado de tocar, um disco deve ser virado para continuar a assistir a um filme, e alguns títulos completam dois ou mais discos. Também foram produzidos vários discos laser de 20 cm, chamados de "EP" e que foram usados para compilações de vídeos de música. Embora fosse capaz de reproduzir vídeo e áudio com qualidade superior aos outros formatos de vídeo, como VHS e Betamax, nunca emplacou de fato no mercado, devido aos altos custos dos aparelhos e dos próprios discos. Foi mais popular no Japão e em alguns países do Sudeste Asiático. Os últimos títulos no formato foram lançados nos EUA em 2000 e no Japão em 2001. A Pioneer continuou a produzir aparelhos até 2009. (fonte: Museum of Obsolete Media)

exclusivos e que por um tempo ainda eram pesados para serem compartilhados pela rede em seu formato integral. Atualmente, com a banda se tornando cada vez mais larga, nem isso é mais barreira, sendo muito simples o *download* de pacotes inteiros até de arquivos de *Blu-Ray*.

Quando surgiu o YouTube em 2005, novamente os usuários se voltaram ao novo recurso, tendo hoje um engajamento generalizado, do consumidor à indústria, passando por todo tipo de artista, seja profissional ou não. Enquanto as *SmartTVs* não se tornaram comuns, ver um videoclipe numa tela pequena ainda era o costume mais comum, mesmo com a disponibilidade eventual de canais de TV a cabo com a veiculação de material similar. A vantagem de poder ver o que se quer, na hora que se deseja, em diferentes locais possíveis, seduz mais que a opção de ver o mesmo conteúdo em tamanho maior, mas com hora marcada ou imposta pelo acaso.

No momento que o 3D, 4D... xD for algo tão comum quanto um telefone celular hoje, novas experiências estarão prontas para serem a nós disponibilizadas. Ter um videoclipe no meio da sala ou num palco de um bar, em qualquer parte do mundo, pode um dia sim ser algo banal, simples, fácil e barato. Com cor, cheiro, som, vibração... um realismo ainda difícil de conceber, mas que as próximas gerações devem receber com o mesmo espanto que tivemos quando vimos a Internet pela primeira vez. Até o momento em que tudo será parte do cenário, e caberá aos bons produtores de conteúdo audiovisual saberem como causar a surpresa necessária para obter a empatia pretendida com o público.

É incorreto pensar que, quando os PCs e a própria Internet passaram a fazer parte da vida da maioria das pessoas, não se fizeram mais bons videoclipes. Mas nessa nova fase os próprios artistas e gravadoras passaram a dividir seus investimentos e também a aplicar seus recursos em websites e peças que pudessem promover o artista e sua obra nas novas plataformas que surgiam. Ou seja, ainda que o videoclipe persistisse e cumprisse a função que possuía, aquela "aura" icônica e glamorosa que teve por mais de uma década não se mostrava mais onipresente e intocável. Enquanto, por anos, era comum os fãs de uma banda ficarem na expectativa do lançamento de um novo clipe em um programa ou rede especializados, agora se falava também no novo site que estava entrando no ar ou



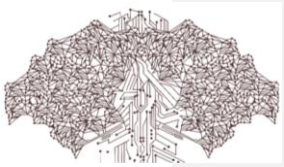
mesmo o novo CD-ROM que chegava ao mercado. Neles era possível, em muitos casos, assistir aos videoclipes, ainda que estes dividissem o espaço com faixas bônus, biografias, galerias de fotos e até aplicações interativas, como jamais havia sido visto.

Nota-se também que, com o surgimento dos programas de compartilhamento de arquivos e a queda nas vendagens, alguns artistas passam a investir nas performances ao vivo e nos registros dessas apresentações. Com a tecnologia evoluindo também nos efeitos audiovisuais de palco e nas técnicas de gravação, as performances ao vivo foram sendo registradas com mais qualidade de som e imagem. Quando o DVD passa a se tornar comum nos primeiros anos do terceiro milênio, é possível ver a infinidade de shows disponibilizados nessa nova mídia e o aumento de sua qualidade. Algo que mudaria finalmente com o surgimento do YouTube e o progresso na tecnologia de banda larga na Internet. Atualmente é possível assistir a uma vasta gama de videoclipes disseminados em diversos canais de artistas, gravadoras (e "aventureiros") que vem mostrar seus trabalhos musicais em audiovisual. Mas é difícil comparar um lançamento e a repercussão de um novo videoclipe de um artista consagrado hoje ao que foi três décadas atrás. Mesmo porque nosso repertório atual é muito maior e nosso tempo é menor.

Considerações Finais

As opções para se ver música em vídeo nos tempos atuais são tão amplas quanto a possibilidade de consumo do que quer que seja. Mas o excesso de informação no qual vivemos imersos mudou permanentemente nossa forma de receber, aceitar e processar tal informação. Podemos acreditar que, se em algum momento a tecnologia se estabilizar, a exemplo do que ocorreu em meados dos anos 80, uma nova onda criativa possa surgir. Com impactos similares na cultura popular, potencializados de forma ainda mais intensa devido a nossa sociedade globalizada e midiatizada.

O que o ser humano quer é em suma viver uma experiência melhor que as vividas anteriormente. Um progresso na sequência de sensações que compõe a vida do indivíduo. Quando este processo não funciona, ocorre uma estagnação que provoca a sensação de vazio, infelicidade, insatisfação. E na tempestade da evolução tecnológica que se vive na modernidade, talvez uma calmaria aquiete os ânimos dos telespectadores, que sentarão



em frente, pegarão nas mãos ou mesmo vestirão algum novo dispositivo que ainda vá ser criado, e verão algo ainda não visto, não ouvido, não sentido e que traga uma melhor experiência.

Referências bibliográficas

ALZER, Luiz André & CLAUDINO, Mariana. Almanaque dos Anos 80, pp. 124-160. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

BAHIANA, Ana Maria. Almanaque dos Anos 70, pp. 399 e 403. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

BARRON, Steve. Money for Nothing. [https://youtu.be/wTP2RUD_cL0 / www.imdb.com/title/tt4645630/] 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ Take on Me. [https://youtu.be/djV11Xbc914 / www.imdb.com/title/tt4645418] Set, 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ The Sun Always Shine on TV. [https://youtu.be/a3ir9HC9vYg / www.imdb.com/title/tt6477884] Out, 1985. (Acessados em 25/01/2018)

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulação, p. 9. Lisboa: Editora Relógio d'Água, 1993.

BLASHFIELD, Jim. And She Was. [http://youtu.be/5gzM0hW2aQ0 / www.imdb.com/title/tt6869028] 1985. (Acessados em 25/01/2018)

BOURRIAUD, Nicolas. Pós-produção, p.13. São Paulo: Martins Editora, 2009.

BYRNE, David; JOHNSON, Stephen R.. Road to Nowhere. [http://youtu.be/AWtCittJyr0 / www.imdb.com/title/tt6722808] Out, 1985. (Acessados em 25/01/2018)

CARDOSO, Ivan. As Sete Vampiras. [www.imdb.com/title/tt0088092] Dez, 1986. (Acessado em 25/01/2018)

DE PAULA, Francisco. Areias Escaldantes. [www.imdb.com/title/tt0252239] 1985. (Acessado em 25/01/2018)

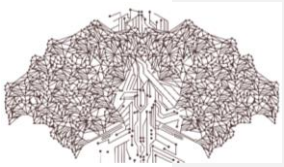
DOWNER, John. Digging in the Dirt. [https://youtu.be/X0C3DHp36zc / www.imdb.com/title/tt6666764] Set, 1992. (Acessados em 25/01/2018)

GARDEL, Carlos. Por Una Cabeza. [http://youtu.be/8dStp5hq294] 1935. (Acessado em 25/01/2018)

GODLEY, Kevin; CREME, Lol. [www.imdb.com/name/nm6895071] (Acessado em 25/01/2018)

__ A View to a Kill. [http://youtu.be/a3pQDMi4W-g / www.imdb.com/title/tt6786890] Mai, 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ Cry. [http://youtu.be/KxtPRF6NG7I / www.imdb.com/title/tt6722796] Mar, 1985. (Acessados em 25/01/2018)



__ Everybody Have Fun Tonight. [http://youtu.be/BoXu6QmxpJE / www.imdb.com/title/tt7712570] Set, 1986. (Acessados em 25/01/2018)

__ Every Breath You Take. [http://youtu.be/OMOGaugKpzs / www.imdb.com/title/tt6722892] Jun, 1983. (Acessados em 25/01/2018)

__ Girls on Film. [http://youtu.be/KCjMZMxNr-0 / www.imdb.com/title/tt6666692 / www.dailymotion.com/video/xh50c (versão estendida)] Ago, 1981. (Acessados em 25/01/2018)

__ Hip to Be Square. [http://youtu.be/LB5YkmjalDg / www.imdb.com/title/tt6884726] 1986. (Acessados em 25/01/2018)

__ If You Love Somebody Set Them Free. [http://youtu.be/LSGl3d4KOMk / www.imdb.com/title/tt6865910] 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ Rockit. [http://youtu.be/GHhD4PD75zY / www.imdb.com/title/tt5542652] 1984. (Acessados em 25/01/2018)

__ Synchronicity II. [http://youtu.be/o5FPPoLqkCk / https://vimeo.com/121089202] Out, 1983. (Acessados em 25/01/2018)

__ Wrapped Around Your Finger. [http://youtu.be/svWINSRhQU0] 1983. (Acessado em 25/01/2018)

GOULART, Luiz Fernando. Tropclip. [www.imdb.com/title/tt0303160] 1985. (Acessado em 25/01/2018)

HERBERT, James. [www.imdb.com/name/nm0378563] (Acessado em 25/01/2018)

__ Driver 8. [http://youtu.be/wuFId1RYSZE / www.imdb.com/title/tt7789884] 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ Feeling Gravity's Pull. [https://youtu.be/NodXnjUIZ0U / www.imdb.com/title/tt7789898] Out, 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ It's the End of the World. [http://youtu.be/Z0GFRcFm-aY / www.imdb.com/title/tt7116480] 1987. (Acessados em 25/01/2018)

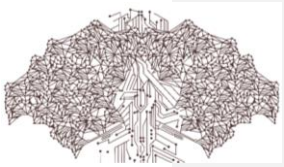
__ Life and How to Live It. [http://youtu.be/HWC68cNKMcc / www.imdb.com/title/tt7789914] 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ Low. [http://youtu.be/QqVI_CHlFAI / www.imdb.com/title/tt7790012] 1991. (Acessados em 25/01/2018)

__ Pretty Persuasion [https://youtu.be/T6mDZqIMNrU / www.imdb.com/title/tt7789852] Mar, 1984. (Acessados em 25/01/2018)

__ Turn You Inside-Out. [http://youtu.be/TBS6N1k4FsQ / www.imdb.com/title/tt7789936] Mar, 1989. (Acessado em 25/01/2018)

JAIME, Leo. As 7 Vampiras. [https://youtu.be/yaKIDgzvJhc] 1985. (Acessado em 25/01/2018)



JOHNSON, Stephen R.. [www.imdb.com/name/nm1172396] (Acessado em 25/01/2018)

__ Sledgehammer. [https://youtu.be/OJWJE0x7T4Q / www.imdb.com/title/tt4649148] 1986. (Acessados em 25/01/2018)

__ Steam. [https://youtu.be/Qt87bLX7m_o / www.imdb.com/title/tt6666768] Dez, 1992. (Acessados em 25/01/2018)

KELLY, Gene & DONEN, Stanley. Cantando na Chuva. [www.imdb.com/title/tt0045152] Abr, 1952. (Acessado em 25/01/2018)

LANDIS, John. Black or White. [http://youtu.be/pTFE8cirkdQ / www.imdb.com/title/tt0255006] Nov, 1991. (Acessados em 25/01/2018)

LEGIÃO URBANA. Tempo Perdido. [http://youtu.be/7sqbzrZxrrk (1ª versão) / http://youtu.be/pq0m37-Gq0s (2ª versão)] 1986. (Acessados em 25/01/2018)

LESTER, Richard. A Hard Day's Night (Os Reis do Iê-Iê-Iê). [www.imdb.com/title/tt0058182 / https://twentyfourframes.wordpress.com/2015/11/18/a-hard-days-night-1964-richard-lester-2/] Jul, 1964. (Acessados em 25/01/2018)

LETTS, Don. C'mon Every Beat Box. [http://youtu.be/Dh4b4c-RzE8] 1986. (Acessado em 25/01/2018)

__ E = mc². [https://youtu.be/cHTDkJ-bQqM / www.imdb.com/title/tt7327058] 1985. (Acessados em 25/01/2018)

__ The Botton Line. [http://youtu.be/4V5Zoe84BjE] 1985. (Acessado em 25/01/2018)

__ The Punk Rock Movie. [www.imdb.com/title/tt0207685] Jun, 1978. (Acessado em 25/01/2018)

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A Cultura-Mundo, p. 80. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MATHER, Bill. Brothers in Arms. [https://youtu.be/jhdFe3evXpk / www.imdb.com/title/tt2984536] Out, 1985. (Acessados em 25/01/2018)

MATOGROSSO, Ney. América do Sul. [http://youtu.be/FkuflcS5fPw / https://globoplay.globo.com/v/2747627]. 1975. (Acessados em 25/01/2018)

MULCAHY, Russel. Video Killed the Radio Star. [http://youtu.be/W8r-tXRLazs / www.imdb.com/title/tt4664600] 1979. (Acessados em 25/01/2018)

MUSEUM OF OBSOLETE MEDIA. LaserDisc (1983 - 2001). [www.obsoletemedia.org/laserdisc] 2014. (Acessado em 25/01/2018)

NOSSO SÉCULO, 2ª edição. Volume 3 (1945-1960), pp. 51-61; Volume 4 (1960-1980), pp. 246-251. São Paulo: Abril Cultural, 1981.



PATTERSON, Michael; RECKINGER, Candace. Train of Thought. [https://youtu.be/7vdOgObQvz8 / www.imdb.com/title/tt6696468] Mar, 1986. (Acessados em 25/01/2018)

PERNIOLA, Mario. Do Sentir, pp. 11-47. Tradução: António Guerreiro. Lisboa: Editorial Presença, 1993.

PORTAL SÃO FRANCISCO. História do VT. [www.portalsaofrancisco.com.br/historia-geral/historia-do-vt] 2017 (Acessado em 29/01/2018)

Q, Big. Godley & Creme "Cry" – The Coolest Video from the 80s. [http://krock1017fm.com/godley-creme-cry-the-coolest-video-from-the-80s/] Out, 2013. (Acessado em 25/01/2018)

RODRIGUES, Lael. Bete Balanço. [www.imdb.com/title/tt0146479] Jul, 1984. (Acessado em 25/01/2018)

__ Rock Estrela. [www.imdb.com/title/tt0235715] 1986. (Acessado em 25/01/2018)

RPM. Olhar 43. [https://youtu.be/fWltjh5t-eY (1ª versão) / https://youtu.be/CtQMv8wIreM (2ª versão)] 1986. (Acessados em 25/01/2018)

SANBURN, Josh. The 30 All-TIME Best Music Videos [http://entertainment.time.com/2011/07/28/the-30-all-time-best-music-videos] Jul, 2011. (Acessado em 25/01/2018)

SANTOS, José Venâncio. O que é Morphing? [http://jotavmultimedia.blogspot.com.br/2010/11/o-que-e-morphing.html] Nov, 2010. (Acessado em 25/01/2018)

SOMTRÊS. História do Rock. São Paulo: Editora Três, 1989.

SONGFACTS: CRY by GODLEY & CREME. [www.songfacts.com/detail.php?id=7778] (Acessado em 25/01/2018)

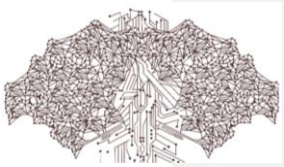
SOUTO MAIOR, Marcel. Almanaque da TV Globo. São Paulo: Editora Globo, 2006.

TARSEM; DHANDWAR, Tarsem Singh. Losing My Religion. [https://youtu.be/xwtdhWltSIg / www.imdb.com/title/tt4649124] Fev, 1991. (Acessados em 25/01/2018)

TECMUNDO. O que é P2P? [www.tecmundo.com.br/torrent/192-o-que-e-p2p-.htm] Ago, 2008. (Acessado em 25/01/2018)

THORPE, Richard. Jailhouse Rock. [www.imdb.com/title/tt0050556 / https://twentyfourframes.wordpress.com/2011/09/18/jailhouse-rock-1957-richard-thorpe] Nov, 1957. (Acessados em 25/01/2018)

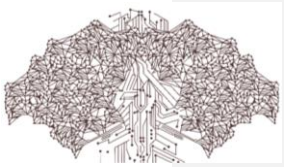
ULTRAJE A RIGOR. Ciúme. [http://youtu.be/HFzY3bJeAxQ] 1985. (Acessado em 25/01/2018)



WEBER, Max. Os Tipos de Dominação in Economia e Sociedade, capítulo 3, pp. 139-188. Brasília: Editora da UnB, 1999.

ZERO. Agora Eu Sei. [http://youtu.be/xqDJh89QG6g (1ª versão) / http://youtu.be/dG1rJZlPaaE (2ª versão)] 1986. (Acessados em 25/01/2018)

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A FOTOGRAFIA E O MEME: O DESAFIO DA LITERACIA VISUAL NA CONTEMPORANEIDADE[1]

Roberta Cristiane de Oliveira[2]

1 Introdução

Brasília, sete de dezembro de 2015. Neste fatídico dia o país foi surpreendido pelo "suposto" vazamento de uma carta escrita pelo então vice-presidente da república, Michel Temer, endereçada à presidente Dilma Rousseff. Nela, Dilma e seu partido eram acusados de relegar ao ostracismo a figura do vice-presidente. Neste mesmo sete de dezembro, a internet foi inundada por memes satirizando a correspondência extraviada e imediatamente transformou Temer em um sinônimo da expressão "vice decorativo", estampando dezenas de montagens com fotografias legendadas com toda sorte de piadas. Este foi mais um dos capítulos que culminariam com o impeachment da primeira mulher presidente do Brasil e ajudariam a pintar o retrato atual da política nacional.

Tão emblemáticos quanto as venturas e desventuras que nortearam as ações no Palácio do Planalto, foram os desdobramentos criativos que o acontecimento gerou na internet, principalmente no que diz respeito à apropriação e manipulação de elementos midiáticos, como a fotografia. Esta certamente é uma evidência de quão importantes as imagens tem se tornado na construção das referências e visões de mundo para os sujeitos (Damásio et. al., 2006).

Mesmo na era da tecnologia analógica, a fotografia já era manipulada, modificada, combinada, de modo a gerar novas formas de arte e comunicação, como as colagens e re-mixagens iniciadas com o pós-modernismo (Lemos, 2005). Mesmo durante o século XIX, Henry Peach Robinson já combinava negativos diversos para compor uma nova imagem, cuja natureza, apesar de fragmentada, se organizava em uma unidade coerente, fruto de sua imaginação. Uma das montagens fotográficas mais notáveis de Robinson se chama *Fading Away*, de 1858. A imagem composta pela sobreposição de cinco negativos diferentes apresenta uma jovem em seu leito de morte enquanto sua família vela seu corpo. Os experimentos de hibridização fotográfica

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM-UFJF. É graduada em Comunicação Social (UFJF). E-mail: robertacrol@hotmail.com

promovidos por Robinson são uma forte constatação de que o remix de imagens não nasceu com a digitalização, pois a remixagem sempre foi parte do desenvolvimento cultural da sociedade (Knobel e Lankshear, 2008). Contudo, o digital trouxe uma nova cartela de possibilidades de intervenção que transformou a fotografia em algo maleável e acessível àqueles que possuam mínimos recursos de edição de imagens.

Smartphones, câmeras digitais leves e portáteis e *tablets* com câmera acoplada dedicaram à fotografia um caráter quase onipresente. Para qualquer lado que se direcione o olhar, uma imagem estará vendendo um produto, significando uma teoria, remetendo a uma ideologia. A ela foi delegado um papel de carreadora de sentidos e interesses que a tornou uma das protagonistas na formação da identidade da sociedade contemporânea, demasiadamente pictórica. Neste aspecto, o conceito de Literacia visual pode auxiliar na compreensão destas imagens.

Ironicamente, a ubiquidade e os diversos recursos que hoje permeiam a produção e pós-produção fotográfica têm sido, justamente, o motivo que, para alguns, sentenciaria sua morte. É o caso do fotógrafo Sebastião Salgado que declarou que "o que vemos no celular não é fotografia". Segundo ele, "estamos em um processo de eliminação da fotografia"[3]. Em contrapartida, Santaella (2013), ao citar Manovich, afirma que "a fotografia longe de estar morta, é algo semelhante a um vírus que se transmuta ininterruptamente" (p.148). Assim, a persistência do código fotográfico viria de sua capacidade de se transformar e se adaptar. "Fotos podem ser facilmente misturadas com outras formas visuais: desenhos, designs em 2 e 3D, diagramas etc" (p.148), ou seja, uma fotografia híbrida, tal como nos memes, construídos através de edições e montagens em programas como o Photoshop, e disseminados na grande rede e, também, fora dela.

> Tal procedimento evidencia indícios das diferentes formas de apropriação dos produtos midiáticos na cultura contemporânea. Uma das maneiras mais usuais atualmente é a construção de memes, ou seja, a alteração de imagens pré-produzidas com inclusão (ou não) de textos que mudam seu sentido, para sua utilização e distribuição principalmente em redes sociais na internet (SOUZA e SILVA, 2015, p.135).

O meme, termo originado da palavra Memética, é um conceito criado por Richard Dawkins, e citado no último capítulo do seu livro "O gene egoísta" [4], em 1976. Segundo ele, o meme seria algo muito semelhante ao gene, porém, ao contrário de carregar genótipos e fenótipos, armazenaria em seu núcleo ideias, teorias, comportamentos e elementos culturais que passariam

[3] . **"Sebastião Salgado prevê extinção da fotografia nas próximas décadas"**. Disponível em http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/10/1827218-sebastiao-salgado-preve-extincao-da-fotografia-nas-proximas-decadas.shtml. Acesso em 08 jan.2017.

[4] . DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

de pessoa para pessoa através da imitação. Ou seja, tudo aquilo que não pode ser geneticamente transmitido, mas que se perpetua através da cultura por imitação, é um meme (TOLEDO, 2009). Os memes têm a necessidade de propagarem-se e para se manterem vivos, pulam de uma mente para outra. Do mesmo modo que na seleção natural, proposta por Charles Darwin, somente os memes fortes sobrevivem, como por exemplo, um boato.

> [...] é menos provável que você queira passar para frente uma informação chata, como a saúde dos arbustos do seu vizinho, do que um boato sobre o que seu vizinho estava fazendo atrás deles. Esses memes do tipo "DIGA-ME" se espalharão melhor do que outros memes e muitas pessoas ficarão infectadas por eles (BLACKMORE, 1999, p.84).

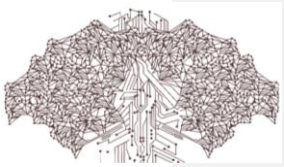
A própria natureza do meme em tentar perenizar sua existência através de sua propagação, além das possibilidades de compartilhamento proporcionadas pela internet, é o que o torna "viral". Esta peculiaridade, ao conjugar-se à flexibilidade do código fotográfico, tem catalisado seu potencial "viralizante" e transformado o meme em um dos elementos mais representativos da grande rede. O fato de o termo "internet meme" ter sido um dos mais procurados durante o mês de novembro de 2016, conforme gráfico divulgado pelo Google, demonstra a relevância que o assunto tem alcançado[5]. Em geral, os memes tem conteúdo satírico, porém é comum vê-los relacionados a fatos políticos, tal como no episódio do vazamento da carta de Michel Temer.



Figura 3 - Meme ironiza o "suposto" vazamento da carta de Michel Temer a então presidente Dilma Rousseff. Figura 2- Montagem com fotografias logo após a conclusão do processo de Impeachment. Fonte: Correio Braziliense[6].

[5] . Painel interativo disponibilizado pelo Google acerca dos termos mais procurados durante o ano de 2016. Disponível em https://www.google.com/intl/en-US/trends/2016records/. Acesso em 27ago.2017.

[6] . Link para a fonte das imagens: **Figura 1 e 2** disponíveis em http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2016/04/12/internas_polbraeco,527007/a-internet-nao-perdoa-o-momento-politico-que-vive-o-pais-veja-os-meme.shtml. Acesso em 27 ago.2017.



A simbiose entre meme e fotografia tem levantando questionamentos quanto às mensagens que estas imagens têm transmitido e a que interesses elas podem estar servindo, mesmo que seus conteúdos, superficialmente, indiquem apenas uma tentativa de provocar o riso através de tiradas bem-humoradas.

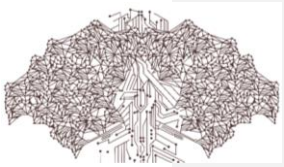
Manovich cita que Bruno Latour, filósofo e sociólogo francês, propõe a ideia de que "certos tipos de imagens sempre têm funcionado como um instrumento de controle e poder, poder sendo definido como a habilidade para mobilizar e manipular recursos através do espaço e do tempo" (LATOUR apud MANOVICH, 2001, p.167). Em época de pós-verdade, "em que a verdade não é falsificada, ou contestada, mas de importância secundária" (BENTES, 2016), refletir sobre o ponto de vista de Latour torna-se ainda mais oportuno. Neste horizonte, destaca-se que um olhar crítico sobre os produtos midiáticos pode aumentar a capacidade de compreender, questionar e intervir nos discursos engastados nessas fotografias "memetizadas" e disseminadas no ciberespaço. A Literacia midiática, mais especificamente a ramificação que aborda os elementos visuais, se mostra um instrumento viável neste processo.

Diante do contexto traçado, o presente artigo busca questionar: como a Literacia visual é influenciada pelas novas formas de manipulação da imagem? O ambiente de pós-verdade pode ser um fator agravante na compreensão do sujeito sobre a fotografia e sobre todas as formas de composição a que ela está sujeita? Como a Literacia visual pode auxiliar na leitura e assimilação destas imagens híbridas alteradas pela ação do meme?

2 A fotografia híbrida

Considerar a fotografia somente como um elemento ligado à captura de um instante isolado no tempo, ou mesmo como uma visão pessoal de seu autor, é desmerecer seu potencial estético, comunicador, social e cultural. Não é de hoje que a apropriação, produção, pós-produção e compartilhamento da imagem fotográfica, viabilizadas pelos avanços tecnológicos do digital, tem gerado novos agenciamentos entre as várias esferas da sociedade (MONTERO, 2014).

A fotografia nasceu em meados do século XIX, estimulada pelas então recentes descobertas científicas e tecnológicas. A ânsia pelo progresso era um dos grandes catalisadores das pesquisas e reflexões dos estudiosos da época, que buscavam testar as leis e mistérios que regem o universo através da aplicação prática dos conceitos científicos, de modo a criar máquinas que tornassem o trabalho humano cada vez mais eficiente. Concomitante a isto, a fotografia



gradativamente tomou o lugar da pintura como método de representação do mundo visível. A máquina fotografia se transformava em extensão do olho e das mãos do artista.

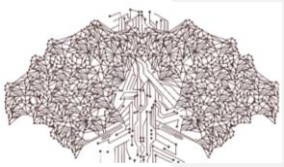
> A fotografia, na primeira fase de sua existência, oferecia uma nova oportunidade técnica, ela era um implemento. Agora, em vez de oferecer novas opções, seu uso e sua "leitura" estão se tornando habituais, uma parte não examinada da própria percepção moderna. Muitos processos contribuíram para essa transformação. A nova indústria do filme. A invenção da câmera leve – de modo que tirar uma fotografia deixou de ser um ritual e tornou-se um "reflexo" (BERGER, 2017, p.75).

Uma das consequências de tal transição tecnológica foi a alteração na aparência das imagens, não somente pelo aumento do caráter referencial que aquela fotografia transmite, mas também pela escolha dos temas a serem retratados. Os artistas, neste momento, sentiam a necessidade de explorar o mundo através de novas abordagens, ângulos, assuntos; urgência que aumentava proporcionalmente aos avanços tecnológicos dos equipamentos fotográficos. Entretanto, as alterações observadas na superfície imagética provocou efetivamente uma mudança que vai além da aparência, visto que qualquer mudança tecnológica produz outro tipo de padrão ou cadência nas coisas humanas. "A fotografia altera tanto as nossas atitudes externas quanto as nossas atitudes e o nosso diálogo interno" (MCLUHAN, 2007, p.224) e, desta forma, ela consolidou cada vez mais como um forte instrumento de criação e expressão.

O uso da imagem como forma de representar a realidade que se apresenta aos olhos faz parte da história da humanidade desde os tempos mais remotos das pinturas em cavernas, passando pelas primeiras fotografias obtidas através do daguerreótipo, popularizando-se com a invenção dos negativos, culminando décadas depois com as fotos digitais. Esta breve e superficial descrição cronológica diz respeito aos Três Paradigmas da Imagem.

Mesmo quando ainda descrevia as nuances destes três períodos, durante a década de 1990[7], Santaella já vislumbrava a tendência para o surgimento de um quarto paradigma. Segundo a autora, o aspecto que mais se destaca neste novo paradigma é sua capacidade de misturar todos os anteriores, dando vazão a uma produção radicalmente híbrida (SANTAELLA, 2013). A versatilidade do código fotográfico e sua capacidade de transmutação, aliadas às vantagens do uso de computadores e *softwares* de edição, transformou a fotografia em um dos elementos mais resistentes às mudanças tecnológicas, justamente por se adaptar a elas.

[7] . SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2015.



O hibridismo do quarto paradigma apresenta um território de misturas, em que "as imagens se acasalam e se interpenetram no cotidiano" (SANTAELLA, 2013). Ou seja, a fotografia pode ser montada, modificada, manipulada, acasalada com os outros tipos de mídia: textos, vídeos, áudios, ao sabor de todo e qualquer interesse. Este movimento de "mesclagem" não se resume ao código fotográfico, mas alude a um fenômeno próprio da cibercultura. O meme, em sua natureza heterogênea, que combina imagem, texto, sobreposições, movimento (como nos *gifs* animados[8]), é um produto caraterístico desta era.

> Na cibercultura, novos critérios de criação, criatividade e obra emergem consolidando, a partir das últimas décadas do século XX, essa cultura remix. Por remix compreendemos as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre (que começam com a música, com os DJ's no hiphop e os Sound Systems) a partir de outros formatos, modalidades ou tecnologias, potencializados pelas características das ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea. Agora o lema da cibercultura é "a informação quer ser livre". E ela não pode ser considerada uma commodite como laranjas ou bananas (LEMOS, 2005, p.2).

A fotografia sempre trouxe em seu DNA a capacidade de fazer pensar e, de forma implícita ou explícita, sugerir uma reflexão. Para alguns, isso pode parecer perigoso. O teórico francês Roland Barthes (2015) cita um episódio em que a revista *Life* recusou as fotografias de um autor, pois as imagens "'falavam demais'; elas faziam refletir, sugeriam um sentido – um outro sentido que não a letra". Barthes completa afirmando que "no fundo, a Fotografia é subversiva, não quando aterroriza, perturba ou estigmatiza, mas quando é pensativa" (BARTHES, 2015, p.36). O pensamento de Roland Barthes está em sintonia com o papel ideológico que John Berger atribui à fotografia. Nas palavras de Berger, "toda fotografia é de fato um meio de testar, confirmar e construir uma visão total de realidade. Daí o papel crucial na luta ideológica. Daí a necessidade de compreendermos uma arma que podemos usar e que pode ser usada contra nós" (BERGER, 2017, p.41).

O meme, em suas idiossincrasias, também abriga em seu íntimo o poder de transmitir mensagens, ideias, comportamentos, religiões, teorias políticas. Aliás, este é o seu objetivo: infectar mentes (TOLEDO, 2009) e perpetuar-se. Por este motivo, o casamento entre fotografia e meme se mostra bastante promissor na tarefa de disseminar discursos e sugerir sentidos. Esta dinâmica se tornou ainda mais profícua com o surgimento de *softwares* e tecnologias de edição

[8] . Gif animado é um conjunto de imagens em formato GIF compactadas em um mesmo arquivo. Exemplo em https://i0.wp.com/fusion.net/wp-content/uploads/2016/03/cannotunsee14.gif?resize=500%2C282&quality=80&strip=all

de imagem. Tal como salienta Manovich (2001), "o que antes envolvia tesouras e cola, agora envolve simplesmente um clique em 'copiar' e 'colar'" (p.130).

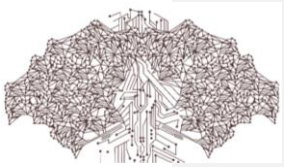
No atual contexto, permeado de controvérsias e polêmicas acerca da linha tênue que separa verdade e mentira, a ação do meme pode ser devastadora, carregando uma enxurrada de desinformação e preconceitos às mentes de seus hospedeiros. A escassez, ou mesmo a inexistência, de uma prática educativa direcionada à Literacia midiática pode tornar ainda mais complexa a interpretação dos produtos midiáticos que invadem diariamente as telas dos computadores e das televisões.

> E os memes chegam potencializando tanto a ignorância, a desinformação e o regime de crença de diferentes grupos quanto a inteligência popular, o humor e a ironia. Os memes também atualizaram as verdades de para-choques de caminhão. Mais do que isso nos dão as "evidências" de que precisamos para derrotar, humilhar, rir, desqualificar uma pessoa, um grupo, um pensamento (BENTES, 2016).

Esta divisão entre boatos e fatos tem se tornado cada vez mais débil, obrigando empresas como o Google e o Facebook a implantarem medidas que inviabilizem a obtenção de lucro através de anúncios no site àqueles que disseminarem notícias falsas. A iniciativa foi colocada em prática após diversos veículos de mídia apontarem a rede social de Mark Zuckerberg como uma das grandes responsáveis pela disseminação de boatos durante o processo eleitoral nos Estados Unidos. Especula-se que estas informações inverídicas garantiram a ascensão de Donald Trump à Casa Branca[9]. Isso demostra que as pessoas estão inclinadas a acreditarem naquilo que corrobora suas opiniões e que, aparentemente, também reflete o ponto de vista de seus amigos e familiares inseridos na mesma "bolha", independente de tais afirmações se mostrarem claramente absurdas ou já estarem comprovadamente assinaladas como inverídicas. Esta é a faceta mais manifesta de um fenômeno que se tornou famoso em 2016, depois de a Universidade de Oxford considera-la a palavra do ano: a pós-verdade. Acontecimentos como estes demostram a necessidade premente de um empenho maior nas ações em favor da Literacia midiática.

Neste sentido, o impacto da fotografia "memetizada", em um contexto de pós-verdade, sobre a Literacia midiática e sobre o sujeito, além das possíveis tentativas de fomentar a prática de uma Literacia visual, serão discutidas a seguir.

[9] . CELLAN-JONES, Rory. **Como o Facebook pode ter ajudado Trump a ganhar a eleição**. Disponível em http://www.bbc.com/portuguese/geral-37961917. Acesso em 09 jan.2017.



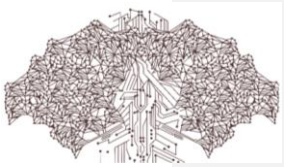
3 O meme e a Literacia visual

A Literacia se tornou um dos temas centrais na reflexão e compreensão das relações entre o sujeito e as novas formas de produção e compartilhamento do conhecimento. Em uma realidade em que a informação é considerada um valor, um bem de consumo, as tecnologias de comunicação viabilizadas pelo digital alçaram a "midiatização" a um dos principais elementos de formação das experiências sociais dos indivíduos de uma sociedade (DAMÁSIO, 2000). Potter (2010) salienta que, apesar de ainda não haver um consenso em torno do conceito de Literacia midiática, principalmente pela apropriação do termo por várias áreas de estudo, como a Pedagogia e a Sociologia, uma pessoa midiaticamente literata é aquela que

> [...] compreende como palavras, imagens e sons influenciam a maneira como os significados são criados e compartilhados na sociedade contemporânea de modos que são, simultaneamente, sutis e profundos. Uma pessoa midiaticamente literata está equipada para atribuir valor, importância e significado ao uso de mídias e mensagens de mídia (POTTER, 2010, p.679).

Potter (2010), em artigo intitulado "*The State of Media Literacy*", questiona "o que faz a intervenção da Literacia Midiática?". Para responder a esta pergunta, o autor recorreu à literatura sobre o assunto e nela encontrou três premissas que norteiam estes estudos. A primeira delas advoga que os meios de comunicação continuamente exercem todo tipo de influências sobre o indivíduo, desencadeando efeitos cognitivos, emocionais, afetivos, comportamentais que, a longo prazo, podem moldar e reforçar crenças e hábitos. O segundo aspecto observado por Potter (2010) nos estudos em torno da Literacia midiátca aponta os possíveis efeitos negativos que estes meios podem exercer sobre os sujeitos expostos aos discursos propagados. Por último, tais estudos supõem que possam ser criadas intervenções que auxiliem as pessoas a evitarem os aspectos indesejáveis e contrários ao fortalecimento de sua capacidade crítica.

> Com base nestas premissas, a finalidade das intervenções de literacia midiática é mirar em um potencial efeito mediático negativo e inocular as pessoas contra tal efeito, ou ainda contrariar o efeito negativo já existente. Assim, as intervenções são concebidas para evitar ou eliminar um efeito negativo natural que resulta, total ou parcialmente, da influência das mensagens dos meios de comunicação de massa (POTTER, 2010, p.684).



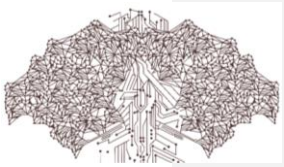
Nesta mesma conjuntura, se destaca o poderio exercido pela imagem na construção da relação entre sujeito e visão de mundo. Em vista disso, a Literacia visual se apresenta como uma ferramenta na quebra das barreiras que separam o indivíduo e a compreensão das mensagens contidas na imagem. O termo, cuja criação é creditada a John Debes, pode ser descrito como "a capacidade de reconhecer, compreender e exprimir correctamente um argumento em qualquer medium de expressão visual" (DAMÁSIO, 2000).

A evolução constante das tecnologias de produção e representação da imagem, em níveis nunca antes observados, incluiu nos domínios da Literacia visual aqueles que vão além da interpretação, englobando as capacidades produtivas proporcionadas por esta nova realidade. Ou seja, produzir, transformar, compartilhar essas imagens tecnológicas (SANTAELLA, 2013) também são práticas inerentes à Literacia visual. Porém, nem sempre os detentores destas ferramentas capazes de provocar tal metamorfose no âmbito das imagens, e as pessoas que as consomem, têm a noção da real dimensão das mensagens ali incrustradas. Sites e programas geradores de memes permitem a qualquer pessoa editar e distribuir imagens na grande rede e fora dela. "Assim, qualquer imagem pode, sem custos, ser facilmente copiada e ter sua essência original modificada para divulgar qualquer tipo de nova informação que se queira" (SOUZA e SILVA, 2015, p.146).

> Acreditamos que a comunicação visual vem sendo cada vez menos o domínio dos especialistas, e cada vez mais crucial nos domínios da comunicação pública. Inevitavelmente, isso levará a novas e mais regras e a um ensino normativo mais formal. Não ser "visualmente literato" vai começar a atrair sanções sociais. A "literacia visual" começará a ser uma questão de sobrevivência [...] (KRESS e VAN LEEWUEN, 2008, p.3).

Apesar de a realidade exigir um indivíduo visualmente literato, dotado de capacidade crítica, aparentemente a humanidade tem caminhado no sentido inverso. O jornalista Carlos Castilho, em comentário publicado pelo site Observatório da Imprensa, aplica a teoria da "cognição preguiçosa", criada pelo psicólogo e prêmio Nobel Daniel Kahneman, ao atual cenário de pós-verdade que o mundo presencia. Segundo Kahneman, as pessoas com cognição preguiçosa "tendem a ignorar fatos, dados e eventos que obriguem o cérebro a um esforço adicional" [10]. Estas circunstâncias potencializam em escalas inimagináveis as chances de proliferação de memes

[10] . CASTILHO, Carlos. **Apertem os cintos: estamos entrando na era da pós-verdade.** Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/. Acesso em 01 jan.2017.



dotados de informações que desestabilizam os ideais de um cenário de plena Literacia visual. Não estar apto a fazer a leitura de imagens na sociedade contemporânea corresponderia, na opinião de Luísa Barros, a um tipo de analfabetismo visual.

> A chamada de atenção para a problemática decorrente do analfabetismo visual tem surgido, principalmente, por parte dos responsáveis dos museus e galerias de arte, confrontados com um público que, cada vez mais, assume a incompreensão e o desinteresse pelo que vê. Paralelamente, surge o alerta dado por agentes educativos culturais, relativamente à condição acrítica com que a sociedade generalista lida com as diferentes formas de comunicação visual, principalmente a proporcionada pelos *media* (BARROS, 2004, p.48).

Segundo Barros (2004), a ausência de literacia visual repercute, inclusive, em sua integração social, não se limitando somente às questões relacionadas ao âmbito da cultura. "Não se trata apenas da necessidade de expressão visual, mas do desenvolvimento de capacidades de representação, apropriação e manipulação da realidade visual" (BARROS, 2004, p.10).

A internet é um universo artificial que foi criado para ser apreciado e entendido de uma forma diversa do mundo real. É uma simulação fortemente impregnada pelo elemento visual. Deste modo, "as informações apresentadas usando multimídia interativa não são lidas no sentido tradicional, mas sim exploradas de forma holística e divergente" (BAMFORD, 2001, p.3). Uma questão interessante levantada por Bamford (2001) é o uso recorrente das metáforas na representação visual no ambiente da grande rede. Segundo a autora, apesar de estar presente em todas as formas de comunicação, na esfera do visual a metáfora tem uma intenção de persuadir. A imagem e o texto, neste caso, formam um conjunto dotado de sentidos variados: a imagem se transforma no meio pelo qual sensações são transferidas como experiências legíveis e compartilhadas; e o texto é o instrumento que assume a função de tentar traduzir uma visão de mundo. No caso do meme, o enlace entre fotografia e texto pode criar qualquer tipo de interpretação, sugerir verdades, deturpar fatos. A legenda em fotos é uma propriedade característica do texto noticioso, cujo objetivo é contextualizar o fato. No meme, esta "legenda" torna o conjunto ainda mais persuasivo pelo seu teor satírico.

A pós-verdade, aliada à cognição preguiçosa, tornou possível que os absurdos proferidos por Trump durante sua campanha eleitoral fossem replicados e reverberados pelas redes sociais como se fossem fatos comprovados. O mais alarmante é perceber que os apoiadores do candidato republicano repetiam exaustivamente os argumentos inverídicos.

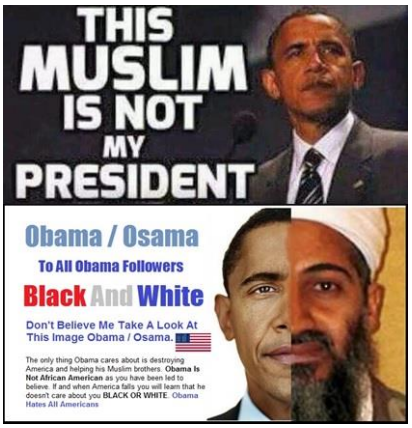


Figura 4 e 3 - Memes atacam Barack Obama após Trump afirmar que o ex-presidente dos Estados Unidos é um dos fundadores do grupo Estado Islâmico[11].

Não obstante os pesares, os memes também podem atuar como um instrumento de participação política e social. Ryan Milner, ao analisar a repercussão dos protestos intitulados *Occupy Wall Street* (OWS), ocorridos em Nova York, em 2011, percebeu a força que os memes de imagem possuem para se disseminarem rapidamente provocando uma resposta ágil a diversos eventos públicos. Segundo Milner, os memes "são artefatos simbólicos multimodais criados, circulados e transformados por inúmeros participantes" (MILNER, 2013, p.2359) e têm se tornado cada vez mais intensos e presentes nos discursos públicos, principalmente seguindo uma abordagem mais satírica. O autor destaca que, durante o OWS, os memes de imagem contribuíram para a amplificação das vozes que clamavam por justiça econômica e social, além de facilitar o diálogo entre pontos de vista divergentes.

A proliferação de imagens na cultura atual é inegável e isto implica a adoção de processos que facilitem a assimilação de capacidades como "seleção, interpretação, codificação/decodificação e produção de imagens" (DAMÁSIO et al, 2009, p.4). Potter (2010) acrescenta que há na literatura indícios de que estas capacidades devem ser fomentadas dentro das escolas, "dirigindo a concepção de intervenções específicas que podem com sucesso treinar as pessoas para evitar efeitos negativos nos meios de comunicação" (p.690). O autor, entretanto, admite que são necessários novos estudos que mostrem como incluir mais este conteúdo em um

[11] . Links para a fonte das imagens:
Figura 1 disponível em https://twitter.com/sportygirlc/status/643843929591443457. **Figura 2** disponível em http://donaldtrumpusa.blogspot.com.br/.

currículo escolar já sobrecarregado. Por sua vez, Bamford (2001) é enfática ao afirmar que os estudantes precisam compreender as nuances estruturais onde se apoiam as representações visuais na internet, principalmente porque são elas que perpassam a comunicação visual que, notadamente, é persuasiva e propagadora dos discursos sociais. "As imagens são emocionalmente poderosas formas de comunicação. Imagens em mídia interativa são usadas para persuadir e perpetuar ideias que as palavras não podem elucidar adequadamente" (BAMFORD, 2001, p.9).

> A fotografia, ao registrar o que foi visto, sempre e por sua própria natureza se refere ao que não é visto. Ela isola, preserva e apresenta um momento tirado de um *continnum.* A força de uma pintura depende de suas referências internas. Sua alusão ao mundo natural além dos limites da superfície pintada nunca é direta; ela usa equivalentes. Ou dizendo de outro modo: a pintura interpreta o mundo, traduzindo-o para sua própria linguagem. Mas a fotografia não tem uma linguagem própria. Aprende-se a ler uma imagem fotográfica como se aprende a ler pegadas ou cardiogramas. A linguagem com a qual é lida é a linguagem dos acontecimentos. Todas as suas referências são externas a ela (BERGER, 2017, p.39).

A fotografia transformada em meme, deformada, repetida, compartilhada, curtida, ratificada, se torna um poderoso artifício nas mãos dos detentores de ferramentas capazes de produzir e disseminar discursos, sejam eles os grandes veículos de comunicação ou apenas usuários de redes sociais. Por trás das práticas de cocriação que o fenômeno da remixagem e dos memes engendra, há um lado obscuro em que reside um potencial latente para a proliferação de inverdades. Forçar a reflexão sobre estes produtos midiáticos e novas práticas que se assomam nos ambientes digitais é o desafio maior da Literacia visual.

4 Conclusão

Barthes afirmava que a fotografia é pensativa e neste aspecto residiria seu perigo. Refletir é um ato de rebeldia, pois a partir deste ato podem eclodir os argumentos e a força necessária para transformar uma realidade que se mostra favorável para alguns e desfavorável para outros. O acelerado avanço das tecnologias digitais nos coloca em um estado constate de expectativa em que somos bombardeados por uma enorme quantidade de imagens que, por consequência, anestesiam nossos sentidos e bloqueiam nossa capacidade de compreensão. É um constante processo de adaptação e readaptação que já extrapola os caminhos que perpassam o meio digital e avançam na construção e remodelamento da cognição humana. Nesta dinâmica

alucinante, muitas vezes a reflexão e a crítica são esquecidas e acabam, infelizmente, sendo abandonadas. A Literacia midiática e a Literacia visual podem auxiliar na leitura dos produtos midiáticos que nos são apresentados: identificando ideologias, discursos, mensagens, separando o joio do trigo.

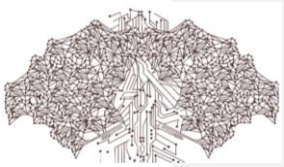
O meme e a fotografia formam uma dupla dotada de potenciais positivos e negativos. Positivo, pois permite o exercício da criação e da cocriação, conceito postulado por Jenkins em seu livro "Cultura da Conexão", através do *mash up* de mídias para a construção de um meme. Negativo, pois permite que preconceitos, inverdades, especulações sejam carreados através de sua ação "viralizante". Na era da pós-verdade os aspectos negativos, são os mais evidenciados. A Literacia visual, cujas bases se assentam no preceito de que as imagens podem ser lidas e que um sentido advindo dessa compreensão pode ser transmitido, é capaz de derrubar as barreiras que impedem o uso consciente destes artefatos midiáticos.

É possível concluir que, apesar de os avanços na tecnologia terem proporcionado uma enorme disponibilidade de acessos a conhecimentos que antes estavam fora do nosso alcance, ainda estamos indefesos diante das possíveis ameaças escondidas no código fotográfico sob a máscara do humor e da sátira. As últimas eleições presidenciais nos Estados Unidos e o discurso adotado pela direita brasileira, e que culminou com o impeachment de Dilma Rousseff, mostram que o caminho em busca de uma reflexão crítica e lúcida ainda é longo. Tal como sugeriram alguns autores citados, a educação pode ser uma alternativa viável ao ensino de uma Literacia midiática e visual, seja no ensino regular ou mesmo em cursos específicos voltados a esta temática, visto que a estrutura cognitiva do sujeito digital é completamente díspar do sujeito analógico. Por este motivo, é imprescindível que novos estudos sejam empreendidos, para que auxiliem na compreensão desta sociedade que é cada vez mais mediada por imagens.

Palavras-chave: literacia visual; fotografia; meme; remixagem; hibridismo.

Referências bibliográficas

BAMFORD, Anne. **The grammar of visual literacy within the world of interactive media**. In: Education Research Network Conference on Learning, 2001, Greece. Disponível em <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED458633.pdf>. Acesso em: 28 dez.2016.



BARROS, Luísa Dauphinet. **O desenho de observação e a literacia visual**. 2004. 104 f. Dissertação (Mestrado em Desenho) – Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2004. Disponível em <https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/6857/2/ULFBA_Tes137.pdf>. Acesso em: 10 dez.2017.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Nota sobre a fotografia. Tradução de Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

BENTES, Ivana. A memética e a era da pós-verdade. **Revista Cult**, São Paulo, 31 out.2016. Disponível em: <http://revistacult.uol.com.br/home/2016/10/a-memetica-e-a-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 29 dez.2016.

BERGER, John. **Para entender uma fotografia**. Tradução de Paulo Geiger. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

BLACKMORE, Susan. **The meme machine**. Oxford: Oxford University Press, 1999.

DAMÁSIO, Manuel José; HENRIQUES, Rui; LUZ, Filipe. **A construção da percepção em imagem digital e o desenvolvimento de novas formas de literacia visual**. In: Congresso SOPCOM, 6, 2009, Lisboa. Disponível em: <http://movlab.ulusofona.pt/infomedia/papers/351_Sopcom_DamasioHenriquesLuz_PercepcaoVisual.pdf>. Acesso em: 20 dez.2016.

DAMÁSIO, Manuel José. **Contributos para a constituição de uma literacia midiática**. Biblioteca on-oline de ciências da comunicação – BOCC. 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/damasio-manuel-literacia-mediatica.html>. Acesso em: 01 jan.2017.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Remix: **The Art and Craft of Endless Hybridization**. Journal of Adolescent & Adult Literacy 52 (1), p. 22–33, 2008. Disponível em: <https://elearning.psu.edu/drupal6/content/aed511/file/remix_article.pdf>. Acesso em: 10 Ago.2017.

KRESS, Gunther; VAN LEEWUEN, Theo. **Reading images**. The grammar of visual design. Routledge: Cornwall, 2008.

LEMOS, André. **Ciber-cultura-remix**. Artigo apresentado no seminário "Sentidos e Processos". São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em: 29 dez.2016.

MANOVICH, Lév. **The language of new media**. Massachusetts: The MIT Press, 2001.

MILNER, Rian. **Pop polyvocality: internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement**. International Journal of Communication, v. 7, p. 2357-2390, 2013, Los Angeles. Disponível em: http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1949/1015. Acesso em: 20 nov.2017.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicações como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MONTERO, Valentina. **Fotografía desobediente y bastarda**. Del fotomontaje político a los "memes". 2014. Atlas – Revista Fotografía e imagen. Disponível em <https://atlasiv.com/fotografia-desobediente-y-bastarda-del-fotomontaje-politico-a-los-memes-2/>. Acesso em: 02 jan.2017.

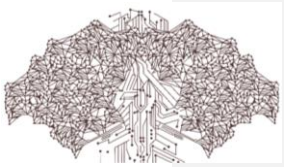
POTTER, W. James. **The State of Media Literacy**. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 54(4), 2010, p.675–696. Disponível em: <http://mysite.dlsu.edu.ph/faculty/marianog/publish/potter.pdf>. Acesso em: 28 dez.2016.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SOUZA, Vinícius G.P.; SILVA, Fernanda Maurício. **Fotografias, mediações e mitos**: um olhar cultural para o caso Adeus. Revista Conexão - Comunicação e Cultura, Caxias do Sul, v.14, n.27, p.133-151, jan-jul. 2015. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/3132/2150>. Acesso em: 29 dez.2016.

TOLEDO, Gustavo Leal. **Controvérsias Meméticas**: a ciência dos memes e o darwinismo universal em Dawkins, Dennett e Blackmore. 2009. 471 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – Departamento de Filosofia do Centro de Teologia e Ciências Humanas, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp088440.pdf>. Acesso em: 29 dez.2016.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A HUMANIZAÇÃO DA MARCA E O USO DOS CHATBOTS: FERRAMENTAS A SERVIÇO DA PUBLICIDADE ONLINE[1]

Priscila Krüger[2]; Fernanda Carrera[3]

Resumo

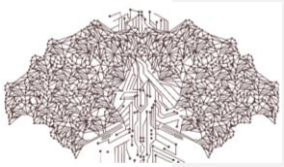
Os *chatbots* são softwares baseados em tecnologia de inteligência artificial e objetivam manter uma conversação com um interlocutor humano. Em muitos casos, são programados com vistas a iludir, ao menos temporariamente, seu interlocutor e fazer com que este pense estar falando com outra pessoa. Através de conceitos de Inteligência Artificial, esses robôs podem ser programados para simular um comportamento humano. A partir de abril de 2016, o Facebook autorizou a instalação desses softwares em sua plataforma de conversação instantânea Messenger. Neste sentido, este trabalho se propôs, a identificar de que maneira os pressupostos comunicacionais da *persona* da marca podem ser utilizados para composição de um *bot* capaz de propiciar uma experiência de interação do público com a marca. Para que isso fosse possível, foi realizada revisão bibliográfica acerca dos temas abordados objetivando relacionar os conceitos com o caso analisado. Ao final foi possível identificar como colocar a marca para conversar com o público através de um robô previamente programado para tal pode ser estratégia a ser utilizada no processo de humanização das marcas ampliando as possibilidades de uso dessa tecnologia para além de serviços de atendimento ao consumidor e entrando no campo das ações publicitárias.

Palavras-chave: *persona* da marca; *chatbots*; sites de redes sociais; inteligência artificial; publicidade *online*.

1Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 – Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Mestranda em Estudos da Mídias (UFRN). É graduada em Publicidade e Propaganda (UFRN). Possui graduação em Direito (UFRN) e Especialização em Direito Processual Civil (UnP). Participante do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: priscilahbk@gmail.com

3 Professora adjunta da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É Doutora em Comunicação (UFF), mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) e líder do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: fernandacarrera@gmail.com



Introdução

Em 2016, pesquisa realizada pela *Opinion Box*[4] constatou que 55% dos entrevistados já listam aplicativos de mensagens instantânea e 44% o *chat online* como canais utilizados no dia a dia para conversar com empresas. Outro dado relevante foi que 40% dos entrevistados preferem se comunicar com as empresas por texto e 70% afirmam que estão dispostos a se comunicar com as empresas através do WhatsApp ou do Facebook Messenger. Por outro lado, conforme dados fornecidos pelo IBGE[5], em 2005, 31.856.000 pessoas com mais de 10 anos utilizavam a internet no Brasil. Seis anos depois, em 2011, esse número chegou ao patamar de 77.672.000, representando um aumento de 143% no período. Em se tratando de meios de comunicação, a ampliação do mercado de dispositivos móveis está facilitando a difusão de marcas e produtos. Nessa mesma linha, a *Interactive Advertising Bureau - IAB*[6], entidade responsável por aferir dados relacionados a investimentos na internet, divulgou que a publicidade *online* movimentou R$ 9,3 bilhões no Brasil somente no ano de 2015.

Essa popularização das ferramentas de conexão entre pessoas é refletida na ação das marcas que buscam se inserir nestes ambientes por meio do fortalecimento de estratégias que construam vínculos entre elas e os indivíduos. Dentre essas ações é possível verificar o incremento de campanhas que visam proporcionar uma experiência de imersão do público na relação de pessoalidade com a marca através de diversos mecanismos interativos, seja engajamento em redes sociais, seja em serviços de mensagens automatizadas (*chatbots*). Sobre este tema, em abril de 2016, o Facebook, maior rede social em atividade no mundo, com 1.97 bilhões de usuários ativos em abril

4 STEPHANE, Kelly. 4 Pesquisas sobre *chatbots* que mostram a força da tendência. Disponível em http://chatbotsbrasil.take.net/4-pesquisas-sobre-chatbots/. Acesso em 22 mai 2017.

5 IBGE. Disponível em ftp://ftp.ibge.gov.br/Acesso_a_internet_e_posse_celular/2005/Internet/. Acesso em 27 abr 2017.

6 IAB. Disponível em <http://iabbrasil.net/guias-e-pesquisas/mercado/numeros-de-investimento-em-midia-online-2015-2016---adspend-brasil>. Acesso em 27 set 2017.

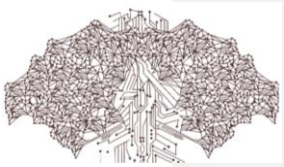
de 2017[7], abriu a possibilidade de utilização de aplicativos (*apps*) voltados para a utilização de *chatbots* em sua plataforma de conversação Messenger.

Os *chatbots* são utilizados há alguns anos por empresas que visam automatizar o atendimento *online* a seus clientes. Com a possibilidade de programar essas mensagens automatizadas diretamente em serviços populares de conversação *online*, como o Messenger, novas estratégias de comunicação começaram a ser pensadas e desenvolvidas amparadas em estudos acerca da *persona* e humanização das marcas. Sendo assim, surgem algumas questões: dentro do processo de humanização das marcas, é possível utilizar ferramentas de *chatbot* para desenvolvimento de ações interativas capazes de fortalecer a *persona* da marca e promover uma comunicação que aparenta ser dinâmica e natural entre as organizações e o público? É possível utilizar essa ferramenta tecnológica em ações que visem a identificação emocional do público com causas e movimentos sociais/ambientais?

Baseando-se nessas indagações, necessário se faz entender como as interações com o público importam na criação de uma *persona* por parte da marca e como a tecnologia apresenta-se atualmente de maneira a possibilitar o uso de *chatbots* no desenvolvimento de uma entidade virtual que humaniza e representa essa marca. Para tentar elucidar tais pontos, busca-se neste trabalho analisar os estudos recentes acerca dos processos de humanização das marcas através da criação de personas identitárias e a consequente manifestação dessas personas no ambiente virtual por intermédio de robôs de conversação. Da mesma forma, busca-se também analisar a aplicabilidade dessa tecnologia às ações publicitárias voltadas às campanhas de cunho social e/ou ambiental.

Dito isso, importa dizer que o presente estudo não tem como finalidade esgotar o debate acerca do implemento da tecnologia de *chatbots* nos processos de humanização da marca e sua interação com o público. Contudo, a partir da possibilidade de inserir robôs em aplicativos que tem o escopo de promover a interação dinâmica e instantânea entre os interlocutores, como foi o caso do Facebook e sua plataforma Messenger a partir de abril/2016, os pontos aqui permeados visam acrescentar argumentos fortalecedores ao uso

7 Most famous social network sites worldwide as of April 2017. Disponível em <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> Acesso em 22 mai 2017.



desse artifício digital ao campo das novas tecnologias midiáticas relacionadas à publicidade na web e como estas tecnologias podem potencializar ações comunicativas ao serem integrados à outras técnicas já utilizadas pelas organizações e por profissionais da área de publicidade.

Exteriorizando a personalidade da marca no ambiente virtual

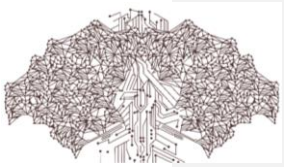
Antes de compreender como que a marca pode interagir com o seu público utilizando-se de sua personalidade, importa ressaltar que essa personalidade faz parte do conjunto de atributos que forma a identidade da marca. (AZAMBUJA, 2017). Dito isso, é preciso ter clareza que, da mesma forma que a identidade é um conjunto de características que fazem de alguém o que é, "a identidade de marca, especificamente, representa as associações que a marca deseja gerar na mente dos consumidores" (MELER. RUZIC, 1999 apud AZAMBUJA, 2017, p. 7). Assim, o atributo da personalidade integra a identidade da marca e, conforme explica Aaker (1997), é definida formalmente como um conjunto de características da personalidade humana que se associam à marca[8].

Há quem defenda, inclusive, que a necessidade de criar uma identidade psicológica para a marca antecede a criação de sua identidade visual:

> Uma das principais estratégias para essa humanização é a criação do que chamamos de *Persona* da Marca, que deve ser debatida até mesmo antes da definição de seu logotipo. Essa *persona* leva em conta sua história, características emotivas e físicas, personalidade, valores e ideias compatíveis com as do seu público-alvo, que poderão ser alteradas com o tempo ao vivenciar experiências e aprender coisas novas. Além disso, é extremamente importante a empresa ter uma postura de transparência, principalmente quando a marca comete erros. (TURCHI,2013)

Compreendida essa sistemática, esse trabalho busca compreender melhor como ocorre a manifestação da *persona* da marca no ambiente *online*, notadamente nos sites de redes sociais. Nesse passo, Beatriz Polivanov (2014) buscou entender como que essa

8 Tradução livre de "*Brand Personality is defined as the set of human characteristics associated whit a brand*."



persona[9] toma lugar de fala através os perfis criados em sites de redes sociais (SRSs). Esses perfis, conforme explana a autora, são a auto apresentação e interação dos atores sociais no ambiente virtual.

Os sites de redes sociais (SRSs), "são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet. " (RECUERO, 2009, p. 102). Dessa forma, eles reproduzem no ciberespaço as relações sociais que existem no mundo *off-line* na medida em que permitem a construção de uma *persona* através de um perfil ou página pessoal e promovem a interação dos atores através de diversas ferramentas, como curtidas ou comentários. (BOYD & ELLISON apud RECUERO, 2009).

Dentro do ambiente de uma rede social, os atores são as pessoas que estão envolvidas na rede e que são responsáveis pela interação. De fato, eles "são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos) " (RECUERO, 2009, p. 25). Dessa forma, já que a interação nas redes ocorre através de uma representação de um ator social, os SRSs constituem um ambiente onde é possível criar e manter uma identidade própria que pode ser legitimada pelos demais, gerando ainda outros valores, tais como reputação e autoridade (RECUERO, 2013).

Essa legitimação a qual Raquel Recuero se refere foi retirada dos estudos de Erving Goffman no que ele denomina "trabalho de face". Para o autor, a face é "o valor social positivo que uma pessoa efetivamente reclama para si mesma através daquilo que os outros presumem ser a linha por ela tomada durante um contato específico" (GOFFMAN, 2011, p. 77). Em outras palavras, a face nada mais é do que a busca por uma imagem positiva a ser alcançada por intermédio de sua interação com outros indivíduos.

O trabalho de face proposto por Goffman (2011) refere-se às negociações entre os interlocutores com o intuito de manter valores sociais positivos. Essas negociações estão ligadas às "ações através das quais uma pessoa é capaz de tornar qualquer coisa que esteja fazendo consistente com a face" (2011, p. 82). Em que pese os estudos de Goffman abordarem as interações entre pessoas no mundo *off-line*, Raquel Recuero aplicou estes

9 "De mesma raiz etimológica de 'personagem', do latim *per sonare* que significa 'soar através de'" (POLIVANOV, 2014, p. 1)

conceitos em suas pesquisas sobre as interações dos atores sociais nos ambientes dos SRSs. Assim, sobre as formas de trabalhar a face, Recuero aponta que

> os sites de rede social proporcionam formas diferentes de representação da face. Ao construir um perfil, há uma construção também de determinadas impressões que desejamos dar aos demais atores e à "audiência invisível". E ao mesmo tempo, essa face proposta é legitimada (ou não) pelos demais atores que vão usar a plataforma para conversação. (RECUERO, 2013, p. 7)

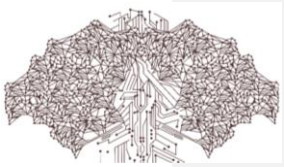
Para Perez e Bairon (2014), como a maior parte das interações sociais acontece no ambiente digital, notadamente nos SRSs, é evidente que as marcas e produtos precisam se inserir nessa dinâmica. Assim, a publicidade se expande e adentra os espaços comunicacionais onde as pessoas estão para construir vínculos.

Esse contato constante e ininterrupto entre os atores que os SRSs proporcionam implica na necessidade um ambiente em que os clientes se sintam à vontade para interagir com a marca. O relacionamento com o público é, nas palavras de Giannini (2016), a grande tendência da comunicação corporativa. Nessa dinâmica, importa ressaltar que a possibilidade de interação direta[10] nos SRSs permite o estreitamento das relações entre os consumidores e as marcas. Essa bilateralidade acaba por gerar um sentimento de pertencimento e transparência que culminará em relações mais estáveis e duradouras nas experiências de consumo. (COVALESKI, 2014)

Dessa forma, o ambiente digital dos sites de redes sociais torna a estratégia de humanização das marcas através da construção de uma *persona* ainda mais evidente. Assim, ganham relevância as ações que visam estreitar os laços com os consumidores, permitindo disseminar uma mensagem de maneira mais orgânica entre os públicos e, assim, exigindo um menor esforço de mídia (frequência) (TURCHI, 2013).

Esse processo de personificação das marcas vem sendo estudado por diversos pesquisadores. Dentre eles, Rogério Covaleski debruçou-se na análise de alguns casos concretos para compreender como as marcas têm se tornados mais humanas. Nesse sentido, ele cita Gilles Lipovetsky ao afirmar que "é preciso transformar os produtos em

10 Rogério Covaleski entende que a interação direta e constante entre a marca e os consumidores acarreta o que ele chama de bidirecionalidade comunicacional.



'seres vivos', criar 'marcas-pessoa' com um estilo e um caráter". Devem, os anunciantes, comunicar uma 'personalidade de marca'". (COVALESKI, 2014, p. 168).

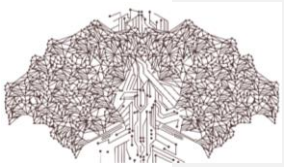
Sandra Turchi (2013) destaca que o movimento de personalização das marcas ganhou força na era das mídias sociais, "quando a preocupação com relacionamento, conteúdo e transparência ganhou força":

> Para entender melhor o sucesso de certas estratégias, é importante ter um novo olhar para o consumidor e o seu comportamento: pouco tempo, dúvidas sobre uma grande variedade de produtos disponíveis e medo de errar nas suas escolhas. A solução encontrada por muitas pessoas é procurar por "especialistas", pessoas reconhecidas num assunto específico, próximas e confiáveis, que possam lhe ajudar a minimizar os erros na tomada de decisão. É exatamente neste ponto que estratégias que tornam a marca mais humana se diferem das outras e, consequentemente, obtém vantagem competitiva. Afinal, as pessoas, hoje, são mais informadas, exigentes, demandam um relacionamento mais próximo e relevante por parte das empresas, ou seja, mais humano, transparente e orientado para seus próprios valores, que possibilite aproximação e troca de experiências para que sejam construídos fortes elos de encantamento, engajamento e fidelização. (TURCHI, 2013)

Personificar uma marca gera envolvimento do público com a organização através de suas interações nos SRSs. Apresentar-se como uma pessoa faz com que a marca passe a ser vista como "humana", uma vez que a ela é atribuída uma personalidade. (GIANNINI, 2016). Luciano Giannini também aponta para o seguinte fato: antes dos SRSs, era difícil o consumidor interagir com as organizações. Os serviços de atendimento ao consumidor tinham uma postura restrita a resolução de uma demanda específica. A solução do problema implicava no fim daquela relação. O processo comunicacional que ocorre de forma bilateral no ambiente cibernético implica em uma interação constante entre a marca e seu público.

Um dos fatores que contribuem para o estreitamento da relação marca-consumidor é a espontaneidade e a informalidade da manifestação da *persona* (GIANNINI, 2016), num movimento de espelhamento das personalidades humanas:

> A personalidade da marca pode ser qualquer coisa, assim como os seres humanos. Alguns são divertidos, outros sérios, outros ainda ativos, relaxados, extravagantes; enquanto outros possam ser sofisticados. Não importa de qual setor seja, não importa qual for sua personalidade,



> pode-se sempre dar vida a alguma coisa através da experiência de marca (SMILANSKY, 2009 *apud* VITOR; CABRAL, 2014, p.12)

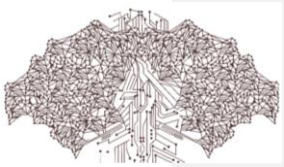
Dar vida e personalidade às marcas acaba por permitir uma identificação com seu público. Ato contínuo, a mensagem a ser transmitida pode atingir maior número de pessoas na medida em que estas efetivamente se engajem nas propostas apresentadas no SRSs.

Com toda essa noção compreendida, importa refletir, portanto, sobre como a *persona* organizacional integra um amplo conjunto de ações que visam humanizar as marcas. Esse processo mais amplo e complexo de humanização, envolve, inclusive, a clareza de qual papel as marcas desenvolvem dentro de uma narrativa midiática que possa envolver interativamente o público, notadamente através da utilização de sites de redes sociais.

Nesse passo, as organizações vêm sendo ainda mais estimuladas a buscar estratégias no sentido de revestir suas marcas e produtos com personas próprias, com personalidades, gostos e ideias, tornando-se cada vez mais íntimas de seus consumidores. Assim, importa refletir, sobre como a *persona* organizacional integra um amplo conjunto de ações que visam humanizar as marcas. Uma vez definido qual o papel que a marca deseja representar, essa *persona* é posta em interação com seu público por intermédio dos meios de comunicação. Nesse trabalho, a internet, especificamente os *chatbots*, é o meio de comunicação onde essas interações são analisadas.

Paralelo a esta informação e demonstrando cada vez mais interesse em disponibilizar ferramentas específicas para empresas, em abril de 2016[11], o site de rede social Facebook anunciou a introdução de *chatbots* para sua plataforma de conversação denominada Messenger. Descrevendo o novo serviço, a rede afirmou que "os *bots* podem fornecer qualquer conteúdo de assinatura automatizada, desde atualização sobre o clima e tráfego, até comunicações personalizadas, como recibos, notificação de remessa e mensagens automatizadas ao vivo, interagindo diretamente com o público" (FACEBOOK, 2016).

11 Messenger Platform at F8. Disponível em http://newsroom.fb.com/news/2016/04/messenger-platform-at-f8/ Acesso em 23 jan 2018.



Desta forma, importa entender como a inserção do *chatbot* na plataforma de conversação do Facebook pode ser utilizada em ações de marketing que visam fortalecer positivamente a imagem da marca e seu vínculo com o consumidor mediante a utilização da *persona* da marca. Esse fortalecimento ocorre na medida em que a *persona* interage com o consumidor de maneira direta e instantânea, potencializando seu processo de humanização. Para tanto, primeiramente é necessário entender o que são *chatbots*, como funcionam e como eles podem ser utilizados como um canal de interação humanizada entre a marca e o consumidor.

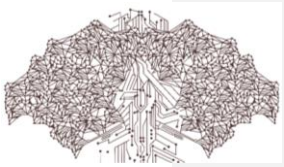
Chatbot e a interação consumidor-*persona* da marca

Um *bot*, diminutivo do vernáculo inglês *robot*, é um software criado para simular ações humanas repetidas vezes de maneira padrão, da mesma forma como faria um robô. (DREHER, 2016). Assim, *Chatbots's* (ou *chatterbots*) (dos vernáculos em inglês *chat*– conversa e *bot* - robô), como os utilizados na plataforma de conversação do Facebook, são "um sistema simulador de conversa implementado a partir de conceitos de inteligência artificial, onde seu foco é dialogar com pessoas, o mais real possível, através de linguagem natural ou humana" (RODRIGUES, 2009, p. 10).

De maneira ainda mais específica, Simon Laven explica que essa ferramenta é um "programa de inteligência artificial que visa simular uma conversação escrita que tenta, ao menos temporariamente, induzir um ser humano a pensar estar falando com outra pessoa".[12] (LAVEN, 2017). Dessa forma, os *chatbots* necessitam utiliza-se de conceitos de Inteligência Artificial (IA)[13] para que possam interagir com pessoas através da simulação do comportamento humano. Nesse passo, Fábio Oliveira Nunes (2012, p. 1), explana que a IA é uma área da Ciência da Computação cujo escopo é "investigar como fazer com que os sistemas digitais adquiram habilidade em processos nos quais os seres humanos ainda são melhores".

12 Tradução livre de "*A Chatterbot is an "Artificial Intelligence" program that attempts to simulate typed conversation, with the aim of at least temporarily fooling a human into thinking they were talking to another person.*"

13 O termo "inteligência artificial" foi cunhado por John McCarty em 1956. (NUNES, 2012)



Segundo Russel e Norvig (1995), os estudos sobre Inteligência Artificial e a capacidade de fazer com que as máquinas possam simular comportamentos humanos tiveram início com as pesquisas do matemático britânico Alan Turing. Em 1950, o "Teste de Turing"

> foi concebido para proporcionar uma definição satisfatória de inteligência operacional. Turing definiu comportamento inteligente como uma habilidade para alcançar um desempenho humano em todas as respostas cognitivas suficientemente bom para enganar o interlocutor numa conversa. A grosso modo, ele propôs um teste em que um computador deve ser interrogado por um ser humano através de um dispositivo de texto, passando no teste se o interrogador não puder dizer se na outra ponta da conversação há um computador ou um ser humano[14]. (RUSSELL e NORVIG, 1995, p. 5).

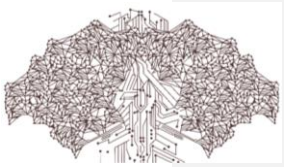
O Teste de Turing, apesar de proposto há mais de 60 anos, é de atual importância e se torna "premissa básica para o desenvolvimento de robôs de conversação – os chamados *chatbots* (ou *chatterbots*)" (NUNES, 2012, p. 1). A necessidade de fazer com que um computador aja como um ser humano emerge na medida em que estes foram colocados para interagir com as pessoas.[15] Assim, os programas precisam se comportar de acordo com certas convenções normais de interação humana para se fazerem entender.[16] (RUSSELL e NORVIG, 1995).

O primeiro chatbot, desenvolvido no Massachusetts Institute of Technology (MIT) nos Estados Unidos, foi programado em 1966 pelo alemão Joseph Weizenbaum e foi chamado de Eliza. Sua função era simular um psicanalista em uma conversa com um paciente, estimulando-o com questões a partir de palavras de suas próprias colocações. Assim, ele imitava uma psicanálise através da modificação das afirmações e perguntas

14 Tradução livre de "(...) *was designed to provide a satisfactory operational definition of intelligence. Turing defined intelligent behavior as the ability to achieve human-level performance in all cognitive tasks, sufficient to fool an interrogator. Turing defined intelligent behavior as the ability to achieve human-level performance in all cognitive tasks, sufficient to fool an interrogator. Roughly speaking, the test he proposed is that the computer should be interrogated by a human via a teletype, and passes the test if the interrogator cannot tell if there is a computer or a human at the other end*."

15 Tradução livre de "*The issue of acting like a human comes up primarily when AI programs have to interact with people*".

16 Tradução livre de "*These programs must behave according to certain normal conventions of human interaction in order to make themselves understood*."



feitas pelo próprio usuário, segundo um padrão pré-definido. (NUNES, 2012) O exemplo a seguir mostra um trecho de uma longa conversação entre Eliza e um usuário humano:

> Eliza: Então, como você se sente hoje?
> Usuário: Eu estou cansado.
> Eliza: Você me procurou por que está cansado?
> Usuário: Sim, me sinto sozinho.
> Eliza: Você se sente sozinho com frequência?[17] (DE ANGELI *et al*, 2001, p. 2).

Fábio Oliveira Nunes (2012) aponta que o sucesso de ELIZA e de outros robôs de conversação ocorre graças ao aprimoramento de técnicas de processamento de linguagem natural. Isso significa dizer que um *chatbot* precisa ter uma base de regras responsável pelo diálogo inteligível com o usuário, pois nela está a teia associativa de termos que determinará os caminhos possíveis diante de cada resposta. Assim, processamento de linguagem natural é

> um campo interdisciplinar, onde os esforços dos especialistas em Ciência da Computação, somam-se à Linguística e à Psicologia. Seu objetivo é conseguir produzir sistemas capazes de "entender" a linguagem humana, processando-a em tempo real e gerando respostas coerentes. Estes robôs são projetados para que seu interlocutor tenha a experiência de realmente conversar com outra pessoa, imitando, por exemplo, a naturalidade que teríamos durante um agradável bate-papo. (...)Se, por exemplo, o robô me pergunta como estou, pode-se definir dois caminhos possíveis: a resposta "estou bem" direcionaria o *chatbot* a dizer algo como "eu também estou bem" e em seguida, levantar algum assunto; a resposta "não estou bem", por sua vez, pode direcionar o robô a perguntar os motivos da indisposição do interlocutor. Por meio de sua base predominantemente associativa, o interlocutor humano tem a ilusão de que o robô tem o domínio dos sentidos do que está sendo conversado. Tal como um bom romance, se bem escrita, a base se faz verossímil. (NUNES, 2012, p.3)

Esses estudos permitiram o desenvolvimento de *bots* capazes de melhor simular a capacidade dialogal do ser humano ao ponto de, atualmente, sites institucionais utilizarem *chatbots* como atendentes virtuais que recepcionam e respondem perguntas de clientes

17 Tradução livre de "*A typical dialogue is reported in Example 1. It is part of a longer conversation between one of the authors and the chatterbot. Eliza: So how are you doing today? User: I am tired. Eliza: Did you come to me because you are tired? User: Yes, I feel alone. Eliza: Do you often feel alone?*"

em tempo real. O aumento pelo interesse no uso dessa ferramenta de interação foi potencializado pelo uso crescente do comércio eletrônico e sua demanda por estratégias inovadoras de incremento de vendas e de fortalecimento da lealdade do consumidor[18]. (DE ANGELI, 2001 et al apud DE ANGELI et al,2001). Para Antonella De Angeli (2001), os *chatbots*, com suas personas únicas, são tidos como verdadeiros agentes sociais e considerados uma solução promissora para interfaces de comércios eletrônicos:

> Suas *personas* distintivas visam ganhar a atenção dos consumidores e apoiá-los durante todo o processo de transação. Assim, os agentes sociais estimulam os usuários a revisitar *sites*, recomendá-los a amigos e comprar bens. Apesar de suas vantagens esperadas, os agentes sociais não são uma panaceia simples para garantir a lealdade do consumidor. Pelo contrário, construí-los pode ser complexo e contra intuitivo. A tecnologia deve ser apoiada por competências psicossociais baseadas em uma compreensão profunda do comportamento linguístico, cognitivo e social realizado pelos usuários[19]. (DE ANGELI *et al*, 2001, p. 1).

No início dos aos 2000, quando os *chatbots* eram difundidos nos Estados Unidos nas primeiras lojas virtuais, a Extempo, uma das principais empresas de programação de *chatbots* nos Estados Unidos à época, apontou que quase 90% dos clientes que clicaram em um de seus *bots* conversaram por mais de 12 minutos. Durante o diálogo, os clientes pareciam divulgar preciosas informações de marketing. Eles responderam uma média de 15 vezes, com uma média de cinco palavras por resposta [20]. (DE ANGELI et al, 2001).

De fato, os *chatbots*, podem ser programados de maneira a estabelecer relacionamentos significativos com os consumidores. Esse objetivo requer uma

18 Tradução livre de "*This interest is mainly driven by the e-market, namely by the increasing demand for innovative strategies to increase sales and ensure customers loyalty*"

19 Tradução livre de "*Their distinctive personas are expected to gain the attention of consumers and support them throughout the transaction process. According to this view, social agents entice users to revisit web sites, recommend them to friends, and buy goods. Despite their expected advantages, social agents are not a simple panacea for ensuring consumer loyalty. On the contrary, building them can be complex and counterintuitive. Technology must be supported by psychosocial competencies based on a deep understanding of the linguistic, cognitive and social behavior performed by users*."

20 Tradução livre de "*The first figures provided by Extempo, one of the leading US chatterbot companies, pleased many Web strategists (Leaverton, 2000). Almost 90% of the customers who have clicked one of its bots have chatted for more than 12 minutes. During the dialogue customers appeared to disclose precious marketing information. They responded an average of 15 times, with an average of five words per response*."

abordagem multidisciplinar: artistas, psicólogos e tecnólogos trabalhando em conjunto.[21] Isso porque, conforme explica Antonella de Angeli (2001), as interações dos indivíduos com computadores são fundamentalmente sociais e naturais, assim como as interações na vida real. Dessa forma, as mesmas regras sociais que orientam a comunicação humano-humano podem ser aplicadas nas interação humano-computador:

> Assim, os mesmos instrumentos usados pelos psicólogos para medir a força das relações interpessoais podem ser aplicados de forma confiável aos agentes sociais. Em nossa opinião, o limite da equação da mídia pode ser identificado em sua generalidade: aplica-se a todas as pessoas e a todos os meios de comunicação (De Angeli et al, 1999). Nesta visão, o comportamento social abrange qualquer troca de significado entre usuários e computadores. A suposição gera um paradoxo: todo ato instrumental (como empurrar uma chave) é também um ato social (como cumprimentar um amigo). Levando a equação de mídia a níveis extremos, surge o problema de saber diferenciar computadores de usuários, instrumentos de agentes e agentes de amigos. Recentemente, os mesmos autores têm moderado a equação inicial, alegando que a interação homem-computador e a comunicação mediada por computador não são idênticos (Morkes et al., 1999). Em outras partes (De Angeli et al, 1999, De Angeli et al, in press), fornecemos algumas evidências que sustentam a ideia de que os agentes sociais são entidades peculiares: nem seres humanos nem máquinas.[22] (DE ANGELI *et al*, 2001, p. 3).

Com a evolução dos estudos de Inteligência Artificial aplicadas aos robôs destinados a interagir via plataformas *online* de conversação, é possível notar um movimento que acaba por transcender o uso dos *bots* como meras plataformas de serviços de atendimento ao consumidor e os utilizar como meios de estreitar a relação marca-

21 Tradução livre de "*Affective agents that can set up meaningful relationships with consumers while satisfying functional demands and aesthetic experience. This goal requires a multidisciplinary approach: artists, psychologists and technologists working together*"

22 Tradução livre de "*Hence, the same instruments used by psychologists to measure the strength of interpersonal relationships can reliably be applied to social agents. In our opinion, the limit of the media equation can be identified in its generality: it applies to everyone and to all media (De Angeli et al, 1999). In this view, social behavior encompasses any exchange of meaning between users and computers. The assumption generates a paradox: every instrumental act (like pushing a key) is also a social act (like greeting a friend). Taking the media equation to extremes poses the problem of differentiating computers from users, instruments from agents, and agents from friends. Recently, the same authors have moderated the initial equation, claiming that HCI and CMC (Computer-Mediated Communication) are not identical (Morkes et al. 1999). Elsewhere (De Angeli et al, 1999; De Angeli et al, in press) we have provided some evidences supporting the idea that social agents are peculiar entities: neither humans nor machines.*"

público pelo simples diálogo amigável. Míticas Lisboa, CEO da Hive, publicadora e desenvolvedora de games e tecnologias digitais e empresa especializada em marketing digital, defende que os *chatbots* atuais são muito mais sofisticados do que sistemas de *chat* de atendimento em websites que existem há alguns anos no mercado:

> Apesar de novos aplicativos em geral sofrerem para disputar espaço na tela do seu dispositivo móvel, os aplicativos de mensagens estão em franca ascensão e são usados por mais de 2 bilhões de pessoas no planeta. E é aí que os *chatbots* ganham relevância. Os *chatbots* estão rapidamente ganhando território no mundo em aplicações diversas. (LISBOA, 2016).

Para Perez e Bairon (2002), as novas mídias têm um valor primordial em curto prazo, principalmente em se tratando de marketing, pois elas permitem uma enorme inovação tecnológica e diferenciação frente ao mercado e seus concorrentes. Para esses autores, uma empresa que se destaca como pioneira na utilização de novas mídias no meio digital, com certeza sai a frente no processo de comunicação, pois por esse material ser interativo, ele possibilita um maior entrosamento do consumidor com o produto ou serviço.

Assim, o uso adequado do *chatbots* pode construir laços de lealdade e confiança com base em uma história compartilhada de serviços e interações sociais. Por outro lado, os opositores argumentam que a humanização da interface poderia dificultar a interação computador-homem na medida que podem estimular um modelo falso da interação, induzindo o usuário a atribuir a agentes sociais outras características humanas que estes, na verdade, não possuem. Como resultado, a troca de informações poderia ser seriamente comprometida[23] (DE ANGELI et al, 2001).

23 Tradução livre de "*Hence, social agents are expected to support many cognitive functions of the user, such as problem solving, learning and understanding. Following this assumption, one may expect that social agents will be highly successful in the e ¬ market. Indeed, they may build bonds of loyalty and trust based on a shared history of services and social interactions. On the e other hand, opponents argue that humanizing the interface could hamper HCI. Indeed, social agents may stimulate a false mental model of the interaction, inducing the user to ascribe to social agents other human like features that they do not possess. As a result, the information exchange could be seriously impeded*."

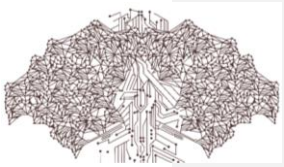
Sobre a viabilidade de atender os consumidores através de aplicações de conversas *online*, em 2016, pesquisa realizada pela *Opinion Box*[24], constatou que 55% dos entrevistados já listam aplicativos de mensagens instantânea e 44% o *chat online* como canais utilizados no dia a dia para conversar com empresas. Outro dado relevante foi que 40% dos entrevistados preferem se comunicar com as empresas por texto e 70% afirmam que estão dispostos a se comunicar com as empresas através do WhatsApp ou do Facebook Messenger. Outra pesquisa, agora realizada pela *AppsFlyer*, apontou que, no Brasil, a cada dois apps instalados em aparelhos com o sistema operacional *Android*, um é desinstalado. Assim, aplicativos específicos para interação com as empresas são preteridos a favor de outros já utilizados cotidianamente pelos usuários, como Facebook Messenger.

Corroborando com essas pesquisas, em abril de 2016, o Facebook, abriu a possibilidade de utilização de aplicativos (*apps*) voltados para o utilização de *chatbots* em sua plataforma de conversação Messenger. Na página destinada a desenvolvedores de conteúdo[25], o Facebook disponibilizou alguns documentos que orientam os interessados acerca da metodologia necessária para desenvolver um *chatbot* dentro do Messenger. Primeiramente, importa ter ciência que não há *chatbots* nativos ao Facebook. Esse site de rede social possibilita que determinados tipos de aplicativos possam ser criados e instalados na rede. Assim, no caso dos *chatbots*, deverá ser desenvolvido um aplicativo (*app*) específico para esse fim, com programação própria, e esse *app* será submetido para aprovação pelo Facebook. Uma vez aprovado, o *chatbot* pode ser instalado no Messenger da página da empresa na rede social.

Por terem sido lançados há pouco mais de um ano, ainda não é possível mensurar os efeitos das programações de *chatbots* aplicadas às marcas via Messenger. Contudo, a simples possibilidade de usar um *bot* em uma rede social como o Facebook fez com que

24 4 pesquisas sobre *chatbots* que mostram a força da tendência. Disponível em http://chatbotsbrasil.take.net/4-pesquisas-sobre-chatbots/. Acesso em 22 mai 2017.

25 Facebook for Developers. Disponível em https://developers.facebook.com. Acesso em 19 mai 2017.



essa tecnologia tomasse grandes proporções (PACETE, 2016)[26]. O CEO *Mobile Content* da Movile, Paulo Curio, defende que esses *chatbots*

> trazem duas vantagens para as marcas, a primeira é da contextualização, ele permite que uma conversa se torne o mais próximo de algo real. A segunda é a conveniência, sem precisar baixar um aplicativo, a pessoa pode pedir uma pizza, chamar um carro, comprar um produto ou resolver um problema na conta. Os aplicativos representam o que temos de mais *premium*, porém, os *chatbots* simplificam o processo, vejo as duas tecnologias como complementares. (CURIO, 2016)

Com o anúncio do lançamento dos *chatbots* para Messenger, Cristina Cruz (2016) analisou os impactos dessa ferramenta nas interações marca-consumidor de maneira promissora. Ela afirma que, segundo informações do Facebook, mais de 900 milhões de pessoas usam o WhatsApp e mais de 700 milhões usam o Messenger por mês. Em assim sendo, as duas plataformas, que pertencem ao mesmo grupo empresarial, processam mais de 60 bilhões de mensagens ao mês. Dessa forma, a especialista defende que o uso de *chatbot* é uma realidade aplicável no mundo digital, já que as pessoas preferem digitar a falar, tornando o atendimento mais fácil por parte das empresas. Contudo, ela destaca a necessidade de programar esse *bot* de maneira humanizada e adequada a fim de gerar boa relação com o consumidor:

> Atendê-lo da melhor forma possível para que ele fale bem de você, da sua marca ou do seu negócio é uma busca incansável nos dias de hoje. Por isso, entregar a ele uma jornada mais humanizada fará toda a diferença e nisso os *chatbots* podem ser os parceiros ideais, pois eles realizam as tarefas operacionais enquanto a equipe tem tempo para entregar ao cliente o que ele realmente quer. Esses *bots* podem ser programados para saber, somente pelo nome do usuário, o histórico de compras da pessoa ou de reclamações. Assim, você já oferece um atendimento diferenciado para que o cliente fique satisfeito com seus serviços. (CRUZ, 2016)

Poucos meses depois do anúncio da possibilidade de implementação de *chatbots* no Messenger, a Motoboy.com, startup brasileira que disponibiliza serviço de entrega

26 Os *chatbots* vão humanizar as marcas? Disponível em http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/07/29/os-chabots-vao-humanizar-as-marcas.html. Acesso em 13 mai 2017.

rápida, foi a primeira empresa no Brasil a ter a nova ferramenta aprovada pelo Facebook: através de seu *chatbot* no Messenger, foi aberto novo canal para solicitação de orçamento ou mesmo para fazer um pedido de entrega rápida.[27]

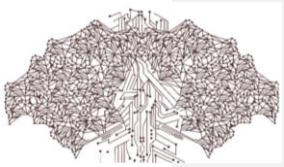
Como visto, nesse movimento de estreitamento de vínculos é possível perceber a tentativa de certas marcas, ainda que de maneira incipiente, em utilizar o *chatbot* do Facebook como ferramenta onde a *persona* da marca revela-se de forma mais ampla que as meras interações via engajamento de postagens. Colocar um *bot* representando e externando a *persona* da marca faz com que o consumidor passe a enxergar aquela interação de forma mais próxima e promove, de maneira natural, o processo de humanização daquela marca. Assim, da mesma forma que De Angeli previu há 16 anos, conversar com uma marca pode ser tão natural e real quanto conversar com qualquer amigo existente no mundo *off-line*, principalmente se esta interação ocorrer via rede social, como o Facebook.

Assim sendo, a chegada dos *bots* nas redes sociais está mudando a forma como as marcas interagem com seus consumidores. Essa ferramenta pode servir como método de humanização das marcas através da utilização de uma *persona* representativa de forma tão verossímil que o interlocutor humano acredite que está conversando com uma pessoa real.

Nesse sentido, os processos comunicacionais envolvendo inteligências artificiais vêm estabelecendo novos horizontes no que concerne ao funcionamento das futuras interações. De acordo com prospectores de tendências, essa tecnologia e seus desmembramentos, como os *chatbots*, "atuará como a identidade da marca digital e, como um grande diferenciador, se tornará uma demanda central para os investimentos e a estratégia." (OLIVEIRA, 2017).

Dessa maneira, entender o *chatbot* como ferramenta capaz de externar a personalidade da marca e ser instrumento de fortalecimento de vínculo marca-consumidor impõe relevância dentro do campo de estudos da ciberpublicidade e sua reverberação nas pesquisas relacionadas aos processos de humanização das marcas. A interatividade que o

27 Conheça o primeiro chatbot brasileiro aprovado pelo Facebook. Disponível em: https://economia.terra.com.br/conheca-o-primeiro-chatbot-brasileiro-aprovado-pelo-facebook,d3547b5abd22eb15026d3796f27898d5iy6firrp.html. Acesso em 23 jan 2018



chatbot permite faz parte desse processo. Sobre isso, SUNDAR, KIM e GAMBINO afirmam que

> "Uma marca pode tornar-se visível, interativa e instantaneamente responsiva à entrada e às necessidades do cliente. A visibilidade e a interatividade com uma marca podem ser utilizadas para construir um relacionamento pessoal com o cliente. Como a interatividade da marca na forma de comunicação foi sugerida como o link casual entre as atitudes do consumidor da marca e sua atividade (Beukeboom, Kerkhop e Vries, 2015), a linha direta de comunicação que um *chatbot* oferece aos anunciantes é uma ótima oportunidade"[28]. (SUNDAR, KIM e GAMBINO, 2017, p. 94)

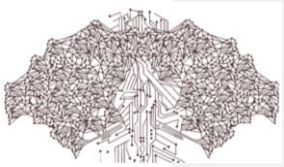
Nesse passo, uma vez definido qual o papel que a marca deseja representar, essa *persona* é posta em interação com seu público por intermédio dos meios de comunicação. *Chatbot* é uma tecnologia/meio de comunicação onde essas interações podem ocorrer analisadas. Em matéria recente, datada de 19 de outubro de 2017[29], Priscila Oliveira, colunista do portal Mundo do Marketing, especializado em Marketing e Publicidade, defende que "a Inteligência Artificial está prestes a se tornar a porta-voz digital das companhias." (OLIVEIRA, 2017).

No mesmo sentido, o portal B9, também especializado em publicidade e propaganda, publicou em 9 de outubro de 2017 matéria assinada por Agnes Guimarães Cruz. Nesta matéria são citados diversos pontos acerca de "como a inteligência artificial está reinventando a nossa ideia de marca". Dentre os pontos permeados, há o posicionamento de Rodrigo Helcher, CEO da Stilingue, empresa especialista em fornecer tecnologia para análises de redes sociais, o qual afirma que

> "não podemos deixar de citar o bom e velho Google, que virou verbo e sinônimo de 'ache, por favor, isso pra mim'. O que vemos com esse

28 Tradução livre de "*By utilizing this technology, a brand can make itself vicible and interactive, and instantly responsive to the inputs and needs of the consumer. Visibility and interactivity with a brand can be utilized to build a personal relationship with the consumer. As brand interactivity in the form of communication has been suggested as the casual link between consumer brand attitudes and activity (Beukeboom, Kerkhop e Vries, 2015), the direct line of communication that a chatbot affords advertises is a great opportunity.*"

29 Inteligência Artificial é a nova identidade de marca. Disponível em http://edeal.com.br/inteligencia-artificial-e-a-nova-identidade-de-marca/. Acesso em 15 de jan de 2018.



> movimento da Amazon [controle de voz Alexa Echo] é uma continuação deste processo, com uma dose mais carregada de tecnologia e acessórios que começam a ocupar nossas casas. A marca é então promovida ao papel de um verdadeiro assistente. No fim, é de fato uma nova relação, mais evoluída, de marca-consumidor" (HELCHER *apud* CRUZ, 2017)

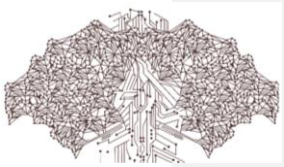
Pelo exposto, é possível perceber que a popularização dos *bots* através de sua aplicação em aplicativos de conversação instantânea é uma ferramenta que pode ter seu uso aplicado a ações de marketing e publicidade, ampliando sua utilização para além de serviços de atendimento ao consumidor e sendo absorvido como ferramenta por profissionais da área de comunicação. Para tanto, a apropriada aplicação das técnicas de humanização das marcas e a manifestação de sua *persona* no ambiente digital podem ser instrumentos facilitadores das interações consumidor-marca intermediadas por chatbots.

Considerações Finais

Apesar de recente no Facebook, os *bot* são uma tecnologia utilizada desde meados dos anos 90[30] e em sua grande maioria tinha uma programação voltada para os serviços de atendimento ao consumidor (SAC's). Com a evolução tecnológica e sua disponibilização nas redes sociais, essas plataformas estão cada vez mais acessíveis às empresas e aos consumidores. Dentro desse panorama, utilizar a tecnologia de *chatbot* apenas como mais um canal de atendimento ao consumidor, como fez a Motoboy.com, seria subutilizar do potencial de interação que esta ferramenta dispõe. De fato, é possível notar um movimento de reinvenção desse serviço a fim de transcender o uso dos *bots* como meras plataformas de SAC's e os utilizar como meios de estreitar a relação marca-público. É possível criar uma *persona* representativa da marca de forma tão verossímil e colocá-la para interagir com o usuário para além da solução de certos problemas de consumo e transportar a tecnologia para o âmbito de ações publicitárias.

Ganhando popularidade nos últimos anos, o uso diversificado de *chatbots* pode agregar diversos benefícios tanto para as empresas quanto para o público, principalmente em termos publicitários. Considerando que os robôs de conversação visam simular a

30 Aprenda a criar um chatbot no Facebook Messenger para a sua empresa. Disponível em http://marketingdeconteudo.com/facebook-messenger-chatbot/. Acesso em 23 jan 2018.



interação humano-humano e quanto mais próxima da representação humana, mais dinâmica e crível é a conversa, é viável ponderar que o sucesso das ações de marketing que utilizem essa tecnologia demandam um planejamento adequado a fim de que sejam combinadas com outras manifestações midiáticas da marca no que concerne a definição de sua persona.

Crer, portanto, na existência de uma personalidade da marca é um dos requisitos que podem contribuir para o sucesso da interação das organizações com seus consumidores via *chatbot*. Colocar a marca para conversar com o público através de um robô previamente programado para tal pode ser estratégia a ser utilizada no processo de humanização das marcas na medida em que a interação pode acontecer de maneira instantânea, dinâmica e natural. Para tanto, é preciso que essa marca tenha clareza de como ela quer se mostrar para o público. Uma vez bem definida a personalidade identitária da marca, o que inclui ações diversas fora e dentro do ambiente virtual, é possível programar de forma adequada um *bot* para que ele possa se fazer passar por uma marca humanizada capaz de interagir em uma conversa aberta com o consumidor.

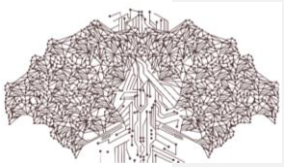
Como que o mercado publicitário se comportará diante dessas possibilidades de uso dos *chatbot*s nas redes sociais ainda não é possível afirmar, mas o que especialistas em marketing digital apontam, conforme citado nesse trabalho, é que a popularização dos *bots* abriu um novo leque de possibilidades criativas. Cabe aguardar e ver como essa tecnologia pode ser melhor explorada em aplicações combinadas com outras técnicas publicitárias, como os processos de humanização das marcas e as narrativas aqui exemplificados.

Referências bibliográficas

AAKER, Jennifer. Dimensions of brand personality. **Journal of Marketing Research**, v.34, n.3, p.347-356. 1997.

Aprenda a criar um chatbot no Facebook Messenger para a sua empresa. Disponível em http://marketingdeconteudo.com/facebook-messenger-chatbot/. Acesso em 23 jan 2018.

AZAMBUJA, Vanessa Acosta. MECCA, Marlei Salete. Os componentes da identidade de marca de Gramado/Brasil que geram sua imagem de "destino turístico modelo" e os relacionamentos da marca com os stakeholders internos. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, 11(1), pp. 1-18, jan./abr. 2017.



Conheça o primeiro chatbot brasileiro aprovado pelo Facebook. Disponível em: https://economia.terra.com.br/conheca-o-primeiro-chatbot-brasileiro-aprovado-pelo-facebook,d3547b5abd22eb15026d3796f27898d5iy6firrp.html. Acesso em 23 jan 2018

COVALESKI, Rogério. O Discurso do Consumidor e a Réplica do Anunciante. In. **Ciberpublicidade. Discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática**, 1ª Ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2014.

CRUZ, Agnes Guimarães. **Como a inteligência artificial está reinventando a nossa ideia de marca**. Disponível em http://www.b9.com.br/78918/como-a-inteligencia-artificial-esta-reinventando-a-nossa-ideia-de-marca/. Acesso em 15 de jan de 2018.

CRUZ, Cristina. **Chatbots: os benefícios da interação inteligente com clientes**. Disponível em https://blog.algartelecom.com.br/tecnologia/chatbots-os-beneficios-da-interacao-inteligente-com-clientes/. Acesso em 14 mai 2017.

DE ANGELI, Antonella. JOHNSON, Graham. COVENTRY, Lynne. The unfriendly user: exploring social reactions to chatterbots. **Proceedings of The International Conference on Affective Human Factors Design**, Asean Academic Press. London, 2001.

DE ANGELI, Antonella. LYNCH, Paula. JOHNSON, Graham. Personifying the e-market: a framework for social agents. **Proceedings of Interact,** 2001. 9-11 de Julho, Tokyo.

DREHER, Felipe. **Uso de bots já revoluciona atendimento aos clientes**. Disponível em http://cio.com.br/tecnologia/2016/05/31/uso-de-bots-ja-revoluciona-atendimento-aos-clientes/. Acesso em 15 mai 2017.

Facebook for Developers. Disponível em https://developers.facebook.com. Acesso em 19 mai 2017.

GIANNINI, Luciano. Comunicação e Relacionamento: a criação de personas para atuação de instituições públicas em redes sociais digitais. In. **Temática**. Ano XII, n. 11. João Pessoa, 2016

GOFFMAN, Erwin. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1975.

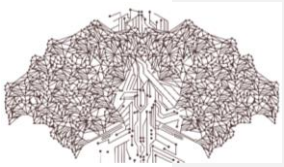
GOFFMAN, Erving. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. Petrópolis: Ed Vozes, 2011.

IBGE. **Acesso à Internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**. Disponível em ftp://ftp.ibge.gov.br/Acesso_a_internet_e_posse_celular/2005/Internet/ Acesso em 27 abr 2017.

Interactive Advertising Bureau – IAB. Disponível em <http://iabbrasil.net/guias-e-pesquisas/mercado/numeros-de-investimento-em-midia-online-2015-2016---adspend-brasil>. Acesso em 27 set 2017.

LAVEN, Simon. **The simon laven page**. 2017. Disponível em: http://www.simonlaven.com/. Acesso em 13 mai 2017.

MARK, Margaret. PEARSON, Carol. **O herói e o fora-da-Lei**. São Paulo: Cultrix, 2001.



Messenger Platform at F8. Disponível em http://newsroom.fb.com/news/2016/04/messenger-platform-at-f8/ Acesso em 23 jan 2018.

NUNES, Fabio Oliveira. **Chatbots e mimetismo: uma conversa entre humanos, robôs e artistas**. In: ARTECH - 6th International Conference on Digital Arts crossing digital boundaries, November 8-9 2012, Faro, University of Algarve, Portugal., 2012, Faro, Portugal.. Proceedings of 6th Internacional Conference on Digital Arts. Faro, Portugal: Grupo Português de Computação Gráfica e Artech Internacional, 2012. v. 01. p. 89-96.

OLIVEIRA, Priscila. **Inteligência Artificial é a nova identidade de marca**. Disponível em http://edeal.com.br/inteligencia-artificial-e-a-nova-identidade-de-marca/. Acesso em 15 de jan de 2018.

PACETE, Luiz Gustavo. **Os chatbots vão humanizar as marcas?** Disponível em http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/07/29/os-chabots-vao-humanizar-as-marcas.html. Acesso em 13 mai 2017.

PEREZ, Clotilde. BAIRON, Sérgio. Redes sociais digitais & Publicidade: semânticas possíveis. In. **Ciberpublicidade. Discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática,** 1ª Ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2014.

POLIVANOV, Beatriz. Personas no Facebook: Percepções sobre (Des)encaixes entre Selves On e Offline. **4º Congresso Internacional em Comunicação e Consumo.** COMUNICON 2014. São Paulo, 2014

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: **Interações em rede**, Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: Alex Primo. (Org.). **Interações em Rede,** 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2013, v. 1, p. 51-70.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

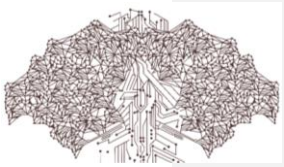
RODRIGUES, Rodrigo Lins. **Chatterbot: agente Inteligente Simulador de Linguagem Natural Aplicado a Educação**. Campina Grande, 2009.

RUSSELL, Stuart J. NORVIG, Peter. **Artificial intelligence: a modern approach.** New Jersey: Prentice Hall, 1995.

STEPHANE, Kelly. **4 pesquisas sobre chatbots que mostram a força da tendência**. Disponível em http://chatbotsbrasil.take.net/4-pesquisas-sobre-chatbots/. Acesso em 22 mai 2017.

SUNDAR, Shyam. KIM, Jinyoung. GAMBINO, Andrew. Using theory of interactive media effects (TIME) to analyze digital advertising. **Digital Advertising: theory and research**. New York, NY: Routledge, 2017, p. 86-109

The Statics Portal. **Most famous social network sites worldwide as of April 2017, ranked by number of active users (in millions)**. Disponível em https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/. Acesso em 19 mai 2017



TURCHI, Sandra. **Persona da Marca: Parte Importante da Estratégia nas Mídias Sociais**. Disponível em: http://ecommercenews.com.br/artigos/cases/persona-da-marca-parte-importante-da-estrategia-nas-midias-sociais acesso em 27/04/2017.

VITOR, Rhaissa. CABRAL, Adilson. O Facebook como foco de oportunidade de brand experience. In. **Ciberpublicidade. Discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática**, 1ª Ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

A INCORPORAÇÃO DA FORMAÇÃO EM JORNALISMO DE DADOS NAS ESCOLAS DE JORNALISMO: O CASO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS[1]

Jéssica Bazzo[2]; Claudomilson Fernandes Braga[3], Dalton Lopes Martins[4]

RESUMO

O presente trabalho propõe analisar como se deu o processo de incorporação da disciplina Jornalismo de Dados no curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG). A abordagem metodológica deste trabalho é qualitativa, com realização de entrevistas e análise documental, com referência na perspectiva bardaniana de análise de conteúdo. Consolidada em um processo histórico, e com base nas diretrizes curriculares nacionais para o Bacharelado em Jornalismo, a iniciativa da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFG em focar no digital evidencia atenção à transição midiática e tecnológica da sociedade, bem como desafios da formação de futuros profissionais, aptos a atenderem demandas de mercado, mas, principalmente, dos cidadãos brasileiros. Nesse contexto, os discentes reconheceram a importância da disciplina de Jornalismo de Dados, considerando os conhecimentos ofertados como diferencial importante para o mercado de trabalho, mas sentiram a necessidade de trabalhar de forma mais aprofundada e detida os conteúdos, e mostraram dificuldade em definir quais as aplicações próprias do Jornalismo de Dados, o que indica a necessidade de mais formação, como os mesmos notaram, mas também de atividades práticas que não estejam dissociadas do propósito de trabalhar com dados de interesse público, atividade que é parte importante do papel social do jornalista em regimes democráticos.

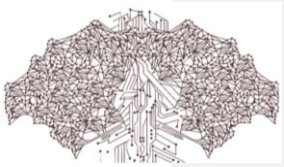
Palavras-chave: bacharelado em jornalismo; ciberjornalismo; jornalismo de dados; jornalista profissional; pesquisa em jornalismo.

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 16: Jornalismo de dados, ética da informação, *fake news* e crise dos pontos de vista centrais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora e mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás, na linha de Mídia e Cidadania. E-mail: jessicabazzo.jor@gmail.com

3 . Pesquisador e professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG) e nos cursos de Relações Públicas e Gestão da Informação da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC/UFG). É Doutor em Psicologia (PUC-GO). E-mail: milsonprof@gmail.com.

4 . Pesquisador e professor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG) e do curso de Gestão da Informação da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC/UFG). Doutor em Ciências da Informação pela ECA-USP. E-mail: dmartins@gmail.com.



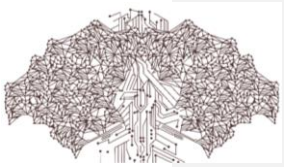
1 Introdução

As novas tecnologias de informação e comunicação têm impactado no cotidiano dos cidadãos, modificado as formas de se fazer jornalismo e aberto espaço para novos campos científicos e profissionais. Nesse contexto, tem-se o jornalismo de dados, campo emergente e com grande potencial para engendrar reportagens aprofundadas e inovadoras, capazes de dar às grandes bases de dados on-line uma forma particular de apresentação, a fim de as tornar compreensíveis ao público. Para este tipo emergente, os grandes volumes de dados assumem o papel de protagonistas, podendo ser a "fonte do jornalismo de dados, ou (...) as ferramentas com as quais uma notícia é contada" (BRADSHAW, 2014, s/n). Entre os grandes desafios do jornalista atual está, portanto, a tarefa de extrair informações relevantes destas bases ― principalmente, de bases governamentais ―, o que não é tarefa fácil, requer formação especializada e/ou trabalho em equipes multiprofissionais, e a tarefa de 'fazer os dados falarem', transformar números em informações interessantes e de fácil compreensão.

Segundo Bradshaw (2014), há 20 anos, possivelmente, o único tipo de dado com que o jornalista tinha que lidar eram números reunidos em uma tabela. Porém, no mundo digital, quase tudo pode ser descrito com números, criando novas possibilidades de extrair, tratar e apresentar dados como informações. Nesse contexto, o jornalismo de dados pode aparecer nas várias etapas do processo de produção da informação, desde a utilização de programas de computador para automatizar o trabalho de extrair e combinar dados ou para filtrar documentos, propiciando a criação de matérias mais embasadas e também atrativas, com dados que tenham relevância para o cidadão, que o informem e o aproximem da sua realidade, a exemplo de uma reportagem que o faça compreender o orçamento público.

Para Marcondes Filho (2009, p. 58), "o novo papel do jornalista neste novo século passa a ser o de ajudar os cidadãos a descobrir no que devem ou não acreditar, funcionando assim como 'autenticadores' ou 'árbitros' da opinião pública", ou seja, assume o papel de apurar e averiguar as tantas informações e notícias divulgadas no meio digital, desmentindo boatos (ou *fake news*), pois, em muitos casos, a notícia deixa de ser um produto para se tornar um serviço (MARCONDES FILHO, 2009, p. 59).

Segundo Marcondes Filho (2009), a convergência para o meio on-line é cada vez mais observável e, influenciados pela internet, os meios tradicionais estão em constante adaptação para recuperar sua credibilidade e falar mais diretamente com os cidadãos.



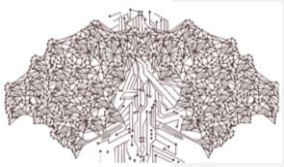
> Em nítido contraste com a falência da imprensa escrita em resgatar interesse público nos cidadãos, na *web* o jornalismo tem se mostrado mais sério e mesmo os *blogs* têm colaborado e não apenas atrapalhado o trabalho dos profissionais da imprensa, no sentido de as tecnologias proporcionarem a reconexão com as audiências. As audiências voltaram, agora, por efeito da ação da *net* em cativar novamente o público, para assuntos de interesse maior que seu próprio umbigo (MARCONDES FILHO, 2009, p. 59).

A fim de que o jornalista enquanto comunicador tenha como preceito a divulgação de informações e a produção de comunicação com propósitos cidadãos, faz-se necessário dar atenção à academia, local em que este profissional é formado, e prepará-lo para esta missão de comunicar ao cidadão, favorecer um resgate do interesse público nas notícias, e promover de fato a consciência de que comunicação e informação são direitos de todos. De acordo com Caldas (2005, p. 88), o resgate do "sentido público da informação" é uma "responsabilidade social do comunicador" e está ligado diretamente à cidadania e a ética.

> O poder do comunicador de fazer e desfazer contextos, de montar e desmontar realidades não pode prevalecer. É preciso recuperar a ética dos indivíduos, dos profissionais, das instituições, do cidadão. Resgatar o sentido público da informação e da responsabilidade social do comunicador.

É a partir da formação do jornalista de uma maneira plural, cidadã e humanista para informar que o conhecimento será compartilhado para empoderamento e como direito do cidadão. O "jornalismo é serviço, mas não apenas, é também formação e reflexão", como argumenta Caldas (2005, p. 100), pois "fazer jornalismo é ter consciência social do papel de formador de opinião pública" (p. 98) e o jornalista "não pode abrir mão de sua função educativa para formar cidadãos de forma ética" (p. 97).

Para Martins (2017, p. 305), além do desafio ético, no "contexto ciber", há também um desafio que é técnico-profissional, e "a formação de profissionais e pesquisadores (...) se modifica e se complexifica". Segundo o mesmo autor, é preciso refletir, efetivar ações e qualificar profissionais de comunicação, pois o jornalismo já é "ciber", o que falta é reação e renovação, visto que, quando se trata da atuação profissional no mundo conectado, não basta escrever e dominar técnicas jornalísticas, é preciso avançar, dominar conhecimentos da informática, compreender e estar atento às formas com que as pessoas se informam e desenvolver um olhar macro. O jornalista que atua nos meios digitais, ou conforme Martins define, nos "cibermeios", deve ser um profissional amplo, usar de criatividade e inovação, usar olhar analítico antes de



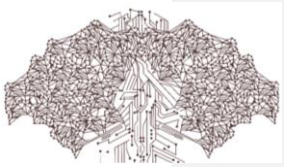
transmitir as informações, filtrar, organizar e produzir notícia de qualidade, de valor, que cumpra os princípios éticos e o compromisso democrático, social e humanista do jornalismo.

> O processo de qualificação dos profissionais impõe, necessariamente, a preparação para o processo de pesquisa, principalmente para o desenvolvimento de novas formas do fazer jornalístico. Na formação dos jornalistas é importante não reproduzir velhas técnicas, mas desenvolver, produzir, criar novas técnicas, novas possibilidades do fazer jornalístico. E isso se impõe também na formação, na qualificação dos pesquisadores no âmbito da pós-graduação. (MARTINS, 2017, p. 306)

Conforme o supracitado autor, os estudos de jornalismo se desenvolveram muito nas últimas duas décadas, qualitativa e quantitativamente, e a continuidade destas pesquisas são fundamentais para a formação qualificada dos estudantes, entretanto, ressalta que o digital precisa de uma melhor atenção das faculdades, visto que "estar qualificado para a produção ciberjornalística requer conhecimento amplo de informática, base de dados, edição de vídeo, áudio e tantos outros recursos" (MARTINS, 2017, p. 312).

O jornalismo precisa se adaptar continuamente às características do ambiente digital, e, tendo isso em conta, o Ministério da Educação (MEC), juntamente com uma comissão formada por professores com vasta experiência na área, estabelece as diretrizes curriculares da graduação superior em jornalismo, homologadas pelo MEC em 2013 e implementadas em 2015. Na ocasião, o curso superior que forma o jornalista deixou de ser uma habilitação do bacharel em Comunicação Social e se autonomizou como Bacharelado em Jornalismo. A Resolução nº 1 de 27 de setembro de 2013 preconiza mudanças importantes na formação e elaboração do Projeto Político Pedagógico (PPP), uma das quais orienta as instituições a ampliar e diversificar a atuação profissional em novos campos, projetando a função social de sua profissão em contextos ainda não delineados no presente; preparar profissionais para atuar num contexto de mutação tecnológica constante, no qual, além de dominar as técnicas e as ferramentas contemporâneas, é preciso conhecer seus princípios e as transformar de acordo com as exigências presentes; ter como horizonte profissional um ambiente de convergência tecnológica, no qual o jornalismo feito para meio impresso, embora conserve sua importância no conjunto midiático, não seja a sua espinha dorsal, e não mais dite as referências da profissão.

O Jornalismo de Dados une novos formatos tecnológicos e propósitos da cidadania, pelas suas pautas, pela forma de produzir as matérias, encaixando-se nas recomendações das novas diretrizes curriculares para o Bacharelado em Jornalismo, que, de acordo com o seu artigo 5º, especifica que "o concluinte do curso de Jornalismo deve estar apto para o desempenho



profissional de jornalista, com formação acadêmica generalista, humanista, crítica, ética e reflexiva, capacitando-o, dessa forma, a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania".

Para Martins (2017), a cultura profissional do jornalismo deve ser repensada, pois o jornalista é em si um profissional complexo. Ainda que na formação universitária seja reforçada a defesa da democracia, dos Direitos Humanos, do interesse público, a graduação precisa ser mais abrangente, principalmente no caso do jornalista em tempos de internet, que está dentro de uma verdadeira zona de "bombardeio de informações", e o profissional precisa cumprir uma função social e facilitar a compreensão da sociedade sobre o contexto em que estão inseridos, cabendo ao jornalista filtrar, organizar, e dar sentido às informações de interesse público.

Se o assunto é a formação do jornalista, portanto, é necessário ir à base da construção profissional e investigar de que maneira as universidades estão incorporando (ou não) a formação em Jornalismo em Dados. A ideia aqui não seria descobrir se isso já se encontra como uma formação explícita nos cursos, e sim procurar como esse campo emergente de pesquisa para a área vem sendo absorvido pelos cursos de graduação, procurando inclusive enumerar as estratégias que utilizam: criando disciplinas obrigatórias ou eletivas, criando cursos de pós-graduação, organizando eventos e atividades de extensão, ou simplesmente não fazendo nada, ignorando as tendências, etc.

Para responder tal pergunta, de maneira inicial foi realizada pesquisa exploratória na Universidade Federal de Goiás (UFG), pois a instituição incorporou o jornalismo de dados como disciplina de núcleo livre no segundo semestre de 2014 para os cursos de Jornalismo e Gestão da Informação, por iniciativa de professores, que viram no jornalismo de dados o potencial de desenvolver análises para o trabalho de jornalismo investigativo, que já vinha sendo desenvolvido. A oferta da disciplina se deu pela experimentação de uma linguagem mais analítica com estudantes de jornalismo, e os professores se perguntaram: Que desafios iriam aparecer? Que narrativas teríamos de produzir? Qual o nível de conhecimento desses estudantes? O que apresentar e em que sequência?

A ementa da disciplina propõe uma introdução ao jornalismo de dados e exemplos de aplicação, fontes de informação e mapas de conhecimento, os estudantes foram também instruídos para utilizar o Tableau (software de visualização de dados), e demais conteúdos de jornalismo interpretativo e investigativo. Conforme os professores, cerca de 30 alunos participaram, obtendo médias entre 8,5 e 10.

A oferta da disciplina se justificou com base no pressuposto de que a socialização mediada por tecnologias digitais tem ocupado cada vez mais espaço na sociedade, portanto, dominar técnicas e métodos de análise e visualização de dados se torna fundamental para profissões que

visam a função social de comunicação. Além disso, os docentes reconhecem que há um enorme déficit desse tipo de conhecimento nas graduações e que, em parte, isso se deve ao fato de que esse déficit também está na formação dos professores. Para eles, é necessário criar alternativas a essa formação, pois se os profissionais dominarem essas técnicas terão maior facilidade de se recolocar em um mercado altamente dinâmico como o da comunicação. Além dos professores, foram entrevistados a atual direção da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC/UFG), a coordenação do curso de jornalismo e alunos que cursaram a disciplina, no caso dos últimos, com o objetivo de identificar como foi a experiência, o que aprenderam e se estão colocando em prática o conteúdo visto.

2 Abordagem metodológica

A metodologia desta pesquisa é qualitativa, que, conforme Minayo (2001, p. 22), "aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas". A escolha de metodologia deste tipo se justifica pela natureza e tamanho dos dados analisados, os quais se referem a um caso específico.

Foram analisados o Projeto Político Pedagógico e a Matriz Curricular do curso de Bacharelado em Jornalismo da UFG, o que dá também um caráter documental à presente pesquisa, pois estes são "documentos", no sentido proposto por Cellard (2008), para quem documentos são textos escritos e de caráter público.

Utilizou-se também técnicas de entrevista, a fim de compreender as perspectivas dos sujeitos envolvidos na implementação das novas diretrizes curriculares, assim como, dos sujeitos-alvo dessas ações político-educacionais e formativas. Neste caso, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas (presencialmente) e estruturadas (à distância, via e-mail, com a coordenação do curso de jornalismo), e por formulário (também à distância, via e-mail, com os estudantes). Para Marconi e Lakatos (2003, p. 195), a entrevista funciona como um instrumento para coleta de dados, ou para ajudar no diagnóstico, ou no tratamento de um problema, e, neste trabalho, será utilizada comparar opiniões relativas ao jornalismo de dados na formação do jornalista. As entrevistas foram avaliadas qualitativamente e as respostas dos entrevistados foram comparadas.

Portanto, no que se refere à análise dos dados, foram empreendidas, inicialmente, uma análise documental e, em seguida, uma segunda análise, baseada na perspectiva de Lawrence Bardin, objetivando identificar os principais conteúdos revelados na coleta das opiniões dos sujeitos. Essa análise de conteúdo reúne um conjunto de técnicas de análise visando obter, por

meio de procedimentos sistemáticos e objetivos, como a categorização de expressões-chave em entrevistas, a análise de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das mensagens.

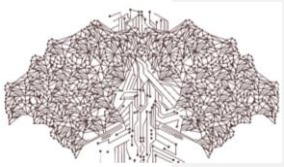
3 O bacharelado em jornalismo da Universidade Federal de Goiás

A graduação em jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG) teve início em 1º de março de 1968, é presencial, predominantemente matutina, atualmente, a forma de ingresso é via Sistema de Seleção Unificada (Sisu) do MEC, conta com carga horária de três mil horas aula (3.000h/a), distribuídas em disciplinas de núcleo comum (1.088h/a) aos cursos da área de comunicação social, núcleo específico obrigatório (1.168h/a) e específico optativo (496h/a) para o Bacharelado em Jornalismo, e disciplinas de núcleo livre (128h/a), além de atividades complementares (120h/a).

Desde 2004, o curso possui regime semestral, com um total de no mínimo oito e no máximo 14 semestres, e 50 vagas anuais autorizadas pelo Ministério da Educação (MEC). Em 2015, conseguiu nota 4 no Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade).

O Projeto Político Pedagógico atual (de dezembro de 2015) foi embasado nas novas diretrizes curriculares nacionais vigentes para os cursos de Bacharelado em Jornalismo e preconiza "o atendimento a demandas específicas, no sentido de aperfeiçoar o ensino de Jornalismo, valorizar a profissão e qualificar para o seu exercício" (p. 5). E, tendo como pressuposto a autonomia curricular, o Projeto Político Pedagógico vigente foi formulado em um trabalho conjunto dos docentes, e tem como objetivo geral: "formar profissionais de Jornalismo com competência teórica, técnica, ética e estética para atuarem em todas as linguagens jornalísticas", o que deve "garantir a autonomia da produção, seja em empresas, assessorias, consultorias e projetos de comunicação em geral" (p. 7). Quanto aos objetivos específicos, o referido documento oficial dispõe:

> a) Oferecer uma formação humanística básica na área das ciências sociais e da linguagem, efetivando a interdisciplinaridade;
> b) Formar profissionais com sólida fundamentação epistemológica em Comunicação Social e Jornalismo, a partir da integração definitiva entre teoria e prática;
> c) Estimular o compromisso profissional com os princípios democráticos, da cidadania, dos direitos humanos e da sustentabilidade;
> d) Incentivar o empreendedorismo;
> e) Possibilitar a experiência com projetos de pesquisa e extensão;



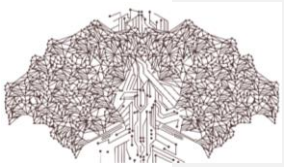
> f) Favorecer o desempenho profissional em múltiplos contextos de atuação jornalística, possibilitando a inserção profissional em contextos institucionais, políticos, geográficos e sociais. (p. 7)

Entre outros aspectos importantes, o Projeto Político Pedagógico do Bacharelado em Jornalismo da FIC/UFG orienta a formação dos jornalistas visando preparar profissionais aptos aos desafios atuais, como lidar com a grande quantidade de informação, distinguindo o discurso jornalístico dos demais e atendendo os preceitos das novas diretrizes curriculares nacionais para o Bacharelado em Jornalismo, propondo uma qualificação que estimule nos discentes a criticidade, além de lhes dar aptidão para o trabalho com diferentes ferramentas tecnológicas e mídias, respeitando os códigos de ética profissionais, formando jornalistas capazes de atuar como intelectuais, produzindo conhecimento na academia e no campo do jornalismo em geral, e como curadores de informação e agentes da cidadania, lavando ao público dados, informações e pautas de relevância, e que levem em conta a complexidade e pluralidade da sociedade brasileira atual.

3.1 A consolidação do Jornalismo de Dados na UFG

O Projeto Político Pedagógico do Bacharelado em Jornalismo reserva um espaço específico ao Jornalismo de Dados e justifica que "criar e acessar bases de dados constitui uma das inovações que as novas tecnologias da comunicação e da informação trouxeram ao Jornalismo", e que, "para suprir esse campo", "existe uma área específica denominada Jornalismo de Dados", e acrescenta que é fundamental capacitar os discentes a buscar, organizar e contextualizar dados disponíveis na internet, inserindo-os em um mercado de trabalho cada vez mais dependente de novas tecnologias.

Desde 2015, o Jornalismo de Dados é um dos temas previstos para serem ofertados como disciplina de Jornalismo Especializado, um "componente de ementa variável", que visa "atender às demandas contemporâneas de estudos e práticas da comunicação social e do jornalismo" (p. 22). Esta é uma disciplina do núcleo comum, de quatro créditos, ou 64h, sendo 32h teóricas e 32h práticas. Porém, várias práticas relativas ao jornalismo de dados foram trabalhadas antes disso. Ainda em 2006, a atuação discente voltada ao tecnológico e tratamento de dados públicos foi inserida em disciplinas como Jornalismo Investigativo, e novas técnicas de reportagem foram agregadas à Matriz Curricular, como a Reportagem com Auxílio de Computador (RAC), além da



adoção de trabalho interdisciplinar inspirado na atuação da Associação Brasileira de Jornalistas Investigativos (ABRAJI).

Em 2006 e 2007, a disciplina de Jornalismo Investigativo foi ofertada em laboratório e os graduandos tiveram acesso ao que havia de mais novo na época sobre técnicas de investigação on-line. Formou-se uma turma com foco no trabalho em laboratório e também em Jornalismo Investigativo, e dessa experiência surgiram profissionais que foram atuar no mercado empreendendo as técnicas aprendidas em sala.

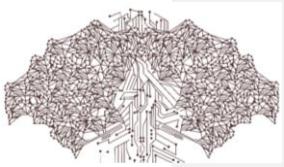
Acompanhando mudanças no cenário mundial, como a adoção de políticas de dados abertos, a Lei de Acesso à Informação (LAI), o surgimento do Wikileaks, entre outras, os cursos de jornalismo foram pressionados a preparar os futuros profissionais para lidar com este contexto. Além, disso, um aspecto do Jornalismo de Dados interessante nesse contexto é a possibilidade do seu uso contra as *fake news*, rastreando e esclarecendo o contexto das divulgações e compartilhamentos de mensagens falsas.

Historicamente, outro fator que influenciou o estabelecimento do Jornalismo de Dados como disciplina na UFG foi a abertura do curso da Gestão da Informação, que possibilitou a aproximação entre docentes de diferentes áreas do conhecimento e a partilha de técnicas de tratamento e mineração de dados por meio de softwares.

A implantação das novas diretrizes curriculares em 2015 veio, portanto, a fortalecer um trabalho que desde 2004 já ganhava forma na Instituição, consolidando a área, a atuação docente e possibilitando que o curso caminhasse rumo a uma linha de pesquisa e atuação que vai se mostrando cada vez mais de grande importância na formação profissional.

De acordo com a direção da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG, o grande desafio para introduzir o Jornalismo de Dados na graduação está em articular a mineração de dados, a análise de dados e a narrativa da informação, pois não basta ensinar apenas a acessar portais de transparência do governo e técnicas estatísticas de tratamento de dados socioeconômicos, faz-se necessário tornar estes dados narrativas atraentes, que levem à população informações publicamente relevantes, que tenham impacto na vida das pessoas, contemplando discussões sobre política, economia, violência, saúde, entre tantos outros temas de importância pública.

3.2 As novas diretrizes curriculares e a disciplina Jornalismo de dados na opinião da Coordenação do Bacharelado em Jornalismo da FIC/UFG



Os processos de elaboração da Matriz Curricular e do Projeto Político Pedagógico foram conduzidos dentro de um conceito democrático, utilizando-se de fóruns coletivos para discussão e deliberação. Como estratégia para fortalecer o digital e atender um dos pontos importantes das novas diretrizes, uma série de disciplinas foram previstas, como por exemplo: Produção em áudio, Cibercultura, Jornalismo em web, Jornalismo em TV, Jornalismo em Rádio, Práticas de Extensão, Laboratório Integrado, dentre outras.

Sobre a incorporação do Jornalismo de Dados no curso, a princípio, a disciplina foi ofertada em virtude da disponibilidade de um professor da Faculdade de Informação e Comunicação (não vinculado ao Curso de Jornalismo) para a ofertar, visto que conforme a coordenação do curso, o quadro atual de docentes não possui docente com formação para ministrar uma disciplina Jornalismo de Dados. Como esta faz parte da Matriz Curricular como disciplina de Jornalismo Especializado, que tem ementa contextual e variável, uma nova oferta ocorrerá caso algum docente capacitado venha a propor a mesma.

Em entrevista realizada, a coordenação do curso de jornalismo concordou que saber trabalhar com dados é um dos pilares da formação de um jornalista e que sem dominar os instrumentos e técnicas atualmente disponíveis para se trabalhar com dados, certamente, o jornalista terá problemas com a apuração das notícias, no contexto digital, particularmente, esta é uma formação que deve ser considerada em sério.

Não só como disciplina prevista na Matriz Curricular, a coordenação do curso pontua que o Jornalismo de Dados é trabalhado transversalmente em diversas outras disciplinas, a exemplo de Produção do Texto Jornalístico (I e II), na grade de Jornalismo em TV I e II, Jornalismo em Rádio, Jornalismo Impresso, Jornalismo na Web, Jornalismo Especializado - Jornalismo Investigativo, e tantas outras que envolvem produção jornalística, bem como nos Trabalhos de Conclusão de Curso, especialmente os Projetos Experimentais.

3.3 A disciplina de Jornalismo de Dados na perspectiva de graduandos

Para saber como os estudantes receberam a disciplina de Jornalismo de Dados, optou-se como estratégia metodológica o envio de formulários estruturados via e-mail para os 9 (nove) graduandos que cursaram a disciplina, ofertada como “disciplina de inverno”, em julho de 2017. Dos 9 convidados a participar da pesquisa, 3 alunos responderam (33%). Os estudantes respondentes se identificaram como alunos do 7º, 8º e 10º período e apontaram como motivação para cursar a disciplina a curiosidade, e porque gostariam de conhecer a área. Quando perguntados se a disciplina atendeu às expectativas, se todo o conteúdo visto foi relevante e suficiente, todos

os respondentes concordaram que por se tratar de uma disciplina de inverno o período foi curto e que gostariam que mais tempo para "absorver" as informações; e, em relação à didática empreendida, os discentes aprovaram. Conforme o entrevistado aqui chamado de Estudante 1, a disciplina "superou as expectativas, uma vez que, a partir de métodos e ferramentas acessíveis, é possível aprofundar em temas e entregar visualizações interessantes jornalisticamente". Outro resultado interessante é que todos os respondentes já utilizaram técnicas aprendidas na disciplina na prática profissional ou acadêmica em outras disciplinas.

Duas perguntas cujas respostas chamaram a atenção serão transcritas abaixo na íntegra, a fim de que possam ser analisadas em maior profundidade. A primeira delas: Você considera importante ter uma disciplina de jornalismo de dados na graduação? Por quê?

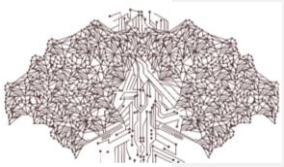
> **Estudante 1:** Fundamental, porque dá base e método para investigação e aprofundamento para pautas.
> **Estudante 2:** Sim, pra mim os dados são o futuro do jornalismo. Jornalista que não consegue lidar com dados fornecidos digitalmente não vai conseguir emprego.
> **Estudante 3:** Sim. É uma área inovadora para o mercado de trabalho e possibilita o jornalista ter mais possibilidades de construir sua carreira.

Observa-se, pelas respostas dos alunos, que eles consideram a disciplina importante, principalmente pelo foco no mercado de trabalho e pensando na atuação profissional, em segundo lugar, porque veem o Jornalismo de Dados como campo promissor e emergente, o que pode ser observado quando um dos estudantes entrevistados afirma que "os dados são o futuro do jornalismo", e, em terceiro, a avaliação de que a disciplina é importante, porque pode melhorar o trabalho jornalístico, fornecendo um "método para investigação e aprofundamento para pautas".

A segunda pergunta, cujas respostas nos dão dicas sobre a compreensão deles sobre o jornalismo de dados foi: Com base no conteúdo visto, para você, o que é Jornalismo de Dados?

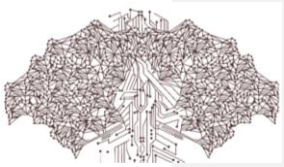
> **Estudante 1:** É a produção jornalística que parte ou conclui seu conteúdo a partir da coleta, processamento e visualização de uma grande quantidade de dados.
> **Estudante 2:** Jornalismo de dados pra mim é aprender a criar uma narrativa a partir de dados fornecidos em grandes quantidades. É uma maneira de síntese e de criação de novas formas de visualização.
> **Estudante 3:** Análise de dados, recortes de informações específicas.

Quando questionados sobre sua compreensão do que é Jornalismo de Dados, apenas os Estudantes 1 e 2 souberam responder de maneira abrangente, levando em consideração os



seguintes aspectos: coleta e processamento de dados, criação de narrativa e visualização de dados. O Estudante 3 apenas enumerou análises e recortes de informações específicas. Considerados dois de três, sugere-se que, de maneira geral, os estudantes sabem descrever com precisão o que é Jornalismo de Dados, mas, para alguns, a compreensão pode ainda melhorar, pois esta não deve ser simplificada a um dos elementos do Jornalismo de Dados. Contudo, outro fator a ser considerado é que, respondendo formulários on-line, geralmente, os respondentes costumam ser mais 'econômicos' em suas respostas.

Se fôssemos tomar por base uma definição de Jornalismo de Dados, a de Crucianelli (2013, p. 61) pode ser considerada uma das mais completas, e, para a autora, o Jornalismo de Dados (também, antigamente, denominado Jornalismo Guiado por Dados), envolve uma grande quantidade de dados, os quais muitas vezes não cabem em uma tabela do Excel; devem contar com visualização interativa, e a autora ainda sugere a incorporação de um programador à equipe para desenvolver tarefas, que vão desde a extração e tratamento até a visualização dos dados, para posterior transformação em notícia. Segundo a autora, o Jornalismo de Dados é a união de outros cinco campos do jornalismo: utiliza técnicas de investigação do Jornalismo Investigativo; dependendo do tema, remete ao Jornalismo de Profundidade; em algumas ocasiões, recorre a métodos de investigação sociais e científicos do Jornalismo de Precisão; há alguns casos que podem ser considerados também como Reportagem Assistida por Computador (RAC), pois se utilizam de métodos compartilhados com o Jornalismo de Dados e de computadores para fazer cálculos com grandes volumes de dados; e pode manifestar também aspectos do Jornalismo Analítico, quando se analisa dados via métodos específicos de sistemas de informação para melhor visualização destes, e para melhor compreensão das variáveis.

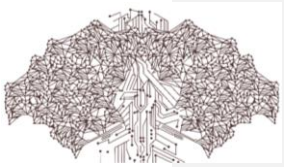


Quadro 1 – Conteúdos expressos nas entrevistas.

Categorias	Palavras e/ou Expressões
Disciplina de Jornalismo de Dados	Fundamental Futuro Mercado Carreira
Conceito de Jornalismo de Dados	Coleta Processamento Narrativa Síntese

Fonte: Dados da coleta.

Segundo o demonstrado no Quadro 1, conforme os entrevistados, a compreensão do que é Jornalismo de Dados se encontra, de certa maneira, ainda distante do potencial da disciplina, ou seja, para os graduandos ainda falta compreensão da importância da temática e/ou das atribuições, da finalidade da disciplina, e do seu arcabouço dentro do jornalismo. As respostas dos entrevistados são sempre direcionadas ao mercado, futuro profissional ou carreira individual, o que parece sugerir ainda um parco entendimento ou desconsideração do potencial humanista e cidadão do Jornalismo de Dados, bem como do papel do jornalista para atuar em prol de que iniciativas de transparência de dados governamentais e com foco no interesse público, tendo a cidadania como seu maior compromisso e prática diária, a fim de munir os cidadãos com informações relevantes e estimular a participação democrática.



Assim, quanto à compreensão dos estudantes sobre o Jornalismo de Dados, a maioria explicitou as etapas que devem ser seguidas, ou as práticas que em conjunto caracterizam o Jornalismo de Dados, mas, ainda assim, a compreensão teórica das etapas não garantirá à sua prática jornalística a transformação de dados relevantes em informação de interesse público, podendo inclusive gerar desdobramentos sobre o que os estudantes entendem por 'dado' dentro do Jornalismo, e 'como' e 'com quais' dados se trabalhar. E, se o conceito de Jornalismo de Dados reúne uma série de técnicas coleta, tratamento e apuração dos dados até os transformar em informação relevante, visualizável e compreensível aos cidadãos, as técnicas computacionais perdem seu sentido se aplicadas a esmo e trabalhadas em separado do seu propósito público, escapando ao âmbito do papel político social do Jornalismo, para se tornarem apenas técnicas de mineração, tabulação e visualização de dados de todo tipo, e não as informações inteligíveis ao grande público, narrativas envolventes e interessantes, e as pautas cidadãs que se espera de um jornalismo comprometido com a democracia.

4 Considerações finais

O processo de incorporação do Jornalismo de Dados como disciplina do Bacharelado em Jornalismo na Universidade Federal de Goiás não é um processo tão recente, mas algo que há mais de uma década vem ganhando espaço. Antes trabalhado de forma tímida na disciplina de Jornalismo Investigativo, o Jornalismo de Dados é abordado atualmente de modo transversal, e tanto os professores quanto os estudantes entrevistados reconhecem a importância dessa formação, que surge também como resposta a uma demanda do mercado atual, para facilitar o trabalho do jornalista, que precisa lidar com muitos tipos e grandes quantidades de dados, como nunca antes, mas, principalmente, como uma ferramenta da sociedade civil para fazer com que dados públicos e, porém, tecnicamente não acessíveis aos não especialistas, sejam tratados e transformados em informação inteligível e relevante aos cidadãos, de forma a atender o interesse público e os princípios democráticos.

Mesmo previsto em currículo como disciplina, a coordenação de curso assume que o quadro de docentes do Bacharelado em Jornalismo não possui professores habilitados para ministrar um curso de Jornalismo de Dados, o que reforça também a necessidade da formação

continuada dos docentes, que precisam estar aptos para formarem profissionais que supram as demandas por informação da sociedade atual, em especial, considerando o fenômeno *Big Data* e as condições e possibilidades técnicas para a sua análise.

Outro desafio é 'desmistificar' o Jornalismo de Dados no imaginário dos discentes, com sua aparente atmosfera intimidadora de números, cálculos e grandes dados em meio a pouco texto, para que mais estudantes optem por cursar a disciplina e o façam com interesse se obrigatória, pois, apesar das novas tecnologias e desafios da reportagem acompanharem os graduandos e profissionais na prática cotidiana, o número de estudantes que cursaram a disciplina poderia ser bem maior.

Por ser um curso de formação tão completa, que une coleta e tratamento de dados, sua visualização e a produção de narrativas nestes baseadas, a disciplina de Jornalismo de Dados precisa ser trabalhada de forma mais profunda e com mais tempo, a fim de que os egressos saibam responder de maneira satisfatória o que é Jornalismo de Dados e utilizar suas técnicas e metodologias para colocar em prática um jornalismo comprometido com a cidadania e a ética profissional.

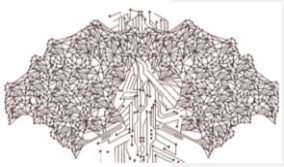
Neste sentido, aquilo que parece ser uma realidade próxima e já emergente do ponto de vista dos avanços das tecnologias de informação e comunicação, segundo os resultados nos sugerem, parecem ainda incipientes, à medida que, por parte desses estudantes, parece não haver interesse consolidado pelo campo do Jornalismo de Dados, prevalecendo noções, digamos, superficial do que venha a ser o Jornalismo de Dados. Observamos, deste modo, a importância e a necessidade desta abordagem nos cursos superiores de jornalismo, em que pese a sua orientação a partir das diretrizes curriculares nacionais, que desenharam um novo lugar de fala para o jornalismo, agora como área autônoma.

5 Referências bibliográficas

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 4ª Ed. Lisboa: Edições70, 2010.

BRADSHAW, Paul. O que é jornalismo de dados? In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy. **Manual de Jornalismo de Dados 1.0**. 2014. Disponível em: <http://datajournalismhandbook.org/pt/introducao_0.html>. Acesso em: 2 out. 2017.

CALDAS, Maria das Graças Conde. Ética e cidadania na formação do jornalista. **Revista Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, Ano 27, n. 44, p. 85-101, 2º sem. 2005. Disponível em: < https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3942>. Acesso em: 06 jan. 2018.



CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008.

CRUCIANELLI, Sandra. **Herramientas digitales para periodistas.** Segunda Edición. Austin, TX, EUA: Knight Center for Journalism in the Americas, The University of Texas at Austin, 2013. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf>. Acesso em: 2 out. 2017.

FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO – FIC/UFG**. Projeto Pedagógico do curso de bacharelado em jornalismo**. Goiânia, 2015. Disponível em: <https://jornalismo.fic.ufg.br/p/2690-estrutura-curricular>. Acesso em: 7 dez. 2017.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009. 278 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 5ª ed. São Paulo: Atlas 2003.

MARTINS, Gerson Luiz Mello. Formação de profissionais e pesquisadores em ciberjornalismo. In: MARTINS, Gerson Luiz; REINO, Lucas Santiago Arraes; BUENO, Thaísa. (Org.). **Performance em ciberjornalismo:** tecnologia, inovação e eficiência. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2017. 323 p., p. 305-323.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC. **Diretrizes curriculares nacionais para o curso de graduação em jornalismo**. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/8SyTR9>. Acesso em 28 set. 2017.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social:** teoria, método e criatividade. 18ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

A LEGITIMAÇÃO DOS *DIGITAL INFLUENCERS* NO ECOSSISTEMA DE MÍDIA SOCIAL: CAPITAL SOCIAL ENVOLVIDO NO CANAL DO YOUTUBE DE MARCOS PIANGERS[1]

Bruno José Fiorini[2]; Luciana Menezes Carvalho[3]

Resumo

Este trabalho tem como objeto os denominados influenciadores digitais, que produzem conteúdo e se relacionam com seus públicos por meio de diversas plataformas de mídia social (Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat). O objetivo é analisar como ocorre a legitimação desses influenciadores nesse ecossistema de mídias sociais digitais, em que as diferentes mídias estão interligadas. Mais especificamente, observa-se como o comunicador Marcos Piangers legitima-se nesse ecossistema, por meio da análise de seu canal no Youtube. Os resultados demonstram que a construção dessa legitimação se dá por meio de dois pontos 1) autorreferenciação de si, com estratégias no terreno da linguagem e 2) por meio de capital social, com os valores da popularidade, visibilidade e reputação construídos no decorrer da sua carreira profissional na mídia de massa, e que são potencializados na internet.

Palavras Chaves: Influenciadores digitais; *Youtubers;* Legitimação; Ecossistema Midiático.

1 Introdução

Estar conectado em redes sociais online já se tornou um ato do cotidiano das pessoas. Parafraseando uma das metáforas deixadas por Marshall McLuhan, Penteado e Renó dizem que "os meios são hoje para seres humanos como a água é para os peixes: por serem o ambiente no qual eles vivem, a água influencia diretamente o seu modo de vida, sem que eles percebam que estão dentro dela (PENTEADO; RENÓ, 2016, p. 05).

Este trabalho tem como objeto os influenciadores digitais (*digital influencers*, em inglês), que desenvolvem suas atividades de produção de conteúdo e relacionamento com seus

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros e youtubres, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Estudante de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria - Campus Frederico Westphalen, monitor do Laboratório de Fotografia, integrante do grupo de Pesquisa Comunicação, Tecnologia e Sociabilidades - COTECS. E-mail: brunojosefiorini@gmail.com;

[3]. Orientadora do artigo. Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - Campus Frederico Westphalen, doutora em Comunicação Midiática (UFSM), líder do grupo de pesquisa Comunicação, Tecnologia e Sociabilidades - COTECS. E-mail: luciana.carvalho@ufsm.br.

seguidores em plataformas de redes sociais. Por conta disso, tem como objetivo analisar como ocorre a legitimação desses atores no ecossistema de mídias sociais digitais[4].

Estar conectado à tecnologia já não é o bastante. Para de fato estarem conectadas, as pessoas devem ser vistas e estar em contato com outras pessoas e grupos nas redes sociais digitais. Karhawi e Saad (2016) definem a atual situação das mídias digitais como um novo universo, onde as mídias são regidas pela participação e interação dos atores (KARHAWI; SAAD, 2016, p. 651). "[...] é que esse novo universo não é simplesmente uma versão ampliada da cultura midiática do século XX. Em vez disso, passamos da mídia para a mídia social" (KARHAWI; SAAD, 2016, p. 651)

A midiatização (SODRÉ, 2006; HJARVARD, 2014, SAAD, 2016) que a web 2.0 potencializa aos atores sociais (RECUERO, 20014), que até certo momento eram pessoas comuns conectadas às plataformas sociais online, possibilitou a monetização (KARHAWI, 2016) do conteúdo/Eu produzido pelos agora denominados influenciadores digitais.

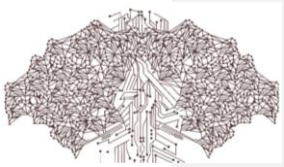
O objetivo é analisar como ocorre a legitimação desses influenciadores nesse ecossistema de mídias sociais digitais, em que as diferentes mídias estão interligadas. Mais especificamente, observa-se como o comunicador Marcos Piangers legitima-se nesse ecossistema, por meio da análise de seu canal no Youtube.

Analisa-se como o comunicador Marcos Piangers legitima-se no ecossistema de mídia social digital, especificamente em seu canal no Youtube, tornando possível futuramente observar como ocorre esse processo com outros *youtubers.*

2 Influenciador na era digital

A ideia de que algumas pessoas destacam-se no grupo social e tornam-se capazes de influenciar a opinião dos demais está presente nos primeiros estudos de comunicação, com as pesquisas que buscavam observar até que ponto a mídia é capaz de levar o público a fazer algo. Paul Lazarsfeld e Robert Merton usaram o conceito de líder de opinião para explicar o fenômeno. Segundo eles, os líderes de opinião são pessoas que utilizam a sua credibilidade para intermediar os meios de comunicação – emissores – e a massa – os receptores (*Apud*, FERREIRA, 2009, p. 224).

[4] O conceito de ecossistema midiático é debatido através dos estudos deixado por McLuhan. Parafraseando umas das metáforas deixadas pelo autor, Penteado e Renó dizem que "os meios são para os seres humanos como a água é para os peixes: por serem o ambiente no qual eles vivem, a água influencia diretamente o seu modo de vida, sem que eles percebam que estão dentro dela" (2016, p. 5).



Um líder de opinião é um ator social "capaz de ultrapassar barreiras para atingir o objetivo do qual se propôs. É um militante de causas próprias e da comunidade, ele organiza, planeja e participa das movimentações sociais, posicionando-se de acordo com a conveniência de cada caso" (ROCHA, 2016, p. 9).

Com a comunicação mediada por computador, as relações sociais passam a ser mediadas por processos sociotécnicos que alteram o modo como se exerce a influência. Na internet, são muitos atores emitindo opinião, alguns dos quais adquirem características de liderança e aparentemente seriam capazes de ajudar na formação da opinião dos demais atores.

Malini diz que as "redes sociais digitais explodem uma série de possibilidades de estar juntos" (MALINI, 2017, p. 20). As plataformas digitais com as várias formas de conexão interpessoal tornam o engajamento entre os grupos de atores sociais mais acessível e dinâmico. A internet potencializou a ideia de que não se precisa de intermediários para se manifestar nas plataformas redes sociais digitais. "Não há mais, muitas vezes, a necessidade de um sindicato para produzir uma mobilização, não há necessidade de se pedir autorização para qualquer entidade para se indignar e realizar atos de rua no mundo" (MALINI, 2017, p. 22).

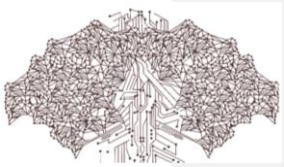
Osvaldo Trigueiro (2008) explica, referindo-se ao público da TV, que

> São as interações midiatizadas, nos vários níveis, dos sujeitos da audiência televisiva que geram os ativismos midiáticos, os avanços, as transformações e/ou renovações das culturas populares, quando incorporam os produtos midiáticos nas suas práticas cotidianas, ou se apropriam deles. (TRIGUEIRO, 2008, p. 21).

Esses líderes de opinião, dentro de um grupo social nas plataformas digitais, acumulam alguns dos valores do capital social, já presente nas interações *off-line*. Raquel Recuero diz que "O conceito de capital social[5], entretanto, é variado e não há uma concordância, entre os estudiosos, sobre qual vertente deve ser seguida. O que se concorda é que o conceito refere-se a um valor construído a partir das interações entre os atores sociais" (RECUERO, 2014, p. 45). A autora cita os três conceitos de capital social mais utilizados.

O primeiro conceito é o de Putnam (2000, p. 19), para quem o capital social "refere-se à conexão entre indivíduos – redes e normas de reciprocidade e confiança que emergem delas". Para Putnam, o conceito de capital social é intimamente associado à ideia de virtude cívica, de moralidade e de seu fortalecimento através de relações recíprocas (*Apud*, RECUERO, 2014, p. 45).

[5] Devemos lembrar que o conceito de capital social trazido nesse estudo é em relação a comunicação, sendo assim sugerido pela autora Raquel Recuero (2014).



O segundo conceito é de Bourdieu (1983)

> O capital social é o agregado dos recursos atuais e potenciais, os quais estão acontecendo com a posse de uma rede durável, de relações de conhecimentos e reconhecimentos mais ou menos institucionalizados, ou em outras palavras, à associação a um grupo – o qual provê cada um dos membros como o suporte do capital social coletivo [...] (*Apud*, RECUERO, 2014, p. 46).

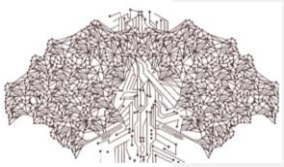
O terceiro conceito é de Coleman (1988, p. 59). O autor explica que "cada ator no sistema social possui controle de certos recursos e interesses em certos outros recursos. Coleman também conceitua o capital social como um valor mais geral, capaz de adquirir várias formas na estrutura social" (*Apud*, RECUERO, 2014, p. 47).

Com a internet, a emissão passou a ser papel exercido não só por quem tem acesso aos meios de massa. Houve, com a liberação do polo emissor (LEMOS, 2010), uma proliferação de opiniões na rede. Inicialmente, com os blogs, muitos usuários da internet publicaram online seus diários pessoais que logo foram sendo substituídos por páginas informativas e espaços de opinião, como amadores (KEEN, 2009) transformando-se em atores com visibilidade, audiência própria e capacidade de captar seguidores.

As mídias sociais digitais permitiram que usuários comuns pudessem criar e compartilhar conteúdo próprio ou de terceiros, como imagens, vídeos, textos e demais linguagens, como o caso dos blogueiros, que passaram a ser vistos como webcelebridades (PRIMO, 2010; LEMOS 2010, MOREIRA e RIOS; SANTOS e SILVA 2016). A ideia de celebridade está ligada mais ao alcance da visibilidade do ator do que à sua capacidade de engajar e influenciar. Mais recentemente, atores sociais famosos na internet, com grande número de seguidores, vêm sendo denominados influenciadores digitais, ou *digital influencers*. O termo está sendo estudado por pesquisadores da comunicação digital (KARHAWI; SAAD 2016).

O desenvolvimento da web 2.0 modificou a forma de estar conectado em grupos sociais, que agora estão em plataformas digitais conectadas por computadores (JENKINS, 2008). Essas mídias e suas apropriações mudaram o modo de consumir conteúdos, agora os atores sociais não são apenas consumidores, mas também produtores de conteúdos nas plataformas digitais. Henry Jenkins (2008) aponta que a "circulação de conteúdo [...] depende da participação ativa dos consumidores" (JENKINS, 2008, p. 27).

O grande número de dispositivos midiáticos conectados e as múltiplas plataformas de redes sociais digitais caracterizam a convergência midiática, uma das facetas da cultura da convergência. Jenkins (2008) define a convergência de mídias como o "fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos". Para o autor, a palavra convergência consegue definir



as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais da contemporaneidade (JENKINS, 2008, p. 27). A ênfase está nos processos culturais, para além de questões meramente tecnológicas.

Como hipótese deste trabalho tem-se que o capital social de que dispõem alguns atores nas mídias sociais está ligado aos conteúdos publicados online por meio dos quais ocorrem as interações com outros atores, seus seguidores ou fãs. Nesses processos é que se pode observar como são construídos os denominados influenciadores digitais. Termo que será melhor trabalhado no próximo tópico.

2.1 Influenciadores digitais

Com a web 2.0, as relações entre os atores sociais se fortaleceram através das trocas que a "cultura da convergência" (JENKINS, 2008) potencializa nas plataformas digitais conectadas por aparelhos eletrônicos. Entre essas trocas, alguns atores acabam destacando-se com a exibição de si mesmo.

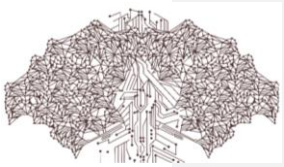
O conceito da sociedade do espetáculo, cunhado pelo autor Guy Debord, em 1967, ajuda a entender como a espetacularização do Eu junto com a convergência, após os anos 1990, tornam os atores sociais visíveis nas plataformas de mídias digitais. Guy Debord destaca que "toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação" (DEBORD, 1997, p. 13).

Paula Sibilia fala que

> nesta cultura das aparências, do espetáculo e da visibilidade, já não parece haver motivos para mergulhar naquelas sondagens em busca dos sentidos abissais perdidos dentro de si mesmo. Em lugar disso, tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto. (SIBILIA, 2008, p 111).

A exibição do "Eu" é uma prática oriunda dos grupos de redes sociais off-line, onde o líder de opinião desenvolvia suas narrativas voltando-se para a sua própria exibição. Tornar público o que em outro momento seria deixado em segredo tornou-se hábito nas plataformas digitais. "Thompson nomeia esse contexto como sociedade da autopromoção em que, mesmo a intimidade, passa a ser mediada" (KARHAWI, 2015, p. 09).

A mediação tornou-se popular com o advento dos *smartphones* conectados a redes de internet. Issaaf Karhawi comenta que "a internet é uma facilitadora nesse processo, oferecendo



ferramentas para que se produza sua própria visibilidade" (KARHAWI, 2015, p. 09). Para a autora, a "visibilidade midiática é o elo entre o público e o privado: ou algo é visível midiaticamente ou não existe" (KARHAWI, 2015, p. 10).

Os atores sociais, que até então eram apenas receptores de conteúdo, com a convergência (JENKIS, 2009) e a participação (SHIRKY, 2011) tornam-se produtores de conteúdos digitais. Esse fenômeno é observado por Clay Shirky (2011) como sendo uma revolução: "a revolução está, hoje, centrada no choque da inclusão de amadores como produtores, em que não precisamos mais pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público" (SHIRKY, 2001, p. 50).

Essa mediação e exibição do "Eu" torna algumas pessoas mais visíveis que outras, destacando-as nas plataformas de redes sociais digitais. Destaque esse que as leva a ser influentes em comparação com outras. "Nesse processo, ele deixa de ser um internauta comum e passa a ser encarado como uma mídia autônoma, uma marca" (KARHAWI, 2016, p. 42-43).

Karhawi explica que existem dois motivos para os atores sociais alcançarem o *status* de influenciadores digitais em um ambiente, teoricamente, de igualdade e horizontalidade. "1) Eles são necessários para filtrar todo o montante de informação que chega aos mais diversos públicos nas redes; 2) Eles reúnem atributos que lhe conferem credibilidade, reputação e prestígio" (KARHAWI, 2016, p. 43).

Os influenciadores digitais estão tão presentes no cotidiano que da "mesma maneira em que confiamos nas sugestões de nossos parentes e amigos próximos quando queremos decidir nosso próximo roteiro de viagem ou a compra de um novo cosmético, também confiamos nos influenciadores" (KARHAWI, 2016, p. 44). Para a autora, os influenciadores "ocupam um espaço no ambiente digital que havia sido deixado vazio: enquanto a mídia tradicional não chegava às mídias sociais digitais" (KARHAWI, 2016, p. 44).

Os espaços que os influenciadores preenchem é devido à sua credibilidade, reputação e prestígio perante os outros atores sociais (KARHAWI, 2016, p. 45). Para Raquel Recuero (2014, p. 110) a reputação é

> uma percepção quantitativa, que é relacionada a outros valores agregados. Um blog pode ser lido porque tem informações relevantes, porque é engraçado, porque o ator simplesmente quer saber da vida do outro, etc. assim, quando falamos em redes sociais na internet, não há um tipo de reputação (RECUERO 2014, p. 110).

As plataformas digitais sociais são "facilitadoras dos processos de reputação, pois permitem moldar as ações praticadas no ambiente digital de acordo com a imagem de si que se quer construir e divulgar" (KARHAWI, 2016, p. 45).

Antes das plataformas de redes sociais, as celebridades encontravam-se na grande mídia (televisão, cinema, rádio, etc), produziam conteúdo de forma diferente para o público, que até então eram apenas receptores, mas as plataformas de redes sociais online modificaram a forma de estar em contato com os seus fãs. Torna-se importante compreender as diferenças entre os influenciadores digitais e as celebridades.

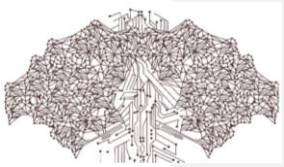
> Enquanto uma celebridade está distante, sob holofotes, traçando um caminho de sucesso que parece muito distante de quem os assiste no cinema ou na televisão, os influenciadores digitais estão no Facebook, no Instagram, no Snapchat, em espaços ocupados por 'pessoas comuns' com quem dialogam em igualdade. [...] A proximidade desses sujeitos de seus públicos, de sua rede, a partir da escrita íntima, do uso da primeira pessoa (no caso dos blogs, Instagram, Twitter) e da pessoalidade cria uma aproximação entre o criador de conteúdo e seus públicos (KARHAWI, 2016, p. 46-47).

Os *digital influencers* reúnem tanto prestigio e visibilidade nos ambientes digitais que suas personas (o "Eu") já são consideradas marcas a ser vendidas. "Não apenas o conteúdo que eles produzem é valioso como também a sua imagem" (KARHAWI, 2016, p. 48). Sibilia (2008), destaca que "a imagem de cada um é a sua própria marca, um capital tão valioso que é necessário cuidá-lo e cultivá-lo a fim de encarar um personagem atraente no competitivo mercado dos olhares" (SIBILIA, 2008, p. 225).

As primeiras pesquisas com o tema construção de imagem nas plataformas digitais definiam as pessoas que possuem capital social e reputação no espaço digital como "Web Celebridades" (LEMOS, 2010; MOREIRA e RIOS; SANTOS e SILVA, 2016). Entendemos, através dos estudos da Issaaf Karhawi, que Web celebridades são pessoas que utilizam a sua fama, construída nas mídias de massa, nas plataformas de redes sociais digitais; e *digital influencers* são pessoas que constroem sua persona pública na internet e, por meio dela, constroem fama e reputação, tendo como principais características as narrativas em primeira pessoa e o "'Eu" como uma *commodity*" (KARHAWI, 2016, p. 42). No próximo tópico será abordado o conceito de legitimação dos influenciadores digitais no ecossistema midiático.

3 Legitimação dos influenciadores no Ecossistema midiático

Nesse tópico será contextualizado o principal tema de estudo deste trabalho, a legitimação dos influenciadores no ecossistema midiático. Para realizar tal proposta vamos dialogar com as autoras Eugenia Barichello (2004) e Luciana Carvalho (2010). Seus estudos buscam compreender a legitimação institucional.



Carvalho (2010) atribui o conceito de legitimação como sendo práticas, "[...] permeadas de co-intencionalidades, pois são construídas e vivenciadas, envolvendo estratégias por parte dos grupos e indivíduos. A legitimação, conforme iremos considerar, está sempre sendo buscada pelas instituições através de práticas estratégicas" (CARVALHO, 2010, p. 26).

Barichello (2004), define a legitimação como sendo um "[...] critério fundamental de um campo, que se reconhece pelo poder de ocupar o lugar de sujeito de enunciação, como sujeito de um dizer ou fazer, remetendo à capacidade de impor algo com legitimidade para a sociedade" (BARICHELLO, 2004, p. 72). Parafraseando Barichello, entende-se que os influenciadores digitais, com o seu capital social e poder simbólico trazido pela visibilidade e lugar de sujeito enunciador, exercem influência através da legitimação para os demais atores socais.

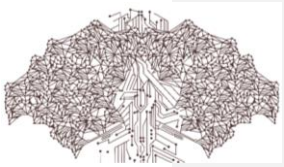
> A legitimação relaciona-se, ainda, a processos de reconhecimento e vínculo e está alinhada a processos comunicacionais dirigidos à aceitação das práticas que um segmento social desenvolve e ao reconhecimento de seus valores. Segundo Barichello (2004), a legitimação está relacionada a estratégias no terreno da linguagem, pois para se legitimar perante a sociedade, uma instituição deve mobilizar dizeres sobre si. Isso quer dizer que ela precisa constantemente se autorreferenciar, gerenciar sua própria visibilidade (CARVALHO, 2010, p. 29).

Com esses apontamentos, podemos identificar que a legitimação dos influenciadores digitais ocorre por meio de "estratégias no terreno da linguagem", possibilitando assim a legitimação dos agentes que detêm influencia e prestígio nas plataformas de mídias sociais digitais. Os influenciadores constroem sua própria visibilidade por meio de discursos em que frequentemente estão se autorreferenciando nessas mídias.

O processo de legitimação está relacionado com a sociedade e suas complexidades. Carvalho aponta que "quanto mais complexa fica a sociedade, mais problemas de legitimação tendem a ocorrer". Para a autora, os campos sociais, na era massiva, conservavam certa autonomia mantida por meio de práticas ritualísticas de transmissão de valores e conhecimento (CARVALHO, 2010, p. 29).

A autora exemplifica o funcionamento de uma instituição social e suas formas de legitimação.

> Medicina é uma instituição formada pelos profissionais que nela atuam, pelos hospitais e clínicas, sendo constantemente legitimada através de práticas socialmente aceitas, como o uso do branco, a utilização de termos técnicos acessíveis apenas a iniciados e outras marcas de sua atuação. A sociedade espera desse campo um saber especializado que o torna necessário, justifica sua existência e o torna legítimo perante os demais campos (CARVALHO, 2010, p. 30).



A sociedade dos meios (FAUSTO NETO, 2006, 2008), ainda na cultura de massa, buscava visibilidade através da mídia, "que passa a ser o cenário de visibilidade" (CARVALHO, 2010, p. 29). Essas mídias tornam-se um campo social autônomo, "dotado de poder legitimador em relação aos demais campos sociais" (RODRIGUES, 1999. *Apud*, CARVALHO, 2010, p. 29). Barichello (2004) aponta que "os diversos campos sociais lutam para tornar públicos os acontecimentos considerados relevantes e buscam, através da exposição na mídia, a aprovação da sociedade e sua legitimidade" (BARICHELLO, 2004, p. 73). Nesse contexto, as instituições, organizações e atores sociais precisavam da mídia para ter visibilidade e alcançar seus públicos, para se legitimar.

Esse processo de legitimação se transforma com a midiatização que, pela criação de um ambiente sócio-cultural marcado pelas lógicas das mídias, reconfigura o funcionamento de campos externos ao midiático (como ocorre com as religiões, a política, a medicina etc.). Com a midiatização, potencializada pela convergência midiática e a proliferação de mídias que permitem a produção e o compartilhamento de conteúdos pelos usuários (diferente do que ocorria na sociedade dos meios), o processo de legitimação descentraliza-se, deixando de estar a cargo apenas das instituições midiáticas tradicionais. Por exemplo, uma igreja não precisa mais depender de espaços na mídia de massa para se legitimar, pois tem acesso a uma gama de mídias, como canal de TV próprio, emissora de rádio, página no *Facebook*, em que pode ter contato direto com seus fiéis. O mesmo ocorre com um ator social com poder de influência, que pode administrar sua própria popularidade e reputação em seus canais das mídias digitais.

O ecossistema midiático, caracterizado pela midiatização, interliga-se nesse processo de legitimação. Neste trabalho os conceitos de ecossistema de mídia social são trazidos pelos autores Scolari (2013), Carvalho (2010), Braga (2009), entre outros. Entendemos o termo ecossistema de mídias digitais como definidor de um processo pelos quais as mídias que se interligam uma com as outras. Carlos A. Scolari aponta que o termo ecossistema midiático é citado em 1960, em conversas informais entre pesquisadores. Oito anos após, Neil Postman em uma conferência no Conselho Nacional de Professores ingleses cita o termo pela primeira vez em público. Em 1971, Postman inaugurou a *Media Ecology Association*[6] na Universidade de Nova York. (SCOLARI, 2013).

Os estudos voltados ao ecossistema midiático trazem a noção de que as mídias digitais formam ambientes de relações. "Tal ambiente nos impõe papéis e nos dita o que é permitido ou

[6] Para maiores informações, indicamos acessar o site da NEA através do link: http://www.media-ecology.org/activities/

não fazer. Através de seus estudos, a ecologia da mídia busca tornar explícitas as especificações do ambiente da mídia, que são implícitas" (DRAMALI, 2010, p. 4.). Os influenciadores digitais estão presentes nesses ambientes, convivendo com diferentes outros atores e meios, propagando informações e opiniões ao trabalhar suas reputações e credibilidade.

Para compreendermos como ocorre a legitimação do Marcos Piangers no ecossistema de mídias sociais, iremos adaptar o quadro de Raquel Recuero (2014), que descreve um quadro com os valores e os seu capitais sociais. A seguir o quadro do capital social.

Quadro 1: Valores e Capital Social

Valor Percebido	**Capital Social**
Visibilidade	Relacional
Reputação	Relacional Cognitivo
Popularidade	Relacional
Autoridade	Relacional Cognitivo

Fonte: Recuero (2014, p.114).

Por meio disso, no próximo tópico, vamos analisar como ocorre a legitimação do jornalista Marcos Piangers no ecossistema de mídias sociais digitais, por meio do conteúdo audiovisual publicado nas suas redes sociais.

4 Análise da legitimação de Piangers

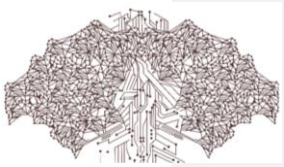
Marcos Piangers é jornalista, palestrante e escritor, seu livro O Papai é Pop -lançado em agosto de 2015 - já ultrapassou a marca de 150 mil livros vendidos e está entre os livros mais vendidos do Brasil, segundo o ranking da revista veja.com[7]. Em sua página no *Facebook*, o comunicador já ultrapassou um milhão de fãs e seu canal no *YouTube* possui 82.032 inscritos e cerca de 2.510,311 de visualizações[8].

Neste artigo, utilizamos a Análise de Conteúdo (AC) para observar como ocorre a legitimação de Piangers no ecossistema de mídia social. Herscovitz (2008) salienta que o aporte teórico da AC é o

> [...] método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravados ou veiculados em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objeto de

[7] As informações foram estão disponíveis no site do Marcos Piangers. http://www.piangers.com/papaipop acessadas no dia 28/01/2017 ás 13:51.

[8] Dados acessados no canal do jornalista na plataforma YouTube. Disponível em: https://www.youtube.com/user/piangers/about Acessados no dia 22/06/2017 as 12h20



> fazer inferência sobre seus conteúdos e formas enquadrado-os (HERSCOVITZ, 2008, p. 127).

A partir das etapas e critérios da AC propostas pela autora, foram delimitados três vídeos veiculados no canal do jornalista na plataforma de rede social *YouTube*, para assim podermos averiguar as formas de legitimação.

Foram utilizados dois critérios para escolha dos vídeos. O primeiro é a contagem de meses em que foram publicados: no momento da seleção, o primeiro vídeo escolhido havia sido publicado há dois meses, o segundo há quatro meses e o terceiro há oito meses. O segundo critério escolhido foi selecionar os vídeos sem "imagens fantasmas"[9] (KEER, 2016, p. 176), priorizamos os vídeos em que o jornalista foi protagonista (imagem e narração), devido a haver vídeos em que ele não aparece, utilizando apenas "imagens fantasmas" (KEER, 2016, p. 176) e a publicidade para o seu livro.

Nas plataformas de mídias sociais, Piangers possui uma narrativa pessoal por meio da narrativa de suas vivências paternas. Essa característica de protagonismo está presente nos demais influenciadores que estão presentes nas plataformas de redes sociais. Karhawi (2016) aponta que essa característica "entre informação/opinião e imagem pessoal/sujeito" (KARHAWI, 2016, p. 48) tem alterado a forma de recepção de informação entre os consumidores e "é como se a audiência contemporânea busca[sse] um rosto para aquilo que lê, assiste ou ouve na mídia [...]" (KARHAWI; SAAD-CORRÊA, 2015, p. 657).

Os vídeos escolhidos são intitulados como 'Homem que brinca de boneca'[10] (vídeo 01), 'Aprender com tecnologia (o pai e o google ajudando a ensinar)'[11] (vídeo 02) e 'Trocar fralda é o básico'[12] (vídeo 03). Os três vídeos têm duração entre dois e três minutos e foram publicados entre outubro de 2016 e abril de 2017, tendo aproximadamente dois meses de diferença entre eles.

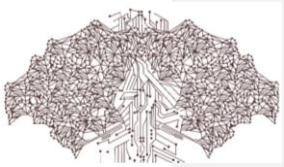
O vídeo 01 foi o primeiro que analisamos no canal do jornalista. Seu conteúdo está relacionado a como ele recebeu a notícia da paternidade e os primeiros cuidados da sua filha Aurora. Marcos falou também sobre a preparação para ter um filho, enfatiza que as mulheres estão preparadas para ter um bebê, preparam-se por nove meses, enquanto os homens (na grande

[9] O autor Michael Abrantes Keer, desenvolve suas pesquisas com a temática. Para o autor, "imagens fantasmas" ou "arquivos fantasmas" significa o retorno das imagens que estavam mortas e voltam à vida por meio de novos arquivos, assim dando tornando as mídias participativas e colaborativas (KEER, 2016, p. 176).

[10] Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=5tmO4_3yAvo acessado em 23/06/2017 as 23h24.

[11] Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=7JHCuP4fojc acessado em 23/06/2017 as 23h35.

[12] Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=hzRSsUjrfpM acessado em 23/06/2017 as 23h40.



maioria) continuam a beber cerveja e levando a vida tranquilamente. Em seguida o jornalista fala das brincadeiras de criança, em que as meninas estão brincando de casinha os meninos estão brincado de carrinho. Piangers salienta que

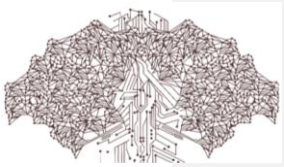
> a paternidade para o homem e uma coisa que demora para 'cair a ficha', que ninguém nos preparou para ter filhos, ninguém nos preparou para trocar a fralda. Nós não brincamos de casinha. Alguns homens acham que isso é coisa da mulherzinha, mas eu acho que não. Nós devíamos ter brincado de boneca, nós devíamos ser preparados (PIANGERS, 2016, s.p.).

No vídeo 02, Marcos conta sobre o cotidiano de um pai, que encontra nas tecnologias motivações para a sua filha continuar a estudar e alcançar seus objetivos. Nesse vídeo, o jornalista enfatiza o quanto foi importante ajudar a sua filha a entender que não é necessário utilizar as tecnologias apenas para assistir a 'Galinha Pintadinha' ou seguir o *youtuber* do momento. "É interessante ver que temos toda o conhecimento a nossa disposição e a gente ainda não sabe lidar com tecnologia, a gente ainda não sabe aprender com tecnologia" (PIANGERS, 2017). É importante salientar que este vídeo foi patrocinado por uma empresa de tecnologia.

O vídeo 03 foi o terceiro que analisamos. Nesse vídeo podemos observar que o jornalista aponta os desafios de ser pai e cita alguns exemplos do seu cotidiano. Piangers comenta que "as vezes as pessoas me perguntam 'mas você é um pai de verdade? Você até troca fralda?' é obvio que eu troco fralda, ou que eu troquei fralda, é obvio que eu virei noite" (PIANGERS, 2017). No decorrer do vídeo, Marcos exemplifica os desafios que os pais enfrentam, ou deveriam enfrentar após a paternidade.

> Existem coisas muito mais desafiadoras do que trocar falda. Por exemplo levar o seu filho em uma reunião importante. Eu quero ver você valorizar mais o seu filho do que o seu trabalho. Quero ver você faltar ao trabalho, porque o seu filho estava doente. Quero ver você chegar atrasado no trabalho para levar o seu filho na creche. [...] quero ver você dizer não para happy hour, pra futebol com amigos para ficar mais tempo com o seu filho. Essas são coisas que a gente realmente deveria fazer mas não faz e as mulheres fazem isso o tempo todo. [...] Isso que é desafiador, isso que é importante de se valorizar. [...] Eu quero ver você ensinar o seu filho a ser um homem bom, eu quero ver você ensinar o seu filho a trocar a fralda (PIANGERS, 2017).

Através da análise dos conteúdos (HERSCOVITZ, 2008) e dos estudos sobre influenciadores digitais (KARHAWI, 2016), podemos observar que nos três vídeos escolhidos, possui conteúdo que aproxima o Marcos Pinagers do seu público, através da "escrita íntima, do uso da primeira pessoa (no caso dos blogs, Instagram, Twitter) e da pessoalidade" (KARHAWI, 2016, p. 47).



Foi observado também que o jornalista preocupa-se com a reciprocidade com os seus fãs, uma vez que nos três vídeos os comentários foram respondidos. Nota-se que os vídeos que foram escolhidos foram replicados em outras plataformas de mídias sociais (*Facebook, Instagram e YouTube*) e nessas o jornalista alcançou milhões de visualizações e centenas de compartilhamentos e curtidas, difundindo informações nas demais redes sociais, conforme aponta Recuero (2014) ao explicar a replicação de informações nessas plataformas.

Por meio da análise de conteúdo, podemos observar alguns valores do capital social (quadro 01) mobilizados nas redes sociais do jornalista Marcos Piangers, e que são elementos fundamentais para ter credibilidade e estar visível nessas plataformas.

A partir de Recuero (2014), podemos afirmar que Marcos Piangers dificilmente conseguiria os 32.310[13] inscritos de seu canal no *Youtube* se não tivesse presença forte em outras mídias, sejam digitais ou tradicionais. Assim, sua reputação, popularidade, visibilidade são construídas em um processo que envolve todo o ecossistema midiático, por meio da convergência. Essa quantidade de conexões "pode, assim, torna-lo mais visível na redes sociais" (RECUERO, 2014, p. 107). Essas conexões criadas pelos atores sociais vão potencializar o capital social que está envolto a Marcos Piangers.

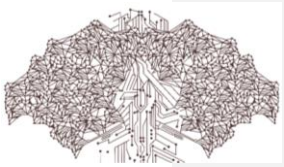
Pode-se observar então, que Marcos Piangers através de seu engajamento na plataforma de mídia social YouTube desfruta de três dos valores de capital social apontados pela autora, que são eles visibilidade, reputação e popularidade. Desta forma o jornalista consegue se legitimar no ecossistema de mídias digitas.

Recuero (2014) cita a visibilidade sendo um valor porque "[...] proporciona que os nós sejam mais visíveis na rede. Com isso um determinado nó pode ampliar os seus valores que são obtidos através dessas conexões" (RECUERO, 20014, p.108).

A reputação está relacionada com as informações que são recebidas pelos nós (cada um dos atores da rede social). Recuero define que a "[...] reputação relacionada às informações recebidas pelos atores sociais sobre o comportamento dos demais e o uso dessas informações no sentido de decidir como se comportarão. A reputação, portanto, é aqui compreendida como a percepção construída de alguém pelos demais atores" (RECUERO, 2014, p. 109).

E a popularidade é "[...] relacionada ao número de comentários e ao tamanho da audiência de cada *blog* ou *fotolog*, pelo número de visitas em um perfil, bem como a quantidade de *links*" (RECUERO, 2014, p. 111).

[13] Informação retirado do canal do jornalista na plataforma YouTube. Disponível em https://www.youtube.com/channel/UCws74wM8kyNp9r3sZCgm_qg acessado no dia 24/06/2017 as 19h59.



Marcos Pinagers é uma celebridade na mídia massiva e se transforma em um influenciador digital por conta dessa fama que traz de outro espaço. Ou seja, a relação entre mídia tradicional e mídia social, neste caso, é típica da convergência. O ecossistema de mídia social potencializa os valores do capital social mobilizados pelo ator social.

5 Considerações finais

As muitas formas de se estar conectado a plataformas de mídias sociais, junto com a espetacularização do Eu, tornaram as redes sociais on-line um meio de monetização de atores e conteúdos e potencializam os atores sociais que atuam constantemente nesse ambiente, tornando-os visíveis e populares nesse ambiente.

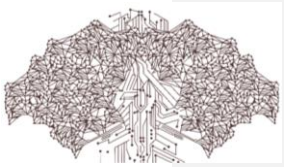
O objetivo geral desta pesquisa foi compreender como ocorre a legitimação dos influenciadores digitais no ecossistema de mídia digital, e os objetivos específicos é observar como o comunicador Marcos Piangers legitima-se nesse ecossistema, por meio da análise de seu canal no *YouTube*.

Podemos observar que a legitimação do jornalista se dá por meio de dois pontos. O primeiro pela autorreferenciação de si, diante a estratégias no terreno da linguagem, e o segundo por meio da potencialização da popularidade, visibilidade, reputação e autoridade que ele trouxe das mídias massivas (rádio, televisão e livro) nas quais já desenvolveu funções no decorrer da sua carreira profissional.

Como podemos observar por meio dos estudos realizados nessa pesquisa, enquanto as celebridades (pessoas que atuam no cinema, televisão) têm seu alvo nos holofotes, estando mais distante dos fãs, os influenciadores (pessoas que tem sua fama através de plataformas de mídias sociais) estão atuando onde os atores sociais estão, nas plataformas como *Instagran, Facebook e twitter* (KARHAWI, 2016, p. 46-47). Diante disso, Marcos Piangers, que vem de mídias massivas, usou sua visibilidade, popularidade, reputação e autoridade para potencializar o seu capital social nas plataformas digitais, tornando-se um influenciador digital segmentado pelo público de pais e filhos.

Referências bibliográficas

BARICHELLO, E.M.M.R. **Visibilidade midiática, legitimação e responsabilidade social:** dez estudos sobre as práticas de comunicação na universidade. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2004.



BRAGA, A. McLuhan entre conceitos e aforismos. **ALCEU,** v. 12 - n.24 - p. 48 a 55 - jan./jun. 2012.

CARVALHO, L. M. **Legitimação institucional do jornalismo informativo nas mídias sociais digitais:** estratégias emergentes no conteúdo de zero hora no twitter / Luciana Menezes Carvalho – 2010.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo:** Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DRAMALI, B. L. Internet: plataforma de mídia ou ambiente de sociabilidades?. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero**, vol. 2 n. 1 jun./nov. 2010.

FAUSTO NETO, A. **Mutações nos discursos jornalísticos:** da construção da realidade "à „realidade da construção". Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006.

_____. Notas sobre as estratégias de celebração e consagração do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia,** v. 5, n. 1, p. 109-121, 2008.

FERREIRA, W. R. V. In: MARCONDES FILHO, C. **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

HERSOVITZ, H. G. Análise de contéudo em jornalismo. In. LAGO, Cláudia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

KARHAWI, I. **Influenciadores Digitais:** O Eu Como Mercadoria. 2016. SAAD, E.; SILVEIRA, S. C. **Tendências em comunicação digital.** São Paulo: ECA/USP, 2016.

KARHAWI, I.; SAAD-CORRÊA, E. TV **Capricho:** experimentações no jornalismo online. In: IV Congresso Internacional De Ciberjornalismo, 4, 2014, Porto. Livro de atas. Porto: Obciber, 2015. p. 648 - 664. Disponível em: <https://cobciber4.files.wordpress.com/2015/04/cobciber4atas.pdf>. Acesso em: 23 jun 2017.

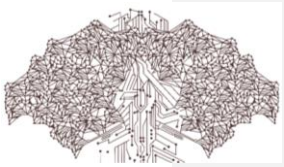
KEEN, A. **O culto do amador:** como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valore. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

KERR, M. A. **As TICs, os processos comunicacionais e o novo realizador audiovisual da internet.** 2016. In.: MIÈGE, B.; Et al. Operações de midiatização: das más caras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016.

LEMOS, A; LÉVY, P. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

MALINI, F. Internet é uma máquina que potencializa minorias. In. IHU On-line. **Revista do Instituto Humanista Unisinos.** Nº 502 | Ano XVII | 10/4/2017.

MOREIRA, T; RIOS, R. A Construção da Celebridade Midiática no Contexto dos Digital Infleuencers. **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – São Paulo – SP _ 05 a 09/09/2016.



PENTEADO, J. D. de O; RENÓ, D. P. **Jornalismo e a ecologia dos meios:** uma relação simbólica. Sétimo congresso internacional de ciberjornalismo, 2016.

PIANGERS, M. **O Homem que brinca de boneca.** Canal: Marcos Pianges, publicado em 10 de outubro de 2016. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=5tmO4_3yAvo>. Acesso em: 24 jun. 2017.

_____. **Aprender com tecnologia** (o pai e o google ajudando a ensinar). Canal: Marcos Piangers, publicado em 09 de fevereiro de 2017. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=7JHCuP4fojc. Acesso em: 24 jun. 2017.

_____. **Trocar Fralda é o Básico.** Canal: Marcos Piangers, publicado em 09/ abril de 2017. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=hzRSsUjrfpM acessado em 25 jun. 2017.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2014. (Coleção Cibercultura) 2ª. edição.

ROCHA, L. M. **Folkcomunicação:** a Cultura Popular na Cibercultura. 7º congresso nacional de ciberjornalismo. 2016.

SANTOS, S. M. M; SILVA, P. P. P; SANTOS, J. F. **Gabriela Pugliese:** uma análise sobre o marketing de influência na rede social Instagram. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Caruaru – PE – 07 a 09/07/2016.

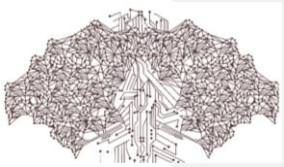
SCOLARI, C. A. **Más allá de McLuhan**: Hacia uma ecología de los medios. In. RUBLESCKI, A; BARICHELLO, E. M. R. **Ecologia da Mídia.** Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação:** criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIBILIA, P. **O show do eu:** A intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: nova Fronteira, 2008.

TRIGUEIRO, O. M. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático.** João Pessoa: UFPB, 2008.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A LINGUAGEM CINEMATOGRÁFICA UTILIZADA PELOS *VÍDEO GAMES*: O USO DAS CUTSCENES COMO EXPERIÊNCIA NARRATIVA[1].

Cíntia Marques Vieira[2]

Resumo: Este artigo dedica-se a uma reflexão sobre a linguagem cinematográfica utilizada pelos *vídeo games.* Especificamente, a acerca das *cutscenes* que são sequências de cenas que alteram a maneira de se constituírem os *vídeo games*, passando a exercer suas potencialidades em conexão e remediação com o cinema. O objetivo é refletirmos sobre os mecanismos do cinema que são utilizados para impulsionar as narrativas e expandir o repertório constituinte de significados do jogador. Uma vez que o jogador passa a espectador, onde a ação simbólica que está inscrita em todos os eventos representacionais cria uma ilusão retoricamente estruturada, a liberdade de ação passa a compor significado dentro de um universo mítico e ficcional. As *cutscenes*, como uma história que está baseada na ação e que visa uma maior contextualização para o entendimento diegético, contribuem para os processos de jogabilidade, através de uma história simples baseada em ação elas podem proporcionar narrativas claras com uma lógica unificadora, mantendo os objetivos do *game* claros e de fácil compreensão.

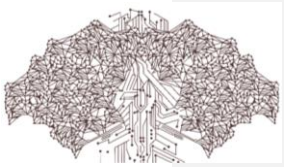
Palavras-chave: *vídeo games*; cinema; *cutscenes*; narrativas; novas mídias.

Contextualização

Com o avanço da tecnologia em busca de soluções estético-formais que resolvessem pontos como imersão e expressividade narrativa, o *vídeo game* adquiriu linguagem análoga a do cinema, chegando atualmente a uma espécie de fotorrealismo gráfico, aproximando ambas as mídias. Com o passar dos anos, empregou técnicas que foram desenvolvidas pelo cinema como a montagem, a câmera subjetiva, a simultaneidade de eventos, o campo e o contra-campo. Alguns teóricos creem que o *vídeo game* ainda não estabeleceu um campo disciplinar próprio, entretanto, esse produto não pode ser simplesmente observado como um "imitador" de linguagens, uma vez que, conforme discorre Mark J. P. Wolf e B. Perron (2003) foi a primeira mídia a promover a

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 11 – Games e processos de aprendizagem em contextos digitais, realidades aumentadas;, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é mestranda da Universidade Tuiuti do Paraná. E-mail: marques.of.cintia@gmail.com



jogabilidade em espaço diegético navegável e a permitir o controle de avatares em mundos virtuais, em que a experiência individual é mediada. Deste modo, entende-se que, como uma nova mídia, o *vídeo game* é um campo hibrido que se comporta de acordo com o contexto midiático atual e que, apesar da ausência de alguns conceitos e definições próprios, atua como um campo poli e metamórfico[3], envolvendo-se com outras mídias e absorvendo suas várias linguagens e processos sígnicos em remediação e convergência.

É importante destacar que o *vídeo game* não foi a primeira mídia a apropriar-se de outras mídias anteriores, o cinema e a televisão também o fizeram. Com o incremento das potencialidades tecnológicas e as inovações, em termos da constituição de redes sociais digitais, interatividade, multimidialidade, base de dados, entre outras, as possibilidades de práticas de remediação se multiplicam, segundo os criadores do conceito: Jay David Bolter e Richard Grusin, em seu livro *Remediation: Understanding New Media* (2000) que será explicado mais adiante.

Esse artigo dedica-se a uma reflexão sobre a linguagem cinematográfica utilizada pelos *vídeo games*, acerca das *cutscenes*: cenas que geralmente incluem ângulos de câmera, pontos de vista e tomadas, efeitos visuais e sonoros derivados do cinema. Trata-se de sequencias onde o jogador deixa de interagir em jogabilidade com o *game* e o assiste como um espectador. Como uma espécie de materialização dessa relação de imbricação entre as mídias cinema e *vídeo games*, as *cutscenes* agem como um elemento de empréstimo em convergência que alteram a maneira de se constituir os *vídeo games*, passando a exercer suas potencialidades em conexão com o cinema. Como todos os *games* necessitam de um sistema de progressão com objetivos e recompensas, a introdução desse tipo de história baseada em ação pode ofertar um projeto narrativo com uma lógica unificadora.

Nossa proposta é refletirmos sobre os mecanismos do cinema que são utilizados para impulsionar as narrativas e expandir o repertório constituinte de significados do jogador. Uma vez que o jogador passa a espectador, onde a ação simbólica que está inscrita em todos os eventos representacionais cria uma ilusão retoricamente estruturada, a liberdade de ação passa a constituir significado dentro de um universo mítico e ficcional.

A história do *vídeo game* é constituída por um desenvolvimento expressivo de representações miméticas cada vez mais complexas, que se tornaram possíveis pelo rápido desenvolvimento da tecnologia informática. As formas de interação e o poder de processamento

3 Para Lúcia Santaella (2004) em seu artigo *Games e Comunidades Virtuais*, o *vídeo game* trata-se de um campo híbrido, poli e metamórfico, que se transforma a uma velocidade surpreendente, não se deixando agarrar em categorias e classificações fixas.
.

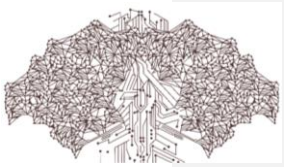
gráfico refletem de maneira direta sobre a linguagem dos *games* e suas possibilidades. Para as narrativas, o processamento gráfico é essencial na criação de ambientes e personagens dotados de personalidade, para que haja uma maior identificação por meio do jogador e uma situação dramática que vá além da mecânica lógico-intelectual e sensório-motora. O papel central de qualquer narrativa de *vídeo game* está centrado no fornecimento de configurações pré-escritas significativas para as ações do jogador. Esse tipo de narrativa possui o objetivo pragmático de proporcionar uma jogabilidade convincente dentro dos limites tecnológicos possíveis.

Alguns pesquisadores das linguagens das novas mídias como Janet Murray (2003), Klevjer (2001), Ribeiro (2012) e Manovich (2015) vêm propondo estudos a partir dos avanços tecnológicos que ampliam as possibilidades de interação com a narrativa do *vídeo game*. Acreditam haver uma espécie de desligamento do jogador em relação ao corpo físico quando ele se encontra envolvido com o jogo. Esse conceito indica que se perde o contato com o mundo físico e passa-se a reagir aos estímulos sensoriais. Neste sentido, a imersão ocorre no momento em que o jogador percebe o *game* como uma narrativa, envolvendo-se com os episódios e despertando a curiosidade sobre os próximos acontecimentos, em um nível diegético.

Quando falamos da narrativa como forma de organizar a experiência, estamos pensando nela não como uma forma acabada, autoconsciente e deliberadamente artística, mas uma forma fluida, comunal, que emergiu nas sociedades orais a partir da necessidade vital de, pela linguagem verbal oral, dar sentido à experiência do vivido. Abrindo espaço para um olhar sobre a narrativa como construção cognitiva, que organiza a experiência e que se adequa conforme a mídia em que está inserida. Nessa investigação, partimos do princípio de que as narrativas são utilizadas para dar sentido às coisas que acontecem e de que podemos contar uma história a partir de um *game*. Mediante a esse fato, pode-se admitir que os *games* narrativos são desenvolvidos sobre modelo narrativo análogo ao dos filmes e dos livros, seguindo a mesma estrutura composta por introdução, desenvolvimento e conclusão.

Entre Cinema e *Vídeo Game*

A genealogia entre cinema e *vídeo game* se assemelha, sendo que o espaço de jogabilidade originário do *vídeo game* que permanecia restrito à uma única tela e câmera e o "teatro filmado" estático do início do cinema, em que toda a ação do filme acontecia sob um ponto de vista captado pela câmera, em uma janela retangular, têm equivalência. Do mesmo modo, com o passar dos anos, o *vídeo game* empregou técnicas que foram desenvolvidas pelo cinema, como a montagem, a câmera subjetiva, a simultaneidade de eventos, o campo e o contracampo. Também



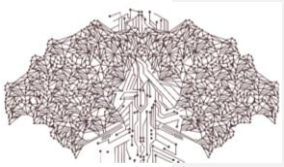
é possível traçar características semelhantes entre *games* e filmes quando se reflete sobre o desenvolvimento de um *game*. Como analisa Rennan Ribeiro (2012), na construção do *game* envolvem-se áreas como o *design* e a arte: a primeira concebe as mecânicas de funcionamento, as estruturas físicas das fases e as interfaces dos *games;* já a segunda é necessária para estimular os sentidos do jogador por meio da visão e da audição.

Desse modo, assim como o cinema, o *vídeo game* é uma configuração de arte que envolve outras formas desta, mas que não depende essencialmente delas para existir. Por outro lado, é importante enfatizar que, apesar de existirem todas essas semelhanças e relações entre cinema e *vídeo game*, o primeiro não necessariamente serve como seu predecessor imediato ou guia. Ademais, nas últimas décadas, o *vídeo game* tem se envolvido com várias outras áreas de conhecimento, relacionando-se com aspectos que vão da tecnologia às artes gráficas.

O *vídeo game* tem atualmente atraído a atenção de muitos cientistas, o motivo é o fato de cada vez mais englobar essas diversificadas disciplinas às suas múltiplas características, a exemplo da semiótica, da filosofia, da antropologia, das ciências da computação, da engenharia elétrica, das ciências cognitivas, da publicidade, das comunicações, do *design*, da animação, da narratologia, da educação, entre outras.

O hibridismo concebido no *vídeo game* faz com que essa mídia absorva muitos processos e linguagens de outras mídias em um processo chamado de remediação pelos autores Bolter e Grusin (2000), mencionados anteriormente. Esse conceito de remediação está ligado ao fato de que toda mídia se apropria, mesmo que minimamente, de elementos conceituais, linguagens, interfaces e experiências de outras mídias já concretizadas, o que torna sua assimilação mais intuitiva. Trata-se, portanto, de um processo de adaptação de um meio através da convergência de princípios estéticos e culturais provenientes de outros formatos. Temos como exemplo o *vídeo game*, que remedia alguns elementos do cinema, das histórias em quadrinho e das animações; a fotografia que remedia aspectos da pintura; o próprio cinema, que remedia a fotografia, o teatro e a televisão, bem como diferentes suportes que incorporam aspectos e elementos de outros meios. Ou seja, a representação de uma mídia em outra é o que os autores chamam de remediação, sendo uma característica que define todas as novas mídias digitais, uma vez que são dependentes de uma ou mais mídias anteriores, remodeladas ou recompostas.

Com o incremento das potencialidades tecnológicas e as inovações, em termos da constituição de redes sociais digitais, interatividade, multimidialidade, base de dados, entre outras, as possibilidades de práticas de remediação se multiplicaram. Todavia, o principal elemento diferenciador entre o *vídeo game* e as outras mídias é a interatividade. No entanto, um conceito que o defina e que crie nomenclaturas próprias para seus elementos carecem de mais



exploração, uma vez que essa combinação de mídias, reunindo elementos tão distintos, apresenta a possibilidade de novas formas de narrativa e simulação. Há uma necessidade de diálogo aprofundado entre a prática e a teoria no campo do *vídeo game*, conforme ocorreu com a literatura e o cinema, de um amadurecimento em relação aos seus significados e seu potencial narrativo, estético e de linguagem.

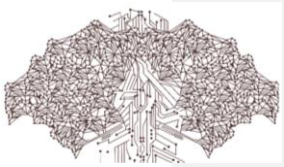
Além disso, a partir de um olhar empírico e uma análise crítica sobre a indústria de entretenimento atual, constata-se uma defasagem no desenvolvimento de uma linguagem gráfica própria do *vídeo game*, justamente por se manter preso a fórmulas "que deram certo", praticadas por outras mídias e que muitas vezes não permitem que haja inovações e experimentações autênticas. Rune Klevjer (2001), ao avaliar esse cruzamento de mídias no *vídeo game*, conclui que há um comprometimento real sobre sua estética. Isso se reflete, principalmente, a partir do envolvimento entre a indústria de *vídeo game* e a do cinema. Segundo o autor, o *vídeo game* representa o mundo de duas maneiras: por meio das narrativas e dos processos. E, apesar desses aspectos serem princípios conflitantes de representação, a maioria dos *games* os combina para uma experiência de imersão mais completa.

Por trazerem significados e contextualização, as representações narrativas do *video game* são relativamente independentes do ato de jogar em si. São construídas a partir de elementos conhecidos nessas outras áreas consolidadas, como a literatura e o cinema. Logo, é possível considerar como elementos narrativos, tomados por "empréstimo" do cinema pelos *games* os personagens, cenários, tramas, paisagens etc. Não obstante, os recursos narrativos de um *game* se dão tanto sobre o desenrolar dos eventos como para dar sentido às ações do jogador. Ou seja, por meio da representação narrativa, os procedimentos e as ações tornam-se eventos simulados.

As Narrativas dos *Vídeo Games*

Lev Manovich em seu artigo *O banco de dados* (2015) descreve os *games* como jogos que são experimentados pelos seus usuários como narrativas, pois a eles é ofertada a tarefa de ganhar a partida, avançar e alcançar o último nível. Nessa superfície narrativa, mantém-se mascarado um algoritmo[4] simples que é a ação necessária para se chegar ao objetivo do *game*. Segundo o autor, o *vídeo game* segue a lógica dos algoritmos, portanto, estes são a chave para a experiência do *game*, em que o jogador necessita aprender sobre sua lógica.

[4] Conjunto das regras e dos procedimentos lógicos perfeitamente definidos que levam à solução de um problema em um número finito de etapas.



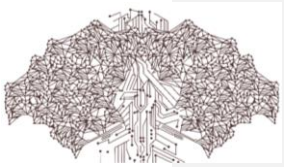
> Ao contrário da maioria dos jogos, a maior parte das narrativas não requerem um comportamento algorítmico de seus leitores. Contudo, narrativas e jogos são similares no sentido de que o usuário deve descobrir a lógica implícita enquanto avança por eles – seu algoritmo. Da mesma forma que o jogador, o leitor de um romance, gradualmente, reconstrói o algoritmo (aqui, utilizo o termo metaforicamente) que o escritor usou para criar os cenários, os personagens e os eventos (MANOVICH, 2015, p. 13).

Sob outra perspectiva, alguns estudiosos são descrentes dessa relação entre o *vídeo game* e as narrativas. No entanto, até mesmo o pesquisador em ludologia Jesper Juul (2001), ao considerar que toda história apresentada tanto no cinema quanto no *vídeo game* é dotada de uma narrativa, acaba admitindo que os *games* podem incluir elementos narrativos[5]. Entretanto, para ele isso não significa que tudo deva ser descrito em termos narrativos e que se algo possa ser exposto na forma narrativa denote que é uma narrativa.

Alguns *games* – como *Space Invaders* (1978), em que o jogador deve defender a terra de uma invasão alienígena por meio do controle de uma arma que atira nos inimigos; *Donkey Kong* (1981), que se deve desviar dos objetos que Donkey joga para chegar até o último nível e resgatar a princesa; e *Super Mario Bros.* (1985), cujo objetivo é atravessar as fases saltando obstáculos e inimigos para resgatar a princesa sequestrada pelo dragão – foram exemplos do que Juul (1998) chamou de enquadramento narrativo. Ou seja, uma história que funciona como uma justificativa para as ações dos jogadores e que não, necessariamente, transforma esses *games* citados em uma narrativa.

Com o rápido desenvolvimento da tecnologia e o poder de processamento gráfico atuais, aos jogadores são disponibilizadas representações narrativas intrigantes em que se pode interagir sobre as narrativas imergindo em ambientes e "encarnando" personagens de forma que a jogabilidade se torna mais instigante, em que há a possibilidade de uma maior identificação do jogador com o mundo exposto pelo *game*. Comparando os *games* com os filmes, Klevjer (2001) ressalta que a experiência do *game*, mesmo quando "passiva", também está envolvida à uma estética de controle baseada em poder, isto é, que o *video game* proporciona o gozo do domínio visual, motor e intelectual.

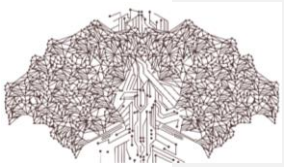
[5] Segundo Ana Costeira (2016), ao longo dos anos, a posição de Juul transferiu-se de um ludologista puro para uma postura ligeiramente mais narratológica.



Por outro lado, deve-se distinguir os sistemas interativos dos reativos, sendo que a interação reativa depende da automação nas trocas, ou seja, as trocas dependem dos limites previstos e da programação prévia que governam as relações. Um sistema interativo deveria proporcionar total autonomia ao usuário em condições que a resposta pudesse ser criativa, e não apenas prevista. No entanto, tanto nos *games* como nos filmes interativos, os caminhos possíveis são delimitados, e não infinitos. A interatividade é uma propriedade da comunicação digital, entretanto, nos *games* ela pode variar de maneira reativa, quando as ações do jogador estão atreladas a regras estabelecidas pelas variáveis do programa e, em outros casos, quando a interatividade permite uma maior complexibilidade nas relações de participação, intervenção e criação.

Para Hélder Lopes e Luana Inocencio (2016), foi por meio da interatividade que o *vídeo game* singularizou sua linguagem, comparando-se às linguagens das mídias predecessoras, como o cinema, isso porque o espectador deixa da ação "passiva" diante do conteúdo narrativo para explorar as narrativas por meio das múltiplas possibilidades que lhe são ofertadas. A questão da interatividade acrescenta ao *vídeo game* maior complexidade no modo como as ações dramáticas se configuram. O termo interatividade é proveniente de interação, significando troca, influência mútua, e seu significado varia de acordo com as aplicações, as interpretações e o contexto que é utilizado. A característica de navegação em orbe virtual é o que difere as narrativas interativas das hipertextuais encontradas em outras mídias. As possibilidades de interação por meio das narrativas interativas são admissíveis porque a própria narrativa em si se compõe de um molde flexível, permitindo que analogias pareçam plausíveis e que as interpretações dos acontecimentos operem sobre a realidade de cada indivíduo.

Como um meio de intercâmbio entre as máquinas e os humanos, a interatividade é um processo de permuta ininterrupta de emissão e recepção comunicativa. Os *games* contêm a interatividade como propriedade fundamental, pois como elucida Lucia Santaella (2004), eles têm como característica básica a participação do jogador, visto que o que diferenciam os jogos são os níveis de interatividade e de imersão. Todavia, o espectador de cinema, apesar de adotar uma postura "passiva" por meio dos estímulos que recebe, contém a necessidade de decodificá-los e interpretá-los, habilidades que necessitam de disposições cognitivas e de percepção. O fade out (escurecimento ou clareamento gradual da imagem a partir da intensidade da luz), por exemplo, demanda uma interpretação por parte do espectador a partir do seu universo cognitivo. A participação afetiva e as identificações deste como um impulso participativo que o acomete desde o início do cinema, vivendo o filme como se dele fizesse parte, por meio da impressão da realidade, tem tal intensidade que o faz manifestar-se prontamente diante dos fatos ocorridos.



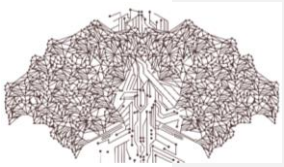
Portanto, mesmo quando o jogador está assistindo uma sequência de cenas, ele está interagindo com o *game*. Manovich (2001) nomeia de metarrealismo essa outra forma de realidade que oscila entre sua ilusão e sua desconstrução, em que o usuário toma decisões sobre a narrativa apresentada, compreendendo que o metarrealismo é complementar às mídias digitais interativas. As narrativas digitais que autorizam a interatividade por parte do jogador, investindo nas suas escolhas para a realização do percurso e ritmo de navegação, estabelecem que o próprio usuário pode formatar suas referências e seus significados. Adquirir habilidades e alcançar objetivos são um dos fascínios oferecidos, há uma estética relacionada ao poder de agência, em que as respostas intelectuais e perceptivas da máquina processual permitem o poder exploratório e o de controle.

Existem algumas categorias estéticas que podem ser experimentadas pelo jogador segundo Janet Murray (2003): a imersão, que faz com que o indivíduo seja transportado para o mundo digital, requerendo um inundar da mente com as sensações ofertadas pelo ambiente virtual; a agência, que é a aptidão de realizar ações expressivas sobre a narrativa do jogo e verificar seus resultados; e a transformação, que oferece ao jogador ou usuário a liberdade da própria jornada, podendo alterar o que quiser, mudando formas e conteúdos, assim como os demais elementos no meio digital.

Segundo Jull (2001) alguns *games* avançam independentes das ações dos jogadores; outros interrompem seu avanço, sendo que as ações que influenciam os acontecimentos determinam o tempo apresentado, sempre acontecendo no presente. Para ele há uma diferença entre o tempo do *vídeo game* e o do texto narrativo. De maneira oposta, as narrativas para o autor não acontecem no "tempo da cena", funcionam mais como uma infindável repetição de eventos e que é impossível haver interatividade e narrativa concomitantemente.

Todavia, o leitor contemporâneo está acostumado a fazer relações entre diversificados textos fragmentados, e a coerência da leitura é definida por ele, e não pelo escritor, em seu momento de leitura, ou seja, em tempo presente. Piccini conceitua esse tipo de leitura como preditibilidade:

> Preditibilidade é uma estratégia de leitura fundada na adivinhação e constituída de processos de predição, testagem e confirmação de hipóteses com base no uso mínimo das informações disponíveis. Ao invés de decodificar palavra por palavra, o leitor economiza esforço prevendo as estruturas seguintes a partir de *inputs* não apenas visuais, mas relacionados também a seu universo cognitivo (conhecimento prévio nos níveis fônico, morfológico, sintático, semântico e pragmático do texto). Essa interação das pistas visuais com o conhecimento armazenado na memória do leitor possibilita-lhe antever, ou predizer, o que ele irá encontrar no texto (PICCINI, 2012, p. 52).



Assim, o texto pode receber diferenciados tipos de interpretação e ser percorrido de maneira personalizada, de acordo com o repertório e a proficiência de cada leitor.

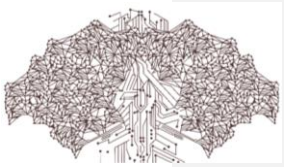
As *Cutscenes*

Conforme explica Karen K. Kremer (2015), a indústria de *vídeo game* enfrentou, entre os anos de 1992 e 1995, uma crise de vendas e necessitou reinventar-se. Foi nesse momento que as *cutscenes* passaram a ser inclusas no cenário do *vídeo game*. A proliferação da tecnologia de *CD-ROM* permitiu a inclusão de sequências de vídeo *full motion* (*FMV*) nos *games*. Nessa época, os gráficos destes não podiam competir com as imagens dos filmes, de modo que importar esses gráficos e o som em alta resolução por meio da tecnologia de *CD* era uma maneira de avançar sobre os obstáculos visuais e narrativos do passado.

Como um intervalo de jogabilidade, as *cutscenes* são sequências de cenas compostas artisticamente em que o jogador deixa de trabalhar com a materialidade do *game* para assisti-lo. Seu objetivo principal é reforçar o desenvolvimento narrativo, introduzir personagens e disponibilizar informações importantes sobre pistas e enredo. Podem ser chamadas também de *cinematics*, *in-game movies* ou *FMV* (*full motion video*). Geralmente, são constituídas por animações de computação gráfica ou por *live-action* com atores e atrizes reais.

O primeiro *game* a utilizar esse recurso foi o *Space Invaders Part II* (Taito, 1979), no qual a *cutscene* incidia em um pequeno intervalo em que uma nave espacial voava pedindo socorro aos alienígenas inimigos do protagonista do *game*. No entanto, as *cutscenes* somente passaram a conter aspectos cinematográficos relevantes em termos tecnológicos e artísticos com o Sony PlayStation, que é uma série de consoles de *vídeo game* criada e desenvolvida pela Sony Computer Entertainment, abrangendo a quinta, sexta, sétima e oitava gerações de *vídeo games*.

Muito semelhantes às produções cinematográficas, as *cutscenes* são observadas geralmente nas introduções dos *games*, em que se apresentam a história e os objetivos do *game*. Após assistir a esse pequeno filme, ao jogador é liberado o acesso do ambiente de jogabilidade no qual os objetivos propostos pela *cutscene* devem ser alcançados em desenvolvimento, fazendo com que o jogador permaneça atrelado à trama do *game* até que conclua todas suas etapas e chegue ao desfecho final da história. Todavia, as *cutscenes* também servem para outros propósitos, por exemplo: podem, além de impulsionar as narrativas, motivar o jogador, recompensá-lo por algum desafio superado e, como funcionava com os *games* das primeiras gerações, suprir a necessidade de contar histórias, substituindo os enquadramentos narrativos.

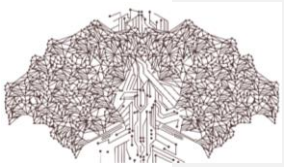


Por se tratarem de um recurso cinematográfico, as *cutscenes* foram muitas vezes criticadas. Como um filme curto que vai ao desencontro da experiência própria do *vídeo game*, essas cenas são vistas por alguns autores como responsáveis por uma espécie de anulação à interatividade. Espen Aarseth e Markku Eskelinen argumentam que jogar é um ato predominantemente figurativo, e não interpretativo, como acontece com os espectadores de um filme ou os leitores de um livro de literatura. A premissa teórica desse argumento foi introduzida por Aarseth em seu livro *Cibertext, perspectiver on ergodic literature* (1997), que sugere a distinção entre os *games* e a narração como modos distintos de discurso. O autor investiga o *vídeo game* como uma forma única de expressão, detentora de um princípio ergódico em que a participação do jogador é imprescindível para a construção material da estrutura do texto, contrastando com o discurso narrativo que apenas o convida a se envolver na semântica do texto, realizando nada mais que uma leitura.

Sob esse contexto, as *cutscenes* seriam, para Aarseth, modos de narrativa pré-escrita, cujo trajeto fixo baseado em filmes é um sinal de imaturidade, porquanto uma jogabilidade madura não depende desse tipo de artifício para chamar a atenção. Klevjer (2001) rebate esse argumento, alegando que o problema desse tipo de raciocínio é que as teorias que articulam os princípios desse conflito discursivo parecem estar sendo confundidas com uma espécie de ideologia sobre *games* "puros".

Alguns outros autores tampouco discordam do uso das *cutscenes*, como é o caso de Juul, citado anteriormente, pois acredita haver rupturas ao se apresentar eventos que não fazem parte do quadro temporal e se desenrolam no *game* por meio do conteúdo cinematográfico das *cutscenes.* O autor compreende que, em produtos em que há uma história interativa, o jogador pode assistir a *cutscenes* e ocasionalmente fazer escolhas, porém o tempo da história, o de leitura e o narrativo se afastam. Para que haja influência sobre algo que acontece no tempo presente, Jull argumenta que este deve se sincronizar, senão não há como haver interatividade e narração de modo simultâneo. Para ele, na prática os *games* quase sempre são cronológicos, necessitando que pelo menos pontos ou períodos de convergência temporal aconteçam, em que o tempo do mundo do *game* e o do *game* se fundam. Celia Pearce (2004) também critica a relação de experiência do *game* com o uso das *cutscenes*. Para ela, embora muitas vezes as *cutscenes* sejam apresentadas sob um âmbito de qualidade gráfica extraordinário, usar a passividade para criar um tipo de linearidade forçada é uma prática que remete ao cinema e interrompe a experiência do *game*.

Contudo, compreendemos que não se trata de uma questão de engajamento, mas sim que há diferenças fundamentais em termos fenomenológicos, uma vez que duas estruturas textuais completamente antitéticas são utilizadas para compor um mesmo discurso e isso, não

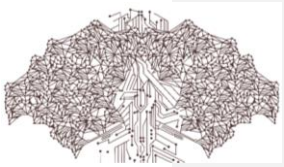


necessariamente, é algo negativo. Todavia, Ribeiro ao se referir à interatividade acredita que "tirar de uma mídia o que ela tem de mais distinto é ir de encontro à sua própria natureza" (RIBEIRO, 2012, p. 47). Do mesmo modo, Klevjer, citado anteriormente, defende que qualquer evento de um *game* pode se tratar de uma representação, como uma ação simbólica familiar para o jogador, em que as *cutscenes* desempenham um papel muitas vezes crucial.

A *cutscene* é uma ferramenta eficaz para comunicar uma história, sendo mais visualmente interessante que a narração puramente verbal e mais simples do que disseminar as informações indispensáveis por meio de eventos com *scripts*. Mas e a interatividade do *game*, elemento que já foi constatado ser de grande importância para o *vídeo game*? De acordo com Ribeiro (2012), a busca pela inserção da interatividade nas narrativas dos *vídeo games* moldou e reconfigurou esses novos recursos, como é o caso dos *Quick Time Events* (*QTEs*) ou eventos de tempo rápido. Esse recurso nada mais é que um tipo de *cutscene* na qual alguns símbolos empregados por meio de botões específicos do *joystick* aparecem na tela sobre a ação que se desdobra, permitindo uma interação que leva o protagonista a desempenhar ações que influenciam o desenvolver da cena. Esse seria o que o autor chama de "paradoxo da aparência", uma contradição entre o dado e a agência. Esse paradoxo inerente aos *games* miméticos é dramaticamente ampliado pelo computador devido ao fato de basear-se em regras e respostas imediatas, unidas a representações cada vez mais complexas.

Uma oscilação entre as *cutscenes* e o *gameplay* acontece, como uma convenção padrão de *video game* baseado em história. Esse tipo de oscilação está se tornando um novo tipo de linguagem artística que desenvolve suas próprias regras de maneira híbrida e em mediação. Como um ator implícito narrando e criando o mundo diegético por meio das descrições gerais, as *cutscenes* assumem essa voz familiar e genérica que faz parte da ação simbólica tipificada.

Quando se discute sobre as *cutscenes*, presentes na maioria dos *vídeo games* contemporâneos como mecanismos de cinema que são utilizados para impulsionar as narrativas e expandir o repertório constituinte de significados do jogador, é debatido sobre como os elementos de uma mídia se comportam dentro do espaço de outra mídia. No entanto, baseados nessas integrações e semelhanças entre cinema e *vídeo game*, em que se pode assistir a cenas ao invés de trabalhar em jogabilidade com o *game*, alguns autores referem-se ao *vídeo game* como uma nova forma de cinema interativo. Contudo, mesmo considerando a existência de uma grande variedade de tipos de *games* e compreendendo que apenas uma definição para tanto não pode abarcar sua completude, considera-se que é um equívoco analisar o *vídeo game* como um tipo de cinema interativo, uma vez que os procedimentos de engajamento experiencial proporcionados pelas suas estruturas textuais e as do cinema são reciprocamente exclusivos. O conceito de



experiências em cinema interativo seria uma maneira apropriada de contar histórias que não são "jogadas" ou "assistidas".

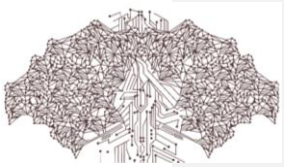
Para buscar fazer uma distinção entre *vídeo game* e cinema, a seguir relacionaremos alguns aspectos que são exclusivos do *vídeo game*, mesmo em *games* que contenham as *cutscenes* como elementos narrativos. Dentre eles, temos a existência de avatares que pertencem à diegese do *game*, sobre a qual se pode exercer controle e navegar por um mundo virtual. As regras estabelecidas e a interatividade que são também fatores que diferem o *vídeo game* do cinema e possibilitam que o jogador possa interferir na ação em momentos de *gameplay*. Lembrando ainda que o *vídeo game* pode ser abstrato e sem pontos de identificação, essa é uma questão que se evidencia a partir da necessidade de identificação antropomórfica a partir do espectador de cinema, que se reconhece em conectividade e que no *vídeo game* não é uma premissa. O leitor/espectador precisa de uma motivação emocional para se interessar por um filme ou livro, geralmente um agente humano para que haja uma assimilação, entretanto, essa é uma constante para o *vídeo game*, a partir do fato de que o jogador sempre está presente e só investe energia no *game* por estar sendo avaliado seu desempenho como jogador, independente do uso das *cutscenes* ou não.

Ou seja, o *vídeo game* e o cinema interativo são duas mídias distintas, sendo que os *games* podem ser abstratos, pois envolvem o jogador de maneira direta, diferente do cinema. Ademais, a narrativa no *vídeo game* pode ser constituída de diversas facetas, em que o modelo clássico da literatura, do teatro e do cinema aplicado às *cutscenes* deve ser entendido como uma possibilidade arbitrária e não necessária.

Segundo Jenkins (2003), as narrativas no *vídeo game* se desenvolveram em dois níveis: buscam os objetivos chamados de *goals* ou são construídas baseadas em incidentes localizados chamados de micronarrativas. As micronarrativas possibilitam muitos focos sobre uma determinada cena, em várias situações particulares com os personagens envolvidos. Nesse sentido, elas surgem nos *games* como elementos de valorização da trama, proporcionando equilíbrio entre a *performance* e o *gameplay*, a exibição e a história propriamente dita, ou seja, advêm das *cutscenes*, mas não somente delas.

Logo, existem *games* que não se apoiam em enredos verossímeis e, portanto, apostam em seu potencial simulativo e ambientes totalmente interativos. Há outros que proporcionam experiências narrativas, não apenas como um recurso relevante, mas como um aspecto da própria experiência do jogo, como é o caso dos *games* que se utilizam das *cutscenes*.

Conclusão



Basear-se no pressuposto de que modos distintos de discurso não podem ser combinados em práticas culturais novas, estáveis e significativas vai contra ao movimento atual de imbricação entre as mídias. A diversidade e a multiplicidade características da linguagem do *vídeo game*, possibilitada pela influência multimidiática admite continuamente inovações e experimentações. Logo, um *game* como produto cultural continuará a ser um *game* em seu modo discursivo quando utiliza as *cutscenes* como recurso de enquadramento de uma história pré-escrita. As *cutscenes*, através de uma história simples baseada em ação, podem proporcionar um projeto narrativo claro com uma lógica unificadora que dá conta das necessidades do *vídeo game* em conter um sistema de progressão com objetivos claros, estruturas de recompensa e introduções regulares de novos elementos como os níveis, inimigos, armas e habilidades. Esse elemento narrativo é pragmático uma vez que serve como um ensejo plausível para a construção de uma jogabilidade interessante.

Referências bibliográficas

AARSETH, E. ***Cybertext*: perspectives on ergodic literature.** John Hopkins University Press, Baltimore and London, 1997.

_____. Aporia and epiphany in Doom and the speaking clock: the temporality of ergodic art. In: RYAN, M. (ed.). ***Cyberspace textuality*: computer technology and literary theory.** Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis, 1999.

WOLF, M. J.; PERRON B. **The videogame theory reader.** New York: Routledge, 2003. 368p.

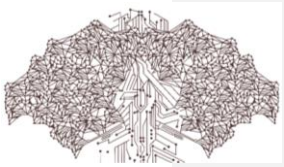
BOLTER, J.D.; GRUSIN, R. **Remediation: Understanding New Media.** Cambridge: Th e MIT Press, 2000, 293 p.

JENKINS, H. **Cultura de convergência.** Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Editora Aleph, 2009. p. 52-270.

_____. Complete freedom of movement: video games as gendered play spaces. In: SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. (Org.). **The game design reader: a rules of play anthology.** Cambridge: MIT Press, 2006a. p. 330-363.

JUUL, J. Games telling stories? 2001. ***Game Studies*.** Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/>. Acesso em: 25 jul. 2017.

_____. **Introduction to game time / Time to play: an examination of game temporality.** 2004. *Jesper Juul*. Disponível em: <https://www.jesperjuul.net/text/timetoplay/>. Acesso em: 25 jul. 2017.



_____. **A clash between game and narrative. 1998. *Jesper Juul*.** Disponível em: <http:// www.jesperjuul.net/text/clash_between_game_and_narrative.html>. Acesso em: 27 jul. 2017.

LOPES, H.; INOCENCIO, L. Remediação, jogos digitais e narrativa visual: uma análise do game SpecOps: The Line. Temática, Paraíba, n. 1, p. 64-80, jan./2016.

MANOVICH, L. **What is Digital Cinema?** 2012. Disponível em: https://wp.nyu.edu/novak-mm13/wp-content/uploads/sites/41/2013/09/Lev-Manovich-_-Essays-_-What-is-Digital-Cinema_.pdf. Acessado em: 22.05.2017.

_____. O Banco de Dados. **Revista Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 7-26, 2015.

MURRAY, J. H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. Tradução Sob a direção de DAHER, E. K.; CUZZIOL, M. F. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003. 282p.

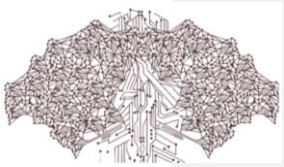
KLEVJER, R. (2002). "In Defense of Cutscenes." In: **Frans Mäyrä (Ed.) Computer Game and Digital Cultures.** Tampere University Press, 2002, p. 191-202.

KREMER, K. K. A linguagem cinematográfica nos games: do gameplay à cutscene. **Estrema: Revista Interdisciplinar de Humanidades**, 2015. v. 7. p. 81-102.

PICCINI, M. S. **"Fiz Por Querer": o papel das escolhas do jogador na construção do sentido em narrativas de jogos digitais.** In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS E ENTRETENIMENTO DIGITAL – SBGames, XI, 2012, p. 7-96.

RIBEIRO, R. Da Cutscene ao Gameplay: A evolução dos recursos narrativos nos videogames. In: NICOLAU, M. Org. **Reconfiguração das práticas midiáticas na cibercultura.** João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012. 221 p.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A NOVA ECOLOGIA DOS MEIOS E A IOT: COMUNICAÇÃO, INTERAÇÕES E INTERATIVIDADES[1]

Gleice Bernardini[2]; Maria Cristina Gobbi[3]

Resumo

O artigo busca explorar questões relacionadas aos fenômenos comunicacionais interacionais da Internet das Coisas (IoT ou *Internet of Things*, em inglês) com foco metodológico, a partir da perspectiva da Nova Ecologia dos Meios. Com base no cenário atual, as atividades comunicativas são caracterizadas através dos avanços tecnológicos e das interatividades proporcionadas pelo avanço das tecnologias e aparatos de comunicação. A nova Ecologia dos Meios se apresenta, neste sentido, como uma ferramenta propícia para a compreensão destas novas formas comunicacionais. Relacionada a Escola de Toronto, estuda os meios de comunicação na perspectiva de ambientes da ação humana.

Palavras-chave: Nova Ecologia dos Meios; IoT; Comunicação; Interação; Interatividade.

Contextualização

A pesquisa busca explorar algumas questões pertinentes ao estudo de fenômenos comunicacionais interacionais e as tecnologias inovadoras da Internet das Coisas (IoT, *Internet of Things* em inglês), partindo da perspectiva da Nova Ecologia dos Meios. Relacionada a teoria da comunicação da Escola de Toronto, e seus representantes, Marshall McLuhan, Harold Innis e Neil Postman, a Nova Ecologia dos Meios visa compreender os meios de comunicação como ambientes da ação humana, incluindo as dimensões materiais, históricas, econômicas e interacionais dos processos comunicacionais em suas investigações e apresentando-se, desta forma, como uma contribuição teórica promissora para o estudo de fenômenos do campo da comunicação em geral.

Partindo do pesquisador Harold Innis, um dos principais teóricos dos estudos da comunicação moderna e precursor da chamada Escola de Toronto, em seu livro *The Bias of Communication* (1951), podemos verificar como o autor avalia as mudanças sociais decorrentes

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 – Redes Móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é Doutoranda em Mídia e Tecnologia na Universidade Estadual Paulista (UNESP), Bauru/SP - Brasil. Participa do Grupo de Pesquisa em Pensamento Comunicacional Latino-Americano do CNPq. E-mail: gleicebernardini@gmail.com.br; gleicebernardini@hotmail.com

3 . Pesquisadora é Livre docente (UNESP). Professora Adjunta dos Programas de Pós-Graduação de Mídia e Tecnologia e em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Bauru/SP – Brasil. Professora Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano do CNPq. Orientadora da Tese. E-mail: mcgobbi@terra.com.br; mcgobbi@faac.unesp.br

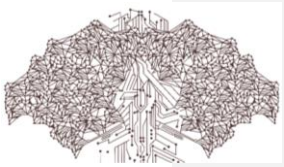
da introdução de uma nova tecnologia em uma dada cultura, aludindo-se ao poder apreendido por aqueles que detêm o saber especializado para controlar seu funcionamento. O autor afirma que este poder acaba por se deslocar de mãos, na medida em que, o grupo dominante de um conhecimento tradicional é destituído por outro, que conquista o acesso ao saber especializado da nova tecnologia surgida. Desta forma, ainda explica que, os "monopólios do conhecimento" são erguidos e derrubados, provocando uma distribuição desigual dos inevitáveis ônus e bônus, causados pela implementação de determinado recurso tecnológico.

Igualmente, podemos destacar que as mudanças tecnológicas em si causam alterações nas sociedades, principalmente no que tange ao poder de voz estabelecido, utilizando como exemplo, o foco deste trabalho: a internet e suas tecnologias avançadas, como a Internet das Coisas, cujas aplicações ampliam ainda mais as interações e interatividades possibilitadas pelo avanço tecnológico, ocasionando novas formas comunicacionais.

Outro grande representante desta vertente que deve ser citado, é o pesquisador, Marshall McLuhan, que traz em sua reflexão decorrente do "o meio é a mensagem", que existe uma ideologia na própria tecnologia que permite a veiculação do conteúdo, que o condiciona e o formata, fazendo com que a separação entre a tecnologia e seus conteúdos, passe a ser questionável. O autor define os meios como ambientes comunicacionais a partir dos quais é possível situar as interações, dentro de uma perspectiva evolutiva da comunicação. Fazendo com que, com o advento da internet, seja revisitado e comumente utilizado, com frequência, na busca de se explicar alguns fenômenos atuais da sociedade em rede[4], como por exemplo as interatividades possibilitadas pela internet; bem como, através de suas descrições de "aldeia global", também muito utilizada para uma primeira contextualização de globalidade X localidade, onde em uma perspectiva ampliada, acaba por formar o que alguns autores denominam por *glocal*[5].

Carlos Scolari (2015) ao estudar McLuhan (1964), em sua afirmação de "o meio é a mensagem", busca a complementar, apresentando duas possíveis interpretações para tal aforismo do pesquisador canadense: primeiro, situando que os meios são como ambientes ou, segundo, onde estes agem como espécies. Na primeira visão, mais generalista, o autor sugere que as tecnologias de comunicação "geram ambientes que afetam aos sujeitos que as utilizam" (SCOLARI, 2015, p. 29), sendo uma visão influenciada por McLuhan sobre meios e cognição,

[4] Em referência a Castells (1999), em A Sociedade em Rede.
[5] a união do local com o global, derrubando fronteiras e possibilitando não só o comércio e a comunicação entre pessoas há quilômetros de distância, mas também a troca de experiências e culturas. Podemos dizer também que a internet, através de seu ciberespaço possibilitou o movimento de universalização. Para saber mais, ler o capítulo 5 de Pierre Levy, em Cibercultura (1999).



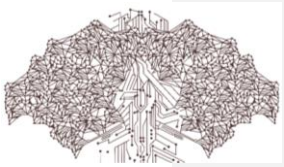
onde este defende que, sem perceber e sem resistência, os sujeitos são alterados pelos meios nos níveis de percepção e cognição do homem. Tal visão pode ser transportada para os dias atuais, e futuros, na perspectiva das Cidades Inteligentes, ambientes gerados e movidos por tecnologias da informática e da comunicação, gerando fluxos comunicacionais que produzem dados que alimentam esses ambientes, alterando-os ou fazendo sua manutenção. Neste sentido, os seres humanos são fortemente influenciados e, quase que obrigados, a se utilizarem de tais meios para sua comunicação e vivência. Tais iniciativas, geram modificações nas formas de viver e pensar de toda a sociedade.

Já a segunda interpretação estabelece a relação entre os próprios meios de comunicação, explicando a influência de uns sobre os outros, como em uma evolução, onde o primeiro agrega características do segundo, as modifica e realiza melhoramentos ou ampliações de suas propriedades, citando os exemplos do papiro *versus* a pedra, do rádio *versus* o jornal e da internet *versus* a televisão.

Aqui, podemos destacar os avanços tecnológicos do surgimento da internet e seus aparatos, ou mesmo a própria internet em si, com todas as suas modificações:

> [...] Na verdade, a internet é uma tecnologia antiga, foi usada pela primeira vez em 1969, mas se difundiu em larga escala vinte anos mais tarde por causa de vários fatores: mudanças regulatórias, maior largura de banda nas telecomunicações, difusão dos computadores pessoais, softwares simples, acesso e comunicação de conteúdo (começando com o servidor e o navegador World Wide Web projetados por Tim Berners-Lee em 1990) e a demanda em rápido crescimento da organização em rede de qualquer coisa, suscitada tanto pelas necessidades do mundo empresarial quanto pelo desejo do público de criar suas próprias redes de comunicação. (CASTELLS, 2013, p. IX)

De forma mais detalhada e pontual, o autor de Sociedade em Rede (2013) relata diversos acontecimentos que marcaram a trajetória da rede. Ele destaca que a criação e o desenvolvimento da rede se deram pelas últimas três décadas devido a investimentos militares, cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural, onde cada qual teve um importante papel na criação da rede. Devido esforços militares em pesquisas para o desenvolvimento de uma forma de comunicação possível no caso de guerras e ataques nucleares, a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos EUA, desenvolveu um sistema, criado por Paul Baran na *Rand Corporation* entre 1960-64, com base na tecnologia de comunicação da troca de pacotes. Este, "tornava a rede independente de centros de comando e controle, para que a mensagem procurasse suas próprias rotas ao longo da rede, sendo remontada



para voltar a ter sentido coerente em qualquer ponto da rede" (p. 82). Mais tarde, a tecnologia digital permitiu que esses "pacotes" carregassem todos os tipos de mensagens, seja som, imagens e dados, gerando "as condições tecnológicas essenciais para a comunicação global horizontal" (p. 83).

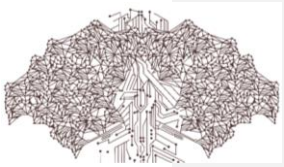
Mas, no seu início, a internet era povoada por código, números, tela preta e sem imagens. Foi apenas com a criação da *World Wide Web*, que a rede começou a ser popularizada. A invenção da WWW aconteceu em 1990, em Genebra, no *Centre Européen poour Recherche Nucleaire* (CERN). Sendo inventada por um grupo de pesquisadores chefiado por Tim Berners Lee e Robert Cailliau, como destaca Castells,

> [...] A equipe do CERN criou um formato para os documentos em hipertextos ao qual deram o nome de linguagem de marcação de hipertexto (*hypertext mark-up language* – HTML), dentro da tradição de flexibilidade da Internet, para que os computadores pudessem adaptar suas linguagens específicas dentro desse formato compartilhado, acrescentando essa formatação ao protocolo TCP/IP. Também configuraram um protocolo de transferência de hipertexto (*hypertext transfer protocol* – HTTP) para orientar a comunicação entre programas navegadores e servidores de WWW; e criaram um formato padronizado de endereços, o localizador uniforme de recursos (*uniform resource locator*-URL), que combina informações sobre o protocolo do aplicativo e sobre o endereço do computador que contém as informações solicitadas. (CASTELLS, 2013, p. 87-88)

Este período de criação da internet, com sua utilização para troca de pacotes e informações, de maneira estática, e sem interatividade é conhecido como *Web* 1.0, e se estende até o início da década de 2000, quando se inicia o processo de alteração da forma de utilização da rede. Cabral Filho e Coutinho (2009) destacam que "tal mudança não refere apenas as tecnologias utilizadas, mas na forma de circulação do conteúdo e como ele é alterado pelos usuários" (p. 82). Silva (2013) também salienta as alterações na rede:

> Fala-se em um primeiro momento sobre uma "Web 1.0", que se estendeu até o início dos anos 2000. Nesse período havia, sim, a possibilidade de ações coletivas, no entanto a relação entre produtores e consumidores de conteúdos permanecia como tônica. A criação de sites e sistemas de comunicação era condicionada pelos conhecimentos técnicos daquele que quisesse realiza-los. Com a Web 2.0, outras formas de apropriação do ciberespaço se tornaram acessíveis. (SILVA, 2013, p. 150).

A conhecida *Web* 2.0, ou segunda geração de serviços on-line, diferencia-se da era da criação da rede por ampliar as formas de publicação, compartilhamento e organização de



informações por parte de seus usuários, expandindo os espaços para a interação. Neste segundo período ocorrem mudanças significativas nos processos de trabalho, eles se tornam coletivos, havendo uma maior troca, produção e circulação de informações. É a partir dos anos 2000 que a internet se populariza, aumentando o número de usuários e que começa a utilizar as ferramentas de interatividade que modificaram profundamente as formas e processos comunicacionais dos meios de comunicação tradicionais.

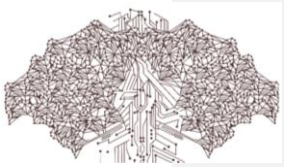
E ainda sobre as declarações de McLuhan, retomamos o conceito de "aldeia global", que novamente é amplamente estudado, agora por pesquisadores da cibercultura, frente a sua confluência com o atual momento tecnológico, da sociedade midiática, visto os diversos usos e possibilidades em informação e comunicação na Internet, nos permite destacar como tal meio modificou a sociedade, que ao utilizar tal tecnologia, se transformou e tornou grandes distâncias em locais tão próximos que, quase, devido a necessidade de conexão, todos podem conhecer e estar, praticamente ao mesmo tempo, e a qualquer momento. E agora ainda mais, com a Internet das Coisas, e o uso de suas tecnologias pela sociedade, além de diminuir distâncias, faz com que o mundo se modifique em conjunto a sociedade que a habita.

A 'aldeia global' de McLuhan (1959) passa a viver uma nova ecologia midiática com espaços virtuais que oferecem a participação social na construção e circulação de conteúdos e processos. E é na perspectiva, desta nova ecologia que, agora, agregada ao avanço tecnológico e as inovações proporcionadas pela Internet das Coisas e suas aplicações, como no caso das Cidades Inteligentes, e sua comunicação interativa midiática, possibilitada por suas tecnologias, que falaremos a seguir.

A nova ecologia dos meios

É Neil Postman que cria o termo 'ecologia dos meios', definindo em 1970 a conceituação que atualmente se encontra disponível no site da *Media Ecology Association*, entre outras publicações.

Amigo pessoal de McLuhan, com quem trocava cartas, Postman em um dessas conversas sobre essa nova perspectiva, enfatiza a ideia do que pode ser entendido como 'ecologia', trazendo os ambientes, suas estruturas, conteúdos e impactos como o objeto principal a ser observado. Evidencia, da mesma forma, como os "(...) meios de comunicação afetam a percepção humana, a compreensão, os sentimentos e os valores" e alerta para que a pesquisa contemple o humanismo da ecologia dos meios (SCOLARI, 2015, p. 97-98).



Podemos dizer que Postman vai além dos estudos de McLuhan, que não distinguia os meios e a cognição, afirmando que estes afetam o ser humano num todo, tanto física como psicologicamente. Para ele,

> Um ambiente é, afinal de contas, um sistema de mensagens complexo que impõe aos seres humanos certas maneiras de pensar, sentir e se comportar.
> • ele estrutura o que podemos ver e dizer e, portanto, fazer;
> • ele nos atribui papéis e insiste em que os desempenhemos;
> • ele especifica o que nos é permitido fazer e o que não é.
> No caso dos ambientes de mídia (p. ex. livros, rádio, filmes, televisão etc.), as especificações são mais frequentemente implícitas e informais, semiocultas por nossa premissa de que o que estamos lidando não é um ambiente, mas apenas uma máquina. A ecologia da mídia busca tornar estas especificações explícitas. (POSTMAN, 1999, web)[6]

Scolari (2015) também destaca que,

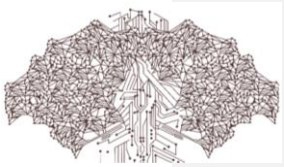
> […] La consolidacíon de una visión ecológica de los medios fue paralela a la difusíon de las ideas de la ecología a partir de os años sesenta. […] fue oficialmente introducido por Neil Postman en una conferencia en el National Council of Teachers of English en 1968, el propio Postman reconocía a principios de esa década, en la época de mayor brillo intelectual del canadense (*The Gutenberg Galaxy* es de 1962 y *Understanding Media* de 1964) (Morrison, 2006). (SCOLARI, 2015, p. 18)

Como visto, Postman se baseia nos estudos de McLuhan para avançar em suas pesquisas, atribuindo ao canadense grande valor sobre suas contribuições. O autor ainda ressalta que comumente não vemos a influência das mídias em nossas vidas, citando por exemplo os livros, o rádio, a televisão etc., mas que estas existem e devem ser estudadas, defendendo assim sua teoria, a Nova Ecologia dos Meios.

Seguindo nesse viés, Postman propõe uma reflexão sobre a tecnologia, refletindo sobre seus dois lados, em seu livro *Tecnopólio* (1994). Nele, debate o efeito bilateral de qualquer inovação tecnológica, que tanto é fardo quanto é graça, reafirmando sua convicção, e demonstra que não seria possível uma tecnologia neutra, na medida em que seus usos são condicionados, em grande parte, pela própria tecnologia, que introduz uma estrutura própria:

> O telégrafo e o jornal diário mudaram o que antes chamávamos de ‘informação’. A televisão muda o que antes chamávamos de ‘debate político’, ‘notícia’ e

[6] Disponível em: www.media-ecology.org. Acesso em 02 de out de 2017.



> 'opinião pública'. O computador muda a 'informação' mais uma vez. A escrita mudou o que antes chamávamos de 'verdade' e 'lei'; a imprensa mudou-as mais uma vez e agora a televisão e o computador tornam a mudá-las. (...) a tecnologia se apodera imperiosamente de nossa terminologia mais importante. Ela redefine 'liberdade', 'verdade', 'inteligência', 'fato', 'sabedoria', 'memória', 'história' – todas as palavras com que vivemos. E ela não para para nos contar. E nós não paramos para perguntar (POSTMAN, 1994, p. 18).

E revisitando Innis (1951), Postman também destaca o surgimento dos grupos de elite e as mudanças no comando do poder:

> [...] a quem a tecnologia dará maior poder e liberdade? E o poder e a liberdade de quem serão reduzidos por ela? [...] As novas tecnologias mudam aquilo que entendemos como "conhecimento" e "verdade"; elas alteram hábitos de pensamento profundamente enraizados, que dão a uma cultura seu senso de como é o mundo – um senso do que é a ordem natural das coisas, do que é sensato, do que é necessário, do que inevitável, do que é real. (POSTMAN, 1994, p. 21-22)

Assim, o autor destaca que a aparição dos grupos de elite se dá devido a capacidade de seus integrantes no uso da tecnologia, ocasionando também o aparecimento do grupo dos "incompetentes", ou seja, daqueles que não detêm o conhecimento da tecnologia, sendo manipulados e estando subordinados aos grupos dominantes. Além de questionar agora os hábitos e o que a sociedade entende por verdade e necessário. Neste sentido, ressaltamos a sociedade atual e a abertura encontrada por alguns grupos para se manifestarem e ganharem voz através da internet e das redes sociais. Podemos convencionar que a internet possibilitou a mudança de padrões estabelecidos, como os de produtores e consumidores, atribuindo a todos que a acessam esses *status*. Também podemos destacar o ganho de espaço conseguido por certas minorias, que agora conseguem evidenciar suas lutas para ser ouvidas, como a luta pelo preconceito racial, a discriminação social, étnica, sexual e mesmo a luta pelos direitos das mulheres.

Ainda sobre a tecnologia, em seus estudos, podemos acompanhar as considerações que Postman faz a respeito das ferramentas tecnológicas, observando que estas carregam um viés ideológico, objetivando a construção de uma ideia de mundo específica, ou seja, de seu mundo ideal, através da valorização de certas particularidades acima de outras. Neste sentindo, o autor se aproxima novamente de McLuhan, e de sua afirmação "o meio é a mensagem".

Podemos dizer que para os autores, tal afirmação desmascara a tecnologia, revelando o modo como o homem lida com a natureza, pois, ao proporcionar novas maneiras de relacionamento, esta, não é apenas um transmissor ou veículo da mensagem, mas sim criador e objeto responsável pelas alterações. E continua, afirmando que nem mesmo o inventor da

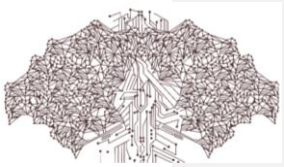
tecnologia possui o poder de se prever qual uso será feito de sua criação, ou quais as alterações relacionadas a ela poderão ser geradas. Podemos dizer que o criador possui suas intenções ao produzir a nova invenção, contudo após a geração, não detêm mais nenhum poder sobre ela, nem mesmo se as intenções iniciais serão concretizadas. De modo óbvio podemos destacar que pelo simples fato de uma tecnologia ser produzida, esta altera o sistema atual, muitas vezes vindo a competir com as demais existentes, não só por tempo, atenção e dinheiro, mas, principalmente, pela dominância de sua visão de mundo, o que, muitas vezes, vem a ocasionar alterações sociais, institucionais e intelectuais de forma relevante, ao ponto de serem aceitas, imediatamente, ou ainda que negadas, virem a ser seguidas, e ou utilizadas, pela sociedade gradualmente.

Frente a este cenário, destacamos que os estudiosos da nova ecologia dos meios focalizam seus esforços, muito mais nas alterações resultantes do surgimento das tecnologias, na medida em que estas "alteram a estrutura de nossos interesses: as coisas sobre as quais pensamos. Alteram o caráter de nossos símbolos: as coisas com que pensamos. E alteram a natureza da comunidade: a arena na qual os pensamentos se desenvolvem" (POSTMAN, 1994, p. 29), em um fenômeno chamado pelo autor de *tecnopólio*, muito mais do que os efeitos provocados pela comunicação resultantes destas tecnologias.

E ainda, o autor faz uma análise sobre a aceitação exacerbada da tecnologia, como algo superior ao pensamento humano, proclamado que quando se perde a confiança no julgamento e na subjetividade humana, corre-se o risco de desvalorizar também a capacidade de se ter uma visão abrangente sobre as coisas em suas dimensões psíquicas, morais e afetivas, pois esta fora substituída pela crença no cálculo técnico, ou seja, na ilusão da perfeição da máquina. Desta forma, o autor salienta que a tecnologia do computador contribui para a crença de que a inovação tecnológica implica no progresso humano, ao passo do julgamento de que uma instituição ou a sociedade possa parecer mais imponente e avançada, devido a maior automatização de suas operações, o que pode ser muito perigoso, podendo proporcionar realidades fantasiosas como por exemplo, as apresentadas em *Black Mirror*[7].

Partindo assim, deste novo momento social, onde os cidadãos, são denominados por Dan Gillmor (2005) como seres-meio e que têm voz ativa nos processos comunicacionais, se tornando não mais agentes passivos e consumidores, mas *prosumers*, como define Alvin Tofler (1980), podemos acompanhar essa troca de papéis, de grupos líderes da comunicação e detenção do uso das tecnologias. Além da possibilidade de visualização de como as interações e interatividades presentes no uso das novas tecnologias ampliam as formas de comunicação atual, criando não

[7] Seriado produzido pela Netflix, onde em cada episódio é possível acompanhar uma vertente do uso exacerbado da tecnologia e suas consequências.



somente novos grupos de elite, mas diminuindo as distâncias entre os grupos existentes, através da abertura de novos espaços para as novas vozes, como já citado.

Desta forma, a nova ecologia dos meios, mesmo se tratando de uma corrente teórica recente e generalista (SCOLARI, 2015, p. 17), que observa a relação existente entre os meios e a sociedade como um todo, também se ocupa em compreender essas novas formas comunicacionais, agora permeadas por processos interativos. Pois, através desse cenário, compreende-se que a comunicação pode fortalecer ou enfraquecer os traços de uma sociedade. Pode-se, por meio do conceito de aldeia global, verificar que as estruturas midiáticas transformam a sociedade em reféns das classes dominantes, buscando a manipulação dos hábitos, costumes e ideologias de acordo com seus interesses políticos e comerciais. E ainda, acompanhar as lutas da sociedade moderna para a diminuição desta manipulação e a criação de novos espaços de comunicação.

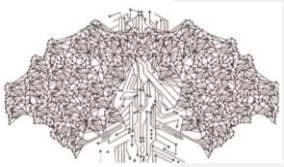
Com as mudanças na produção dos conteúdos, alterando linguagens e promovendo questionamentos, através do simples acesso à tecnologia, novas formas de participação e intervenção ocorrem, tais como através das redes sociais, dos dispositivos móveis de acesso à internet e novos aparatos tecnológicos interativos.

Neste sentido, Paul Levinson (2012) destaca esta nova fase como um momento que pode ser definido como '*new new media*'[8], onde as pessoas se comunicam ativamente através de redes sociais, elevando essas aplicações a um patamar de mídias, no sentindo onde estas são utilizadas não somente para a distribuição de novos conteúdos, mas alteram a estrutura atual, disseminando os canais de produção, quase que em uma homogeneização entre produtores e consumidores.

Ainda no que diz respeito ao momento comunicacional em que vivemos, surgem novos aparatos pensantes que ampliam ainda mais nossa comunicação, não ficando restrita apenas a produção humana. Através de interações e interatividades podemos realizar processos cada vez mais autônomos e personalizados. Em grande escala, essas interatividades e interações entre dispositivos e seres-humanos, podem alterar muito mais do que a sociedade, mas fazer nascer uma nova aldeia global, conectada, midiática, comunicacional, onde seres humanos transferem para as máquinas o seu poder pensante, deixando para que estas decidam suas vidas, podendo estas decisões refletirem nas vidas de todos.

Internet das Coisas, interação e interatividades

[8] 'nova nova mídia' (Tradução nossa), em um sentido de inovação que ultrapassa os novos meios de comunicação de comunicação, ou mesmo, surgidos através deles, como no caso das redes sociais. (Nota da autora).



Ao tratar desta temática, ressaltamos que o próprio ato de se comunicar é uma interação. Desta forma, interagir é inerente à comunicação interpessoal. Já a interatividade, necessariamente, precisa de um meio ou mídia para que seja concretizada, podendo ser caracterizada como uma interação mediada, acontecendo em um meio, que através deste, interage[9].

E na sociedade atual, as interações humanas tornam-se mais midiatizadas e abstratas por conta da mediação tecnológica, abrindo novos caminhos para que seja estudada. Assim, a Interação Humano-Computador, ou IHC (do inglês, Human-Computer Interaction – HCI) busca aportes teóricos em várias disciplinas, tais como a psicologia, a sociologia, a ergonomia, as ciências da computação, a engenharia de softwares e a inteligência artificial, além da própria comunicação, para conseguir abranger todas as facetas dos processos de interações e interatividades que possam ocorrer, e como estes acontecem, analisando os fatores humanos associados as interfaces dos computadores e considerando aspectos como os níveis de conhecimento, o ambiente de trabalho, a atividade realizada, a satisfação etc.

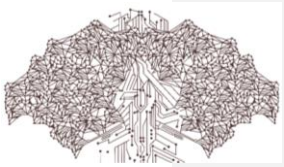
Já considerando a Internet das Coisas, através de sua estrutura que possibilita novas 'extensões' da nossa comunicação, através dos dispositivos conectados, esta proporciona maneiras de interações e interatividades diversificadas, ampliando nossos sentidos e, sendo capaz novamente, de alterar o processo comunicacional atual.

Porém, para melhor apreender como se dá esse processo, é necessário entender a tecnologia, compreendendo sua definição. O Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) estabelece que a IoT:

> É a rede de todos os objetos que se comunicam e interagem de forma autônoma, via internet. Isso permite o monitoramento e o gerenciamento desses dispositivos via software para aumentar a eficiência de sistemas e processos, habilitar novos serviços e melhorar a qualidade de vida das pessoas. As aplicações são diversas e incluem desde o monitoramento de saúde, a automação industrial até o uso de dispositivos pessoais conectados. Estima-se que já existam mais de 15 bilhões de dispositivos conectados em todo o mundo, incluindo smartphones e computadores. A previsão é que, em 2025, esse número possa atingir 35 bilhões de equipamentos. (MCTIC, web, 2017).

Desta forma, a Internet das Coisas pode ser considerada um avanço da internet por permitir que não mais, somente, as pessoas estejam conectadas a rede, mas agora também os objetos. Com este novo panorama, nascem novas possibilidades, de automação, de resolução de problemas, de criação de produtos etc., bem como através de novas interatividades modificamos o ambiente

[9] Para saber mais: BERNARDINI (2015). Dissertação de mestrado.



'sociedade', já que diversos papéis realizados por humanos agora podem ser atribuídos como tarefas desses novos dispositivos conectados e pensantes, como por exemplo a verificação e manutenção da rede elétrica e/ou de esgoto, para acompanhamento de desperdícios ou problemas de abastecimento, controlando e desafogando o trânsito, através de ajustes no tempo de abertura dos semáforos e monitoramento do trafego em horários de pico, medidores de poluição, qualidade do ar, temperatura e luminosidade, que podem auxiliar na diminuição dos custos com energia pública através do acompanhamento dos movimentos de carros e pedestres, além de medidas nas áreas de saúde, como o acompanhamento médico de grávidas, pessoas idosas ou com doenças crônicas, por exemplo[10].

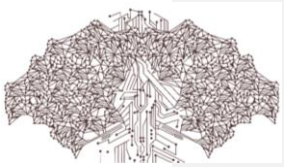
Assim, estudos relacionados a Nova Ecologia dos Meios se demonstram necessários para melhor compreensão dos fenômenos comunicacionais atuais, ao se lidar com fatores humanos associados com as interfaces dos computadores e a Internet das Coisas, apresentando contribuições teóricas de, e para várias áreas, como a informática, a engenharia, além da inteligência artificial e a *big data*, para o campo da comunicação.

Neste sentido, podemos relembrar o pesquisador Harold Innis que, segundo Scolari (2015), possuindo uma visão vinculada as formas de organização social e da economia,

> […] fue este canadiense el primero en contar la historia de la humanidad poniendo los procesos de comunicación al centro de su relato. En otras palabras, Innis pasó de analizar la economía de los ferrocarriles y las pieles a focalizar su estudio en las tecnologías que permitían el flujo de la información y el conocimiento. (SCOLARI, 2015, p. 21)

Da mesma forma, podemos salientar que no ecossistema da Internet das Coisas, uma das vertentes possíveis a serem analisadas, possa ser a criação, implantação e o ecossistema das Cidades Inteligentes, pois, o fluxo de comunicação produzido pela IoT e dos aparatos tecnológicos da internet modificam imensamente a dinâmica atual da cidade, alterando 'verdades' e 'hábitos' da sociedade inserida neste ambiente. Os dispositivos conectados conversam entre si, coletam dados, que podem ser armazenados na nuvem ou serem utilizados para cálculos ou resoluções de problemas diários, como os já destacados. Tal analogia pode ainda ser ampliada, citando a formação de uma Cidade Inteligente, como uma micro aldeia global, automatizada e com sua sociedade dividida por grupo de poderes e, onde a comunicação é tanto influenciada, como proporcionada pelos aparatos tecnológicos.

[10] Se encontra em fase de publicação o artigo denominado "IoT na prática: construindo um sistema de alarme escolar com Arduíno", com participação da autora BERNARDINI, G., onde pode-se verificar a aplicação real das tecnologias de Internet das Coisas.



Há também, outro autor desta Nova Ecologia dos Meios, Levinson (1998), que trazia questionamentos sobre a evolução tecnológica, afirmando que esta é conjunta à evolução biológica, temática destacada em seu livro *The Soft Edge*. Seguindo esta perspectiva, a tecnologia decompõe o modo biológico buscando a adaptação da espécie ao ambiente e não ao contrário. Neste sentido, o autor introduz a noção de *remedial media*[11], denominação dada as tecnologias criadas com o intuito de solucionar problemas criados por tecnologias anteriores, e que alteram nossa evolução por cada vez mais transferir à tecnologia o papel de resoluções de problemas.

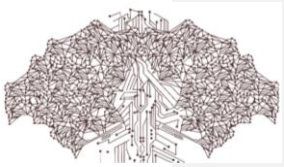
Podemos verificar então que a Nova Ecologia dos Meios envolve novos dispositivos, novas linguagens, novos atores e novos desafios. E que neste cenário, o destaque podem ser os dispositivos móveis, no sentido que esses aparatos tecnológicos se transformaram em grandes 'amigos' do homem, cada vez ganhando mais corpo e voz de sua rotina, seus atos e pensamentos. Ainda mais no contexto da Internet das Coisas e da navegação na rede, como destaca Manovich (2017), "Hoje, os dispositivos móveis são responsáveis por mais de 50% do consumo de dados via internet (média mundial), cada vez mais imagético" (p. 29), deixando claro o grande potencial desta tecnologia e o grande poder dado a ela, pelo homem.

Assim, para possibilitar o uso dessa nova mídia, internet, novos aparatos foram surgindo e levando as pessoas a se manterem conectadas de forma ininterrupta. Com *gadgets*[12] que se tornaram verdadeiras extensões do corpo, a população multiplicou a quantidade de informação e as formas de comunicação existentes.

Se relacionarmos tais dados com a perspectiva das Cidades Inteligentes, iremos encontrar que tais dispositivos móveis são fundamentais para sua criação e manutenção, criando um ecossistema tecnológico onde esta tecnologia é fundamental para sua existência, pois, a rede de comunicação criada através desses aparatos proporciona a sustentação necessária para toda a comunicação e manutenção da cidade. Porém, devemos também analisar quais as consequências da implantação massiva de novas tecnologias na sociedade.

McLuhan (1977), em uma entrevista para a rede de TV BBC afirma que as inovações tecnológicas são extensões das capacidades humanas, o que consequentemente remodela a sociedade que criou a tecnologia. Para exemplificar suas teorias, ele cita inovações tecnológicas de sua época que considera fundamentais, como a invenção do alfabeto fonético, a introdução de tipos móveis, além dos avanços da televisão e a criação do holograma. O que transpondo para nosso momento atual, dão lugar aos aparatos tecnológicos, como os *gadgets* e seu uso e aceitação desenfreadas.

[11] mídia remediadora (Tradução nossa)
[12] Dispositivos móveis em inglês. (Tradução nossa)



O autor afirma que a sociedade desconhece os efeitos das tecnologias sobre si e isso é perigoso. Desta forma, é como se todos estivessem em hipnose, e quando as pessoas começam a entender o ambiente de uma nova tecnologia, ou seja, quando a sociedade começa o seu despertar, este já foi substituto por um novo. Afirma também que as sociedades sempre foram moldadas pelos meios de comunicação, desenvolvendo assim uma extensão de si mesma e com a necessidade de se adaptar as novas tecnologias, que são consideradas, por ele, como um agente modificador, assim como o destacado por Levinson (1998).

Assim, nos resta, além de estudar, esse novo cenário social, buscar alternativas para que a sociedade possa usufruir das inovações tecnológicas de uma maneira ecológica, onde estas sejam, muito mais aliadas, do que agentes modificadores da humanidade.

Considerações Finais

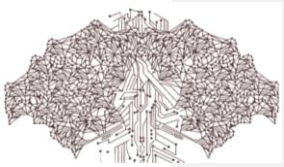
Após analisar os pesquisadores e o conceito da Nova Ecologia dos Meios, podemos verificar que tal metodologia de estudo é extremamente relevante para a compreensão de nosso momento atual, onde novas tecnologias surgem e modificam ambientes, e a sociedade, alterando as regras estabelecidas, criando novos grupos de elites e novas ferramentas de comunicação.

Salientamos os perigos da adoção desenfreada da tecnologia e a necessidade da utilização dos conceitos da Nova Ecologia dos Meios, nos embasando nas falas de McLuhan:

> [...] uma das peculiaridades da velocidade elétrica é que faz emergir todos os fatores inconscientes para a consciência. [...] Mas os espaços dos meios devem ser pensados, porque eles têm uma força irresistível quando invisíveis. Quando estes fatores permanecem ignorados ou invisíveis, eles têm um poder absoluto sobre o usuário. [...] quanto antes a população jovem ou velha puder refletir sobre os efeitos dessas formas, antes teremos uma ecologia razoável entre os próprios meios de comunicação. [...] a mídia nos permite programar todo o ambiente, e aí valores importantes não serão apagados pela nova mídia. (MCLUHAN, 1977, TV)

Outro destaque da visão da Nova Ecologia dos Meios são os embasamentos nos estudos dos pesquisadores citados, que como reafirma Scolari (2015) busca abranger todas as peculiaridades relacionando as mídias, a comunicação, a sociedade e as tecnologias.

> […] En cierta manera, podría decirse que sus enfoques eran complementarios: si la visión de Innis vinculaba la tecnología de la comunicación a las formas de organización social y la economía, la de McLuhan relacionaba los medios con la organización sensorial y el pensamiento de los sujetos (Heyer, 2006)



Desta forma, podemos afirmar que a Nova Ecologia dos Meios, apesar de pouco conhecida ainda entre o meio acadêmico, vem a abranger muitas questões dos estudos interdisciplinares, tais como a compreensão da comunicação na sociedade envolvida pelo uso da tecnologia massiva, como no cenário da Internet das Coisas e das Cidades Inteligentes. Podendo ser uma saída viável para a compreensão de fenômenos comunicacionais atuais que não encontram aporte teórico em outras teorias.

A Nova Ecologia dos Meios, neste sentido, pode ser compreendida como uma união de muitas outras teorias, complementando-as e ampliando-as, para que os estudos comunicacionais relacionados aos avanços tecnológicos e suas consequências para a sociedade sejam compreendidos em toda a sua amplitude, e não sendo obrigados a serem partidos em frações de visões ou de estudos de acontecimentos isolados.

A Internet das Coisas, como tecnologias ainda embrionárias, que também por sua conceituação abarca diversas tecnologias, se torna o objeto de estudo ideal desta teoria, estando aqui destacada na aplicação da formação das Cidades Inteligentes.

Referências bibliográficas

BOFF, Felipe. Entrevista com Marshall McLuhan (1977). **Youtube**, 1 de jun de 2013. Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=fvRMpS-aGLE&feature=youtu.be >. Acesso em 15 de nov de 2017.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2013. Vol. 1. 6ª ed.

CABRAL FILHO, Adilson V.; COUTINHO, Guttemberg. WEB 2.0: Caminhos e desafios no desenvolvimento da internet. In: FRAGOSO, Suely; MALDONADO, Alberto E.. (orgs). **A internet na América Latina.** Porto Alegre: Ed. Unisino, 2009.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Portugal: Editorial Presença, 2005.

INNIS, Harold. [1951] **The Bias of Communication**. Toronto, University of Toronto Press, 1995.

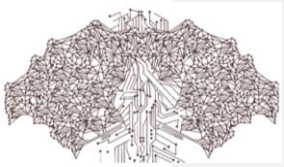
LEVINSON, Paul. **New new media**. Estados Unidos: Editora Pearson, 2012. 2ª ed.

McLUHAN, Marshall. [1964] **Understanding Media: the Extensions of Man**. London, MIT Press, 1994.

_____. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1971.

_____. **Os meios são as mensagens.** Tradução de Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record, 1969.

POSTMAN, Neil. **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia**. São Paulo, Nobel, 1994.



_____. El humanismo de la ecologia de los medios. In: **Ecología de los médios: entornos, evoluciones e interpretaciones.** Barcelona: Gedisa, 2015.

SCOLARI, Carlos A. (Org.) **Ecología de los médios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015.

SILVA, Ana L. M. da. Memórias coletivas na comunicação mediada por computador: abordagens possíveis. p. 150. In: PRIMO, Alex. (org.). **Interações em Rede.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

A PARCERIA PAITER-SURUÍ E *GOOGLE INC.*: A FLORESTA EM REDE, UM ESTUDO DE CASO. [1]

Walace Soares de Oliveira[2]; Marco Antônio Almeida[3]

RESUMO

O presente artigo é uma apresentação dos dados preliminares e análises do nosso projeto de doutorado em Ciência da Informação do Programa de Pós-Graduação da ECA/USP tendo como tema a reflexão sobre os impactos da parceria entre Associação Metareilá do Povo Indígena Paíter-Suruí com a Empresa de Tecnologia *Google Inc*. baseados na capacitação/inclusão digital, da apropriação social da Ciência da Informação e o emprego dos Paíter-Suruí desses novos instrumentos como ferramentas tecnológicas que adaptaram a sua configuração de informação oral para informação digital e a sua construção de resistência cultural erigida durante esse processo de apropriação social e cultural das TIC´S, *web* e redes sociais. Dessa forma nosso objetivo principal é mostrar suscintamente e utilizando a metodologia adequada para apresentar as etapas dessa parceria desde seu início com suas mediações e seus impactos, bem como seu processo de construção de resistência cultural que culmina com temas da sociedade da informação para a sua inclusão na sociedade da informação e da cibercultura, bem como os princípios de net-ativismo que passam a ser incorporados e utilizados ao longo desses dez anos iniciais da parceria.

Palavras-Chave: Apropriação social. Cibercultura. Mediações Culturais. Net-ativismo. Sociedade da Informação.

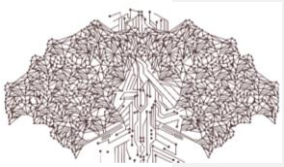
ABSTRACT

This paper is a presentation of the preliminary data and analyzes of our doctoral project in Information Science of the ECA / USP Postgraduate Program, with the theme of reflection on the impacts of the partnership between the Metareilá Association of the Paíter-Suruí Indigenous People with the Technology Company Google Inc. based on the digital empowerment / inclusion, the social appropriation of Information Science and the employment of the Paúter-Suruí of these new instruments as technological tools that have adapted their oral information configuration to digital information and their construction of cultural resistance erected during this process of social and cultural appropriation of ICT´s, web and social networks. In this way, our main objective is to show clearly and using the appropriate methodology to present the stages of this partnership from the beginning with its mediations and their impacts, as well as its process of building cultural resistance that culminates with issues of the information society for its inclusion

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 05 – O local digital das culturas: povos tradicionais, povos indígenas, diásporas e redes digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisador e professor do Instituto Federal de Rondônia - IFRO. É Doutorando em Ciência da Informação do PPGCI-ECA-USP. E-mail: walace.so@usp.br

3 Pesquisador e professor da FFCLRP-USP e do PPGCI-ECA-USP. É Doutor em Ciências Sociais (IES) e líder do PRACTIC (Grupo de Pesquisa de Práticas Culturais e Tecnologias de Informação e Comunicação) E-mail: marcoaa@ffclrp.usp.br



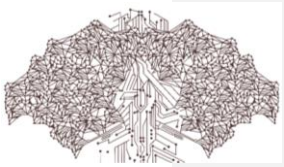
in the information society and in cyberculture, as well as the principles of net-activism that are incorporated and used throughout the initial ten years of the partnership.

Keywords: Social appropriation. Cyberculture. Cultural Mediations. Net-activism. Information Society.

Introdução

Os Paíter-Suruí são uma etnia da região Norte do Brasil, entre os Estados de Mato Grosso e Rondônia, que em seu contato conflituoso decidiram enfrentar o "homem civilizado" e não aceitaram os resultados iniciais do seu contato. Costa (2012) faz referência ao contato inicial em 1968 dos Paíter-Suruí, com uma população estimada em 5.000 e chegando a 250 durante o estabelecimento do contato e dos conflitos em litígios de terra com colonos até o fim da década de 80. Hoje são aproximadamente 1.350 indivíduos distribuídos em 25 aldeias com maior concentração populacional no Estado de Rondônia. Os antropólogos inicialmente os denominaram de Suruí, porém, essa altiva etnia se autodenomina Paíter ou "o povo verdadeiro, nós mesmos", mostrando desde aí um princípio de resistência.

Nossa experiência com os Paíter-Suruí ocorreu inicialmente no ano de 2010 com a participação no Parlamento Paíter, na cidade de Cacoal, interior do estado de Rondônia. Na ocasião conhecemos o Líder da etnia Almir Narayamoga Suruí e ouvimos sua fala sobre o momento em que chegou ao Vale do Silício no ano de 2007 durante uma convenção ambientalista e decidiu iniciar um diálogo com a empresa *Google Inc.*. O líder conseguiu um espaço na agenda do departamento *Google Earth* com a gerente Rebecca Moore e durante esse exíguo tempo lançou o desafio e perguntou se a *Google Inc.* gostaria de ser parceira nos próximos 50 anos do Projeto de Resgate de Carbono dos Paíter-Suruí na preservação da floresta Amazônica. Segundo o líder indígena, em uma fala emblemática e divulgada posteriormente, ele propôs o seguinte desafio: "Vocês podem entender tudo de tecnologia, mas não entendem nada de floresta, por isso nós ensinamos vocês sobre as florestas e vocês nos ajudam a proteger as florestas com tecnologia". A equipe da *Google Earth* principiou então o diálogo que resultaria num audacioso projeto de inclusão e capacitação tecnológica, iniciando com o primeiro projeto de Mapa Cultural Paíter-Suruí acompanhado de um programa de capacitações educacionais e tecnológicas, além de outras implementações relacionadas às TIC´s, *Web* e redes sociais que ainda estão sendo efetuadas até os dias atuais. Apresentamos abaixo cronologicamente um histórico dos eventos efetuados e atualizado do programa envolvendo essa parceria para a melhor compreensão de nosso relato.



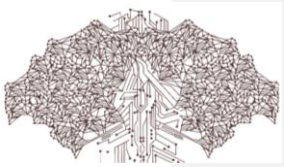
Em 2008 aconteceu a primeira oficina realizada junto ao povo Paíter-Suruí com o envio de uma equipe da *Google Inc*. com a capacitação de aproximadamente 22 jovens Paíter-Suruí na utilização das ferramentas do *Google Earth* e a montar *blog* entre outros meios de comunicação nas redes sociais e que se tornaram naturalmente multiplicadores. O intuito nesse momento foi o de criar condições para a construção do mapa cultural e também da transição da cultura oral (danças, mitos, pajelanças e rituais), marca das etnias indígenas e de sua memória para uma cultura digital, adaptando a ciência da informação ao registro e armazenamento dessa cultura oral numa nova plataforma com a intenção de preservar e apresentar em rede esse repositório natural que é a tradição oral. Entretanto, utilizando ferramentas, tais como o georreferenciamento conectados numa plataforma da *web* em que os vídeos apresentam a tradição oral no formato digital.

Em 2009 foi lançado o Projeto de parceria entre Associação Metareilá e *Google* "Tecnologia e Povos" visando a continuação das capacitações. Os indígenas Paíter-Suruí foram capacitados para utilizar as novas ferramentas do Google com o lançamento do *ODK* (*Open Data Kit*) que possibilita a utilização de formulários eletrônicos em projetos de pesquisa (levantamentos, aplicação de questionários), além de permitir o armazenamento de informações e a utilização de aplicativos de *GPS* (*Global System Position*) e das câmeras fotográficas, a junção desses aparelhos possibilitaram uma forma de monitoramento de quem entra ilegalmente nas reservas indígenas que na sua maioria são madeireiros, caçadores, invasores de terras ou pescadores ilegais na floresta.

Em 2012 além da programação das capacitações das ferramentas *Google Earth, Picassa*, *You Tube*, *Google Docs*, foi também o ano da realização da COP20, o povo Paíter-Suruí e o *Google* desenvolveram juntos com jovens indígenas o conteúdo do mapa cultural da Terra Indígena Sete de Setembro. O mapa cultural Paíter-Suruí traz animação em 3D, vídeos e fotos, mostrando modo vida cultural desse povo disponível em http://paiter.org/mapa/.

Em 2015 o *Google*, o povo Paíter-Suruí e a Associação Metareilá organizaram e realizaram a Oficina de Diálogo sobre Tecnologias da Informação e Comunicação para Gestão de Terras Indígenas e Unidades de Conservação na Amazônia em Cacoal-RO, no Centro de Formação Paíter-Suruí, com a participação das comunidades indígenas representadas com 30 etnias de Rondônia, Mato Grosso e Amazonas que participaram e debateram suas realidades e utilização da tecnologia.

No final do primeiro semestre de 2018 está programado um novo encontro organizado pela parceria do *Google*, o povo Paíter-Suruí e a Associação Metareilá, visando atualizar, refletir e debater as práticas e utilização das tecnologias à serem implementadas e implantadas na continuidade do projeto.



Material e Método

Em nosso artigo utilizamos como metodologia preliminar e aquela que orienta nossa pesquisa o estudo de caso na narrativa da experiência dos Paíter-Suruí e sua parceria com a *Google Inc*. nesse processo, buscamos, porém a sustentação de uma revisão bibliográfica interdisciplinar: Ciência da Informação e Ciências Sociais com foco principalmente na resistência cultural, transformação pela mediação das TIC's e acesso à informação, a existência ou não de políticas públicas e suas relações interdisciplinares. Na atualidade, as pesquisas de caso têm tido repercussões gratificantes e satisfatórias nas ciências humanas e sociais. Segundo Yin:

> Pode-se encontrar estudos de caso até mesmo na economia, em que a estrutura de uma determinada indústria, ou a economia de uma cidade ou região, pode ser investigada através do uso de um projeto de estudo de caso. Em todas essas situações, a clara necessidade pelos estudos de caso surge do desejo de se compreender fenômenos sociais complexos. Em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real - tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores. (YIN, p.13, 2001)

Pela característica da nossa proposta e em relação às observações, cremos que o processo de pesquisa de Robert Yin, que norteia a pesquisa de estudo de caso corrobora nosso pensamento, ou nas palavras de Yin:

> 1. Um estudo de caso é uma investigação empírica que
> - investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real,
> - especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.
>
> Em outras palavras, você poderia utilizar o método de estudo de caso quando deliberadamente quisesse lidar com condições contextuais - acreditando que elas poderiam ser altamente pertinentes ao seu fenômeno de estudo. Logo, essa primeira parte de nossa lógica de planejamento nos ajuda a entender os estudos de caso sem deixar de diferenciá-la de outras estratégias de pesquisa que já foram discutidas. (Yin, p.22, 2001)

Yin trabalha o método do estudo de caso em três tipos: descritivo, explanatório e exploratório e apresenta quatro características: especificidade, pluralidade, contemporaneidade e análise intensiva. Compreendemos que o nosso projeto está inserido no tipo descritivo com

característica de contemporaneidade. E acreditamos ser um método adequado para a proposta de nossa pesquisa dada as características interdisciplinares tanto do tema quanto da essência da Ciência da Informação.

Dessa forma, consideramos para nosso artigo e projeto três níveis de mediação: o primeiro, um nível macro, alusivo às políticas culturais mostrando quem são e sua relação com a sociedade contemporânea e as políticas públicas de acesso à inclusão digital para a comunidade indígena; o segundo, um nível intermediário, cujo objetivo é descrever a percepção para sua organização, arranjos institucionais locais e internacionais, a partir da parceria com a *Google Inc*.; o terceiro, um nível micro em que se apresentará a transformação da etnia pela aquisição e utilização da Ciência da Informação na forma de capacitação, educação, acesso em que os benefícios dessa interação da sociedade em rede e essa nova linguagem se transformaram numa nova forma de resistência cultural.

Desenvolvimento

A fim de orientar a reflexão do nosso artigo e sua atualidade, alguns questionamentos são necessários: a) de que forma consistia a informação e qual a compreensão pela etnia Paíter-Suruí, uma vez que sua cultura é baseada originalmente na oralidade? b) como era elaborado o conceito de informação antes do contato com o "homem branco"? E pós contato? c) em relação à associação dos Paíter-Suruí com a *Google Inc.*, qual é o impacto e a transformação real causada por essa mediação que busca a sua capacitação, educação e resistência? d) é mais relevante refletir, informar e se conectar para resistir ou manter-se na tradição e ser subjugado?

Em síntese, refletimos sobre o que se refere à reconstrução do conceito de informação dos Paíter-Suruí a partir da sua busca por uma parceria com a empresa *Google Inc.* como forma de inclusão na sociedade da informação utilizando os processos informacionais e conceitos da Ciência da Informação. E nesse processo de apropriação da informação, essa relação sociocultural é transformada e permite resistir bem como se adaptar à sociedade do conhecimento.

Ante o exposto até o momento é possível observar essa lógica conforme Almeida, Bastos e Bittencourt (2007, p.72), em que "A Ciência da Informação é um campo social de produção do conhecimento voltado às questões ligadas à informação [...]" temos o conceito da produção do conhecimento pela informação. Contudo, observamos também que o conhecimento é o produto

de um processo sociocultural de apropriação da informação, ressaltando que o sujeito apreende o sentido da informação e o agrega ao conhecimento *à priori* que detinha.

Dessa forma, a produção do conhecimento e a informação, do mesmo modo, estão relacionadas aos fatores culturais. Algumas questões se colocam pertinentes a essa conjectura quando tomamos diferentes culturas por referência. Costa reforça esse conceito e mostra como exemplo outro estudo seguindo a mesma vertente da presente proposta de pesquisa, quando descreve a antropóloga e linguista Ivânia Neves, coordenadora do projeto "Crianças Suruí-Aikewára: entre a tradição e as novas tecnologias" afirma ser:

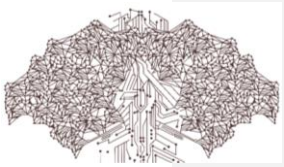
> ...através da fala que a tradição e o conhecimento indígena há milênios, vêm passando de geração para geração. Mas que equivocadamente, muitos estudiosos tentaram simplesmente transcrever estas narrativas como se elas fossem limitadas apenas à palavra falada, desconsiderando todas as outras manifestações que compõem o ritual dessa fala, isto é, os gestos, as danças e pinturas. (NEVES, p.3, 2010)

Elas buscam sucessivamente se readequar a um mundo que não é seu e com instrumentos que não dominam. Martin-Barbeiro (2003, p.277) observa esse processo entre as culturas, "se diante do índio a tendência mais é pensá-lo como primitivo e, portanto, como um outro, fora da história, diante do popular urbano a concepção mais frequente é negar pura e simplesmente sua existência cultural".

Segundo Pierre Lévy (1999) vivemos a *Cibercultura*, e todo o processo que caracteriza essa sociedade da informação. A sociedade em rede e o virtual é uma realidade, todas as culturas encontrarão uma forma de se inserir na rede. Porém ele nos mostra que não são as tecnologias virtuais as causas da exclusão social, mas a quantidade e velocidade atual dessa tecnologia informacional inseridas nesse processo e a não apropriação dessas tecnologias por determinados grupos.

Conforme os pressupostos teóricos de Pierre Lévy (1999) em especial seu conceito de ciberespaço, ao descrever aquilo que seria a nova sociedade da informação ou o que chama de *Cibercultura,* o autor pontua a questão da exclusão social causada por esse processo digital, da sociedade em rede e da informação.

Lévy reflete e não nega essa exclusão em relação ao *Ciberespaço* e o faz através do simples questionamento: "A *cibercultura* provoca exclusões? Assim é evidentemente uma pergunta central em uma sociedade mundial na qual a exclusão (ou seja, a forma contemporânea de injustiça social) é uma das principais doenças" (1999, p.235). Para Lévy, não podemos culpar as tecnologias e a economia, segundo o autor temos toda uma gama de fatores de exclusão:

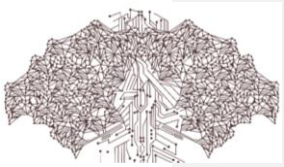


> Acesso para todos sim! Mas não se deve entender por isso um ´acesso ao equipamento, a simples conexão técnica que, em pouco tempo, estará de toda forma muito barata. (...) Devemos antes entender um acesso de todos aos processos de inteligência coletiva, quer dizer, ao ciberespaço como sistema aberto de autocartografia dinâmica do real, de expressão das singularidades, de elaboração dos problemas, de confecção do laço social pela aprendizagem recíproca, e de livre navegação nos saberes. A perspectiva aqui traçada não incita de forma alguma a deixar o território para perder-se no ´virtual`, nem a que um deles ´imite` o outro, mas antes a utilizar o virtual para habitar ainda melhor o território, para tornar-se seu cidadão por inteiro" (LÉVY, 1999, p.196).

Desse modo, é fato que todas as culturas produzem informações, as armazenam e as transmitem. Porém, tal processo nas diferentes culturas ocorre de maneira distinta, apresenta suas particularidades e seus impactos. É possível observar também que as culturas indígenas na sociedade brasileira ficam à margem e na fronteira da exclusão, pois é negado o seu reconhecimento cultural e sua inserção na sociedade da informação como conhecemos. Por isso, a premissa do nosso trabalho é mostrar que, mesmo no limite da exclusão, a etnia Paíter-Suruí passa por um processo em que a apropriação da informação e dos seus métodos promove sua resistência e inclusão na sociedade da informação.

Ainda nos relatos de Costa (2010) uma das características mais marcantes deste povo é justamente a adaptabilidade às tecnologias da informação que possibilitou a resistência dos Paíter-Suruí. Porém, essa adaptabilidade não foi da incorporação pura e simples da tecnologia, seus instrumentos ou cultura do "homem branco", pois há em curso um processo de apropriação da tecnologia, processos informacionais, organização do conhecimento, instrumentalização e compartilhamento da informação. Dessa forma, os Paíter-Suruí passaram a ser reconhecidos como os "índios da internet", organizados e conectados eles criaram um Parlamento Paíter, estabeleceram uma política de sustentabilidade, preservação ambiental da floresta e negociam internacionalmente pelo seu Projeto Carbono Suruí. A sua história não é mais contada por terceiros, assumiram a condição de narradores de sua cultura para o mundo ao compreender as novas fronteiras ditadas pela tecnologia da informação.

Esse é um processo em rede que em essência está presente nas culturas indígenas pela característica da sua relação ecológica e holística, portanto, é da natureza dos povos indígenas a relação em rede com a floresta, com a biodiversidade e com o tempo. Essas etnias não dominavam as tecnologias, porém, na atualidade não há como ficarem a margem do processo digital da sociedade da informação. Aliás, Di Felice e Pereira (2017) argumentam que esse é um caminho sem volta, pois, os povos indígenas estão cada vez mais utilizando e praticando o conceito de net-

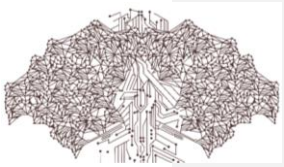


ativismo. Com a evolução constante das redes digitais e a potencialização dos instrumentos de conexão de territórios (*GIS – Geographics Information Sistem*), da biodiversidade ou o processo de digitalização tornando-se uma conexão daquilo que chamamos de ecologia reticular, porém, conectada em um grau de intensidade através da perspectiva da digitalização integrando os ambientes (real e virtual), tudo e todos. Justamente ao se conectarem em rede experimentam e interagem num processo de apropriação das tecnologias, proporcionando a expansão do que conhecem como territorialidade e ultrapassam todas as fronteiras até então conhecidas e dominadas por eles até aquele momento. Esse processo permite um protagonismo e autonomia novos em uma nova relação ou uma nova forma de manifestação que chamamos de net-ativismo.

Di Felice e Pereira salientam as experiências significativas sobre o net-ativismo e argumentam:

> Não existem estatísticas oficiais mais detalhadas sobre o uso da internet por populações indígenas brasileiras e quantas são as aldeias que possuem conexão, mas experiências significativas denotam que estas são responsáveis não somente por um processo de tradução e visibilidade de saberes e culturas locais (PEREIRA, 2012), respondendo ao fortalecimento dos seus patrimônios culturais, mas, ao mesmo tempo, pela instauração de um importante processo da condição habitativa desses povos. Ao conectar-se às redes digitais, uma comunidade indígena expande seu território e seu ecossistema, estendendo-se por meio de um dinamismo meta-geográfico que o conecta aos outros povos e a outros contextos culturais e globais. Cria-se, assim, uma complexa ecologia que une reticularmente aos povos envolvidos, suas culturas, seus territórios, sua biodiversidade aos circuitos informativos digitais por meio de um singular dinamismo tecno-comunicativo-habitativo. (DI FELICE & PEREIRA, p.42-43, 2017)

A informação proporciona novos significados em todas as culturas, isso implica em afirmar que tanto nas ocidentais em que esse é um processo tradicional como em culturas que estão na "periferia" e na "margem" das produções tecnológicas. Também percebemos esses movimentos e transformações da relação em culturas mais fechadas como nas do Oriente Médio que influenciaram a Primavera Árabe, quanto na experiência que estamos nas comunidades indígenas brasileiras e em especial a dos Paíter-Suruí. Afinal, elas se encontram na periferia da nossa sociedade ao estarem sem seu reconhecimento, garantia dos seus direitos de inclusão social e digital e escondidas em nossa própria sociedade. Isso não é concebível em pleno século XXI em que a proposta de um mundo conectado em rede tende a ser construída e refletido esse processo que todos estamos passando. Somos a sociedade da informação e sua conectividade é a própria interação e garantia dessa construção.

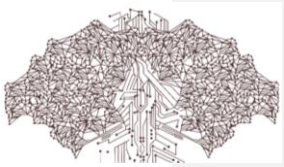


Uma das características da sociedade da informação é sua tendência cada vez maior à organização em rede. Cada vez é mais difícil às culturas escaparem dessa perspectiva, e por isso, toda a produção contemporânea configura uma densa e incrível rede de mediações culturais-informacionais. Não estar inserido nesse processo, não dominar essas mediações e não estabelecer as conexões das ações sociais e culturais acarretam um distanciamento e exclusão da compreensão do "outro" e da sociedade em rede. Lemos e Lévy corroboram essa ideia ao descrever a realidade da cibercultura:

> A sociedade da informação é uma mundial. A internet já é uma realidade mundial, interligando todos os países do planeta, os telefones celulares estão em franca expansão, os serviços de governo eletrônico são implementados ao redor do mundo, comunidades e redes sociais nascem com as ferramentas sócias da *Web* 2.0, formas de ativismos político e protestos emergem utilizando as tecnologias e redes informacionais como suporte... O mundo da cibercultura está longe de ser uma utopia, e o futuro aponta para o desafio de uma cibercultura global. (LEMOS & LÉVY, p. 23, 2010)

A realidade da cibercultura é apresentada por Lemos e Lévy (2010) como um evento de crescimento exponencial e mundial, sem volta, não haverá cultura que ficará isolada no mundo ou que não terá acesso. A grande questão será como a oferta da tecnologia da informação será realizada e suas influências. Ele ainda ressalta que o Brasil é um dos dez países em números absolutos de usuários e em todas as culturas e regiões do país. Lemos e Lévy (2010, p.23) lembram que "os internautas brasileiros são ativos produtores de informação e participantes das redes sociais. Os internautas brasileiros são ativos são aqueles que ficam mais tempo *on-line* por mês e usam muito ferramentas da computação social". Esse movimento é tanto urbano quanto rural, na floresta quanto fora dela, nas regiões mais desenvolvidas quanto nas regiões em desenvolvimento. E principalmente tem se tornando uma ferramenta de denúncia quando as ferramentas tradicionais deixam de cumprir o seu papel de informação.

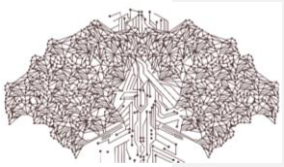
Nenhuma cultura poderá compreender as ações sociais e os conteúdos simbólicos de outras culturas sem o domínio dessa conexão em rede, ou apresentar as suas e relacionar-se com a rede. Mas, não é somente o processo de apropriação da tecnologia e sim o significado que é dado nesse processo dentro de sua própria cultura. Essa é uma importante reflexão e Canclini mostra isso. "Sua simples inovação formal implica mudanças culturais, mas o significado final depende dos usos que lhes atribuem os agentes" (Canclini, 2000, p. 307). Esse processo de significação é uma das nossas reflexões na parceria dos Paíter-Suruí com a empresa *Google Inc*., somos um mundo em rede, mas mesmo no mundo "globalizado" existem "aldeias" que estão em processo de inserção de globalização e de sua conexão com o mundo virtual. Castells (1999) reflete que todas as novas tecnologias existentes são fundamentais para a integração de um mundo global em rede.



As novas tecnologias e seu intercâmbio apresentam uma nova perspectiva do simbólico e seu conteúdo, pois são muito mais rápidas do que jamais fora visto na história da humanidade. E esse processo altera drasticamente as interações interpessoais presenciais, justamente pela mediação em rede que exercem influência no presencial, essa é a influência do virtual no real. A sociedade atual apresenta um novo processo de socialização, apropriação, produção do conhecimento e da informação em uma transformação sociocultural pelos processos midiáticos e das TIC's.

A cibercultura implica numa nova relação social e midiática, passamos para o engajamento na *web* nas redes sociais que transforma as relações, mesmo que em alguns lugares esse processo seja mais acelerado e em outros mais lento, mas, não podemos negá-lo e sua influência numa nova relação social e novo conceito de cidadania. Na afirmação de Lemos e Lévy (2010) esse também é um processo de construção da ciberdemocracia, pois, não há como negar a diversidade cultural e sua relação tanto no local quanto no global. Segundo Lemos e Lévy para argumentar:

> O ciberespaço é um ambiente complexo, e a cultura política cresce nesse caldo efervescente, gerando novos processos e produtos. A nova potência da emissão, da conexão e da reconfiguração, os três princípios maiores da cibercultura, estão fazendo com que possamos pensar de maneira mais colaborativa, plural e aberta. Sempre que podemos emitir livremente e nos conectar a outros, cria-se uma potência política, social e cultural: a potência da reconfiguração e da transformação. A cultura contemporânea, do digital e das redes telemáticas, está criando formas múltiplas, multimodais e planetárias de recombinações. Quanto mais podemos livremente produzir, distribuir e compartilhar informação, mais inteligente e politicamente consciente uma sociedade deve ficar. As ações de produzir, distribuir, compartilhar são os princípios fundamentais do ciberespaço. Devemos, ainda mais em países como o Brasil, aproveitar a potência que essas tecnologias nos oferecem para produzir conteúdo próprio, para compartilhar informação, enriquecendo a cultura e modificando o fazer político. O uso tático e ativista também não pode ser negligenciado. O conceito de mídia tática nos anos 90 fruto de uma série de práticas de ativistas das mídias ativistas e festivais pela Europa e EUA. O fundamento básico do conceito é o uso diferenciado das potencialidades midiáticas, graças à crescente acessibilidade dos computadores, redes e *softwares.* Os usos táticos abrangem um vasto campo de produção que vai desde a reutilização das mídias tradicionais, passando por *websites, softwares open source*, comunidades virtuais, *wikis, blogs*, incluindo, igualmente, teatros de rua, DJs e *performances.* A expansão da conexão e a liberação da emissão são instrumentos fundamentais dos mídia-ativistas



> para transformações sociais e políticas. (LEMOS & LÉVY, p.27, 2010)

Em nosso trabalho refletimos sobre como a apropriação dos conceitos da Ciência da Informação e seus instrumentos proporcionam um processo de mediação para a resistência cultural da etnia Paíter-Suruí, sua inclusão social e digital, não só em nossa sociedade, mas em todo processo conhecido como rede ou *web*. Analisamos e refletimos um fenômeno ímpar de mediação cultural e de alteração do processo de informação, pertinentes para sua construção de inclusão informacional e de transformação diferente da sua tradição e fora das políticas públicas de inclusão social que não chegam a eles, e que sem esse processo denotam a sua exclusão digital e social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa é uma amostra das possibilidades emergenciais de apropriação e de novos ambientes da informação/comunicação, não somente como produção e prática cultural, mas ao contrário, da percepção dessa apropriação para preservação e resistência da sua cultura perante o mundo contemporâneo. Paradoxalmente é uma "revolução" e nova produção cultural visando manter a sua identidade cultural e tradição pelos instrumentos do "outro", o processo da construção da informação. Ou na afirmação de Tukano:

> [...]. Quando nós, os povos indígenas, tivermos acesso às informações de cada aldeia, evidenciando as nossas diferenças, nos tornaremos mais resistentes para preservar a nossa identidade das invasões. Estaremos conversando entre nós e com os demais povos, por meio de sistemas de comunicação mais atualizados sobre os nossos negócios, nossas cerimônias, nossos cânticos e sempre realizando estudos comparativos para que não sejamos confundidos ou direcionados pelos sistemas externos. Esta é a importância de ter as tecnologias nas comunidades indígenas. [...]. Nós precisamos desse diálogo para contar novamente a nossa história. [...] (TUKANO, 2006)

Tal procedimento é fundamental atualmente dentro do conceito de sustentabilidade que demanda pelo Estado uma reponsabilidade e solidariedade. Dessa forma, tal ação de interação e aquisição da Ciência da Informação relacionada a essa alteração do processo de preservação da cultura dos Paíter-Suruí pela cultura do "outro" é de suma importância para um debate e reflexão

de onde e como o processo da informação é importante**,** mesmo para aqueles que não teriam em sua própria cultura a compreensão de tecnologia da informação, pois sua tradição é oral.

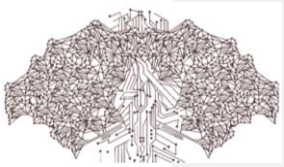
Em nosso trabalho refletimos a hipótese que enfatiza todo o processo de transformação cultural, social e compartilhamento da informação étnica de um grupo pela apropriação de uma tecnologia e cultura digital e em rede da sociedade contemporânea, da tecnologia de informação e comunicação (TIC's) e de sua iniciativa de inclusão digital com destaque aos processos de utilização das mídias sociais e web envolvendo essa cultura.

A apropriação da cultura do "outro" para preservar e resistir a sua própria cultura, visto que os processos são diferentes e seus signos, significados, preservação e transmissão também. Resistir através da apropriação do conceito de informação e sua mediação como instrumento de transformação.

Não há possibilidade de nenhuma cultura fugir desse processo, essa é uma nova configuração que se apresenta e é necessária a inclusão digital daqueles que não estão incluídos. A cultura que não tem acesso a esse processo deixa de integrar a sociedade em rede e tudo que ela oferece. Na verdade, essa é uma característica mundial, e a discussão desde o final dos anos noventa do século passado apresenta a reflexão de uma forma de controle e domínio social que poderíamos chamar dentro da pós-modernidade de "exclusão digital" (Warschauer, 2006). Aliás, já foi abordado que essa é a sociedade da *cibercultura*, e muito mais que um termo cunhado por Lévy (1999) essa é a realidade do século XXI. Não é somente uma nova cultura é um novo conceito de cidadania.

A livre conexão das redes e processos informacionais representam uma possibilidade de conectar não somente o tradicional, mas sim convergir as perspectivas sociais relacionadas com novas estruturas que permitem visualizarmos aquilo que não víamos.

Por outro lado, o grau de autonomia e as condições socioculturais dadas para a apropriação da informação e dos usos das tecnologias variam contextualmente. Desse modo, discutir o impacto gerado pelas tecnologias digitais e, em particular, pelas redes sociais colaborativas, nas possibilidades de acesso, circulação e expressão cultural, implica em repensar as modalidades de comunicação e de mediação tradicionais. De um modo geral, a concepção de mediação como ação educativa que se estabeleceu hegemonicamente prioriza algumas modalidades de informação, de tipos de leitura e de práticas de intermediação cultural legitimadas pelo *status quo*, em detrimento de outras, que valorizariam o estabelecimento de vínculos mais orgânicos dos sujeitos com conhecimentos ligados a seus contextos e às suas vivências cotidianas concretas. Um fator a ser considerado nesse sentido é o caráter polissêmico da internet. Dominique Wolton (2003) aponta a diversidade de aplicações presentes na internet: 1- aplicações do tipo serviço (vendas, pagamentos de impostos e taxas, cadastramento de dados pessoais, etc.);



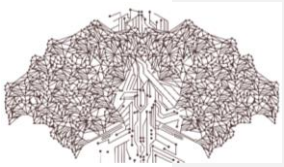
2- aplicações do tipo lazer; 3- aplicações relacionadas à informação-notícia; 4- aplicações ligadas à informação-conhecimento. As desigualdades socioculturais se reencontram na utilização das quatro aplicações, mas é em relação ao conhecimento que as diferenças são maiores. A informação-conhecimento já é seletiva pelo seu próprio conteúdo, e também pelos procedimentos de pesquisa dos usuários. A forma de construir e apresentar a informação, prevendo os meios para acessá-la, não é universal, está relacionada muito mais aos esquemas culturais de quem a disponibiliza do que aos esquemas de quem as busca.

Toda cultura em sua construção social se relação com o meio ambiente, organiza aquilo que chama de divino, sua língua e toda a sua identidade. Dessa forma é a construção do seu capital cultural que tem uma relação muito próxima com a informação e sua forma de se expressar. No caso dos Paíter-Suruí toda a informação é oral, portanto, a sua construção, o seu armazenamento e compartilhamento ocorre diferentemente da cultura letrada/digital do "homem civilizado" e toda a sua tecnologia.

Refletir especificamente sobre a "revolução" que as TIC's e sua apropriação operam nas culturas indígenas oferece, na verdade, a oportunidade de refletirmos não somente um caso específico de inclusão digital, social e de cidadania na sociedade em rede, mas sim de pensarmos aspectos do papel do processo da informação e sua importância no desenvolvimento da cultura contemporânea. Enfatizamos que a pertinência da reflexão de nosso artigo se conecta à necessidade de aumentar a visibilidade da produção de conhecimento das sociedades dos povos das florestas, ampliando a visibilidade e integrando assim os grupos que participam do processo de produção, preservação e disseminação desse tipo de informação, contribuindo para a diversidade cultural global. Essa valorização do "conhecimento local", o espaço de produção do conhecimento por parte das comunidades, um conjunto de saberes e tradições (culturais e "técnicas"), muitas vezes contraposto ao conhecimento oficial, "científico", vai ao encontro da proposta de Boaventura de Souza Santos: uma ruptura epistemológica que atenue o desnivelamento entre os discursos, que crie ao mesmo tempo um senso comum esclarecido e uma ciência socialmente responsável, gerando assim uma configuração de conhecimentos democraticamente distribuídos (SANTOS, 1989).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Carlos C. de; BASTOS, Flavia Maria; BITTENCOURT, Fernando. Uma leitura dos fundamentos histórico - sociais da Ciência da Informação. **Revista Eletrônica Informação e Cognição**, Marília, v. 6, n. 1, p. 68 - 89, 2007.



CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da Modernidade.** 3ª Edição. São Paulo: Edusp, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Rio de Janeiro; Paz e Terra, 1999 (Vol. 1, A sociedade em Rede)

COSTA, Alda C. A comunidade indígena e o mundo tecnológico: reflexões sobre os impactos das mídias sociais na vida do Aikewára. **Documento eletrônico**. 2010. Disponível em <https://www.ufpe.br/nehte/simposio/anais/Anais-Hipertexto-2010/Alda-Cristina-Costa.pdf> Acesso em 28 mar.2017.

COSTA, Tamiles do Espírito Santo. **Amazônicos e Tecnológicos: os Suruís de Rondônia e suas articulações globais**. Belém: UFPA, 2012. 102 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Pará. Belém, 2012.

DI FELICE, M.; PEREIRA, S. E. (orgs). **Redes e ecologias comunicativas indígenas. As contribuições dos povos originários à Teoria da comunicação.** São Paulo, Paulus, 2017.

LEMOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet. Em direção a uma ciberdemocracia planetária.** São Paulo, Paulus, 2010 – (Coleção comunicação).

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às medicações: comunicação, cultura e hegemonia.** 2ª. Edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

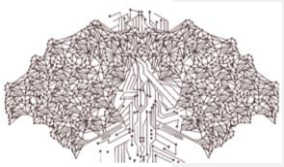
WARSCHAUER, Mark. **Tecnologia e inclusão social: a exclusão digital em debate**. São Paulo: Senac, 2006.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

TUKANO, A. Sociedade da informação para as comunidades indígenas. **Revista Inclusão Social**, Brasília, v. 1, n. 2, abr./set. p.113-122.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Tradução Daniel Grassi. 2ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A PERCEPÇÃO DA PRIVACIDADE EM INTERAÇÕES MEDIADAS POR DISPOSITIVOS MÓVEIS[1]

Marcel Ayres[2]; José Carlos Ribeiro[3]

Resumo

Neste artigo, buscamos compreender como usuários de dispositivos móveis celulares percebem o contexto de privacidade em situações cotidianas e, a partir desta percepção, se e como eles ajustam suas respectivas performances nas interações sociais mediadas. Para responder esta questão, resgatamos conceitos sobre *privacidade*, compreendendo aspectos psicossociais deste fenômeno e utilizamos o *Privacy Process Model* (PPM), um modelo analítico que permite a análise de comportamentos interacionais através da regulação da privacidade em quatro diferentes dimensões: *informacional*, *social*, *psicológica* e *física*. Em nossa análise, utilizamos relatos de jovens universitários brasileiros usuários de dispositivos móveis celulares, visando a identificação de quais estratégias são habitualmente utilizadas para regular o contexto de privacidade, tendo em vista, neste caso, a dimensão *informacional* – ou seja, a dimensão que abrange a seleção e a apropriação de recursos e de aplicativos presentes nestes dispositivos para a realização das trocas informacionais.

Palavras-chave: Privacidade; Interações Sociais; Interações Mediadas; Dispositivos Móveis; Celulares.

1. Introdução

O crescente panorama de *Tecnologias da Informação e Comunicação* (TICs) conectadas à *Internet* na atualidade gera, entre outros desdobramentos, uma grande oferta de ambientes digitais que possibilitam a experimentação de novas formas de exposição de si e de sociabilidade. Diferente das *interações face a face*, nas quais os interagentes compartilham do mesmo ambiente físico para a realização de trocas simbólicas dialógicas, nas *interações mediadas* por TICs estas trocas ocorrem através de aparatos técnicos que estendem as interações no espaço-tempo (THOMPSON, 2011). Ou seja, os indivíduos não precisam estar em um mesmo espaço ou temporalidade para interagir uns com os outros. Esta mudança na relação com o tempo e o espaço

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Privacidade, vigilância e controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Doutorando em Cibercultura pelo programa de Pós-Graduação de Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: marcel.ayres@gmail.com.

[3] . Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, Graduado em Psicologia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), Coordenador do GITS – Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologias Digitais e Sociedade – CNPq. Email: jcsr01@gmail.com.

nas interações faz com que as intimidades do mundo doméstico ou mesmo as relações de amizade ou profissionais adquiram significados diferentes quando estamos presentes e interagindo com outros em ambientes físicos ou digitais.

Em uma sociedade conectada e móvel, as esferas públicas e privadas se hibridizam e influenciam, em maior ou menor grau, a forma como produzimos e consumimos informações uns para os outros (CARON; CARONIA, 2007). Com os dispositivos comunicacionais móveis, e através das diferentes aplicações que estão presentes nestes aparatos, como os *sites de redes sociais* (*Facebook, Google Plus, LinkedIn*), os sites de compartilhamento de fotos e vídeos (*YouTube, Instagram, Snapchat*), os *instant messengers* (*WhatsApp, Hangout, Skype, Facebook Messenger*), as plataformas de *live streaming*[4] (*Twitch, Ustream, LiveStream*), entre outras, os indivíduos passam a construir uma singular, e cada vez mais complexa, miríade de narrativas sobre si e de práticas interacionais, assentadas em esquemas representacionais e experiências sociais mediadas pelo uso de dispositivos e de ambientes tecnológicos de última geração (RIBEIRO, 2016).

Seja comentando nas publicações de amigos, compartilhando fotos da sala de aula, fazendo *check-ins* ao longo de uma viagem ou conversando em diferentes aplicativos, as pessoas produzem e consomem um grande fluxo de informações e referenciais simbólicos que, em certa medida, transformam não só o modo como interagimos, mas, de forma mais ampla, o modo como estamos concebendo o mundo ao nosso redor.

> Em um contexto socioeconômico no qual as viagens são frequentes e as pessoas levam tecnologias móveis com elas, mais e mais lugares se tornam ambientes potenciais para comunicações. O espaço começa a se mover e o "onde" perde a imobilidade de um local específico para se tornar uma espécie de aura que acompanha o usuário. A definição de ambos os espaços, público e privado, está em andamento, com base na interpenetração, ou mesmo na aparente mistura dos espaços público e privado, profissional e íntimo (CARON; CARONIA, 2007, p 15-16)[5].

[4] Aplicações que permitem a transferência de dados multimídia (exemplo: vídeo, áudio) através da *web* ou através de redes de computadores conectados. Os *live streamings* são plataformas que permitem essa transferência de forma *real-time* (ao vivo).

[5] Tradução livre para: "*In a socio-economic context in which travel is frequent and people take portable, mobile new technologies with them, more and more places become potential locations for communications. Space begins to move, and the "where" loses the immobility of a specific location to become a sort of aura that accompanies the user. A real definition of both public and private spaces is underway, based on interpenetration, or even apparent blending, of public and private, professional and intimate spaces".*

Com o intuito de compreender como a percepção do *contexto de privacidade* pode afetar a performance dos indivíduos ao longo de interações mediadas por TICs, em particular aquelas possibilitadas pelos usos dos dispositivos móveis celulares[6], efetuamos inicialmente uma revisão da literatura sobre o conceito da *privacidade* a partir de estudos direcionados à exploração dos aspectos psicossociais deste fenômeno (WESTIN, 1967; ALTAMN, 1975; DERLEGA; CHAIKIN, 1977; BURGOON, 1982; MARGULIS, 2003; NISSENBAUM, 2010; BOYD; MARWICK, 2011; DIENLIN, 2014).

Após a digressão sobre o conceito de *privacidade*, apresentamos o modelo analítico proposto por Tobias Dienlin (2014), intitulado como *The Privacy Process Model* (PPM). O PPM é uma abordagem que integra teorias e achados empíricos de pesquisas sobre *privacidade* em um único modelo que auxilia pesquisadores na compreensão e na avaliação deste fenômeno em diferentes situações sociais (sejam elas em presença física imediata ou mediadas por tecnologias). Tomando como base o modelo de Dienlin (2014), buscamos compreender quais foram os comportamentos adotados por usuários de dispositivos móveis celulares a partir da percepção do *contexto de privacidade* nas interações mediadas. A análise conta com depoimentos provenientes de uma pesquisa realizada com jovens universitários, entre 18 a 25 anos, em seis cidades da região nordeste do Brasil.

2. Privacidade enquanto um processo de regulação

Segundo Margulis (2003), a privacidade pode ser concebida tanto como uma questão social, quanto como um conceito comportamental. Para isso, ele propõe compreender o que é privacidade a partir da comparação entre duas teorias que a conceituam, nos estudos desenvolvidos por Westin (1967) e Altman (1975). Para Alan Westin (1967), a privacidade pode ser entendida como um tipo de retirada ou separação voluntária e temporária que um indivíduo pode ter do restante da sociedade, seja de forma física ou psicológica. Desta retirada, surgem condições específicas de privacidade, tais como o *isolamento*, o *anonimato*, a *intimidade* e a *reserva*, cada qual composta por suas próprias características. Por *isolamento*, entende-se a possibilidade de se ver livre da presença imediata e/ou vigilância do(s) outro(s). Já o *anonimato*

[6] Segundo dados da *28ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas*, realizada pela *Fundação Getúlio Vargas* de São Paulo (FGV-SP), até o fim de outubro de 2017, estima-se uma base de 208 milhões de dispositivos móveis celulares no Brasil, crescimento de 17% em relação ao ano anterior. A pesquisa leva em conta apenas o número de aparelhos em uso, e não as vendas efetuadas no país.

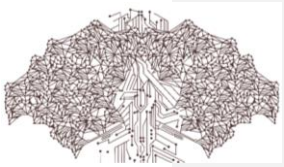
seria a possibilidade de não se identificar para outro(s). A *intimidade*, por sua vez, seria a liberdade de escolher com quem desejamos manter relações e trocar informações que podem ser consideradas particulares. Por fim, a *reserva* seria uma limitação ou seleção do que é ou não exposto de si para os outro(s).

Os estudos realizados por Westin (1967) serviram como ponto de partida para o psicólogo social Irwin Altman (1975), que estendeu o conceito de *privacidade* a partir da ênfase na regulação que o indivíduo teria desta separação, a depender do contexto e das pessoas envolvidas em uma determinada situação social. Altman (1975) parte de estudos sobre *penetração social* para investigar questões relacionadas ao *espaço pessoal*, à *territorialidade*, à *aglomeração* e à *privacidade*. Nas investigações acerca da privacidade, especificamente, Altman (1975) identificou que a regulação das fronteiras entre os indivíduos seria baseada em qualidades oposicionais entre a acessibilidade e a inacessibilidade.

> A interação social é a interação contínua ou dialética entre as forças que levam as pessoas a se unirem e a se separarem. Há momentos em que as pessoas querem estar sozinhas e sem contato com outros e há momentos em que os outros as procuram para ouvir e serem ouvidas, para conversar e serem escutadas. Assim, a privacidade não é apenas um processo de "manter fora" ou "deixar entrar"; ela envolve uma síntese de estar em contato com outros e estar fora de contato com outros. O desejo de interação social ou não interação muda ao longo do tempo e em diferentes circunstâncias. A idéia de privacidade como um processo dialético, portanto, significa que há um equilíbrio de forças opostas - para ser aberto e acessível aos outros e ser desligado ou fechado para os outros - e que a força líquida dessas forças concorrentes mudam ao longo do tempo (ALTMAN, 1975, p. 23)[7].

Judee Burgoon (1982), por sua vez, avança nos estudos de Altman demonstrando como a privacidade pode ser regulada a partir de quatro diferentes dimensões: *informacional*, *social*, *psicológica* e *física*. Por *privacidade informacional*, entende-se o controle no qual as pessoas podem ter sobre o que será ou não compartilhado sobre eles em diferentes meios comunicacionais.

[7] Tradução livre para: "*Social interaction is the continuing interplay or dialectic between forces driving people to come together and to move apart. There are times when people want to be alone and out of contact with others and there are times when others sought out, to be heard and to hear, to talk and to listen. Thus, privacy is not solely a "keep out" or "let in" process; it involves a synthesis of being in contact with others and being out of contact with others. The desire for social interaction or noninteraction changes over time and with diferente circumstances. The idea of privacy as a dialectic process, therefore, means that there is a balancing of opposing forces – to be open and acessible to others and to be shut off or closed to others – and that the net strength of these competing forces changes over time".*



Já a *privacidade social* seria a capacidade da pessoa decidir ou escolher com quem quer ou não interagir socialmente. A *privacidade psicológica* aparece associada a questões internas dos indivíduos sobre como se sentem em relação a informações que são livres para expressar. Já a *privacidade física* definiria o ajuste de fronteiras físicas/espaciais entre as pessoas, seja a distância ou mesmo o uso de elementos concretos para isolar ou distanciar algo/alguém (DIENLIN, 2014).

Estudos sobre a regulação da privacidade em contextos digitais (NISSENBAUM, 2010; BOYD, 2014; NEJM, 2016) demonstram como os usos e as apropriações das TICs nas interações podem afetar o modo como a privacidade é percebida e, consequentemente, como os atores irão selecionar meios e recursos para performar uns para outros a partir desta percepção (GOFFMAN, 1985). Na atualidade, a regulação da privacidade tem uma relação interdependente com a mediação tecnológica na qual as interações ocorrem – que não podem ser encaradas como neutras neste processo. A *permanência*, *replicabilidade*, *escalabilidade* e *buscabilidade* das informações (BOYD; MARWICK, 2011), que são trocadas através da mediação tecnológica e ambientes digitais, modificam as dinâmicas interacionais, uma vez que estas mesmas informações, que antes eram efêmeras e ficavam restritas a ambientes físicos específicos, ganham escala e mobilidade em rede – uma vez que podem a ser acessadas em diferentes lugares e temporalidades.

Nissenbaum (2010), por exemplo, aponta que, na atualidade, a *integridade contextual* seria a chave para alcançar a privacidade. Ou seja, em um contexto contemporâneo, mediado por tecnologias digitais, o tipo de informação que está sendo compartilhada, os papéis sociais dos indivíduos envolvidos na interação e a forma como esta informação é transmitida podem alterar o fluxo informacional e, consequentemente, a própria percepção da privacidade.

2.1. The Privacy Process Model (PPM)

Para compreender como a percepção da privacidade, em interações mediadas por dispositivos móveis celulares, pode afetar no modo como os indivíduos irão se expor e interagir uns com os outros no dia a dia, sugerimos aqui o PPM como um possível modelo analítico para esta questão. Partindo da privacidade enquanto uma separação/distanciamento do(s) outro(s) que pode ser caracterizada em diferentes condições (WESTIN, 1967), com ajustes contínuos nas fronteiras individuais (ALTMAN, 1975) e tendo quatro dimensões, *informacional*, *social*, *psicológica* e *física* (BURGOON, 1982), Tobias Dienlin (2014) irá propor um modelo analítico da privacidade tendo alguns elementos-chave, conforme expresso na Figura 1.

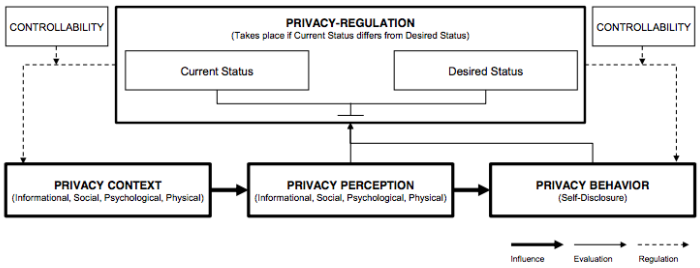


Figura 1. *The Privacy Process Model* (DIENLIN, 2014)

O *contexto da privacidade* estaria relacionado ao grau da privacidade, o qual, segundo Dienlin (2014), pode ser mensurável. Ou seja, seria a situação dada que pode ser avaliada de forma descritiva e objetiva. A *percepção da privacidade*, por sua vez, seria a capacidade dos indivíduos de perceberem o contexto no qual estão envolvidos e, a partir daí, compararem o *status* de privacidade deste contexto com o *status* de privacidade desejado. A depender da percepção do contexto, os indivíduos assumiriam, então, um *comportamento de privacidade*, ou seja, se as pessoas estivessem em uma situação a qual julgassem como mais privada, poderiam ficar, consequentemente, mais dispostas a compartilhar informações ou a realizar ações que não fariam em uma situação que julgassem ter menos privacidade.

Ainda segundo o PPM, seria possível para o indivíduo algum nível de controlabilidade do *contexto de privacidade* e, a *posteriori*, do *comportamento de privacidade*, contudo não seria possível ter controle sobre a *percepção da privacidade*. Segundo Dienlin (2017), se o *status* do contexto e o *status* desejado de privacidade não são correspondentes, as pessoas se sentiriam insatisfeitas e tenderiam a buscar um equilíbrio através de ajustes no contexto ou no seu comportamento. Para exemplificar uma situação na qual o *status* de privacidade do contexto apresenta-se de forma diferente do *status* desejado para o indivíduo, imaginemos uma determinada circunstância na qual este indivíduo recebe uma ligação importante em seu dispositivo móvel celular, contudo, encontra-se em uma reunião de trabalho. Ao perceber que, naquele contexto, não há a possibilidade de, simplesmente, retirar as outras pessoas da reunião, o indivíduo pode buscar ajustar aspectos do contexto (exemplo: pedir para sair da sala e ir para um local no qual possa atender a ligação sem ser monitorado/vigiado por outros) ou, então, ajustar

aspectos do seu comportamento (exemplos: pedir licença para atender no próprio ambiente, contudo falar com a voz mais baixa para não atrapalhar a reunião; ou colocar o celular no modo silencioso e ignorar a ligação; ou mesmo optar por enviar uma mensagem de texto para explicar para seu interagente a situação a qual se encontra).

Partindo do modelo proposto pelo PPM, fizemos, neste artigo, uma análise qualitativa exploratória baseada em relatos de usuários de dispositivos móveis celulares no Brasil. Nosso objetivo foi compreender como, em determinadas situações sociais descritas pelos entrevistados, a percepção do *contexto de privacidade* foi determinante para seu comportamento na dimensão informacional das interações mediadas por dispositivos móveis celulares. Ou seja, partimos do pressuposto de que em interações mediadas por estes dispositivos, os indivíduos teriam a percepção de maior controle (mas não absoluto) da privacidade – isto é, os indivíduos conseguiriam uma regulação de elementos do contexto e seus respectivos comportamentos –, algo que considerariam mais difícil, embora não impossível, em contextos de interação com presença física imediata ou face a face.

3. Método

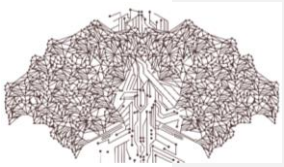
Neste artigo, utilizamos dados provenientes de uma pesquisa qualitativa exploratória mais ampla, intitulada "*Percepções sobre usos e apropriações de dispositivos comunicacionais móveis nas práticas interacionais contemporâneas: um estudo com jovens universitários brasileiros*"[8], realizada pelo *Grupo de Pesquisa de Interações Sociais, Tecnologias Digitais e Sociedade* (GITS – UFBA)[9]. Ao todo foram 120 entrevistados, de sete centros universitários instalados em seis cidades da região nordeste do país, sendo três capitais e três cidades do interior, conforme tabela a seguir:

Tabela 1. Amostra utilizada para a análise

Cidade	Universidade	Participantes
Salvador/BA	UFBA	20

[8] Pesquisa desenvolvida com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq - Edital Universal - CNPq nº 14/ 2014 - Processo: 449466/2014-4.

[9] Site do grupo: http://gitsufba.net



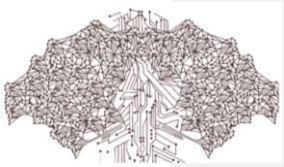
Cachoeira/BA	UFRB	20
Aracaju/SE	UFS e UNIT	20
Itabaiana/SE	UNIT	20
Fortaleza/CE	UFC	20
Quixadá/CE	UFC	20
	Total	**120**

Fonte: Elaborado pelos autores

Os participantes da pesquisa foram acessados em uma amostragem por conveniência (ou acessibilidade) a partir das redes de contatos dos pesquisadores. Dos 120 participantes, 61 eram homens e 59, mulheres, com idades variantes entre 18 a 25 anos (M = 21,26 anos / Mediana = 23 anos). Antes da gravação, realizou-se uma explicação sobre os propósitos da pesquisa e, em seguida, foi solicitado a todos os entrevistados que assinassem um *Termo de Consentimento Livre e Esclarecido*. As gravações foram transcritas em documentos digitais que foram, posteriormente, analisados em um aplicativo de análise qualitativa de dados, o ATLAS.TI, versão 8, para os sistemas operacionais *IOS* e *Windows*.

4. Percepção do contexto de privacidade informacional

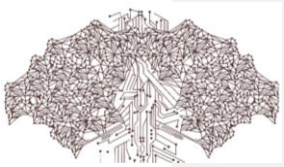
Com base no modelo PPM proposto por Dienlin (2014) e outros estudos sobre comunicação móvel (ZHAO; ELESH, 2008; BOYD; MARWICK, 2011; RIBEIRO, 2016; AYRES, 2016; NEJM, 2016), analisamos, a partir dos relatos da nossa amostra, se os usuários de dispositivos móveis celulares identificam particularidades na percepção do *contexto de privacidade* em situações nas quais utilizam estes aparatos e se há, também, uma sensação de maior controle do fluxo informacional através do uso de recursos e aplicativos específicos presentes nestes dispositivos.



Segundo relatos dos entrevistados, a seleção de um determinado recurso disponível em seu aparelho celular (ligação por voz, mensagem de texto, foto ou vídeo) e/ou de um aplicativo social específico (exemplo: *WhatsApp*, *Snapchat*, *Instagram*, *Facebook* etc.), para estabelecer interações, está vinculada diretamente à percepção da privacidade do ambiente físico e da situação social que se encontram. Se estão no meio de uma sala de aula ou mesmo assistindo um filme no cinema, por exemplo, situações as quais são monitorados continuamente ou que demandam interações focadas (GOFFMAN, 2010), os entrevistados relatam que o uso da modalidade de texto seria uma estratégia plausível para não dar acesso à informação ou mesmo interromper aqueles que porventura estivessem compartilhando o mesmo espaço físico no momento. Sobre estes aspectos, destacamos algumas falas: "*Prefiro as mensagens lidas, por que em muitos casos eu não posso escutar as mensagens de voz. Como eu já citei: eu posso estar na sala de aula, eu posso estar em um ambiente externo... Enfim, pra manter a privacidade eu não poderia escutar a mensagem por voz, então eu sempre dou preferência a mensagem por texto mesmo*" (respondente 82); "*A vantagem é que você pode ver [...] Tipo [...] Você pode ver as mensagens sem risco de exposição, que outras pessoas tenham acesso, que às vezes pode acontecer com o áudio*" (respondente 89). Estes relatos se aproximam com achados da pesquisa empírica realizada por Ayres (2016) sobre usos e apropriações do *WhatsApp*, na qual a modalidade de texto apareceu como a mais utilizada entre a amostra jovens universitários de Salvador (BA) e região metropolitana.

Os entrevistados da nossa amostra também sinalizaram ter dificuldades em saber, *a priori*, o lugar e o contexto exato onde seus interagentes se encontram no momento da interação mediada – o que implicaria, novamente, na seleção, em alguns casos, da modalidade de texto ao invés de ligações por voz ou mensagens de áudio. Esta dificuldade mostra-se comum nas interações mediadas por dispositivos móveis celulares que, hoje conectados à *internet*, ampliam e reforçam o que Boyd e Marwick (2011) denominam como *contexto colapsado*, ou seja, um contexto composto por diversas audiências invisíveis que podem ter acesso às informações que compartilhamos de forma voluntária ou não através do uso de dispositivos móveis celulares e/ou ambientes digitais.

Neste *contexto colapsado*, os relatos demonstram que as ligações ou os envios de mensagens de áudio tendem a ser preteridos a depender da pessoa com quem estejam interagindo ou mesmo da situação que se encontram. O respondente 112, por exemplo, diz que "*É mais pra quem você tá enviando, é algo mais direto para quem você tá enviando, um áudio a pessoa pode ouvir muito alto e se for algo sigiloso aquilo vai perder esse, esse segredo, digamos assim, da*

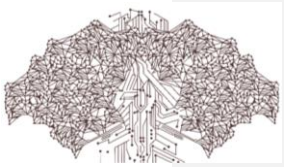


mensagem". Ou seja, para não gerar constrangimentos ou mesmo permitir que outras pessoas, que não estão engajadas na interação, acessem as informações que estão sendo trocadas, os usuários tendem a enviar mensagens de texto como uma estratégia de controle do *contexto de privacidade*. A comunicação móvel complexifica este cenário, uma vez que mesmo conhecendo o interagente e suas rotinas, não é possível afirmar com precisão onde ele se encontra e se, naquele instante, se mostra disponível para dar continuidade à interação pretendida.

Ao tratar sobre casos nos quais utilizam os recursos e aplicativos de fotografia e vídeo (como por exemplo: *Instagram* e *Snapchat*) em seus dispositivos móveis celulares, os entrevistados demonstram preocupação com algumas implicações da exposição de si nestas situações. Algumas falas, por exemplo, apontam que, ao mesmo tempo que possuem um certo controle sobre o que vão expor ou não através das fotografias e vídeos (através da seleção e edição das imagens), percebem uma falta de controle sobre o registro e o compartilhamento realizados por outros. As colocações dos respondentes a seguir são exemplares neste sentido: "*Então, é como eu falei, depende do momento. Eu não gosto, por exemplo, que fiquem tirando foto de mim para ficar postando em grupo, por exemplo"* (respondente 55); *"Eu falo: oxe! Tão me filmando? Isso vai pra onde? Com quem vai tá isso? Mas hoje todo mundo é fotografado e filmado e a gente nem sabe, né? Deve ter um monte de fotos e vídeos da gente que a gente não deve ter nem consciência*" (respondente 70).

Entretanto, quando estes registros e compartilhamentos são realizados por pessoas consideradas íntimas, como familiares, parceiros(as) e/ou amigos(as), a preocupação com a exposição de si nas fotografias e vídeos é amenizada, mas ainda se mostra latente. Como apontam os respondentes 20 e 23, respectivamente: "*Depende da situação e da pessoa né que, se for um estranho me fotografando: que é isso? [risos]. Mas se for um amigo, acho que não tem problema nenhum"; "Depende de quem for a câmera. Se for de alguém conhecido, de boa, entendeu? Em certos casos, eu até me sinto incomodada se for uma situação constrangedora pra mim, mas desconhecidos, eu fico sem ter reação... Fico até preocupada*".

Sobre a possibilidade técnica de acesso a outros indivíduos através de um dispositivo móvel celular, os usuários de nossa amostra identificam aspectos positivos e negativos que podem variar a depender da situação. Para alguns respondentes, seria uma vantagem ter acesso rápido ao outro, independente de momento e lugar, quando desejasse estabelecer interações, entretanto a depender da pessoa ou da situação, este acesso rápido e contínuo poderia ser encarado como um



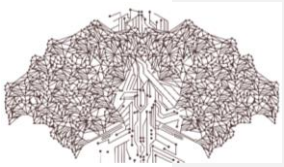
ponto negativo, uma vez que o usuário poderia não estar disponível ou mesmo interessado em estabelecer aquela interação (HAASE; COLLINS, 2008).

As implicações deste acesso contínuo ao(s) outro(s) nas interações mediadas por dispositivos móveis celulares aparentam, conforme algumas das falas analisadas em nossa amostra, desencadear em uma sensação de menor controlabilidade do *contexto de privacidade*, tendo em vista que, uma vez que uma interação foi iniciada (através do envio de uma mensagem de texto, áudio, entre outros), há uma expectativa de reciprocidade entre os interagentes que pode ser reforçada por meio de sinalizações que indicam que um determinado usuário está conectado ou mesmo utilizando seu dispositivo naquele momento (como ocorre em alguns aplicativos de *instant messenger* e *sites de redes sociais*). Esta sensação de "falta de privacidade" foi identificada em relatos da nossa amostra, como por exemplo, nas seguintes falas: "*Você" está sujeito a ser sempre ligado a alguém, mesmo que você não queira. Alguém tem sempre alguma forma de chegar até você [...] então você não tem o momento [...] quer dizer, você tem o momento da solidão a partir do momento em que as pessoas não te respondem, por exemplo. Mas você não tem uma certa liberdade de, [...] de sumir um pouco assim [...] digamos assim*" (respondente 81); "*Eu diria que você perde um pouco a [...] indisponibilidade. Por exemplo: se você quiser ler um livro, ou só ficar na praia, fazer qualquer coisa – aí quando você volta, tem 300 mensagens no WhatsApp – 'Clara você sumiu!'. Então as pessoas para quem você pode estar disponível, elas sempre querem que você esteja sempre disponível. E se você não impor um limite assim, você vira escravo do celular, de estar sempre respondendo imediatamente o que as outras pessoas querem"* (respondente 85).

Mesmo com a possibilidade de escolher o que e com quem compartilhar determinadas informações, o *contato perpétuo* (KATZ; AAKHUS, 2002), proveniente das relações estabelecidas através de dispositivos comunicacionais móveis (e em especial, dos dispositivos celulares), parece reforçar a percepção de uma constante disponibilidade para a socialização – o que pode gerar, por exemplo, quebras nas expectativas sociais entre os interagentes e, de modo mais amplo, desestabilizações no processo interacional vivenciado entre eles.

5. Conclusão

A partir dos relatos da nossa amostra, identificamos alguns aspectos que se mostram relacionados com as performances interacionais efetivadas através de dispositivos móveis celulares, os quais devem ser investigados com mais profundidade em estudos futuros. Sobre a

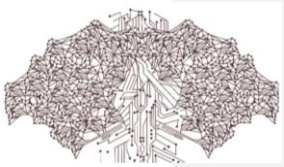


seleção do meio (*instant messenger*, site de rede social, aplicativos de fotos/videos e *streaming*) e da modalidade informacional (texto, foto, video e áudio), enquanto estratégia do controle do *contexto de privacidade*, notamos que os usuários levam em consideração: (a) o ambiente físico e a situação social que estão presentes em conjunto com a percepção do *contexto de privacidade* (enquanto uma comparação do *status* atual com o *status* desejado de privacidade); (b) o ambiente físico e a situação social onde, possivelmente, seu interagente se encontra também aparece como um ponto de atenção; (c) o grau de intimidade entre os interagentes; e (d) o que desejam comunicar na troca simbólica. Aqui, não apontamos estes fatores como únicos, mas como pontos importantes que identificamos nas falas da nossa amostra e que indicam possíveis motivações em torno das escolhas e do uso de determinados meios e modalidades informacionais presentes nos dispositivos móveis celulares – gerando ações (comportamentos) resultantes destas escolhas.

Sobre a exposição de si, através do compartilhamento de fotos e vídeos em aplicativos como o *Instagram* e *Snapchat*, por exemplo, os usuários relatam ter uma sensação de maior controle sobre a imagem pretendida de si, uma vez que podem editar e selecionar o que querem ou não publicar nos ambientes digitais. Contudo, demonstram, ao mesmo tempo, preocupação com o *contexto colapsado*, a partir do registro e o compartilhamento de fotos e vídeos por outros usuários. No entanto, quando estão em um contexto onde há a presença de familiares e amigos (ou seja, pessoas consideradas mais íntimas), por exemplo, as preocupações com este registro e compartilhamento de fotos e vídeos são atenuadas.

Os usuários da nossa amostra também relataram que a acessibilidade técnica ao outro, por meio dos dispositivos móveis celulares, é encarada de forma positiva quando desejam ter contato rápido ou imediato com outros interagentes. Entretanto, nas situações em que são demandados para a interação, esta acessibilidade pode ser encarada negativamente, uma vez que podem estar em situações em que não estão disponíveis ou mesmo não desejam interagir. Ou seja, este ponto de tensão entre acessibilidade técnica e disponibilidade social complexifica e problematiza a noção de *always on* (TURKLE, 2008) e a noção de privacidade enquanto processos dicotômicos de acesso ou não a algo/alguém.

Por fim, reforçamos a ideia de que a experiência de privacidade, realizada a partir dos usos de dispositivos móveis celulares e vivenciada em interações via *sites de redes sociais*, *instant messengers*, entre outros aplicativos de compartilhamento de conteúdos e relacionamentos, não pode ser encarada como algo exclusivo ou individual. Em concordância com Petronio (2002), apontamos que os indivíduos seriam, na contemporaneidade, coproprietários das informações privadas de si e de outros. Deste modo, evitamos aqui a compreensão da *privacidade* enquanto



um fenômeno absoluto e compreendemos que há uma escala na qual, a depender da situação vivenciada, o indivíduo pode perceber mais ou menos privacidade. Esta reflexão também demonstra a importância de discussões em torno sobre como os indivíduos controlam e circulam informações que consideram privadas entre si.

6. Referências Bibliográficas

ALTMAN, I. **Environment and social behavior**: Personal space, privacy, crowding and territory. Monterey, CA: Brooks Cole. 1975.

AYRES, Marcel; RIBEIRO, José C.; A Representação de Si em Interações Sociais Mediadas por Instant Messengers: O Caso WhatsApp. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, UFRJ - Rio de Janeiro. Disponível em:< http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0273-1.pdf>. Acesso em: 01/10/2017.

AYRES, Marcel. **Comunicação em Aplicativos Móveis de Instant Messengers**: Usos e Apropriações do WhatsApp entre Jovens Universitários. 2016. 147 f. Dissertação em Cibercultura na Pós-Graduação de Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

BOYD, D. **It's Complicated:** The Social Lives of Networked Teens. New Haven: Yale University Press. 2014.

BOYD, D, MARWICK, A. Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies. 2011. Disponível em: <https://www.danah.org/papers/2011/SocialPrivacyPLSC-Draft.pdf>. Acesso em: 01/10/2017.

BURGOON, J. K. Privacy and communication. In: M. Burgoon (Ed.), *C**ommunication Yearbook 6***. Beverly Hills, CA: Sage Publications, p. 206-249, 1982.

CARON, A. H.; CARONIA, L. **Moving cultures**: mobile communication in everyday life. 1. ed. Québec: McGill-Queen's University Press, 2007.

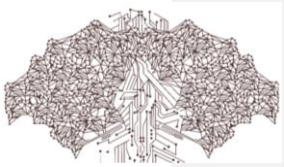
DERLEGA V. J.; CHAIKIN A. L. Privacy and self-disclosure in social relationships. **Journal of Social Issues**, Vol. 33 (3), 1. p. 02-115. 1977.

DIENLIN, T. The Privacy Process Model, In: **Medien und Privatheit** [Media and privacy], Chapter: The privacy process model, Publisher: Stutz, Editors: Simon Garnett, Stefan Halft, Matthias Herz, J.-M. Mönig, p.105-122. 2014.

_____. **The psychology of privacy**: Analyzing processes of media use and interpersonal communication. 2017, 200 f. Tese (Doutorado em Psicologia). University of Hohenheim. Stuttgart, Alemanha.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 8ª edição, 1985.

_____. **Comportamentos em lugares públicos**. Petrópolis: Vozes, 2010.



LEMOS, A. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. In: **Revista Brasileira de Gestão Urbana** (Brazilian Journal of Urban Management), V. 2, N. 2, pp. 155-166, 2010.

MARGULIS, S. T. On the status and contribution of Westin's and Altman's theories of privacy. **Journal of Social Issues**, 59 (2), p. 411–429, 2003.

NEJM, R. Exposição de si e gerenciamento da privacidade de adolescentes nos contextos digitais. 2016, 266 f. Tese (Doutorado em Psicologia) - Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

NISSENBAUM, H. **Privacy in context**: technology, policy, and the integrity of social life. Stanford: Stanford University Press. 2010.

KATZ, J. E.; AAKHUS, M. A. **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002.

PETRONIO, S. **Boundaries of privacy**: dialectics of disclosure. Albany: State University of New York Press, 2002.

QUAN-HAASE, A.; COLLINS, J. L. I'm there, but I might not want to talk to you. in: I**nformation, Communication & Society**, Vol. 11, 526-543, 2008.

RIBEIRO, J. C. Percepções sobre Usos e Apropriações de Dispositivos Comunicacionais Móveis nas Práticas Interacionais Contemporâneas: um estudo com jovens universitários portugueses, Relatório de Pesquisa de Pós-Doutorado não publicado. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, 2016.

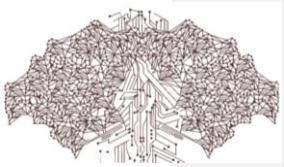
_____. Controle de Informações Sociais em Ambientes Digitais: repercussões na construção da narrativa de si. In: Elaine Fernandez; Véronique Donard. (Org.). O Psicólogo frente ao desafio tecnológico. novas identiddes, novos campos, novas práticas. 01ed.Recife: Editora UFPE; UNICAP, 2016, v. 01, p. 87-99.

THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

TURKLE, S. Always on/always on you: The tethered self. In: **Handbook of Mobile Communication Studies**, James E. Katz (ed.) Cambridge, MA. MIT Press, p. 121-137, 2008.

WESTIN, A. **Privacy and freedom**. New York: Athenaeum. 1967.

ZHAO, S.; ELESH, D. Copresence as 'being with'. In **Information Communication and Society**, 11 (4), Editora Routledge, Londres, 2008.



A PERSPECTIVA NET-ATIVISTA E O MOVIMENTO DE OCUPAÇÃO DAS ESCOLAS

Lucca Amaral Tori[1]

INTRODUÇÃO

O presente trabalho irá abordar a noção de comunicação e ação dentro de um contexto de complexidade (MORIN, 2011) usando como metáfora o termo ecologia - da comunicação (FELICE, 2012; 2013; SANTAELLA, 2010a) e de ação (FELICE, 2012; 2013). Ao se abordar essa noção mais ampla desses dois termos muito frequentes nos estudos da comunicação, o trabalho irá tratar do conceito de Net-ativismo como movimentos sociais mais complexos e imbricados na discussão acerca das ecologias mencionadas.

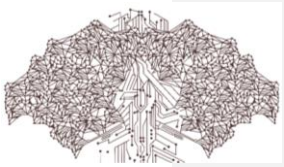
Passando pelas noções de Ciberativismo (FELICE, 2012; LEMOS, 2008) e pela discussão dos movimentos sociais mais contemporâneos trabalhados por Manuel Castells (2013) e por Pablo Ortellado (2013). Com isso, visa-se diferenciar os conceitos desenvolvidos por Felice (2012) e Lemos (2008), e Gohn (2014), a partir dos casos trazidos por Castells (2013) e Ortellado (2013), da noção de Net-ativismo. Entende-se que se pode traçar relações – principalmente com os movimentos analisados –, mas como há possibilidade de equívocos acerca da relação entre os termos, o presente trabalhos se focará em suas diferenças.

Ao abordar o movimento das ocupações das escolas no estado de São Paulo em 2015, a análise buscará determinar se é possível classificá-lo como um movimento Net-ativista a partir da discussão teórica ao longo do trabalho.

A ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO: Crítica à racionalidade moderna

A forma unitária das ciências, fortemente influenciada pela racionalidade moderna e que predomina dentro de muitas perspectivas é criticada por Bruno Latour (2012), por ter seu foco no estudo do Social, ou, "Sociologia do Social" (relacionada a essa noção fechada e coesa, visível na ciência moderna). Para Latour (2012), o Social é movimento, que deve se associar – como também coloca Di Felice (2011) – e fazer sempre novas associações para formar coletivos cada

1Mestrando no Programa Humanidades, Direitos e Outras Legitimidades pelo Centro Diversitas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH-USP). É graduado em Ciências e Humanidades e Políticas Públicas pela Universidade Federal do ABC e pesquisador do Laboratório de Tecnologias Livres da UFABC (LabLivre UFABC). E-mail: lucca.tori@gmail.com



vez mais planos (sem rugosidades). Desta forma, o social não pode se tornar sólido (como o é, na Sociologia do Social), pois assim perde a possibilidade de associação (LATOUR, 2012).

De forma mais concreta, a Sociologia do Social para Latour é aquela que: "(...) tenta manter reunidos tão firmemente quanto possível e pelo maior tempo possível, elementos que ele afirma serem feitos da mesma matéria homogênea" (LATOUR, 2012, p.230), enquanto a Sociologia das Associações, defendida pelo autor, "(...) tenta entender controvérsias sobre o âmbito de elementos heterogêneos que podem ser associados" (LATOUR, 2012, p. 230). Para Latour (2012), é importante deixar que o ator da ação (ou actante, abrangendo a ação para além do humano) arrume as suas "próprias bagunças". Assim, "Devemos desdobrar o âmbito total da controvérsia, em vez de tentar decidir por nós mesmos qual é o melhor ponto de partida para segui-la" (LATOUR, 2012, p.236).

Para o português Boaventura de Sousa Santos (2015), dentro de um viés pós-colonialista, as ciências sociais estão de fato passando por uma crise, pois, estão constituídas e consumidas pela modernidade ocidental, deixando de fora as sociedades coloniais, que foram caladas pelo viés da coerção e também da assimilação. A questão da emancipação é essencial na visão do sociólogo português, que entende que esta foi trabalhada por marxistas e críticos, que, no entanto, tinham uma visão fortemente eurocentrada e colonialista. Assim, para quem vive no Sul (metafórico, e não necessariamente geográfico) é possível ver outra face dessa crise geral das ciências sociais, pois essas teorias estão fora de lugar, não se ajustam a essas diferentes realidades sociais, além de, por consequência, reproduzirem as desigualdades entre o Norte e o Sul.

Para Santos (2015), necessitamos de uma racionalidade mais ampla, que possa reinventar a teoria crítica a partir das nossas sociedades hoje. A racionalidade moderna, segundo Santos, é indolente e preguiçosa, pois se considera única, exclusiva e não se exercita o suficiente para enxergar a riqueza do mundo. Complementando essa visão, Di Felice (2010) também afirma que é necessário superar as diretrizes históricas do pensamento ocidental, indo além das formas eurocêntricas helênicas e judaíco-cristãs do antropocentrismo, que segundo o autor, marcaram o pensamento ocidental.

Segundo Abruzzese (2008) Massimo Di Felice trata da "ruptura irreversível dos grandes ícones do pensamento ocidental" (ABRUZZESE, 2008, p.16), e assim complementa que essa pesquisa que demonstra o "fim da experiência urbana" se relaciona com a tomada de consciência de que os princípios da democracia e cidadania estão acabando e, dessa forma, mostrando os limites de sua substância paradigmática como formas históricas de domínio (ABRUZZESE,

2009). Assim, diz que sua posição pessoal é sempre mais voltada a ver o tema dos conflitos sociais nas perspectivas anti-humanistas e pós-humanas.

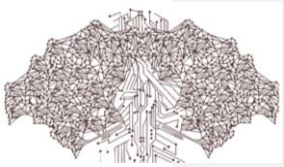
O "pensamento complexo" de Edgar Morin (2011) é um importante contraponto à tradição moderna da ciência. O autor francês parte do princípio de que o conhecimento científico tradicional foi sendo produzido por muito tempo – e ainda é – tendo como função acabar com a complexidade dos fenômenos para assim revelar a ordem de forma mais simples possível. Em sua concepção, esses modos simplificadores do conhecimento servem muito mais para mutilar a realidade, ao invés de exprimi-las, assim criando mais cegueira do que elucidação (MORIN, 2011). Para o filósofo francês "é complexo o que não pode se resumir numa palavra-chave, o que não pode ser reduzido a uma lei nem a uma ideia simples" (MORIN, 2011, p. 5). A pretensão desse pensamento não se trata de se chegar a um pensamento simples – que tem como função controlar e dominar o real – mas sim lidar com o real, ou seja, de dialogar e negociar com ele (MORIN, 2011), sendo então a noção de complexidade "(...) uma palavra problema, e não uma palavra-solução" (MORIN, 2011, p.06).

É necessário, neste sentido, se desfazer de pelo menos duas ilusões: a primeira é aquela que acredita que a complexidade tenta abolir a simplicidade, e a segunda a de confundir complexidade com completude. De forma geral, é preciso fugir do "paradigma da simplificação" (MORIN, 2011).

Outra noção dentro desse debate é a perspectiva reticular, que segundo Felice (2011) seria uma peculiar explicação da complexidade que vem como resultado de grandes experimentos desde fins do século XIX e metade do século XX, colocando em xeque grande parte das explicações sistêmicas e lineares (base da Ciência Moderna). A perspectiva reticular, assim como a Teoria Ator-Rede de Latour (2012) entende que a parte é maior que o todo, pois a parte é constituída de redes de redes, assim, as redes são apresentadas como uma complexidade sem totalidade (FELICE; LEMOS, 2014).

A ideia de Racionalidade indolente e preguiçosa (monocultura do saber) trazida por Sousa Santos (2015) vai também de encontro à perspectiva de complexidade de Morin (2011), pois para Santos, vivemos em uma realidade onde a racionalidade é, na verdade, muito mais complexa. Segundo o autor português, é necessário pensar para além das totalidades (trazidas pela racionalidade), entendendo não ser uma tarefa simples.

Uma das possíveis soluções trazidas por Santos (2015) é substituir as monoculturas pelas ecologias, que para ele são cinco, assim dando a possibilidade de fazer com que experiências



ausentes se tornem presentes. Uma dessas ecologias seria a denominada "Ecologia dos Saberes", proporcionando a relação e o diálogo do saber científico com o saber popular, dos indígenas, populações marginais, enfim, os conhecimentos ausentes: "O que vamos tentar fazer é um uso contra-hegemônico da ciência hegemônica" (SANTOS, 2015, p. 32).

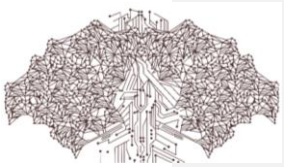
Assim, Santos se coloca contra as hierarquias abstratas do conhecimento, ou seja, das monoculturas que tentam dizer que a ciência é única e impossibilita o reconhecimento de outros saberes (2015). Também é dentro desse debate que Santos propõe o que chama de Epistemologias do Sul, baseando-se na ideia central de que "Não há justiça social global sem justiça cognitiva global, ou seja, sem justiça entre os conhecimentos" (SANTOS, 2015, p. 40). Os saberes dos diferentes povos indígenas, por exemplo, são distintos entre si e, principalmente, dos saberes do homem branco, europeu e "racional" (considerando aqui a dicotomia moderna "racional" x "tradicional").

Para Massimo Di Felice:

> Temos a necessidade de pensar numa perspectiva não mais sistêmica e mais complexa que nos dê a possibilidade de enxergar as dimensões reticulares não só dos processos produtivos e de valor, mas também a dimensão reticular da construção de um tipo de conhecimento de representação que não é mais ordenado, que não é mais sintético, mas que se abre para interpretações plurais e mutantes (FELICE; LEMOS, 2014, p.115)

Assim, pode se encontrar um ponto de encontro com o que é colocado por Santos (2015), de que é muito importante fazer a mudança de uma epistemologia fechada baseada em uma única forma de conhecimento para uma ecologia. Portanto, dentro de todas essas noções críticas à visão da ciência moderna, podem-se encontrar pontos em comum, sendo que visam uma ciência mais aberta, democrática, menos certa e essencialista, e, por isso, a ideia de ecologia parece ter base aceitável tanto para o pensamento complexo (MORIN, 2011), perspectiva reticular (FELICE, 2011), a Sociologia das Associações (LATOUR, 2012) quanto para as próprias ecologias dos saberes (SANTOS, 2015).

Como se está trabalhando com uma concepção ecológica – mais abrangente e complexa – da ciência e das ciências sociais mais especificamente, também é possível enxergar as tecnologias da comunicação e a comunicação em si como uma ecologia complexa, o que é bem trabalhado por Di Felice (2009) quando aborda a forma comunicativa do habitar, chamada por ele de Atópica, ou seja, é num momento em que a relação do sujeito e território não têm mais uma relação dicotômica. Assim:



> Uma vez reproduzido digitalmente o espaço, transformado o mesmo em informação, configura-se a formação de um habitar informativo, pós-arquitetônico e pós-geográfico que, multiplicando os significados e as práticas de interações com o ambiente, nos conduz a habitar naturezas diferentes e mundos no interior dos quais nos deslocamos informativamente (FELICE, 2009, p.22)

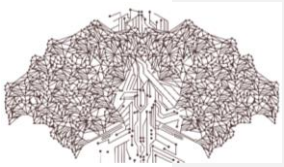
Para Felice (2009), pensar sujeito e ambiente numa relação comunicativa faz "(...) pensar o processo progressivo de eletrificação e informatização do território, que transformou cada vez mais o habitar em uma prática de interação comunicativa" (FELICE, 2009, p. 27).

Para Santaella (2010a), com o pluralismo e a expansão das mídias cada vez mais híbridas, a metáfora da ecologia passa a ser fundamental. A partir dessas misturas culturais das mais diversas, Santaella (2010b) tem chamado, de forma mais específica, de ecologia pluralista da comunicação e da cultura. A partir dessa realidade, a noção de ecologia foi tendo definições mais específicas, principalmente com a consciência de uma arquitetura reticular e uma abordagem que pudesse levar em conta as múltiplas interações (FELICE, 2011) cada vez mais evidentes com o uso das novas tecnologias. Assim, sendo evidenciada a consciência de uma complexidade não linear e também interdependente (FELICE, 2011).

. Observa-se que o paradigma eurocentrado da ciência moderna acabou por influenciar grande parte das áreas do pensamento, incluindo os paradigmas comunicativos tradicionais. Para evitar essa mutilação em áreas científicas que cada vez dialogam menos e fogem do entendimento do todo, Morin (2011) acredita que o pensamento complexo possa ajudar em uma unidade da ciência. Dentro desse debate, a metáfora da ecologia para ciência, e para a comunicação em específico, torna-se bastante propícia. Como coloca Di Felice: "Nasce, assim, a possibilidade de se pensar uma nova forma ecológica que, superando a visão ocidental antropocêntrica, pensa a natureza e o mundo como o conjunto de relações comunicativas articuladas através dos dinamismos criadores de rede de redes" (DI FELICE, 2009, p.29). Assim, nessa percepção ecológica, a mídia não serve apenas para construir a imagem do ambiente, ela é considerada parte deste.

O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE INFORMACIONAL E A ECOLOGIA DA AÇÃO NAS REDES DIGITAIS

Para André Lemos (2008), os objetos técnicos, feitos pelo homem, e o meio natural, se modificam de forma mútua - enquanto os objetos técnicos são naturalizados, modificando o meio natural, são estabelecidos limites a atividade humana pelo meio natural. Desta forma, há uma "progressiva artificialização do homem e da natureza, sendo mesmo impensável a existência e da cultura fora



deste processo (...). Assim, podemos dizer que a oposição entre técnica, homem e cultura não tem fundamento" (LEMOS, 2008, p. 31).

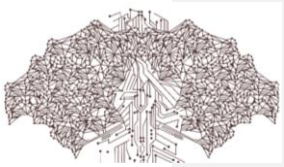
Lemos (2015) faz uma crítica tanto à visão do determinismo tecnológico, quanto àquela visão extremamente otimista das tecnologias como emancipadoras. Para o autor, ambas estão incorretas devido ao caráter essencialista dado ao fenômeno tecnológico. Para ele, se as técnicas forem abordadas em qualquer dessas visões, elas perderão a possibilidade de descrever as associações que formam empiricamente o social, ou seja, as técnicas não podem ser compreendidas fora de suas relações, pois elas são mediação antes de tudo (LEMOS, 2015). A técnica precisa ser vista menos como substância e mais como movimento de composição entre humanos e não humanos, ou seja, sujeitos e objetos sendo construídos coletivamente coloca Lemos (2015) com base no pensamento de Latour.

Já na década de 1960, como coloca Di Felice (2011), a arquitetura baseada em redes com base informativa já ocorria com o desenvolvimento material da rede Arpanet, que vinha como uma rede distribuída, base do que viria a ser a Internet. Atualmente, segundo Pierre Lévy na introdução do livro "Cibercultura" de André Lemos (2008), podemos considerar que a Cibercultura é a nova expressão de cultura: "Entramos hoje na cibercultura como penetramos na cultura alfabética há alguns séculos. Entretanto, a cibercultura não é uma negação da oralidade ou da escrita, ela é o prolongamento destas; a flor, a germinação" (LÉVY, apud. LEMOS, 2008, p. 11). Para Lévy, essa é uma próxima etapa da evolução da linguagem, e a cada etapa dessas, a cultura humana passa a ser mais potente, criativa e rápida.

As redes distribuídas, base da Internet, são marcadas por serem descentralizadas, horizontais e de expressão individual. E é a partir da Internet que se permite, pela primeira vez, uma comunicação de muitos com muitos em escala global (CASTELLS, 2003). Porém, é preciso ter cautela com esse otimismo, pois aqueles que se encontram excluídos dessas tecnologias terão uma das mais danosas exclusões em nossa sociedade (CASTELLS, 2003).

Para Di Felice (2008), a história da humanidade se depara pela primeira vez com uma comunicação que é um processo de fluxo entre as velhas distinções de emissor, meio e receptor que se confundem, dando centralidade à questão da interação. Para Lemos (2008) a noção de cibercultura se dá em referência à relação entre técnica e vida social dada a partir da associação entre a cultura contemporânea e as tecnologias digitais.

Para Di Felice, "A cada uma dessas inovações tecnológico-comunicativas, temos uma ruptura. E a teoria da comunicação nem sempre dá conta de tal complexidade" (DI FELICE;



LEMOS, 2014, p. 10). A revolução dessa passagem da mídia de massas para essa nova realidade comunicativa altera inclusive as práticas do habitar (DI FELICE, 2009). Esse seria um habitar difícil de definir, pois não é nem externo e nem totalmente interno, afirma o autor.

Importante ressaltar a característica coletiva, auto-organizada (LÉVY, 1999) e compartilhada dessas novas estruturas como, por exemplo, a forma de conhecimento que vinda a partir da Internet é baseada no diálogo (DI FELICE, 2014). Além disso, coloca Di Felice (2014), o conhecimento tem ficado cada vez menos no texto, e mais nas tecnologias multimídia.

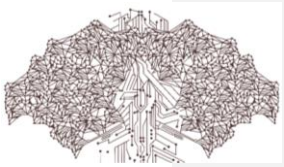
Nesta realidade, começa-se a ter uma atividade midiática mais simultânea entre emissão e recepção, alterando a prática e o significado do ato de comunicação (DI FELICE, 2011). Segundo Santaella (2010a), outras transformações visíveis são as de mobilidade, que podem ser compreendidas em duas figuras: a ubiquidade e a onipresença, sendo que aquela "destaca a coincidência entre o deslocamento e comunicação, pois o usuário comunica-se durante seu deslocamento. A onipresença, ao contrário, oculta o deslocamento e permite ao usuário continuar suas atividades mesmo estando em outros lugares" (SANTAELLA, 2010a, p.17). O que Santaella (2010) quer dizer, é que essas formas de mobilidade ajudam a situar o usuário não mais em um espaço estritamente territorial, mas sim um híbrido entre território/rede comunicacional, assim, o usuário se expande para diversos locais ao mesmo tempo, podendo interagir em tempo real, conseguindo atingir a ampliação da inteligência.

Lemos (2008) também observa a onipresença das novas tecnologias entendendo que essas vão se misturando de forma radical deixando assim quase imperceptível ao nosso ambiente cultural. No entanto, segundo o autor, este movimento irá aproximar tecnologia contemporânea com o prazer estético além do compartilhamento social. Para Castells (2003), essa interação entre indivíduos, tecnologias digitais e território foi chamada de Espaços de Fluxos.

Com novas formas de associações, e mesmo laços sociais, como colocou Martín-Barbero (2014), vão se desenvolvendo redes sociais digitais temáticas que multiplicam essas relações sociais online conjugando para novas práticas de interação e ativismo (DI FELICE, 2012).

> Os processos de formação das conexões podem ter origem em laços associativos ou dialógicos, ou seja, através de uma interação que resulta de uma reação de resposta a um estímulo ou através de uma interação colaborativa que ocorre através da construção coletiva (DI FELICE, 2012, p.40).

As redes de ações e atores se cruzam cada vez mais, desenvolvendo grandes níveis de complexidade, sendo difícil pensar em um só ator das ações ou em uma origem específica dessa



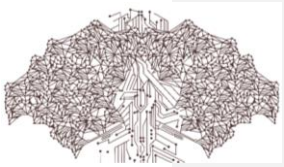
(DI FELICE, 2013). Assim, movimentos políticos e sociais vão surgindo. É possível notar como esses recusam a forma tradicional de hierarquias, tendo preferências por organizações mais horizontais, centrando numa nova forma de democracia direta, e onde a colaboração passa a ser a questão fundamental (DI FELICE, 2014). Lévy (2003), ao falar sobre essas novas tecnologias, afirmou que se podia ter agora a possibilidade de se pensar coletivamente, e que para de fato emergir inteligências coletivas, precisaria também ter uma reinvenção de democracia, para uma democracia distribuída por toda a parte.

Importante ressaltar, dentro dessa concepção ecológica de ação, a centralidade de ações não centradas somente em humanos, mas também nos não humanos, por isso, cabe muito bem a noção de *actantes* de Latour (2012), que são aqueles que fazem alguma ação, independente de serem humanos ou não. Dentro da TAR, essa concepção é muito importante, pois foca nas ações e no movimento da sociedade, indo contra noções essencialistas e fixadas, como bem coloca Lemos (2015). Neste contexto, a ecologia, como metáfora, se encaixa bem. Uma ideia próxima desta é a trabalhada por Lévy (2002) ao fazer uma metáfora dessa sociedade informatizada como um hipertexto cada vez mais compartilhado. E para uma noção de inteligência coletiva, traz a ideia de ecologia cognitiva onde se encontram coletividades constituídas de não somente humanos, chegando à noção da Tecnodemocracia construída com mega redes, redes essas não lineares (DI FELICE, 2010).

Para Lemos (2008), o ciberespaço é um espaço de comunhão onde pessoas do mundo todo podem entrar em contato através das novas tecnologias. Para inserir esse debate na noção de complexidade de Morin, é possível relacionar com o que o filósofo francês fala sobre o sistema *auto-eco-organizador* que "não pode, pois, bastar-se a si mesmo, ele só pode ser totalmente lógico ao abarcar em si o ambiente externo. Ele não pode se concluir, se fechar, ser autossuficiente" (MORIN, 2011, p.33). Tratando mais especificamente da ecologia da ação, tem-se que :

> O caráter ecológico da ação e sua complexidade nos leva, portanto, a pensar a ação tanto além da sua dimensão racional, subjetiva, teleológica e política (M. Weber, J. Habermas), quanto da perspectiva estruturalista (T. Parson, R.K. Merton), abrindo a nossa interpretação em direção de uma perspectiva plural e colaborativa, na qual os actantes humanos e os acatantes não humanos passam a expressar sua própria condição habitativa através do desfecho do seu co-agir. (...) (DI FELICE, 2013, 275).

O NET-ATIVISMO



Não é possível falar sobre Net-ativismo sem antes passar pelas noções ecológicas tanto da comunicação quanto da ação, como visto nos capítulos anteriores. Net-ativismo vem a partir da crescente força das redes digitais. É uma noção complexa de ativismo, que vai além de essencialismos técnicos ou sociais criticados por André Lemos (2015) e Bruno Latour (2012). É uma visão complexa, próxima da noção da complexidade de Morin (2011), e que se relaciona com as novas tecnologias e ações sociais, por isso a noção de actante (LATOUR, 2012) ao invés de atores mostra-se mais correta a ser utilizada.

Uma característica essencial para o surgimento do net-ativismo está relacionada com a digitalização do território, algo que a partir da comunicação digital vem reduzindo o ambiente a códigos informativos e assim produzindo, pela primeira vez, a superação da distância entre sujeito e território, dando assim a possibilidade de alteração da natureza deste e a interpenetração e interdependência entre o ambiente e o indivíduo (DI FELICE, 2009). O autor chama de terceira forma comunicativa do habitar, a chamada "atópica", ou seja, quando a relação entre sujeito e território deixa de ser dicotômica, assim:

> Uma vez reproduzido digitalmente o espaço, transformado o mesmo em informação, configura-se a formação de um habitar informativo, pós-arquitetônico e pós-geográfico que, multiplicando os significados e as práticas de interações com o ambiente, nos conduz a habitar naturezas diferentes e mundos no interior dos quais nos deslocamos informativamente (DI FELICE, 2009, p.22)

Nesse contexto, as noções entre públicos e redes, ou tecnologias da democracia e da colaboração, são, como coloca Di Felice (2008), realidades qualitativamente diferentes, mas a relações entre os dois polos não devem ser entendidas como uma superação.

As tecnologias da democracia e colaboração tem como base central o conhecimento a partir do diálogo que contribui para uma rede mais colaborativa, coletiva e conectiva (DI FELICE, 2014), e para uma maior agregação e assim a formação de diferentes coletivos e movimentos sociais independentes dos territórios ou áreas específicas de conhecimento.

O que tem se visto é não somente um incremento de maiores informações, mas também um número cada vez maior de redes sociais temáticas, que contribuem para essa multiplicidade de relações online, que resultam em novas práticas de interação e ativismo (DI FELICE, 2012).

Di Felice (2012) diz que esses novos movimentos e conceitos surgiram e desde então são autodenominados como *Internet Activism, Eletronic Advocacy* ou *Ciberativismo*. Segundo Felice (2012), o termo Ciberativismo origina-se nos anos 1990 com a utilização das novas tecnologias

digitais em rede pela luta zapatista em 1994 no México, e posteriormente por grupos ativistas ligados aos movimentos *no-global*, como o que ocorreu em Seattle em 1999 e ganhou repercussão internacional.

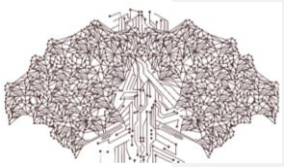
Porém, Di Felice (2012) diz que o que constitui a característica própria desses movimentos não é simplesmente a incorporação da Internet em seus processos comunicativos de ativismo, mas sim como essa tecnologia comunicativa transformou de forma bastante substancial o próprio ativismo e seus conceitos de participação, espaço democrático, identidade coletiva e até estratégia política. O que se vê é de fato "(...) um novo protagonismo sociopolítico emerso da descentralização das redes" (FELICE, 2012, p.35).

Em seu artigo de 2012, Massimo Di Felice diz que optou pela descrição e análise das redes digitais a partir de sua conectividade, e assim, ao aprofundamento conceitual e reflexivo que caracteriza a ação social em/na rede:

> Para tanto, nos reapropriamos do termo 'netactivism' ou netativismo, que deu título ao livro de Ed Schwartz (1996), apenas para simplificação da expressão *Network-Activism* que empregaremos aqui de forma a não restringir o seu significado ao âmbito da democracia eletrônica e das redes cidadãs de participação política, tão referidas por Schwartz ou aos usos da Internet propostos pelo ciberativismo, mas para, também, analisar uma nova forma de ativismo digital em rede e na rede que se articula como maximização das possibilidades de autonomia e sustentabilidade do desenvolvimento e da criatividade, no âmbito dos movimentos *new-global* (...)(DI FELICE, 2012, p. 36).

Complementando sua descrição, Di Felice (2012) coloca que a forma de ativismo e cidadania centrais desses movimentos é resultado de uma interação profunda entre sujeitos, grupos e diferentes entidades com as tecnologias da informação em consonância com as redes informativas e a diversidade de interfaces utilizadas. Assim, continua Di Felice (2012), todos os objetivos e definições, além dos resultados de tais movimentos, não é de um processo unidirecional mas sim de um processo construído em rede e de forma colaborativa. É nessa dimensão que se encontra a necessidade da análise do net-ativismo, ou seja, a necessidade de se aprofundar o significado da ação social; de forma geral: tentar entender e pensar a ação na rede que acontece através da complexa interação entre sujeitos, tecnologias e informações (DI FELICE, 2012).

Assim, vemos a centralidade das redes digitais e a instauração dessas para uma forma comunicativa a partir de fluxos e de troca de informações de todos para todos, assim sendo, para se ter uma completa análise das redes é preciso contemplar tanto o aspecto relacional entre os atores imersos nela, quanto o dos dispositivos técnicos e suas arquiteturas digitais (DI FELICE,



2012). Conseguimos perceber nesse aspecto, que a noção de actantes e a própria TAR, com foco nas associações e ações (LATOUR, 2012) contribuí e dialoga bastante com o que foi proposta aqui por Di Felice (2012) em seu debate sobre o net-ativismo.

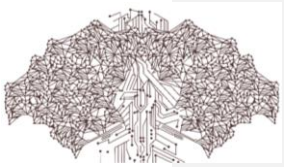
Além disso, o foco em redes de colaboração e de ação em redes, baseadas fortemente no diálogo e em tecnologias da democracia, além de grupos auto-organizados, contribuem também ao fortalecimento da inteligência coletiva, e distribuída, trazida por Lévy (2003).

Lemos (2008) ao falar sobre a criação de comunidades em redes, diz que a noção de comunidade é sempre ligada a uma ideia de um espaço de partilha e de um sentimento de pertencimento de determinado agrupamento social, porém, nem toda associação no ciberespaço pode ser considerada comunitária, por isso tenta evitar falar em comunidades virtuais generalizadamente, porém, tenta atestar o fator agregador do ciberespaço, que de fato não necessita de um território e nem sequer de um tempo específico.

O advento da banda larga (web 2.0), o crescimento das redes sociais e dos dispositivos móveis foram essenciais para a passagem de "(...) uma forma de conflitualidade informativa-mediática para formas reticulares autônomas e colaborativas de ativismo que,em muitos casos, serão responsáveis pela implementação de radicais processos de transformação" (DI FELICE, 2013b, p. 57), o autor cita o caso da Primavera Árabe que resultou na queda de governos autoritários, e além disso, o de amplos movimentos surgidos contra a corrupção e partidos políticos – como o que foi visto 15-M na Espanha.

Di Felice (2013b) afirma que existem algumas características em comum que marcam a qualidade das ações net-ativistas pelo mundo:

> A primeira característica foi identificada na particular ecologia de tais ações e nas suas múltiplas localidades. Essas têm como origem as redes digitais e continuam nas ruas de suas cidades, sem deixar a sua dimensão informativo-digital. Sendo filmadas, transmitidas, fotografadas, postadas e comentadas online. (...) A segunda característica identificada dos diversos movimentos net-ativistas se expressa na singular não linearidade dessas ações (...) Um ulterior aspecto identificado pela pesquisa encontra-se na recursividade de suas ações que parecem ter, como objetivos principais, ao lado das reinvidicações públicas e externas, a consciente expressão de reinvidicações internas que se exprimem na exigência radical de transparência, democracia real e de tomada coletivas das decisões no âmbito dos próprios movimentos, deslocando, assim, de forma elíptica a própria ação e a direção do seu próprio impacto (DI FELICE, 2013b, p.58-9).



De forma resumida, o "net-ativismo" seria: a relação entre actantes que, apresentado nessa perspectiva, é colocado como a constituição de uma nova ecologia, que não se encontra mais como opositiva e separatista, mas que se expande às várias entidades técnicas, territoriais e informativas num aspecto reticular e conectivo (DI FELICE, 2013a).

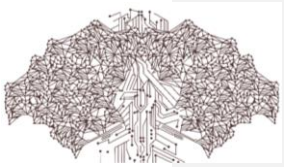
NOVOS MOVIMENTOS SOCIAIS: Perspectiva global e local

Castells (2013) trata dos movimentos que se iniciaram a partir de redes conectadas no mundo árabe (Primavera Árabe) contra poderes ditatoriais locais e que depois acabou se espalhando por diversos países pelo mundo, inclusive no Brasil em 2013. Segundo Castells (2013), estes atores se conectaram entre si e conceberam projetos a partir de muitas fontes do ser, foram indivíduos que formaram rede, que se uniram, e essa união conseguiu superar o medo (CASTELLS, 2013).

Esses movimentos ignoravam os partidos políticos, desconfiavam da mídia, não reconheciam lideranças e rejeitavam a organização formal, sendo assim, sustentavam-se pela internet e em assembleias locais para debates coletivos e tomada de decisões (CASTELLS, 2013). Segundo Pablo Ortellado (2013), esses movimentos valorizam mais o processo do que o resultado: "É o meio pelo qual atuam, a horizontalidade, a democracia direta, assim como a criatividade das suas ações, que dão a eles o sabor e o sentido" (ORTELLADO, 2013, p.227).

A própria mudança do ambiente comunicacional afeta diretamente normas de construção de significado e assim, a produção de relações de poder (CASTELLS, 2013). A transformação do ambiente comunicacional trouxe a autocomunicação de massa e essa: "(...) fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação às instituições da sociedade. É por isso que os governos têm medo da internet" (CASTELLS, 2013, p.12). Para Castells, é por esse motivo que redes de comunicação são fontes determinantes de construção de poder.

Porém, para os novos movimentos sociais em rede, há a necessidade de ir além das redes sociais e construir um espaço público, criando comunidades livres no espaço urbano (CASTELLS, 2013): "É por isso que ocupam o espaço urbano e os prédios simbólicos" (CASTELLS, 2013, p. 15). Segundo o autor, ocupam por três motivos: o primeiro é para criarem uma comunidade baseada na proximidade, se tornando um instrumento psicológico fundamental para superar o medo; o segundo é que os espaços ocupados são geralmente locais de significado, com poderes simbólicos; e o terceiro é a construção de um espaço livre num espaço simbólico.

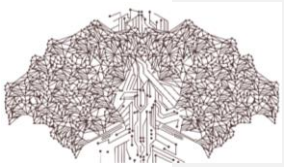


Mais recentemente o Brasil passou por manifestações e movimentos sociais muito menos associados aos pontos tradicionais de uma sociedade do trabalho do Século XX, passando de manifestações partidárias e com força de sindicatos, para movimentos mais identitários ou com uma complexidade maior de indignações. Taís manifestações são muito mais próximas dos citados em escala internacional por Castells (2013).

Os protestos de Junho de 2013, são tidos como marco no país. Foram disputas de cartazes vindas pela heterogeneidade dos ocupantes das ruas e uma guerra de interpretações e de vozes rebeldes (ROLNIK, 2013). Segundo Rolnik (2013), tivemos uma "fagulha", que foi a mobilização contra o aumento da tarifa nos transportes públicos feita pelo Movimento Passe Livre (MPL) e que essa "fagulha acabou incendiando uma pradaria" (nos dizeres de Mao Tsé-Tung) com os movimentos posteriores que foram para além do tema inicial e se espalharam pelo Brasil inteiro. Importante ressaltar que o MPL já existia desde 2003 e a própria criação do movimento, segundo Marcelo Pomar (2013) vinha dos princípios de autonomia, independência, horizontalidade e apartidarismo; articulando-se em redes e dominando as novas técnicas, principalmente aquelas associadas à tecnologia; e foi o que ocorreu em grande medida nas manifestações, pelo menos durante um tempo.

E assim como os movimentos colocados por Manuel Castells (2013), a ocupação do espaço urbano também passou a ser um objetivo e método que determinava diretamente os fluxos e usos da cidade (ROLNIK, 2013). Essas ações também foram influenciadas pela autogestão e a ação direta. As redes sociais digitais foram essenciais para esses jovens atores, mas mesmo assim continuavam insuficientes em relação ao poder das formas tradicionais de comunicação, por isso era forte entre os ativistas, as críticas diretas às grandes redes de imprensa (ROLNIK, 2013). Mas assim como Castells (2013) coloca, no caso das manifestações de junho também é possível perceber que as redes de comunicação foram fontes decisivas na construção de poder, inclusive trazendo o contrapoder para os espaços públicos.

No caso específico desses novos movimentos sociais, Castells (2013) coloca: "Os movimentos sociais em rede de nossa época são amplamente fundamentados na Internet, que é um componente necessário, embora não suficiente, da ação coletiva" (CASTELLS, 2013, p. 167), mas também afirma que o papel da internet ultrapassa sua instrumentalidade, já que ela dá condições para uma forma de prática comum onde um movimento sem liderança possa sobreviver, deliberar e se expandir (CASTELLS, 2013).



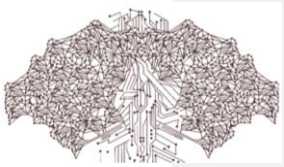
De fato, conseguimos perceber a partir dos estudos sobre movimentos sociais desses relevantes autores nacionais e internacionais uma grande importância das redes no geral e das novas tecnologias, redes digitais em específico, na formação, complementação e estruturação desses novos movimentos sociais. No entanto, a noção de novos movimentos sociais e as tecnologias das redes digitais para esses diferentes autores, tem mais relação com a ideia de Ciberativismo (DI FELICE, 2012) do que com o Net-ativismo (DI FELICE, 2012; 2013a; 2013b), uma vez que as tecnologias são importantes mas não são vistas como uma complexidade intrínseca, na metáfora de ecologia de ação, e até mesmo como um actante para esses autores como é visto na noção Net-ativista. Por isso há a necessidade de cautela ao abordar Ciberativismo ou os novos movimentos sociais como sinônimos de Net-ativismo, pois existem divergências entre essas noções.

OCUPAÇÕES DAS ESCOLAS COMO MOVIMENTO NET-ATIVISTA?

Ainda num contexto de Movimentos Pós-Jornadas de Junho de 2013, um processo de indignação iniciado pelo Facebook, em grupos do Whatsapp e no cotidiano escolar se intensificava. Estudantes secundaristas, ao perceberem que compartilhavam de indignações, iniciavam um movimento – semelhante às causas dos movimentos abordados por Castells (2013) – tratando de questões bastante locais – protestos contra as diretorias – mas logo se ampliando para passeatas pelos bairros, protestos nas regiões mais centrais, e em pouco tempo, começavam as ocupações (ORTELLADO, 2016). Esse seria o início do movimento que chegaria a ocupar mais de 200 escolas por todo o estado de São Paulo no ano de 2015, e que segundo Pablo Ortellado (2016) teria sido uma vitória dos estudantes e uma das mais importantes derrotas políticas do governador de São Paulo, Geraldo Alckimin.

Esse movimento se inicia lutando contra a imposição de um projeto de reestruturação escolar feita pelo governador do estado de São Paulo, onde se fechariam pelo menos 93 escolas. Por meio, primeiramente, de manifestações de rua (muito reprimidas) e posteriormente por ocupações das próprias escolas. Tal atuação foi feita a partir da tradução de um Manual "Como Ocupar Sua Escola" produzida por estudantes chilenos durante a conhecida "Revolta dos Pinguins" acontecida no ano de 2006 e compartilhada na página "O Mal Educado" do Facebook (NAVARRO; BRASILINO, 2016). Com o tempo, os estudantes foram rompendo o isolamento individualista do cotidiano escolar e,

> (...) criaram uma nova sociabilidade no processo de luta: uma sociabilidade baseada na corresponsabilidade, na horizontalidade dos processos decisórios e no cuidado com o patrimônio público. (...) A



> sociabilidade horizontal, corresponsável e baseada na proteção do patrimônio público é, ao mesmo tempo, objetivo de luta e criação imediata, uma espécie de antecipação performativa daquilo que se busca (ORTELLADO, 2016, p.13).

No dia 05 de Novembro, os estudantes da Escola Estadual Diadema resolveram ocupar sua escola e logo no início do outro dia os estudantes da Escola Estadual Fernão Dias, na cidade de São Paulo, também se estruturam para isso. A partir daí, as ocupações só cresceram, chegando a 230 escolas de todo o estado. Sofreram pressão policial e judicial; foram duramente criticados, e por vezes caluniados pelos veículos de imprensa tradicionais. Os estudantes mobilizados contra o projeto de reorganização das escolas de São Paulo sempre responderam às acusações e ataques e conseguiram força, apoio popular, chegando a afetar a taxa de rejeição do governador e, finalmente, conseguindo frear a reestruturação, até certo ponto.

De forma geral, o movimento inovou em suas estratégias, com abaixo-assinados, protestos nas escolas, nos bairros, passeatas no centro da cidade, ocupações nas escolas, realização de aulas públicas, shows de solidariedade e bloqueio nas ruas (ORTELLADO, 2016). Além disso, conseguiram grande simpatia da população em geral e de intelectuais e artistas, afirma Ortellado (2016). Importante também ressaltar, que o movimento, de forma geral, desprezava a mediação de partidos políticos, e segundo Ortellado (2016), o movimento dos estudantes secundaristas pode ser considerado o primeiro desdobramento pleno dos protestos de junho de 2013:

> A luta dos secundaristas é herdeira de junho num outro sentido. As manifestações de 2013 tiveram basicamente dois tipos de reivindicações: uma crítica de representação, decorrente da crise de legitimidade do sistema político e a defesa dos direitos sociais, principalmente educação, saúde e transporte (...).
>
> Os Secundaristas conseguiram, pelo caráter social da sua reivindicação e pelo caráter radicalmente democrático da sua organização, reunir as duas metades de junho (ORTELLADO, 2016, p. 15).

Outro ponto também muito interessante, visível nas ocupações dos secundaristas, é o que Manuel Castells (2013) chama de autocomunicação, que para o autor é o que mudou de forma fundamental o domínio da comunicação com o uso de internet e das redes sem fio nas plataformas de comunicação digital.

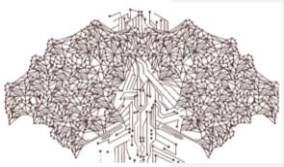
Essa autocomunicação, quando chega às massas oferece uma plataforma tecnológica para a construção de autonomia do ator social. O uso dessas plataformas nas ocupações foi possível de se observar desde antes da ocupação de fato. Tanto para a organização de manifestações públicas, quanto para as próprias ocupações das escolas, que foram organizadas de forma fragmentada por

redes como Facebook e Whatsapp. Ou, por exemplo, com a criação da página "Lute Pela Educação" criada no Facebook por alunos da EE Carlos Gomes assim que souberam da reorganização que o estado iria fazer – com o tempo a página foi aumentando com discussões e próximas providências a serem tomadas pelos alunos (M.CAMPOS; MEDEIROS; M. RIBEIRO, 2016) e também ao observar que logo um dia depois que o secretário anunciou a reorganização, as alunas do grupo lançam várias hashtags como: #NossoCarlão, #AEscolaÉNossa, #ÉNóisQueManda, etc. (M.CAMPOS; MEDEIROS; M. RIBEIRO, 2016). A autocominicação também foi importante durante as ocupações com as páginas específicas nas redes sociais, as conversas pelo Whatsapp e Telegram para reforços e passagem de informações e até posteriormente com a construção de outros movimentos sociais, apoios e o crescimento para além do estado de São Paulo.

Dentro da noção net-ativista, a primeira característica identificada na ecologia dessas ações nas mais diversas localidades é a de ter origem nas redes digitais e continuidade nas ruas das cidades, sem nunca deixar a dimensão informativo-digital (DI FELICE, 2013b). Ou seja, existem filmagens, transmissões, posts e comentários online sempre que possível. Nesse primeiro aspecto já se consegue encaixar o movimento de ocupações dos secundaristas, pois como coloca Ortellado (2016) o movimento começou com discussões pelo Facebook e Whatsapp e logo se transformou em movimentos locais de protestos de rua, crescendo e acabando em ocupações reais das escolas, que se expandiram por todo o estado.

O uso das redes foi bastante central nas páginas criadas pelas escolas específicas, como o caso da EE Carlos Gomes em São Paulo, que mesmo antes das ocupações, já tinham uma página no Facebook para discussões, e além de criarem diversas hashtags, tiveram, em menos de dois dias – ainda antes das ocupações – mais de 100 publicações contradizendo em tempo real o que a diretoria respondia a eles (M. CAMPOS; MEDEIROS; M. RIBEIRO, 2016). Tal centralidade também foi constatada nas páginas mais gerais como, por exemplo, "O Mal Educado", que aumentou sua visibilidade em pouco tempo.

Todos os dias as páginas estavam repletas de transmissões ao vivo, vídeos das diferentes ocupações – muitas vezes desmentindo a mídia tradicional –; e fotos próprias – como a da EE Clotilde Peluso em sua página específica demonstrando o estado das quadras e salas de aula da escola antes das ocupações (M. CAMPOS; MEDEIROS; M. RIBEIRO, 2016). Consta também a criação de músicas de protesto, como a versão de "Cálice", música de Chico Buarque e Gilberto Gil, feita pela EE Antonio Viana de Souza de Guarulhos, que viralizou pela internet, ou a versão

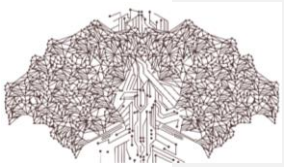


do funk "Baile de Favela" feita pela dupla de alunos e MCs Foice e Martelo, também viralizando nas redes sociais (M. CAMPOS; MEDEIROS; M. RIBEIRO, 2016).

Outra característica dos Movimentos Net-ativistas, colocado por Di Felice (2013b) é o fato de se expressarem de forma não linear nas suas ações, ou seja, observa-se aqui a importância de não só os atores humanos, mas também da sinergia de diversos actantes, ou seja, circuitos informativos, dispositivos, smartphones, câmeras digitais, gravadores, redes sociais, etc. Isso pode ser visto quando os movimentos realizavam transmissões ao vivo das ocupações sendo invadidas pela Polícia Militar sem mandato, de invasores para tumultuarem a ocupação, etc. Esses diversos usos das tecnologias, de forma quase automática, ia se expandindo para a sociedade, sem a necessidade de uma liderança, conseguindo inclusive desmentir grandes conglomerados de comunicação e conquistando gradualmente apoio populacional.

O terceiro ponto trazido por Di Felice (2013b) se trata da recursividade das ações, que possuem como objetivos principais, além das reivindicações públicas e externas, a consciência de reivindicações internas para uma exigência de transparência, democracia real e tomada coletiva de decisões entre os participantes. Vimos isso desde o início do movimento, que como bem colocou Ortellado (2016), era, em sua maioria, contrário a mediação de movimentos sociais e partidos políticos tradicionais. Os manifestantes colocavam-se como horizontais, utilizando de mecanismos como assembleias para determinação de tarefas tanto internas quanto externas; não tinham líderes; em suas ocupações dividiam postos para que ninguém tomasse o controle de algo específico e tinham como objetivo uma democracia direta, inclusive posteriormente para os grêmios estudantis não cooptados pelo governo e também no formato das aulas tradicionais nas escolas.

A onda de ocupações das escolas em São Paulo é tida por grande parte de seus atores como vitoriosa. Mas não se pode observar essas manifestações sem suas complexidades: a construção dessa luta partiu de jovens estudantes secundaristas de ensino estadual público bastante precário, ou seja, foram, em grande parte, jovens periféricos que conseguiram se reunir em rede para construir essa luta. É quase impossível imaginar essa luta contra-hegemônica sem o uso intensivo das novas tecnologias, principalmente dos dispositivos móveis – cada vez mais acessados. Como coloca Pablo Ortellado (2016) e muitos dos estudantes participantes, o movimento começou primeiramente com as conversas internas nas escolas, mas foi sendo percebido como uma luta compartilhada a partir dos grupos de redes sociais; uma das principais ações foi a tradução do manual chileno de "como ocupar sua escola". Sem um trabalho coletivo e em rede, esse movimento dificilmente conseguiria ultrapassar seu campo local. Além disso,



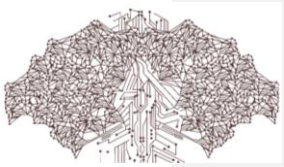
muitas escolas nem chegariam a pensar nessa alternativa se não tivessem tido acesso a essas informações, e ao crescimento exponencial das ocupações.

Como bem analisado a partir das 3 principais referências de um movimento net-ativista, colocado por Massimo Di Felice (2013b), o movimento das ocupações das escolas pode ser visto, em grande parte, como também um movimento net-ativista. É um movimento que começou em rede, tomou as ruas e as escolas, e continuou usando exaustivamente as redes atingindo grande visibilidade, conseguindo ultrapassar a barreira das grandes mídias. Além disso, preocupavam-se com questões mais gerais, evitavam a intervenção de partidos políticos e tinham uma concepção de autogestão e luta direta. Os actantes são bem visíveis nessa luta, a luta no dia-a-dia não poderia ser concebida sem o uso das tecnologias que agiam de fato como actantes. O grande apoio populacional e da classe intelectual e artística só foi possível a partir do uso autônomo dessas páginas e tecnologias pelos próprios ocupantes. Foram lutas complexas, o uso de uma democracia direta, horizontal e com a necessidade de resolução de problemas de forma compartilhada – com o crescimento de uma inteligência coletiva (LÉVY, 2003).

CONCLUSÃO

Como visto ao longo do trabalho, com a discussão de uma noção mais ampla da comunicação e da ação, dentro da metáfora de ecologia (DI FELICE, 2012; 2013a; 2013b; SANTAELLA, 2010), bastante relacionada com uma visão mais complexa da realidade (MORIN, 2011). Vê-se que até mesmo os movimentos sociais contemporâneos podem ser analisados com essa visão mais ampla, e é o que foi feito por Massimo di Felice ao abordar os Movimentos Net-ativistas (2011; 2012; 2013a; 2013b), vendo esses grupos bastante relacionados com as novas tecnologias, mas não de forma essencialista ou como mero complemento de lutas, como muitas vezes acaba sendo analisado em trabalhos focados nos Novos Movimentos Sociais (GOHN, 2014) ou até mesmo a visão de Manuel Castells (2013) com os movimentos sociais ocorridos pelo mundo desde meados de 2010.

A questão central é que todos esses autores enxergam a importância das redes, principalmente as redes digitais, e abordam com centralidade as novas tecnologias de comunicação, inclusive observam que esses novos movimentos são menos centralizados, mais focados em lutas diretas, apartidárias e horizontais. Porém, é muito importante na visão Net-ativista uma visão mais complexa de atores das ações, podendo ser esses humanos e não humanos, ou seja, na perspectiva de “actantes” de Latour (2012). Além disso, de serem movimentos que não prezam pela linearidade de suas ações.



O que se observa sobre o movimento dos secundaristas e as ocupações das escolas, é que podem sim ser analisados por uma visão menos essencialista (LEMOS, 2014) da perspectiva Net-ativista (FELICE, 2011; 2012; 2013a; 2013b). Pois, foi observado que as noções básicas trazidas pelo Net-ativismo são possíveis de se perceber nas ocupações das escolas de forma complexa.

BIBLIOGRAFIA:

ABRUZZESE, Alberto. Novos *Media*: Além da política e da arte. In: FELICE, Massimo Di (Org.). *Do Público Para as Redes: A comunicação digital e as novas formas de participação social.* Difusão Editora, São Caetano do Sul, 1ªEd, 2008.

_____. Prefácio. In: DI FELICE, Massimo. *Paisagens Pós-urbanas: O fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar.* Annablume, 1ªEd, 2009.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet.* Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade, Jorge ZAHAR Editor, Rio de Janeiro, 2003.

_____. *A Sociedade em Rede.* Ed. Paz e Terra, São Paulo, 2007.

_____. *Redes de Indignação e Esperança*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar., 2013.

CASTRO, Eduardo Viveiros de. *Metafísicas Canibais*, Cosac Naify, São Paulo, 1ªEd, 2015.

DI FELICE, Massimo. Das Tecnologias da Democracia Para as Tecnologias da Colaboração. In: FELICE, Massimo Di (Org.). *Do Público Para as Redes: A comunicação digital e as novas formas de participação social.* Difusão Editora. São Caetano do Sul, 1ªEd, 2008.

_____. Estéticas pós-humanistas e formas atópicas do habitar. In: DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario (Orgs). *Pós-humanismo.* As relações entre o humano e a técnica na época das redes. Difusão Editora. Coleção Era Digital, V. 2. São Caetano do Sul, SP, 2010.

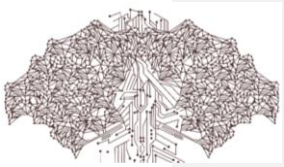
_____. Net-ativismo e Ecologia da Ação em Contextos Reticulares. In: *Revista Contemporânea* – Comunicação e Cultura. UFBA. V. 11, n.02, p. 267-283, Salvador, Mai/Ago 2013a.

_____. Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. In: *Revista Famecos Mídia, Cultura e Tecnologia*. PUC RS. v.9, n.1, p.27-45. Porto Alegre, Jan/Abril 2012.

_____. *Paisagens Pós-urbanas: O fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar.* Annablume, 1ª Ed., 2009.

_____. Redes Sociais Digitais, Epistemologias Reticulares e a Crise do Antropomorfismo Social. In: *Revista USP*. USP-SP, N. 92, p.9-19, Dez/Fev, 2011-2012.

_____. Ser Redes: O formismo digital dos movimentos net-ativistas. In: *Revista Matrizes.* ECA-USP, São Paulo, Ano 7, Nº2, p.49-71, 2013b.



DI FELICE, Massimo; LEMOS; Ronaldo. *A Vida em Rede.* Ed. Papirus 7 Mares, Campinas, SP. 1ª Edição, 2014.

GOHN, Maria da Glória. *Novas Teorias Dos Movimentos Sociais*. Edições Loyola, São Paulo, 5ª Ed., 2014.

KERCKHOVE, Derrick De. O Novo Totem do Pós-humano. In: DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario (Orgs.), *Pós Humanismo: As relações entre o humano e a técnica na época das redes.* Difusão Editora, São Caetano do Sul, 1ªEd, 2010.

LATOUR, Bruno. *Reagregando o Social*. Uma introdução à teoria do Ator-Rede. EDUFBA; EDUSC, Salvador; Bauru, 2012.

LEMOS, André. A Crítica da Crítica Essencialista da Cibercultura. In: *Revista Matrizes.* ECA-USP, São Paulo, V.9, N.1, p.29-51, Jan/Jun, 2015.

_____. *Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea.* Editora Sulina, 4ª Ed., 2008.

LÉVY, Pierre. *A Inteligência Coletiva.* Por uma antropologia do ciberespaço, Edições Loyola, São Paulo. 4ª Edição, 2003.

_____. *As Tecnologias da Inteligência: O futuro do pensamento na era da informática.* Editora 34, Rio de Janeiro, 12ªEd, 2002.

_____. *Cibercultura*, Editora 34, Rio de Janeiro, 1999.

_____. Uma Perspectiva Vitalista Sobre a Cibercultura. In: LEMOS, André. *Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*, Editora Sulina, 4ªEd., 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Diversidade em Convergência. In: *Revista Matrizes.* ECA-USP, São Paulo, V.8, N.2, p.15-33, Jul/Dez, 2014.

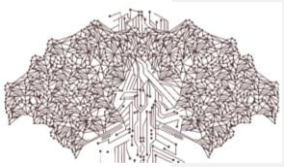
M.CAMPOS, Antonia; MEDEIROS, Jonas; M.RIBEIRO, Márcio. *Escolas de Luta.* Ed. Veneta, Coleção Baderna, São Paulo, 1ªEd, 2016.

MORIN, Edgar. *Introdução ao Pensamento Complexo.* Editora Sulina, Porto Alegre, 4ªEd, 2011.

ORTELLADO, Pablo. Os protestos de junho entre o processo e o resultado. In: JUDENSNAIDER, Elena; LIMA, Luciana; POMAR, Marcelo; ORTELLADO, Pablo. *20 Centavos: A Luta Contra o Aumento.* Editora Veneta, São Paulo, 1ª Ed., 2013.

_____. Prefácio – A primeira flor de julho. In: M.CAMPOS; MEDEIROS; M.RIBEIRO. *Escolas de Luta.* Ed. Veneta, Coleção Baderna, São Paulo, 1ªEd., 2016.

POMAR, Marcelo. Introdução: não foi um raio em céu azul. In: JUDENSNAIDER, Elena; LIMA, Luciana; POMAR, Marcelo; ORTELLADO, Pablo. *20 Centavos: A Luta Contra o Aumento.* Editora Veneta, São Paulo, 1ª Ed., 2013.



ROLNIK, Raquel. Apresentação – As vozes das ruas: revoltas de junho e suas interpretações. In: *Cidades Rebeldes: Passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil.* Boitempo Editoral, São Paulo, 1ªEd, 2013.

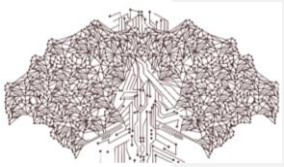
SAKAMOTO, Leonardo. Em São Paulo, o Facebook e o Twitter Foram Às Ruas. In: *Cidades Rebeldes: Passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil*. Boitempo Editoral, São Paulo, 1ªEd, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. *A Ecologia Pluralista da Comunicação: Conectividade, mobilidade, ubiquidade.* Editora Paulus, São Paulo, 1ªEd., 2010a.

_____. Pós-Humano, pós-humanismo e anti-humanismo: discriminações. In: DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario (Orgs). *Pós-humanismo.* As relações entre o humano e a técnica na época das redes. Difusão Editora. Coleção Era Digital, V. 2. São Caetano do Sul, SP, 2010b.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Renovar a Teoria Crítica e Reinventar a Emancipação Social.* Boitempo Editorial, São Paulo, 2ª Ed., 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A PRIVACIDADE EM UM CENÁRIO *PANSENSITÍVEL* DE INTERNET DAS COISAS & CIDADES INTELIGENTES

André Ramiro[1]; Amália Câmara[2]

Resumo

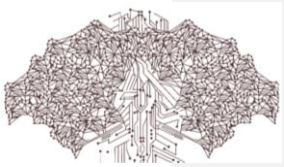
A expansão do ecossistema da Internet das Coisas (Internet of Things, IoT), sobretudo em um contexto de Cidades Inteligentes, diante de um panorama de vigilância ostensiva Estatal e corporativa tem como pano de fundo as próprias bases técnicas sobre o funcionamento de IoT e o grande espectro de possibilidades de sua inserção no funcionamento das cidades, possuindo este cenário o potencial de oferecer riscos à privacidade. Essas relações convergem para uma discussão político-acadêmica que sugere a necessidade de um programa de proteção de dados pessoais e garantia de direitos fundamentais, sobretudo da privacidade, mediante construção legislativa - tendo como ponto de partida o Projeto de Lei 5276 - e consciência social, levando-se em consideração a própria Governança da Internet e a participação da sociedade civil. Este artigo procura levar a respostas sobre os riscos à privacidade em um ambiente de cidades inteligentes, quais os interesses econômicos, para além da melhoria dos serviços urbanos, na captura de dados e se um marco legislativo de proteção de dados pessoais teria o condão de garantir a privacidade.

Palavras-chave: iot; smart; cities; privacidade; dados.

A Expansão das *Coisas* e das Cidades Conectadas

[1] Pesquisador é Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Diretor do IP.rec – Instituto de Pesquisa em Direito e Tecnologia do Recife. Membro do DTE – Grupo de Pesquisa em Direito e Tecnologia (UFPE). Membro da CDTI – Comissão de Direito da Tecnologia e da Informação da OAB-PE. E-mail: andrebramiro@gmail.com

[2] Pesquisadora é professora de Direito na Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutora em Ciências Políticas pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: arrudacamara@gmail.com.



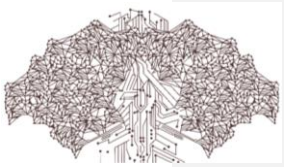
A disseminação e o crescimento da capacidade computacional dos dispositivos não se restringem apenas aos atuais computadores pessoais e aos aparelhos móveis. O poder de processamento de informações vem alcançando o próprio meio ambiente, os objetos pessoais e as próprias cidades, caracterizando um fenômeno que se convencionou chamar de Internet das Coisas (Internet of Things - IoT).

O batismo da referida tecnologia é comumente creditada a uma apresentação de negócios, em 1999 feita por Kevin Ashton. O pioneiro tecnólogo, na oportunidade, sugeriu que os computadores - e a Internet - eram, então, dependentes de seres humanos para coletar informações, fator este que, acreditava, não carregava um nível de aproveitamento otimizado, pois os seres humanos possuem limitações motoras e de tempo para digitar, cadastrar ou scannear os dados necessários. Sugeria então que computadores fossem desenvolvidos de modo a poderem coletar e processar informações, através de sensores, sem necessitarem da intervenção ou do monitoramento limitado do ser humano (ASHTON, 2009).

Na realidade, a primeira notícia de um dispositivo conectado à Internet é datado de muito antes da criação do termo por Kevin Ashton. Programadores do departamento de Ciência da Computação, na Universidade de Carnegie Mellon, na década de 70, ainda quando operava a ARPANET, conectaram uma máquina de Coca-Cola à então rede, sendo esse o mais remoto registro de uma *coisa* conectada, que não um "computador" (CARNEGIE MELLON COMPUTER SCIENCE DEPARTMENT, 1988). Desde então, a ideia de uma tecnologia que possibilitasse a comunicação entre máquinas, criando-se um ambiente "inteligente" e conectado foi ganhando força, alimentando o já conhecido conceito da *computação ubíqua* (WEISER, 1988), um mundo onde computadores estivessem onipresentes, com tarefas específicas e intercomunicando-se.

Ou seja, ainda que haja uma longa história a respeito do desenvolvimento de IoT, apenas recentemente veio saltar aos olhos da comunidade não especializada. Hoje, a IoT excede, em quantidade, o número de pessoas (FEDERAL TRADE COMISSION, 2015).

A Pew Reserch Center define a IoT como "Um ambiente de computação em rede, global, imersivo e invisível, construído através de proliferação continuada de sensores inteligentes, câmeras, softwares, base de dados, e massivos *data centers* em um tecido de informação em expansão mundial" (ANDERSON, RAINE, 2014, tradução nossa). Levantamento da CISCO



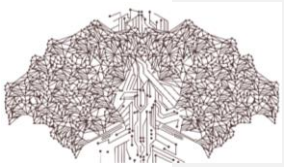
estima que cerca mais de 50 bilhões de *coisas* estarão conectadas em 2020 (EVANS, 2011). Isso significa que a cada dia novos objetos ganharão poder de conexão, coleta e tratamento de dados. Essa perspectiva inclui objetos domésticos, tais como geladeiras e fogões, bem como objetos urbanos, de uso comum, tais como semáforos, lixeiras e barômetros. É possível entender, então, que as IoT estarão atreladas ora ao uso pessoal, no ambiente doméstico, ora ao público, nas cidades e espaços coletivos.

A realização do cenário caracterizado pela *ubiquidade* computacional, nesse caso caracterizado pela expansão da tecnologia IoT, não haveria de estar restrita a ambientes fechados, bem definidos, empresariais ou domésticos, mas, sobretudo, nos lugares comuns, abertos, de circulação massiva pessoas. Sendo assim, não há melhor paradigma destes espaços comuns do que as próprias cidades, e estas, por sua vez, vem carregando graus de conectividade e poder computacional crescentes, atrelados ao funcionamento de serviços públicos. Esta inserção da conexão e da computação ao funcionamento das cidades vem caracterizando o que se convencionou chamar de Smart Cities (cidades inteligentes).

As definições de cidades inteligentes são as mais variadas. A IBM (2018) a define como "novas formas de funcionamento para as cidades". Já para a Sidwalk Labs (2018), empresa pertencente à Alphabet, são "novos tipos de lugares que aceleram a inovação urbana" e a CISCO (2018) enxerga como "a cidade elevando a forma como as pessoas se conectam e interagem com as cidades". O mercado de dispositivos para cidades inteligentes constitui um *trend* tecnológico conveniente, carregado, sobretudo, pelas grandes empresas de tecnologia que estarão à frente deste mercado, tendo em vista uma previsão de crescimento de 424.68 bilhões de dólares, em 2017, para mais de 1.201 bilhões de dólares em 2022 (MARKETS AND MARKETS, 2018).

Porém, para além do discurso do *marketing*, é necessário observar o fenômeno das cidades inteligentes sob o viés da circulação de informação e de dados. Sendo assim, cidades inteligentes podem ser vistas, na realidade, como a coleta de dados no espaço público, por parte do governo e do setor privado, para oferecer serviços (PRIVACY INTERNATIONAL, 2018).

Neste contexto, pode-se encarar a expansão da conectividade dos dispositivos, relacionados às cidades ou não, como a expansão da coleta de dados, em termos de volume, variedade de tipos de dados e velocidade (ainda há quem fale em veracidade). Estes três (ou



quatro) "Vs" irão caracterizar a tecnologia de Big Data, cada vez mais indissociável do gerenciamento de dados em cidades inteligentes.

Sendo assim, dispositivos e cidades conectadas implicam uma maior coleta de dados pessoais. Esta afirmação, tendo-se em vista uma realidade de vigilância ostensiva e massiva operada por forças estatais, caracteriza uma maior fragilidade do cidadão em relação a sua privacidade, uma vez que esta *ubiquidade* computacional, através de sensores, pode servir a exponenciar o sistema de vigilância. Consequentemente, a perda da privacidade em espaços públicos acarreta reais consequências à própria democracia e nega chances de dissidências e protestos (PRIVACY INTERNATIONAL, 2018) através do uso do próprio espaço urbano.

Políticas e negócios realizados por parte dos entes estatais, por meio de parcerias público-privadas, afetam sobremaneira a forma como os cidadãos interagem com o ambiente urbano, uma vez que informações e dados pessoais estão sendo cambiados e geridos por uma infinidade de atores, inclusive sem o consentimento expresso dos titulares dos dados. As discussões e legislações a respeito da proteção de dados pessoais soam urgentes quando se tratando também desse contexto, tanto de em uma perspectiva de legislação federal sobre proteção de direitos fundamentais, quanto de legislações municipais, uma vez que a computação ubíqua irá corromper todos os pilares centrais do que entendemos sobre proteção à privacidade (CAS, 2011), levando a crer que apenas regulações suficientemente resilientes e protetivas irão garantir a privacidade em um ambiente *pansensitível* ou cada vez mais sensorial.

A Privacidade na Cidade *Pansensitível*

Os resultados do crescimento nos níveis de conectividade atrelados aos serviços públicos urbanos, característico das cidades inteligentes, não se restringem às melhorias e à otimização destes serviços. Tal mudança nas dinâmicas do funcionamento das cidades influenciam o próprio comportamento humano a nível urbano, a forma como o cidadão interage com a cidade, a forma como interage coletivamente, suas demandas, onde está presente, com quem está reunido, os trajetos que toma, em suma, o que faz no espaço público.

Essa realidade não traz novidade quando se tratando da mudança de comportamento do sujeito ao estar *online.* Online, sim, pois torna, além da cidade, o cidadão também constantemente conectado, ainda que sem seu conhecimento ou consentimento.

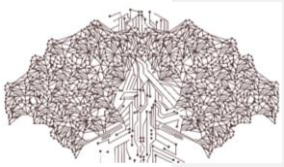


Diferente da mentalidade do início do século XXI, quando a experiência *online* carregava certo quê de não-identificação, a atmosfera da Internet, hoje, vem imbuída de grande insegurança quanto à privacidade relativa ao comportamento *online*, anônimo ou não. Uma série de furos e notícias a respeito de programas de vigilância em massa, operadas por Estados, vem alimentando uma verdadeira paranoia coletiva e vem, portanto, ganhando as pautas jornalísticas e políticas por todo o mundo.

A grande revelação sobre a existência de programas de espionagem, a qual pôs em xeque o sentimento de privacidade na Internet, se deu com o caso do já notório *whistleblower* Edward Snowden, em 2013, quando este, ex-funcionário terceirizado da NSA, revelou (GREENWALD, 2014) a existência de uma coleta de dados massiva, de forma indiscriminada e generalizada, de cidadãos de todo o mundo, incluindo alvos estratégicos, como chefes de Estado (SMALE, 2013). Casos de revelações sobre programas de vigilância em massa não são tão recentes e vêm sendo noticiados muito antes do caso Snowden. William Binney, criptoanalista e também ex-funcionário da NSA, ainda em 2002 já havia noticiado (ROTHMAN, 2013) sobre programas de vigilância em massa operados pelos Estados Unidos, através do programa Trailblazer, sistema cuja função era analisar dados massivos de celulares e emails, coletados sobretudo via Internet. Assim, como Binney e Snowden, outros *whistleblowers* (HERTSGAARD, 2016) foram notáveis em revelar programas de espionagem estatais, como Thomas Drake e John Crane. Sendo assim, as revelações, ainda que tenha ganhado força em 2013, vinham sendo noticiadas desde o início da década passada, contribuindo para uma aura de vigilância generalizada que, atualmente, está presente no *cyberespaço*.

Em se tratando de novos níveis de conexão e novos dispositivos, a exemplo da internet das coisas, isso implica dizer que, diante de um horizonte de violações à garantia de privacidade, os níveis de invasão às informações pessoais também estarão presentes a esses dispositivos, restando a crer que os dados coletados também serão alvo de vigilância.

Uma grande parcela dos dispositivos de IoT são construídos com um propósito básico: monitorar a atividade humana. “Consciência” sobre o contexto através de sensores de áudio, imagem, dados de localização e outras formas de detecção são objetivos centrais. Ainda que estas qualidades de novos serviços de detecção venham a oferecer melhorias nas experiências diárias,



não há dúvidas sobre que igualmente afetarão a privacidade: o usuário estará sob observação pelas suas máquinas e dispositivos, sob os quais não possui controle (ROSNER, 2017).

A "invisibilidade" destes serviços - *into the fabric of daily life until they are indistinguisahble from it* (WEISER, 1988) - acarretam em coleta de informações sobre as rotinas e práticas diárias enquanto se mantêm imperceptíveis para os usuários. Em contraste, quando cedemos informações a plataformas online, tal como Facebook, Amazon ou eBay, tem-se minimamente a consciência sobre o uso ou a permanência nos domínios da plataforma, dando consentimento (ainda que discutível) à coleta de dados. Em um contexto de IoT, a escolha e oportunidade de consentir ou não são ausentes *by design.* Dispositivos de IoT, com frequência, não oferecem alertas sobre políticas de privacidade ou não proveem consentimento específico ajustados às preferências do usuário (EDWARDS, 2016).

O problema se aprofunda, certamente, quando se tratando de cidades inteligentes, repletas de sensores ou *sensitíveis.* Enquanto em objetos conectados no ambiente doméstico, tal como o termostato NEST (PRIVACY STATEMENT, 2017), o Google Home (DATA SECURITY, 2018) ou o Amazon Echo (ALEXA TERMS OF USE, 2017), o usuário possui a mínima escolha de consentir com sua política de privacidade antes de passar a fazer uso do serviço, uma lixeira, metrôs ou postes de luz inteligentes não oferecem qualquer oportunidade de o titular das informações coletadas expressar suas escolhas.

Nas palavras da IBM, companhia dentre as principais no oferecimento de soluções relacionadas às cidades inteligentes,

> mesmo sem o investimento em redes de sensores, hoje as cidades já contêm milhões dos mais inteligentes e versáteis "sensores" que sempre estiveram presentes: pessoas. Um cidadão com inclinação ao convívio público, com um smartphone, é uma fonte de dados incrivelmente valiosa para agências do governo, pois oferecem, em tempo real, retornos precisos sobre o status dos serviços da cidade (JAKARTA SMART CITY, 2018, tradução nossa).

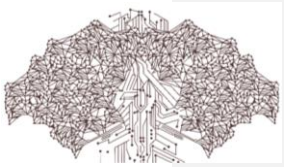
Sendo assim, no momento em que o cidadão interage com uma cidade inteligente, ele está sujeito à vigilância, seja estatal ou empresarial. E, não bastando não haver *opt-out* quando do "uso" destes serviços, também não há o mero conhecimento sobre a coleta de dados. Na cidade

de Londres, lixeiras inteligentes foram instaladas em 2012, coletando dados dos cidadãos para direcionar propagandas. Estes não sabiam que seus dados estavam sendo coletados, sequer que a finalidade da coleta seria para direcionar e personalizar propagandas (DATOO, 2013). Dessa forma, fragiliza-se as pessoas e seu poder de escolha.

Em algumas nações, o uso de dados de cidadãos coletados pelos governos já sugere que a redução de privacidade serve a interesses políticos e não, necessariamente, a melhorias na qualidade de vida urbana. Na China (MURDOCK, 2016), tecnologias de big data, somadas à vigilância em massa estatal dão um bom exemplo de como sensores urbanos podem alimentar a violação de direitos fundamentais, nesse caso, de protestos ou manifestações, através da previsão e do mapeamento de aglomerações Em Singapura (WATTS, PURNELL, 2016), o governo vem utilizando câmeras nas cidades para monitorar, passo a passo, seus cidadãos. O governo pode até fazer uso de experimentos para saber como a comunidade reage a epidemias e terremotos, baseado nos dados coletados constantemente (PRIVACY INTERNATIONAL, 2018).

Esses casos e outros similares influem na interação humano-espaço público. Se por um lado o reconhecimento e a identificação em relação ao bairro ou à cidade são elementos importantes na formação do senso de pertencimento e comunidade, certo grau de anonimato, diante da diversidade de pessoas, garante uma jornada diária única, rumo a novos espaços, novas pessoas e novas experiências, mesmo que na mesma área. É uma característica necessária à vida em grandes centros. Jane Jacobs (1961), escritora americana, reconhecida por seu ativismo quanto a temas relativos a direitos urbanos, autora de *Morte e Vida de Grande Cidades*, assinala que "uma boa vizinhança urbana consegue um equilíbrio e tanto entre a determinação das pessoas de ter um mínimo de privacidade e seu desejo concomitante de poder variar os graus de contato, prazer e auxílio mantidos com as pessoas que as rodeiam". Hoje, podemos falar em pessoas e *dispositivos* que as rodeiam. Dessa forma, a privacidade é um elemento essencial na interação com o espaço urbano e com as pessoas ao seu redor, restando ameaçada diante do reconhecimento contínuo das pessoas por objetos implantados no meio ambiente.

É possível dizer, ainda, que a privacidade não se confunde, conceitualmente, com informações ou dados pessoais. Porém, ao tomar uma delas por objeto, lida-se diretamente com a outra, como um ato reflexo, por uma equação simples que associa um maior grau de privacidade à menor difusão de informações pessoais e vice-versa (DONEDA, 2011). Na sociedade da

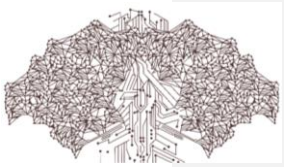


informação, a coleta e a utilização de dados através de sensores impacta diretamente o indivíduo ou a coletividade.

A privacidade, então, assume papel central na condução da liberdade, da personalidade e da construção da identidade, seja de indivíduos ou de coletividades, em ambientes domésticos ou urbanos e também nas interfaces com o *cyberespaço.* Ainda que o conceito de privacidade não seja cristalizado, sendo inclusive naturalmente desenvolvido e condicionado ao estado da tecnologia de cada época e sociedade (DONEDA, 2006), Alan West (1968) definiu a privacidade como o direito do indivíduo, grupos ou instituições de determinar, por si mesmos, quando, como e o qual informação sobre eles será comunicado a outros. Essa concepção, abrangente quanto aos sujeitos de direito, pode ser interessante se pensarmos que a privacidade, bem como a proteção de dados, deve ser levada em conta em termos de funcionamento da sociedade, coletiva e plural, pois encoraja a autonomia moral (ROSNER, 2017), seja de um grupo ou de um indivíduo.

Em se tratando de um contexto presente, operada a vigilância, o professor Daniel Solove (2006), por sua vez, estabelece uma categorização das atividades potencialmente nocivas à plenitude da privacidade, onde podemos levar em conta o estado da arte da mineração de dados, coleta, processamento e finalidade das informações. Entre elas (1) a coleta de informações, ou seja, a vigilância, entendida como a observação, a escuta ou gravação das atividades de um indivíduo; e (2) a forma que a informação é armazenada, manipulada ou utilizada, no que resumiu por *processamento da informação*. Solove ramifica essa última em: *agregar* informação, ou seja, combinar uma série de dados sobre uma pessoa; *identificar* ou unir informações sobre indivíduos particulares; *não assegurar* que as informações estejam armazenadas de forma eficiente; *usar alternativamente*, quer dizer, utilizar para outros fins que não os inicialmente intentados, sem o consentimento do titular; e *excluir* o titular sobre saber quais informações sobre ele estão armazenados, excluindo-o de participar.

Alguns serviços que coletam, tratam e armazenam dados pessoais já vêm permitindo a participação e promovem a transparência das informações existentes sobre o usuário. É um avanço quanto à proteção de dados pessoais e promove a participação ativa. A progressista ação de Habeas Data, regente no ordenamento constitucional brasileiro, representa um símbolo na promoção ao conhecimento, à informação e à transparência, por exemplo. Porém quanto aos serviços de IoT e aqueles agregados ao cenário urbano, sobretudo por carecerem de interfaces que convidem o usuário a consentir e informar-se sobre a coleta de dados, a maioria das atividades



potencialmente nocivas à privacidade estão presentes, sobretudo a coleta vigilante, quando se tratando de Estados não-democráticos - e também dos "democráticos". Diante dos interesses empresariais, com atuação crescente de Data Brokers (FEDERAL TRADE COMISSION, 2014), o uso alternativo de dados também se faz presente, tendo em vista um mercado obscuro e não regulado, o qual opera mediante verdadeiro capitalismo (ZUBOFF, 2015) ou arquitetura (SCHNEIER, 2015) de vigilância. Sendo assim, as fronteiras entre IoT e vigilância podem se confundir e, em última análise, desaparecer caso iniciativas de proteção à privacidade não sejam levadas à cabo (DONEDA, ALMEIDA, MONTEIRO, 2015).

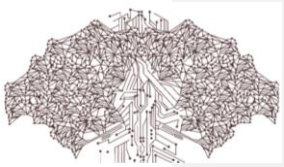
IoT e Cidades Inteligentes na Perspectiva de uma Lei de Proteção de Dados Pessoais

Quando se tratando das dificuldades de manifestação de vontade ou acordo com os termos de coleta de dados dos dispositivos, a falta de regulação, a nível nacional e local, enfraquece ainda mais a garantia de direitos do consumidor ou dos usuários dos serviços de IoT, enfraquecimento este que se aprofunda quando se tratando de sensores dispostos no ambiente público.

A ausência de uma legislação geral de proteção de dados pessoais põe em perigo tanto o cidadão, consumidores finais, quanto os desenvolvedores e empresas da área, que correm o risco de desenvolverem produtos e políticas de privacidade em desacordo com uma eventual sanção de lei geral de proteção de dados. Empresas, portanto, deverão se adequar *a posteriori*, acarretando em mais e novos esforços jurídicos e técnicos para enquadrar-se em *compliance*. É o que pode-se esperar caso aprovado o Projeto de Lei 5276, em Trâmite na Câmara dos Deputados do Brasil, uma tentativa de estabelecer no País uma Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

O Projeto de Lei, caso aprovado, irá modificar as dinâmicas de coleta de dados de forma radical, visando uma maior proteção ao cidadão. Aqui, falaremos especificamente das interfaces do PL com dispositivos de IoT no que se refere à conceituação de dados pessoais, ao consentimento e aos dados anônimos.

Primeiramente, importante pensar sobre a abrangência do que será entendido por dados pessoais. Uma conceituação menos abrangente, de menor alcance, reducionista, constante inclusive em outras iniciativas legislativas de proteção de dados, irá assinalar que dados pessoais são aqueles referentes a "qualquer informação que permita a identificação exata e precisa de uma pessoa *determinada*" (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2012). Percebamos que este conceito tem

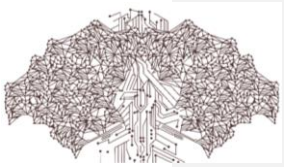


baixa aplicabilidade diante da realidade sobre as técnicas de mineração de dados e crescentes possibilidades de inferir informações sobre uma pessoa a partir de bases de dados não estruturados (BIONI, 2015). Estas espécies de dados, mesmo que não identificassem diretamente o indivíduo, ofereceriam essa possibilidade, ainda que mediante um esforço técnico. Dados não estruturados - ou *dark data* - já são explorados por técnicas de big data e machine learning (RE *et al*, 2016). Uma abordagem e conceito resilientes quanto à proteção de dados são necessários, não bastando, portanto, um conceito reducionista, sobretudo diante da coleta de dados a partir de sensores onipresentes.

O PL 5276 (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2016), tendo em vista a necessidade de sustentação constante e flexível da legislação diante do desenvolvimento tecnológico, adota o conceito expansionista de proteção de dados pessoas. Sendo assim, propõe, em seu art. 5º, inciso I, que "dado pessoal é aquele relacionado à pessoa natural *identificada ou identificável*, inclusive números identificativos, locacionais ou identificadores eletrônicos, quando estes estiverem relacionados a uma pessoa". Esse conceito, de herança doutrinária europeia (UNIÃO EUROPEIA, 2016), engloba igualmente os dados com *potencial* identificador de um indivíduo, possuindo teor mais realista diante do atual - e futuro - poder de processamento de bancos de dados, sejam estruturados ou não. Em um contexto de cidade inteligente, um sensor acoplado a certo serviço pode ser programado para coletar dados que, ainda que não vincule o indivíduo imediatamente, pode gerar bancos de dados que se cruzados com outros possuirão o potencial de identificá-lo. Sendo assim, uma abordagem sustentável e garantista de proteção deve preocupar-se em levar em conta igualmente os dados relacionados a pessoas *identificáveis.*

Outro aspecto capital trazido pelo PL 5276 é referente aos dados anônimos. Estes seriam, basicamente, o contrário do dado pessoal, uma informação que não está ligada a uma pessoa específica. Ainda podemos falar em anonimização dos dados, processo pelo qual há a retirada do vínculo da informação com a pessoa a qual se refere (DONEDA, 2006). No texto do referido PL, em seu art. 5º incisos V e XII, respectivamente, temos que dados anônimos são aqueles "relativos a um titular que não possa ser identificado", enquanto que a anonimização será "qualquer procedimento por meio do qual um dado deixa de poder ser associado, direta ou indiretamente, a um indivíduo".

O potencial de tratamento de dados aumentou de maneira que hoje, diante das técnicas de re-identificação ou deanonimização (DUCKLIN, 2015), já é possível dizer que não existem

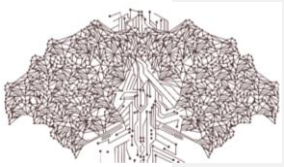


mais dados anônimos (DONEDA, *apud* CONVERGÊNCIA DIGITAL, 2016). Reconhecendo essa realidade, o PL diz, em seu art. 13, que "os dados anonimizados serão considerados pessoais para os fins desta Lei quando o processo de anonimização ao qual foram submetidos for revertido ou quando, com esforços razoáveis, puder ser revertido". Isso implica dizer, basicamente, que os dados anonimizados são passíveis de deanonimização. A razoabilidade assume apenas a função de permitir a inserção da figura do dado anônimo no ordenamento, estabelecendo como critério o esforço técnico ou computacional fora dos padrões. Afinal, fossem considerados os esforços irrazoáveis, acima do normal, a figura do dado anônimo estaria ainda mais fragilizada. De toda forma, apenas certa possibilidade de reversão do processo já passa a considerar o dado "anônimo" como pessoal, passível da proteção geral.

Nos cabe sugerir que a mera coleta de dados por parte dos sensores em cidades inteligentes, sob promessa de anonimização dos dados por parte do ente coletor, privado ou público, configura uma proteção frágil, pois percebe-se certo "mal entendido" ou confusão sobre anonimização e *pseudoanonimização.* Isso por quê a pseudoanonimização, o que ocorre na maioria dos casos, ainda permite que determinado dado seja individuzalizado e cruzado com outros bancos de dados. É considerado raro que os dados produzidos pela atividade do usuário sejam completamente e irreversivelmente anonimizados (FUSTER, SCHERRER, 2015). Sendo assim, poderiam ser reutilizados diversas vezes e possivelmente passariam por fora da efetiva proteção reguladora caso não feito o esclarecimento entre os termos.

O anonimato protege pessoas de preconceitos baseados em sua identidade e as possibilita de votar, expressarem-se e se associarem livremente, as protegendo dos perigos de represálias. O anonimato pode facilitar a compreensão das ideias de outra pessoa, assim como a identificação pode dificultar a compreensão de ideias em razão de pré-julgamentos, bem como torna possível que as pessoas sejam hábeis de criticar as empresas para as quais trabalham e a denunciá-las. E, por quê não, as protege de serem julgadas ao consumirem ideias não tão populares (SOLOVE, 2006). Dessa forma, facilita a liberdade de expressão e a formação da identidade, livre de interferência ou de receios, fortalecendo a privacidade. É cabido sugerir, portanto, que o grau de anonimização dos dados coletados pode gerar efeitos diretos na forma como o sujeito se relaciona com a sua comunidade, merecendo uma atenção ampla através de regulação.

O terceiro ponto e não menos importante, completando o que já foi chamado de tripé da proteção de dados pessoais (BIONI, 2015), é a figura do consentimento. Talvez esta seja a mais



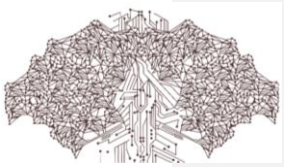
problemática quando se tratando de IoT nas cidades e da expressão de vontade usuários. A problemática do consentimento não é exclusiva da pauta de IoT ou de cidades inteligentes, mas percorre a experiência do usuário dos serviços na Internet como um todo, trazendo à tona, mais uma vez, o horizonte de vigilância, seja estatal ou privada.

À luz do projeto de lei em comento, em seu art. 5º, inciso VII, a manifestação do consentimento deve ser *livre, informada e inequívoca,* pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma *finalidade determinada.* Entende-se estes elementos como, respectivamente: (1) não havendo nenhuma pressão ou coação sobre o titular dos dados; (2) o titular deve ter ciência sobre o que é o tratamento de dados pessoais e as implicações do tratamento; (3) não havendo dúvidas de que o titular consente com a prática do tratamento naquela situação; (4) que se evite o consentimento genérico, obrigando a delimitação clara dos tipos de dados que serão alvo de tratamento (BANISAR, GUILLEMIN, BLANCO, 2016). Este arcabouço configura o que será nomeado de "autodeterminação informativa", ou seja, o consumidor de um dispositivo conectado possui o direito de determinar como seus dados serão coletados e tratados (ZANATTA, 2017).

É levado a crer que a questão está na construção dos dispositivos, os quais não possuem, sequer, *displays* para que os titulares dos dados coletados possam expressar sua vontade, especialmente em um ambiente de cidade inteligente. É possível dizer que uma "fadiga de consentimento" é imposta pela legislação de proteção de dados, por outro lado a garantia de direitos fundamentais, tal como a privacidade, não pode ser vista como contrapeso ao processo inovador. Ocorre que, em função da arquitetura das IoT (BIONI *apud* SOPRANA, 2017), a manifestação do consentimento pode restar prejudicada. Sendo assim, a ideia de *privacy by design* deve ser pensada desde o início do desenvolvimento da tecnologia. O design é um aspecto poderoso, portanto necessário pensá-lo como forma de empoderar as pessoas e sua relação com as tecnologias (IOT DESIGN MANIFESTO, 2015), desenvolvendo essa interação humano-máquina em prol da sociedade.

Governança de IoT e das Cidades Inteligentes.

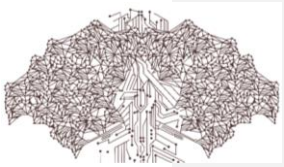
A Internet das Coisas é um paradigma comunicacional ainda bastante recente e que causa algum estranhamento no momento de sua compreensão e atual então regulamentação e governança. Para Caragliu et al. (2009) uma cidade pode ser considerada inteligente quando os



investimentos em capital humano, social, tradicional, moderno, infraestrutura, comunicação, desenvolvimento econômico sustentável, qualidade de vida, gestão dos recursos naturais são soluções a partir da ação participativa e do engajamento de cidadãos. O conceito de cidade inteligente significa, portanto, a preocupação com a eficiência das ações humanas baseada na gestão inteligente das Tecnologias da Informação e Comunicação integradas com a participação ativa do cidadão. O resultado disso é um novo tipo de governança, fortemente centrada na participação cidadã nas políticas públicas.

Em uma pesquisa seminal coordenada pelo Centro de Ciências Regionais na Universidade de Tecnologia de Viena, foram identificados seis principais "eixos" ou “dimensões” característicos de cidades inteligentes, onde foram avaliadas 70 cidades europeias (GIFFINGER *et al*, 2007). Esses eixos são usados até hoje para as principais definições de cidades inteligentes, sendo eles: economia inteligente; mobilidade inteligente; ambiente inteligente; pessoas inteligentes; qualidade de vida inteligente; e, finalmente, destacamos uma governança inteligente. Esses seis eixos estão ligados às teorias tradicionais e neoclássicas de crescimento e desenvolvimento urbano. Em particular, os eixos são baseados, respectivamente, em teorias de competitividade regional, transportes e economia no uso das TICs, recursos naturais, capital humano e social, qualidade de vida e, principalmente, participação das sociedades nas cidades. Isso oferece uma base suficientemente sólida para a nossa própria definição teórica de governança de IoT em cidades inteligentes.

A governança, partindo de uma perspectiva referencial europeia, refere-se às regras, processos, comportamentos à forma como os poderes são exercidos, particularmente levando-se em conta o grau de abertura, participação, prestação de contas, efetividade e coerência. Tais princípios também são corroborados pelas dinâmicas da Governança da Internet os âmbitos da IETF, W3C, ICANN e ISOC, por exemplo, importantes *players* do ecossistema da Internet. Posto de outra forma, a Governança da Internet é o desenvolvimento e aplicação por governos, pelo setor privado e pela sociedade civil (em seus respectivos papéis) de princípios comuns, normas, regras, procedimentos de tomada de decisão e programas que moldam a Internet (WORKING GROUP ON INTERNET GOVERNANCE, 2016) Por Internet, entende-se um complexo além dos problemas de infraestrutura, endereçando igualmente questões legais, econômicas, de desenvolvimento e socioculturais (KURBALIJA, 2016)). Quer dizer, as questões de DNS ou sobre números de IP, este último basilar para o desenvolvimento de IoT (PORTAL IPV6, 2018), são imprescindíveis, porém não bastantes. Nada mais lógico, portanto, do que estender tais

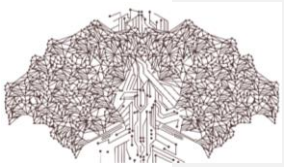


princípios norteadores ao contexto da IoT, afinal a tecnologia irá possibilitar que *tudo* se conecte à Internet, carregando, também, desafios à governança.

Não poderíamos, atualmente, dissociar a Governança da Internet de uma abordagem multissetorial, valor tão caro às rodadas de diálogo que constroem determinações, regulações e resoluções cruciais ao bom funcionamento da rede. Por um viés multissetorial, a governança deve ser construída através de processos democráticos, assegurando a participação significativa e responsável de todos os intervenientes, incluindo governos, setor privado, sociedade civil, a comunidade técnica, a comunidade acadêmica e usuários, devendo os respectivos papéis e responsabilidades das partes interessadas serem interpretados de modo flexível em relação aos temas em discussão (NETMUNDIAL, 2014).

Diante de uma variedade de atores interessados, os interesses por vezes entram em conflito diante de uma variedade de perspectivas e procedimentos. Podemos assumir que os *stakeholders* não carregam a responsabilidade, ainda que fosse desejável, de levar em consideração as pautas dos outros setores. Sendo assim, a sociedade civil organizada não desenvolve pautas sobre infraestrutura e padrões de IoT, bem como o setor privado, de desenvolvedores da tecnologia, não priorizam demandas por liberdade de expressão, repetimos, ainda que desejável. No entanto, no que se refere ao desenvolvimento de políticas públicas, os diversos atores interessados, quais sejam, o setor privado, a sociedade civil organizada, o poder público e a comunidade técnica ou científica, devem ser ouvidos e postos em diálogo para o estabelecimento de, se possível, um consenso sobre qual será a melhor forma de desenvolvimento da tecnologia, ouvidas e sopesadas todas as demandas

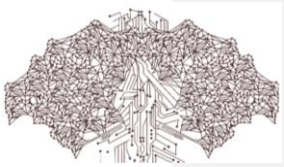
Quando falamos em cidades inteligentes, vemos, mormente, acordos entres o setor privado - desenvolvedores se dispositivos, inteligências artificiais, conectividade e outras soluções tecnológicas - e o setor público, através de transições cujos objetos podem ser relacionados ao câmbio de informações coletadas. Recentemente, em função de um acordo sem a participação de outros *players* interessados, a Prefeitura de São Paulo sofreu represália da sociedade civil ao informar que ofereceria os bancos de dados do Bilhete Único (DANTAS, D., DANTAS, T, 2017) como moeda nos programas de privatização (SETO, 2017) da cidade e que faria uso dos dados de navegação dos usuários do "Wi-Fi Livre" para lhes encaminhar propaganda direcionada (BIONI, 2017).



Ocorre que esse modelo de negócio é típico de uma administração que toca políticas públicas através do relacionamento estreito com o setor privado, não envolvendo a sociedade civil nas mesas de discussão, contribuindo para uma governança não-multissetorial. Dessa forma, não é de se esperar que o setor público, aquele caráter privatista, priorize a garantia de direitos fundamentais em detrimento da lucratividade. Dessa forma, urge cada vez mais a necessidade do envolvimento dos setores da sociedade civil organizada, tal como as ONGs, na construção e na tomada de decisões de impacto social, demanda esta que não difere quando lidamos com o cenário da Governança da Internet. Como bem dito na declaração de Declaração da Sociedade Civil, no âmbito da Cúpula Mundial da Sociedade da Informação:

> Decisões tecnológicas devem ser tomadas com o objetivo de ir ao encontro de necessidades vitais das pessoas e não com o fim de enriquecer empresas ou tornar possível o controle antidemocrático dos governos. Sendo assim, decisões fundamentais concernentes ao design e ao uso de tecnologias devem ser tomadas em cooperação com a sociedade civil, incluindo usuários finais, engenheiros e cientistas." (...) "São as pessoas quem, inicialmente, formam e moldam a sociedade. E com a sociedade da informação e da comunicação não é diferente. Os atores da sociedade civil têm sido inovadores-chave e modeladores da tecnologia, da cultura e dos conteúdos da informação e da comunicação, e assim continuarão no futuro (CIVIL SOCIETY DECLARATION, 2003, tradução nossa).

Naturalmente, leva-se a crer que a governança da IoT ou, mais delimitadamente, das cidades inteligentes, não deve ser discutida em separado da Internet como um todo. O desenvolvimento dessa tendência, de largo impacto no cotidiano coletivo, deve levar em consideração as técnicas e os valores da governança, como ocorre com a Internet (DONEDA, ALMEIDA, MONTEIRO, 2015). Um envolvimento limitado na construção de políticas, tal como nos casos ilustrativos de São Paulo, levará ao esvaziamento de direitos fundamentais. A privacidade deve ser levada em conta desde o *desenho* dos dispositivos, suas soluções para o consentimento do usuário, bem como a manutenção da transparência sobre a coleta, o tratamento, o armazenamento e a utilização dos dados pessoais. Em suma, o cidadão deve ser protegido através da busca constante de soluções a preservar sua autonomia, o que será alcançado com uma abordagem multissetorial ao desenvolvimento e aplicação de aplicação de tecnologias de largo impacto, sobretudo com o envolvimento da sociedade civil.



Conclusão

Cidades inteligentes não são, necessariamente, cidades melhores. Para além de serem paradigmas da democracia e do desenvolvimento, podem se tornar locais de panoptismo eletrônico, nas quais todos são constantemente observados (THE ECONOMIST, 2013).

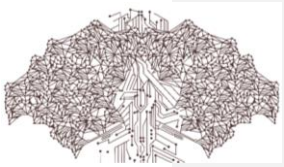
Confiança e sustentabilidade são valores essenciais para o sucesso do desenvolvimento de tecnologias, principalmente aquelas que terão impacto global. A garantia de segurança e privacidade são desafios lançados ao universo de IoT, inclusive integradas em cidades inteligentes, e quanto antes enfrentados, mais possibilidades de uma integração amigável ao ecossistema de outros dispositivos e, sobretudo, de pessoas. Os esforços despendidos ao avanço da usabilidade e da arquitetura das cidades inteligentes devem ser replicados à garantia de direitos fundamentais, buscando, assim, tal confiança.

A regulação da tecnologia, impulsionando pautas tangentes à ética e à transparência, não limitando o processo inovador, mas pondo-o em conformidade com valores sociais e humanos, configura etapa primordial ao desenvolvimento da sociedade. A proteção de dados pessoais deve assumir a dianteira deste universo, visto caminharmos a um cenário *pansensitível*, repleto de sensores e processamento de dados pessoais. Sendo assim, a manifestação da vontade e o consentimento devem estar nas bases do *design* das cidades inteligentes.

A boa governança, participativa, com a cooperação igualitária dos setores de interesse ao desenvolvimento da Internet, de roupagem multissetorial, parece ser o caminho a ser percorrido, integrando as cidades inteligentes ao universo geral da Internet. Assim, o desenvolvimento de infraestruturas, a inovação, as políticas públicas e os padrões de segurança caminharão lado a lado com a garantia de direitos fundamentais, promovendo uma experiência na Internet e nas cidades segura e inclusiva.

Referências Bibliográficas:

ALMEIDA, V; DONEDA, D; MONTEIRO, M. **Governance challenges for the internet of things**. IEEE Internet Computing, nº 19, pág 56-59, Junho de 2015.



AMAZON. **Alexa Terms of Use.** Amazon Alexa Website. 2017. Disponível em https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=201809740. Acesso em 31 de janeiro de 2018

ANDERSON, J; RAINIE, L. The Internet of Things Will Thrive by 2025. Pew Research Center: Internet & Technology, maio de 2014. Disponível em http://www.pewinternet.org/2014/05/14/internet-of-things/. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

ASHTON, Kevin. **The "Internet of Things" Thing.** RFID Journal. J junho de 2009. Disponível em http://www.rfidjournal.com/articles/view?4986. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

BANISAR, D; GUILLEMIN, G; BLANCO, M. **Proteção de Dados Pessoais no Brasil: Análise dos Projetos de Lei em Tramitação no Congresso Nacional.** Article 19. Novembro de 2016. Disponível em https://docs.google.com/document/d/1d_j3IP5NUy-1LfUKr_ia6KT9o7mz9ntQYqjKLPP7zpo/edit. Acesso em 31 de janeiro de 2018

BIONI. Bruno. **Expansão do Wi-Fi público às "custas" de dados pessoais: O caso de SP e a necessidade de avançar em políticas municipais de proteção dos dados pessoais**. 2017. Disponível em https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/agenda-da-privacidade-e-da-protecao-de-dados/expansao-do-wi-fi-publico-as-custas-de-dados-pessoais-17072017. Acesso em 29 de janeiro de 2018.

BIONI, Bruno. **Xeque-Mate: O Tripé da Proteção de Dados Pessoais no Jogo de Xadrez das Iniciativas Legislativas no Brasil.** GPoPAI – Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação. São Paulo: setembro de 2015.

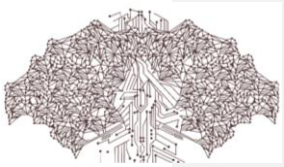
BIONI, B. *apud* SOPRANA, P. **Internet das Coisas Impõe Desafios de Segurança, Privacidade e Conectividade**. Revista Época. Dezembro de 2017. Disponível em http://epoca.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2017/10/o-risco-da-internet-das-coisas.html. Acesso em 31 de janeiro de 2018

CARAGLIU, A; NIJKAMP, P**. Smart cities in Europe**. 3rd Central European Conference in Regional Science – CERS, pág 45-59, 2009.

Carnegie Mellon Computer Science Department. **The "Only" Coke Machine on the Internet.** 1988. Disponível em https://www.cs.cmu.edu/~coke/history_long.txt. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

CAS, Johann. **Ubiquitous Computing, Privacy and Data Protection: Options and Limitations to Reconcile the Unprecedented Contradictions**. Privacy and Data Protection: an Element of Choice. Dordrecht: 2001, págs 139-169.

CISCO. **Case Study: City of Copenhagen.** CISCO Website. Disponível em https://www.cisco.com/c/en/us/about/case-studies-customer-success-stories/copenhagen.html. Acesso em 31 de janeiro de 2018



CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 4060/2012**. Disponível em http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra%3Bjsessionid=760B5D6AD84435C695BF7614B6781D39.proposicoesWebExterno2?codteor=1001750&filename=PL+4060/2012. Acesso em 31 de janeiro de 2018

DANTAS, T; DANTAS, D. **Doria oferece dados de usuários do Bilhete Único à iniciativa privada**. In: O Globo. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/doria-oferece-dados-de-usuarios-do-bilhete-unico-iniciativa-privada-20942133#ixzz55oTMcwZd>. Acesso em 30 de janeiro de 2018.

DATOO, Siraj. **This Recycling Bin is Following You**. Quartz. Agosto de 2013. Disponivel em https://qz.com/112873/this-recycling-bin-is-following-you/. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

DONEDA, Danilo. **A Proteção de Dados Pessoas Como um Direito Fundamental**. Espaço Jurídico. Joaçaba: 2011.

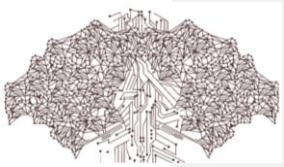
DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais.** Renovar, Rio de Janeiro, pág 1-410, 2006.

DONEDA, Danilo *apud* CONVERGÊNCIA DIGITAL. **Avanço Tecnológico Muda o Conceito de Dados Anônimos ou Sensíveis**. Convergência Digital. Setembro de 2016. Disponível em http://www.convergenciadigital.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=site&infoid=43500&sid=4. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

DUCKLIN, Paul. **The Big Data picture – just how anonymous are "anonymous" records?** Naked Security. Fevereiro de 2015. Disponível em https://nakedsecurity.sophos.com/2015/02/12/the-big-data-picture-just-how-anonymous-are-anonymous-records/. Acesso em 31 de janeiro de 2018

EDWARDS, Lilian. **Privacy, security and data protection in smart cities: a critial EU law perspective**. European Data Protection Law Review (Lexxion), Janeiro de 2016.

EVANS, Dave. **The Internet of Things: How the Next Evolution of the Internet Is Changing Everything**. In: Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG). 2011. Disponível em: https://www.cisco.com/c/dam/en_us/about/ac79/docs/innov/IoT_IBSG_0411FINAL.pdf. Acesso em 11 de janeiro de 2018.



ECONOMIST. **The multiplexed metropolis**. In: Clever cities. 2013. Disponível em: https://www.economist.com/news/briefing/21585002-enthusiasts-think-data-services-can-change-cities-century-much-electricity. Acesso em 30 de janeiro de 2018.

FEDERAL TRADE COMISSION. **Data Brokers: a Call for Transparency and Accountability**. Maio de 2014, págs 1-110. Disponível em https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/data-brokers-call-transparency-accountability-report-federal-trade-commission-may-2014/140527databrokerreport.pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018

Federal Trade Comission. Internet of Things: Privacy and Security in a Coneceted World. FTC Staff Report. Janeiro de 2015. Disponível em: https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/federal-trade-commission-staff-report-november-2013-workshop-entitled-internet-things-privacy/150127iotrpt.pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

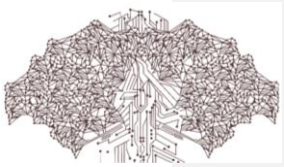
FINCH, K; TENE, O. **Welcome to the Metropticon: Privacy in a Hyperconnected Town**. Fordham Urban Law Journal, nº 5, 1681-1615, abr. 2015.

FROLIC STUDIO. IOT Design Manifesto. Maio de 2015. Disponível em https://www.iotmanifesto.com/wp-content/themes/Manifesto/Manifesto.pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

FUSTER, G; SCHERRER, A. **Big Data and Smart Devices and Their Impact on Privacy**. European Parliament – Directorate General For Internet Polices. 2015. Disponível em http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/536455/IPOL_STU(2015)536455_EN.pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018

GIFFINGER, R *et al*. **Smart cities: Ranking of European medium-sized cities**. Centre of Regional Science, Vienna: outubro de 2007

GOOGLE. **Data security & privacy on Google Home.** Google Home Website. 2017. Disponível em https://support.google.com/googlehome/answer/7072285?hl=en. Acesso em 31 de janeiro de 2018;



GREENWALD, Glenn. **No Place to Hide: Edward Snowden, the NSA, and the U.S. Surveillance State**. 1ª Ed. New York: Metropolitan Books, 2014. Págs 1-302;

HERTSGAARD, Mark. How the Pentagon Punished the NSA Whistleblowers. The Guardian. Maio de 2016. Disponível em https://www.theguardian.com/us-news/2016/may/22/how-pentagon-punished-nsa-whistleblowers. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

IBM. Jakarta Smart Citiy: Transforms the responsiveness of public services with big data analytics of citizens' feedback. IBM Website. Disponível em http://ecc.ibm.com/case-study/us-en/ECCF-IMC15094USEN. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

IBM. Smart Cities: New Cognitive Approaches to long-standing challenges. IBM Website. Disponível em https://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_cities/overview/index.html. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

JACOBS, Jane. Morte e Vida de Grandes Cidades. 3ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011, pág 64.

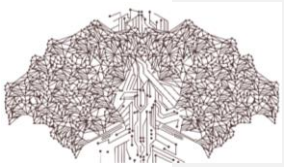
KURBALIJA, Jovan. **Uma introdução à governança da internet**. Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI, São Paulo: 2006, págs 12-237.

MARKETS AND MARKETS. **Smart Cities Market worth 1,201.69 Billion USD by 2022**. Markets and Markets Website. Disponível em https://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/smart-cities.asp. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

MURDOCK, Jason. **This is how China uses mass surveillance and big data to curb social unrest.** Business Insider. Abril de 2016. Disponível em http://uk.businessinsider.com/china-uses-mass-surveillance-to-curb-unrest-2016-4?r=US&IR=T. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

NEST. Privacy Statement for Nest Products and Services. Nest Website. 2017. Disponível em https://nest.com/legal/privacy-statement-for-nest-products-and-services/. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

NETMUNDIAL. **Declaração Multissetorial de São Paulo (NETmundial). Global Multistakeholder Meeting on the Future of Internet Governance.** Abril de 2014. Disponível



em https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/4/Documento_NETmundial_pt.pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Projeto de Lei nº 5276/2016**. Disponível em http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1457459&filename=PL+5276/2016. Acesso em 31 de janeiro de 2018

PRIVACY INTERNATIONAL. **Case Study: Smart Cities and Our Brave New World.** Privacy International Website. Disponível em https://privacyinternational.org/node/30. Acesso em 31 de janeiro de 2018

PRIVACY INTERNATIONAL. Smart Cities. Privacy International Website. Disponíivel em https://privacyinternational.org/topics/smart-cities. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

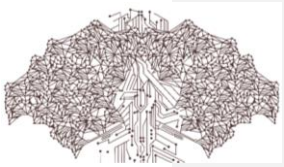
RE, C. *et al*. Extracting Databases from Dark Data with DeepDive. SIGMOD. São Francisco: Junho de 2016.

ROSNER, Gilad. **Privacy and the internet of things**. O'Reilley Media, Sebastopol: 2017. pág 5-52.

ROTHMAN, Joshua. **Takes: The N.S.A.'s Surveillance Programs**. New Yorker. Junho de 2013. Disponível em https://www.newyorker.com/books/double-take/takes-the-n-s-a-s-surveillance-programs. Acesso em 31 de janeiro de 2018

SCHNEIER, Bruce. **How we sold our souls – and more – to the giants. Schneier on Security**, 2015. Disponível em https://www.schneier.com/essays/archives/2015/05/how_we_sold_our_soul.html. Acesso em 02/10/2017.

SETO, Guilherme. **'Pré-candidato', Doria vê privatizações de São Paulo como exemplo ao Brasil**. Folha de S. Paulo. Disponível em http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/10/1924386-pre-candidato-doria-ve-privatizacoes-de-sao-paulo-como-exemplo-ao-brasil.shtml. Acesso em 30 de janeiro de 2018.



SIDEWALK LABS. Sidewalk Labs is Reimagining Cities to Improve Quality of Life. Sidewalk Labs Website. Disponível em https://www.sidewalklabs.com/. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

SMALE, Alison. **Anger Growing Among Allies on U.S. Spying. New York Times**. Outubro de 2013. Disponível em http://www.nytimes.com/2013/10/24/world/europe/united-states-disputes-reports-of-wiretapping-in-Europe.html. Acesso em 31 de janeiro de 2018

SOLOVE, Daniel. **A Taxonomy of Privacy.** University of Pennsylvania Law Review. Janeiro de 2006. Disponível em https://www.law.upenn.edu/journals/lawreview/articles/volume154/issue3/Solove154U.Pa.L.Rev.477(2006).pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. **General Data Protection Regulation**. 2016. Disponível em http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679&from=EN. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

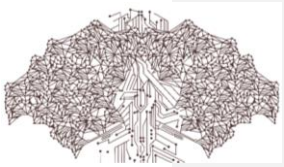
WATTS, J; PURNELL, N. **Singapore Is Taking the 'Smart City' to a Whole New Level**. The Wall Street Journal. Abril de 2014. Disponível em https://www.wsj.com/articles/singapore-is-taking-the-smart-city-to-a-whole-new-level-1461550026. Acesso em 31 de janeiro de 2018

WEISER, Mark. The Computer for the 21st Century. ACM SIGMOBILE Mobile Computing and Communications Review - Special issue dedicated to Mark Weiser, New York, Volume 3, 1999. Disponível em: http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/SciAmDraft3.html. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

WESTIN, Alan. Privacy and Freedom. Washington and Lee Law Review. Janeiro de 1968. Disponível em https://scholarlycommons.law.wlu.edu/wlulr/vol25/iss1/20/. Acesso em 31 de janeiro de 2018.

WORKING GROUP ON INTERNET GOVERNANCE. **Report of the Working Group on Internet Governance**. Junho de 20. Disponível em http://www.wgig.org/docs/WGIGREPORT.pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018

WSIS Civil Society Plenary. ***"*Shaping Information Societies for Human Needs*": Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society***. 2003. Disponível em https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/civil-society-declaration.pdf. Acesso em 30 de janeiro de 2018.



ZANATTA, Rafael. **Internet das Coisas: Privacidade e Segurança na Perspectiva dos Consumidores.** IDEC. 2017. Disponível em https://www.idec.org.br/ckfinder/userfiles/files/Contribuic%CC%A7a%CC%83o%20Pu%CC%81blica_%20Idec_%2006022017.pdf. Acesso em 31 de janeiro de 2018

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, nº 30, Cambridge, abr. 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

A REDE DENTRO DA REDE: UMA ANÁLISE DOS PROCESSOS MIDIÁTICOS DESENCADEADOS PELO USO DAS HASHTAGS, NA VISÃO DO TWITTER[1]

Marciliano Antonio Silva Junior[2]
marcilianojr@uol.com.br

Resumo

No universo das redes sociais digitais comerciais, o Twitter é a única que não realiza a filtragem dos conteúdos através de algorítmos. Por conta disso, os próprios atores recorrem às hashtags[3] para selecionar as informações na rede. Esse processo resulta na criação de outras redes dinâmicas dentro do Twitter, com atores se conectando baseados em seus interesses, e não por seus vínculos sociais. São grupos que surgem e desaparecem acompanhando a evolução dos temas que estão em discussão nas redes. A hashtag é uma forma livre dos usuários indexarem a rede de modo autônomo, já que a arquitetura de participação dos usuários no Twitter permite curadoria própria do conteúdo. A partir de revisão teórica e de uma entrevista em profundidade com a principal executiva de pesquisa do Twitter, esse artigo faz uma análise dos processos midiáticos envolvidos nesse sistema livre e dinâmico de agrupar pessoas por meio das hashtags.

Palavras chave: Twitter, redes sociais, hashtags, trending topics

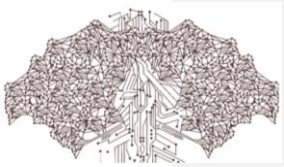
Introdução

O Twitter tem desempenhado um papel de extrema relevância nos últimos grandes eventos sócio-políticos mundiais. Sua velocidade de informação e abrangência, tiveram papel marcante nas eleições norte-americanas de 2016, e continuam refletindo na forma com que o Presidente Donald Trump se comunica. O envio de mensagens

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 02 – Big data, ciência dos dados, dados abertos, algoritmos, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Orientador: Prof. Dr. Marcelo Santos.

[3] Hastags: palavras ou expressões marcadas com o símbolo # que funcionam como uma etiqueta de identificação daquilo que é postado pelo usuário da rede.



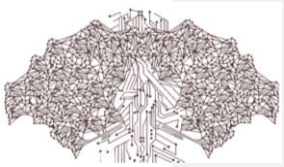
através de tweets aos líderes das grandes nações e ao povo americano, tem gerado movimentações políticas ao redor do mundo e criado repercussões factuais.

Anteriormente, a influência do Twitter como ferramenta de comunicação pôde ser percebida nos eventos da Primavera Árabe, que movimentou vários países árabes em 2011.

Segundo o Social Media Report, publicado em 2011 pela Dubai School of Government, o movimento ocorrido na região não teria sido possível sem as ferramentas de comunicação disponibilizadas pelas redes sociais. O Twitter passou a ser uma ferramenta usada para divulgar informações precisas e em tempo real sobre os acontecimentos, organizar os manifestantes em relação aos protestos e oferecer orientações úteis sobre como evitar a repressão violenta das forças governamentais. Serviu também para pautar veículos de comunicação ao redor do mundo, criando uma pressão internacional pelas mudanças políticas na região, com a deposição de vários governos ditatoriais.

> Embora os movimentos tenham em geral sua base no espaço urbano, mediante ocupações e manifestações de rua, sua existência contínua tem lugar no espaço livre da internet. Por serem uma rede de redes, podem dar-se ao luxo de não ter um centro identificável, mas ainda assim garantir as funções de coordenação, e também de deliberação, pelo inter-relacionamento de múltiplos núcleos. Desse modo, não precisam de uma liderança formal, de um centro de comando ou de controle para passar informações ou instruções. (CASTELLS, 2013)

A mesma influência foi notada também em 2011, durante o movimento anticapitalista Ocuppy Wall Street, que tinha como objetivo protestar contra a desigualdade, ganância e corrupção associadas ao sistema financeiro americano. A organização do movimento, a velocidade e abrangência da repercussão, foram associadas ao uso do Twitter como ferramenta de comunicação. A rede foi usada de maneira local para comunicação mais imediata, provendo orientações e recomendações aos manifestantes. Do ponto de vista global, a rede foi usada tanto para divulgar internacionalmente as motivações dos protestos, quanto para criar conscientização sobre a narrativa “Nós somos os 99%”, que tratava da concentração de riquezas em apenas 1% da população mundial. As evidências levantadas no estudo The Digital Evolution of Occupy Wall Street (CONOVER, FERRARA, MENCZER e FLAMINI, 2013), sugerem que



> A comunicação de longa distância no Twitter desempenhou um papel nos processos de construção coletiva, que imbuíam os movimentos sociais com uma linguagem, propósito e identidade compartilhados. Esta evidência indica que os participantes do Occupy usaram a plataforma do Twitter para abordar problemas críticos enfrentados por qualquer movimento social em expansão e que, durante os períodos de pico, esses fluxos eram ricos em informações acionáveis e relevantes.

No Brasil, os chamados "twitaços" [4], se fizeram notar nas eleições presidenciais de 2014 e, posteriormente, na movimentação contra o impeachment de Dilma Roussef, em 2015.

Durante os protestos a favor da deposição da presidente, a hashtag #AceitaDilmaVez, divulgada e repercutida por usuários que se posicionavam contra o Impeachment, chegou à lista dos trending topics[5] mundiais do Twitter. Como reação, os defensores do processo de impeachment usaram a hashtag #SaiDilmaVez, demonstrando a grande polarização entre os discursos políticos nas redes.

Essa influência do Twitter como ferramenta de comunicação tem importante suporte na arquitetura de participação dessa rede social e na liberdade concedida ao usuário de selecionar e divulgar conteúdos, sem a influência dos algoritmos-bolha, ou seja, dos filtros que normalmente definem aquilo que o usuário acessa no universo das redes sociais digitais comerciais.

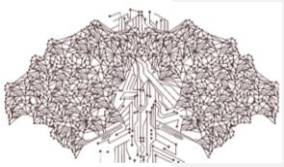
Ao viabilizar a seleção dos assuntos que os atores da rede pretendem seguir, o Twitter proporciona a eles uma ferramenta de curadoria própria do conteúdo.

Esse modelo propicia aos próprios atores a oportunidade de recorrer às hashtags para eleger seus tópicos e acompanhá-los na rede. Ao fazê-lo, criam outras redes dentro do Twitter, através de grupos de interesse.

A hashtag se apresenta também como uma forma livre de os usuários indexarem a rede de modo autônomo, já que podem definir a quais temas pertencem as mensagens que divulgam na rede.

[4] Twitaços: mobilizações massivas de usuários, para divulgação de uma hashtag (tópico), buscando incluí-la na lista dos assuntos que são tendência na rede (trending topics).

[5] Trending topics: assuntos em destaque, considerada uma relação entre o volume e a velocidade em que são citados na rede.



Através de entrevista de profundidade com Marcela Doria, executiva chefe da área de pesquisa do Twitter para a América Latina, esse artigo relata essa dinâmica da interação ator rede, relacionando as questões de criação e aplicação das hashtags como indexadoras de conteúdo e da possibilidade de criação de redes dinâmicas dentro dessa rede social.

O Twitter

O Twitter é uma rede social e de notícias, baseada em mensagens (tweets), compostas de até 280 caracteres, mas que permite também a postagem de hiperlinks, links de vídeo, imagen, GIFs e, mais recentemente, transmissões ao vivo. Estes posts são direcionados a um grupo de seguidores, mas podem ter seu alcance aumentado através de "retweets", quando um usuário reenvia para sua rede uma mensagem recebida de outro usuário.

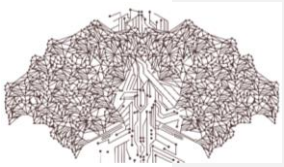
Também é possível postar mensagem privadas, diretamente para um usuário, nesse caso com a anuência do destinatário da mensagem em suas configurações pessoais de conta.

O microblog foi fundado em 2006 por Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, and Evan Williams em São Francisco, Califórnia, inspirado nas mensagens de SMS e ganhou rápida popularidade como meio de atualização transmissão de informações, baseadas nos interesses dos seus usuários. Segundo a definição de um de seus fundadores:

> Twitter realmente mudou daquilo que achamos que era no início, o que descrevemos como atualizações de status e uma plataforma social. É isso, em parte, mas a visão que acabamos de chegar foi o Twitter era realmente mais uma rede de informação do que uma rede social. (WILLIAMS, Evan. Co-fundador do Twitter, 2013)

Apesar de contar com cerca de 23 milhões de usuários no Brasil[6], um número relativamente baixo, quando comparado às outras mídias sociais, o Twitter demonstra alto grau de relevância entre as mídias sociais digitais.

6 Fonte: comScore, empresa de análise da internet com sede nos EUA, que fornece informações a grandes empresas, agências de publicidade e de mídia do mundo.



Hashtags

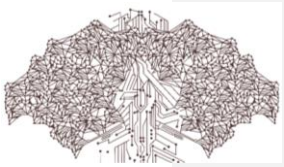
Segundo estudo realizado pelo Twitter (2016), há três tipos distintos de usuários em redes sociais. Um é o observador, um ator muito passivo, que observa e acompanha aquilo que está acontecendo na rede, mas realiza poucas postagens. Outro é o engajado, que compartilha, faz menções, interage com os conteúdos e realiza algumas postagens. Por último, o colaborativo, que de fato é muito ativo, produzindo conteúdo, se engajando, defendendo várias questões ideológicas e introduzindo novas discussões. Pelas conclusões do estudo, a maioria dos usuários tem os três perfis em alguma medida, dependendo da rede social em que estão se relacionando.

A arquitetura de participação dos atores no Twitter oferece uma liberdade grande também para o usuário indexar seus próprios conteúdos, criando suas hashtags. Ele pode definir qual o assunto de determinada postagem, ainda que um tema tenha vários enfoques diferentes. Ou seja, ao indexar o conteúdo, o usuário permite formação de novos grupos, como se verá mais adiante.

Na opinião de Marcela, há de fato pessoas muito ativas no Twitter, porém, na média geral elas aparentemente não estão querendo levantar alguma ideologia, trazer um grande tema. Há os atores com autoridade (popularidade e boa reputação na rede), que em geral criam hashtags e sabem que um número muito grande de pessoas vai seguir. Estes são os grandes influenciadores, que serão seguidos porque estão falando de algo que muita gente está falando. As pessoas se juntarão a eles porque concordam, porque discordam, porque estão revoltadas, porque aquilo as deixou felizes ou tristes. Vem à tona a questão da agregação ou conflito, como motivadores do engajamento a uma determinada hashtag.

> Eu acredito que o que aconteceu com essa transição, com esse "empoderamento" do consumidor, é que ele assumiu o papel que estava nas mãos da grande mídia. Ao contrário, agora a mídia é segue os consumidores, para ver o que eles estão fazendo. Esse processo "empoderou" as pessoas a falar o que querem e julgar da maneira que consideram correta. Aí vem também desse consumidor um monte de críticas, um monte de coisas sem fundamento. Eu acredito que as pessoas estejam se sentindo muito no poder de falar, e com isso falam muita coisa errada também. (DORIA, Marcela; Head de Pesquisa do Twitter para América Latina, 2017).

Porém, a maioria dos usuários posta tweets que Marcela chama de



"randômicos", ou seja, temas diversos, sem muito comprometimento. Os posts são usados como desabafo. E como a maior parte da rede é formada por relações de laços fracos (GRANOVETTER, 1973), as pessoas se expõem muito mais. "Às vezes você fala coisas que são como se você falasse sozinho, não importando quem de fato dedicará atenção". A intenção é apenas expor um pensamento. Ainda na opinião de Marcela, as pessoas normalmente não pensam em criar uma hashtag que todo mundo siga. Ao contrário, é muito mais comum que elas sigam uma hashtag, porque esta gerou nelas uma revolta, por exemplo. As pessoas querem expressar sua revolta.

A rede dentro da rede

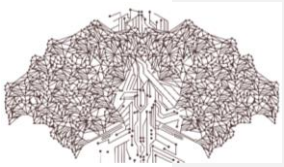
O conteúdo do Twitter é indexado pelo próprio usuário através de hashtags, que funcionam como uma etiqueta de identificação daquilo que é postado pelo usuário da rede. Com a utilização do símbolo "#", seguido da palavra ou expressão que se quer definir como assunto da postagem, o usuário pode marcar as hashtags que serão automaticamente agrupadas pelo software de rede. Isso permite aos demais usuários da rede buscar mensagens relacionadas a um determinado tema.

Resulta que as hashtags formam grupos de usuários, já que é possível "seguir" um determinado assunto, acompanhando as postagens relativas a ele. Dessa forma, o usuário terá acesso a todas as mensagens sobre o tema, ainda que tenham sido feitas por um usuário que não faça parte de sua rede de seguidores. Esse comportamento é reforçado pela característica específica do Twitter, de permitir acesso a todos os conteúdos sem influência dos filtros bolha, aspecto no qual é único entre as grandes mídias sociais comerciais.

> A tônica da interação e da formação de laços sociais no Twitter não é baseada em vínculos pré-existentes, mas sim na penetração individual em fluxos de ideias, ou seja, fluxos coletivos abertos de ideias compartilhadas em tempo real, que estão em movimento contínuo. (SANTAELLA, LEMOS, 2004).

Muitos desses grupos têm curta temporalidade, pois se formam quando o assunto desperta interesse entre os atores da rede e se desagregam logo que o tema perde relevância e deixa de aparecer nas postagens dos usuários.

> A força de um laço é uma combinação (provavelmente linear) da quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade (confiança mútua) e serviços



> recíprocos que caracterizam um laço. (GRANOVETTER, 1973).

A topologia das redes e das interações no Twitter torna-se complexa e dinâmica, pois é comum acessar conteúdos postados por usuários com quem não há laços preexistentes, formando conexões que deixarão de existir logo que esse grupo de interesse específico termine. Da mesma forma, pode-se seguir um usuário sem que a interação seja mútua, ou seja, sem que esse usuário também o siga. Isso aumenta a liberdade e a flexibilidade de selecionar conteúdos.

Esta é uma característica que nenhuma outra rede tem, de formar um conjunto de conexões que se desagregam em seguida, na qual as pessoas vão procurar informações sobre seus interesses e formar grupos relativos a eles.

> Eu posso seguir o Obama, eu posso seguir Trump, posso seguir outra pessoa. Se ele colocar uma hashtag lá, eu posso colocar a mesma hashtag e mencioná-lo ou não, mas eu estou dentro do grupo daquele assunto que ele gerou, porque o Twitter é uma plataforma pública. Então a gente faz com que as pessoas possam ter sinergia, mesmo sem se conhecer, possam falar de um mesmo assunto. (DORIA, Marcela; Head de Pesquisa do Twitter para América Latina, 2017).

O Twitter se define como uma rede baseada nas "paixões e interesses dos usuários" e destaca muito a importância da liberdade que oferece a esse usuário de escolher o que quer seguir. Na seleção dos tweets visualizados pelo usuário, prevalecem apenas suas escolhas pessoais, através de suas próprias opções. Não há atuação do algoritmo e filtros realizando adequação dos conteúdos exibidos ao comportamento de navegação, como ocorre nas outras redes. O tema dos filtros bolha é complexo e essa informação foi contraposta por RECUERO, ZAGO e SOARES (2017), no artigo Mídia Social e Filtros-Bolha nas Conversações Políticas no Twitter. Cabe aprofundamento em futuro trabalho de pesquisa empírica a ser realizado pelo autor como desdobramento desse artigo.

E por ser uma plataforma pública, não é necessário que o usuário seja seguidor de um determinado perfil para ter acesso ao conteúdo postado nele. Como as mensagens não são filtradas, é possível chegar a este conteúdo através da interação de outro usuário, com um retweet, por exemplo. Isso amplia o alcance das mensagens e o potencial de criação de conexões entre os atores da rede. Este mesmo processo acontece

com os provedores de conteúdo em geral. Ainda que o usuário não siga um veículo de comunicação, não acesse seu website, não assine determinada revista ou jornal, é possível que receba os conteúdos desses provedores de maneira indireta, permitindo que eles tenham acesso a uma rede muito maior que o universo de seus seguidores.

Os filtros de conteúdo são, portanto, definidos pelos próprios usuários, fazendo com que os eventuais processos de polarização política na formação de redes dentro da rede aconteçam de forma natural.

A seleção dos tópicos é feita pelos próprios usuários, que participam dos grupos que selecionam. Isso permite aos usuários não só a participação seletiva em assuntos de seu interesse, como também acompanhar as fontes de informação alinhadas a sua ideologia, quando isso for de seu interesse. O usuário pode adotar uma posição mais neutra, seguindo perfis com diversas orientações ideológicas, ou optar por escolhas totalmente alinhadas com suas posições em relação a um determinado assunto ou posicionamento político. Essa polarização ficou demonstrada no processo de impeachment da presidente Dilma Roussef em 2015, quando as análises de fluxos de informação no Twitter mostravam dois grupos bem divididos, com reduzida interação entre eles.

Isso demonstra uma tendência dos atores da rede a criar seus próprios filtros-bolha, já que no caso dos fatos políticos, a tendência indica que as pessoas não têm interesse em ler as opiniões do outro lado e provavelmente não fariam retweet de uma mensagem com ideologia contrária à sua. Geralmente se formam dois clusters, que normalmente estão ligadas a diferentes grupos de líderes, que podem ser pessoas ou organizações.

> Se um tópico é político, é comum ver duas multidões separadas e polarizadas tomar forma. Eles formam dois grupos de discussão distintos que na maior parte não interagem uns com os outros. Freqüentemente, estes são reconhecíveis grupos liberais ou conservadores. Os participantes dentro de cada grupo separado geralmente mencionam coleções muito diferentes de URLs de sites e usam diferentes hashtags e palavras. A divisão é claramente evidente em muitas discussões altamente controversas. [7] (SMITH, RAINIE, HIMELBOIM, SHNEIDERMAN, 2014).

[7] If a topic is political, it is common to see two separate, polarized crowds take shape. They form two distinct discussion groups that mostly do not interact with each other. Frequently these are recognizably



No caso das outras mídias sociais como o Facebook, o próprio algoritmo faz essa seleção de conteúdos, com base no comportamento de navegação e interação do usuário com a rede. A definição daquilo que o usuário recebe, leva em consideração um conjunto de fatores orientados e leva a melhor experiência de navegação nas redes, poupando o usuário daquilo que poderia ser visto como indesejado.

> A nova geração de filtros de Internet analisa o que você parece gostar – as coisas reais que você fez ou as coisas que pessoas como você gostam – e tenta extrapolar. Eles são motores de previsão, constantemente criando e redefinindo uma teoria sobre quem você é, o que vai fazer e querer em seguida. Juntos, esses mecanismos criam um universo único de informações para cada um de nós – que eu tenho chamado de filtro bolha – o que, fundamentalmente, altera a forma como encontramos ideias e informações.[8] (PARISER, 2011).

Esse posicionamento, porém, tende a limitar a visão sobre os assuntos em geral e pode causar distorções de percepção em relação aos fatos.

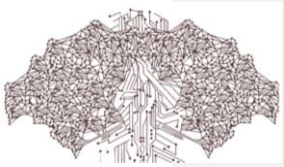
> Se você está no Facebook, você pode até seguir os dois lados. Mas se você compartilhar mais as coisas de um do que do outro, você vai acabar recebendo mais conteúdos daquele que compartilhou. Então, o que faço no Twitter? Eu tento ser mais neutra possível. Eu sigo a todos. Eu não sou petista, mas eu sigo todos os líderes petistas, porque eu quero saber que eles estão postando. E eu até gosto de ler, mas a maioria das pessoas começa a ficar irritada ao ler. (DORIA, Marcela; Head de Pesquisa do Twitter para América Latina, 2017).

Ainda segundo Marcela, "isso jamais vai acontecer no Twitter", que não tem qualquer tipo de algoritmo-bolha. O usuário não é direcionado a qualquer tipo de conversa e tem acesso livre a todas elas.

Trending Topics e grupos de interesse

liberal or conservative groups. The participants within each separate group commonly mention very different collections of website URLs and use distinct hashtags and words. The split is clearly evident in many highly controversial discussions.

[8] The new generation of internet filters looks at what you seem to like - the actual things you´ve done or the things people like you like - and tries to extrapolate. They are prediction engines, constantly creating and redefining a theory of who you are and what you`ll do and want next. Together, these engines create a unique universe of information for each of us – what I`ve come to call filter bubble – which fundamentally alters the way we encounter ideas and information.



É possível concluir que um assunto com potencial para mobilizar um grande número de seguidores, reunidos em um grande "grupo", poderia ser suficiente para incluir um tópico no ranking dos assuntos em destaque, os chamados trending topics. O fato, porém, é que o volume isoladamente não é o fator determinante para que um tema se torne trending topic.

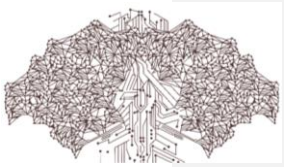
O processo depende muito mais da velocidade com que este assunto começa ser mencionado, que do volume de menções. Se o volume fosse o único critério, artistas como Luan Santana estaria entre os trending topics brasileiros todos os dias, já que ele é o personagem mais comentado no Twitter. Uma análise puramente baseada em volume geraria um ranking estático e previsível, sem nenhum atrativo ou possibilidade de interação.

Portanto, o ponto definitivo para que um tema esteja entre os trending topics é a rapidez com que com que se propaga. Isso mostra a tendência do que as pessoas estão discutindo. Significa que, naquele exato momento, muitas pessoas estão falando do mesmo assunto. Não se trata de um tópico isolado, que acontece no período de 24 horas, mas sim algo imediato.

Porém há casos em que os maiores perfis mundiais em números de seguidores também se tornam trending topics, mas isso está relacionado principalmente a fatos específicos. Como exemplo, citamos cantor Justin Bieber, segundo perfil mais seguido no Twitter com 57,6 milhões de seguidores, que chegou à lista dos trending topics no exato momento em que se divulgou o cancelamento de sua turnê em 2017. Muitas pessoas postando ao mesmo tempo, comentários relacionados a um fato específico.

Sendo assim, a ascensão de uma hashtag depende muito do momento, da combinação com outros temas que estão sendo discutidos e com a velocidade com que o assunto se dissemina, mas qualquer pessoa ou assunto pode chegar ao ranking, independente do número de seguidores que possui.

> Você pode criar um assunto e eu posso criar um assunto que viralize e com o qual as pessoas comecem a se engajar. E não necessariamente você precisa ter uma hashtag. Você pode ter ou não hashtag, porque o Twitter também mensura menções. Então, por exemplo, Game of Thrones, cuja hashtag é #GoT. Muita gente coloca #GameOfTrones. Isso está contando também ou cita Game of Thrones no texto. A gente faz uma com curadoria de palavras,



> de key words mesmo, que fazem com que aquilo vire um trending topic, Ou que faça com que aquilo apareça do tamanho do que é. (DORIA, Marcela; Head de Pesquisa do Twitter para América Latina, 2017).

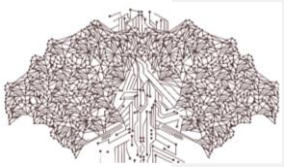
É importante destacar que não só a hashtag é levada em consideração na mensuração. Há uma lista de key words, através das quais as menções são consideradas, ainda que estejam no texto da mensagem e não tenham sido marcadas com o símbolo "#". Tudo é contabilizado.

Considerações

O Twitter é a mídia social comercial, entre os grandes players desse mercado, que mais proporciona liberdade a seus usuários para selecionar e divulgar seus conteúdos, atingindo seus objetivos sem a atuação dos filtros-bolha. Isso permite aos atores fazer a curadoria de conteúdos, seguindo e replicando temas de seu interesse. Com isso, os usuários formam redes dentro das redes, através do agrupamento de pessoas segundo os assuntos que se quer acompanhar. Esses grupos são dinâmicos e em geral efêmeros, já que boa parte das hashtags sobrevive por curto período de tempo, e novos tópicos vão se sobrepondo aos anteriores. Os usuários têm a oportunidade de criar suas próprias hashtags, e com isso, formar grupos dentro da rede, conquistando grande número de seguidores. Porém, de maneira geral, apenas uma minoria de influenciadores - atores com a autoridade a eles atribuída em função de popularidade e boa reputação - parece se dedicar à atividade de criar e publicar hashtags.

Referências

CASTELLS, Manoel. **Redes de comunicação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
CONOVER, M.D.; FERRARA, E.; MENCZER, F.; FLAMINI, A**. The digital evolution of Occupy Wall Street**. PLoS ONE 8(5): e64679. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0064679, 2013.
DIJCK, J.v . **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media.** Oxford University Press, 2013
GRANOVETTER, M. **The Strenght of Weak Ties. The American Journal of Sociology**, vol.78, n. 6, pp. 1360-1380. University of Chicago Press, 1973.
GRANOVETTER, M. **The Strenght of Weak Ties: a Network Theory Revisited. Sociological Theory**, vol.1, pp. 201-23. John Wiley & Sons, 1983.



MATOS, C. H.; ALVES, P. S. **A Primavera Árabe e a construção de uma esfera pública virtual e internacionalizada**. INTERCOM - XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu – (2014)

PARISER, E. **The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You**. New York. The Penguim Press, 2011

PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional**. Tese de Doutorado. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação em março de 2003.

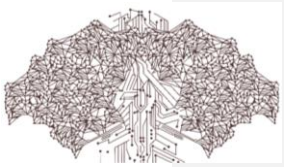
RECUERO, R.; ZAGO, G.; BONOW, F. **Mídia Social e Filtro Bolha nas Conversações Políticas no Twitter**. XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, junho de 2017.

SANTAELLA, L. **Mediações tecnológicas e suas metáforas**. In: Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007, p. 189-217.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SMITH, M.; RAINIE, L.; HIMELBOIM, I.; SHNEIDERMAN, B. Mapping Twitter topic networks: from polarized crowds to community clusters. Washington DC: Pew Research Center. 2014

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A RESISTÊNCIA CONTRA A VIOLAÇÃO DA PRIVACIDADE NA ERA DAS TECNOLOGIAS *SMART*:

O USO DA CRIPTOGRAFIA COMO FERRAMENTA DE EMBATE POLÍTICO [1]

Bruno Antunes [2]

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar como esta sociedade que se tornou digital e dependente das tecnologias conectáveis encara a liberdade de expressão e da informação. A arquitetura atual da rede, de exposição de usuário e da criação de filtros bolhas, apresenta também um desafio para a democracia, já que, como consequência, surgiu a polarização de ideias dentro das mídias sociais. Uma possível solução para tal cenário seria o uso da criptografia, tecnologia que garante a privacidade do usuário e tem capacidade de provocas mudanças políticas e sociais.

Palavras-chave: internet, mídias sociais, criptografia, tecnologia.

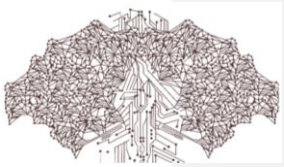
Abstract: The present work aims to analyze how this society that has become digital and dependent on connectable technologies faces freedom of expression and information. The current network architecture, user exposure and the creation of bubble filters also presents a challenge for democracy, since, as a consequence, the polarization of ideas within social media has arisen. A possible solution to such a scenario would be the use of cryptography, technology that guarantees user privacy and has the capacity to provoke political and social changes.

Keywords: internet, social media, cryptography, technology.

Introdução

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Privacidade, vigilância, controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Doutorando do programa de Pós-Graduação em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Membro do grupo de pesquisa COMTEC (Comunicação e Tecnologias Digitais). E-mail: brunocdantunes@gmail.com.



As tecnologias digitais já fazem parte do cotidiano social. A evolução dos dispositivos conectáveis fez com que diversas práticas sociais sejam mediadas pelas tecnologias, o que acarretou não só em mudanças nas relações, mas também no habitar dos indivíduos. A relação entre ser humano e máquina se aprofundou ao ponto de começar a nos transformarmos em uma quimera biológico-máquina.

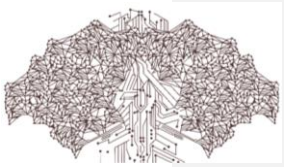
Esta profunda relação que o ser tem com a tecnologia faz com que este não perceba que o fluxo de dados permitido pelas tecnologias digitais já o tornou dependente dela e, também sem intenção, disponibilize na rede seus dados pessoais, seus gostos e até mesmo seus segredos. Dados estes que as gigantes da informação utilizam para venderem produtos através de suas bolhas sociais, assim, confortando o usuário de que seu dispositivo o entende de atende as suas demandas.

Porém, as bolhas sociais (ou de conhecimento) criadas pelos algoritmos das mídias sociais e das ferramentas de buscas on-line, trouxe outra consequência em uma era mediada pelas tecnologias digitais: a polarização de ideias, que se radicalizam e se tornam um desafio à democracia no século XXI.

Este trabalho, portanto, tem como objetivo investigar as causas que levaram a sociedade a se tornar dependente das tecnologias digitais e a terem fé nelas como solucionadora de seus problemas, além de analisar as consequências que essa proximidade entre ser biológico e máquina traz para o debate político, para a liberdade de expressão e a manutenção da democracia. Além de apresentar a criptografia como uma ferramenta que pode garantir as liberdades individuais e impactar a relação entre sociedade e poder.

1 As tecnologias smart

A internet trouxe diversas ferramentas que possibilitaram às pessoas se conectarem umas às outras e trocarem informações em tempo de real. A introdução destas tecnologias conectáveis transformou a sociedade de analógica para o digital, e fez com que a rede mundial de computadores tenha relevância no cotidiano social. As inovações tecnológicas provocadas pela internet também moldaram o comportamento humano, ao



ampliar a gama de informações ao qual temos acesso e, assim, a possibilidade de entrar em contato com conhecimentos que, antes da internet, era de difícil alcance. Christin Rudder (2015, p.60) descreve que "haverá mais palavras escritas no Twitter nos próximos dois anos do que as contidas em todos os livros já impressos. É a epítome da nova comunicação: curta e em tempo real".

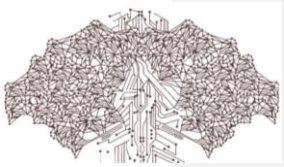
A evolução dos dispositivos conectáveis tornou os indivíduos dependentes dela. Tal qual aconteceu com outras tecnologias, como a eletricidade, os *devices* digitais tomam o mesmo rumo e fazem com que os processos sociais e comunicacionais sejam mediados através dos dispositivos conectáveis. Erik Brynjolfsson e Andrew McAfee (2015, p.22) afirmam que a proliferação das tecnologias digitais no cotidiano social se deve a própria evolução destes dispositivos que aconteceram de forma exponencial nos últimos anos. Segundos os autores:

> O progresso em alguns dos desafios mais antigos e difíceis relacionados a computadores, robôs e outros equipamentos digitais foi gradual por um bom tempo. Depois, nos últimos anos, tornou-se repentino; o equipamento digital saiu na frente, executando tarefas nas quais sempre foi péssimo e mostrando habilidades que não se esperava que adquirisse tão cedo (BRYNJOLFSSON; MCAFEE, 2015, p.22).

A superação da convergência, onde todos os dispositivos estão reunidos em apenas um, como nos celulares modernos, trouxe uma mudança significativa na relação entre o ser humano e a máquina. O historiador Yuval Noah Harari (2016, p.370) descreve que há na sociedade científica hoje a fé no que ele chama de dataísmo. Segundo Harari, o dataísmo consiste que o Universo é feito através de um fluxo de dados onde qualquer fenômeno é quantificado segundo ao seu processamento de dados. Harari (2016, p.370) explica que o dataísmo veio da confluência de duas áreas da ciência: o evolucionismo darwinista e a ciência da computação.

> O dataísmo reúne os dois, assinalando exatamente as mesmas leis matemáticas se aplicam tantos aos algoritmos bioquímicos como aos eletrônicos. O dataísmo, portanto, faz ruir a barreira entre animais e máquinas com a expectativa de que, eventualmente, os algoritmos eletrônicos decifrem e superem os algoritmos bioquímicos (HARARI, 2016, p.370).

Harari (2016, p.370-371) continua sua análise ao indicar que "para políticos, homens de negócio e consumidores comuns, o dataísmo oferece tecnologias inovadoras



e poderes inéditos e imensos". A afirmação do historiador se faz presente na proliferação de dispositivos digitais e suas promessas nas melhorias de negócios, amenizar a burocracia e promover uma melhor comunicação humana. Como descreve John Naisbitt (2006, p.18):

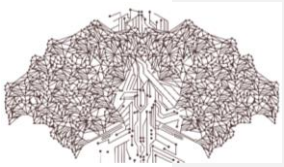
> Ela promete nos tornar melhores, mais espertos e inteligentes, aumentar nosso desempenho e nos fazer mais felizes. Promete ser mais rápida, mais barata e mais fácil do que tudo o que já apareceu antes. A tecnologia jura que nos oferece segurança, estabilidade, privacidade e controle, ao mesmo tempo que traz paz à nossa mente e nos mantém livres de preocupações. A tecnologia promete nos conectar com o mundo todo e nos manter próximos dos nossos amigos e da nossa família (NAISBITT, 2006, p.18-19).

Yuval Noah Harari (2016, p.370-371), também atesta que o dataísmo atinge a comunidade científica. Para o historiador, o dataísmo cria "uma teoria única e abrangente capaz de unificar todas as disciplinas científicas, da literatura e musicologia à economia e à biologia" (2016, p.370-371). Harari (2016, p.371) explica que esta crença nos dados não crê que apenas as máquinas possuem algoritmos, mas também os seres vivos, ao dizer que "não são apenas os organismos individuais que estão sendo considerados sistemas de processamento de dados- são sociedades inteiras, como colmeias de abelhas, colônias de bactérias, florestas e cidades humanas" (2016, p.371). Nesta direção, o dataísmo indica que a vida e os aspectos materiais e imateriais dela são quantificáveis.

A tendência de se adotar as promessas do dataísmo são encontradas ao analisar as inovações tecnológicas que surgiram durante o século XXI. Frédéric Martel (2015, p.12) acredita que a internet cada vez mais se torna "smart", que em inglês significa inteligente ou astucioso. Para o autor, smart remete a tecnologias que possuem usos diferentes:

> fala-se de smartphone, de smart city (cidade inteligente), de smart grid (rede de energia inteligente), de smart economy, de smart window (janelas que mudam de cor para se adaptar à luz e ao calor), de smart TV (televisão conectada ou social TV, que se desenvolve graças as redes sociais), de smart power, para falar como Joseph Nye e Barack Obama, e de um mundo smarter (MARTEL, 2015, p.12).

A concepção de uma sociedade "smart", como descreve Martel, se encontra no que Harari (2016, p.384) vai chamar de mandamentos do dataísmo. Para Harari, o primeiro mandamento implica que "um dataista tem de maximizar o fluxo de dados



conectando-se cada vez a mais mídias, produzindo e consumindo mais e mais informação". A proliferação de dispositivos smart é a prova de que este mandamento está em total concordância com os hábitos de uma sociedade conectada. A procura por dispositivos que se comunicam entre si e compartilham informações na internet se proliferam com rapidez. Martel (2015, p.12-13) analisa que smart, então, se tornou o sinônimo de internet e permite entender a digitalização da sociedade. Neste sentido, Harari (2016, p.384-385) descreve o segundo mandamento de um dataísta, onde:

> É conectar tudo ao sistema, inclusive hereges que não querem ser conectados. E "tudo" quer dizer mais do que humanos. Quer dizer tudo quanto é *coisa*. Meu corpo, é claro, mas também os carros na rua, as geladeiras na cozinha, as galinhas em sua gaiola e as árvores na floresta- tudo deveria se conectar à internet de todas as coisas (grifos do autor).

Harari (2016, p.385) conclui que no dataísmo o maior direito a ser defendido é a de liberdade de informação. O historiador entende que a liberdade de informação é um valor realmente inovador, que não acontece desde a Revolução Francesa. Porém, descreve que liberdade de informação não indica o "velho ideal de liberdade de expressão":

> A liberdade de expressão foi dada aos humanos e protegeu seu direito de pensar e dizer o que quisessem- inclusive o direito de manter a boca fechada e seus pensamentos para si. A liberdade de informação, em contraste, não é dada aos humanos. Ela é dada à informação. Mais do que isso, esse novo valor choca-se com a tradicional liberdade de expressão, ao privilegiar o direito da informação circular livremente em detrimento do direito dos humanos de manterem os dados para si e impedirem sua movimentação (HARARI, 2016, p.385).

Neste contexto onde existe uma fé nos dados e nos dispositivos digitais que permitem seu acesso, a função da produção de informações e conteúdos também mudou. Agora, todos aqueles conectados a internet, permitido pela ubiquidade da rede, são produtores de informação. Os dispositivos digitais transformaram os usuários em prossumidores, termo cunhado por Alvin Toffler (2012, p.340-343), onde aquele que consome também produz. Porém, esta produção de dados, traz consequências aos usuários.

2 Exposição e bolhas sociais

O indivíduo atual está cada vez mais integrado a suas tecnologias digitais e acostumado a interagir com elas. Nesta direção, começa também a se expor mais na rede, já que o compartilhamento de informações se tornou algo natural em uma sociedade conectada. Andrew Keen (2012, p.21-22) afirma que estamos todos em exposição nas mídias sociais, ou seja, vivemos em uma era de Hipervisibilidade, que para o pesquisador, "nesse mundo transparente, estramos ao mesmo tempo em toda parte e em parte alguma, a irrealidade absoluta é a presença real; o *totalmente falso* é também o *totalmente real*. Isso, como percebi, era o retrato mais verdadeiramente falso da vida conectada do século XXI" (2012, p.22, grifos do autor). A análise de Keen representa como a arquitetura da internet hoje é feita para incentivar cada vez mais o compartilhamento de dados, pessoais ou não. Christian Rudder (2015, p.60) indica que

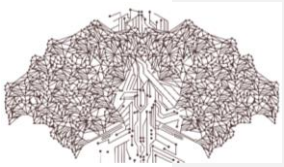
> Hoje não é preciso confiar na sorte para preservar e saber o que alguém estava pensando ou como falava, e não precisamos que uma pessoa represente várias. Está tudo preservado, não só o texto de um homem falando para a esposa antes da batalha como de todos para todos, antes, depois e até durante cada uma das nossas batalhas pessoais.

Francisco Rui Cádima (2015, p.80) entende que as trocas de informações atuais tendem ao universal e a uma "paisagem "comum"" (grifos do autor). Para ele

> São as mediapaisagens que nos trazem novos fluxos de informação, reforçados e interconectados pelas tecnologias digitais, as quais recriam extensos repertórios de textos e imagens, novas narrativas, múltiplas formas culturais, novas identidades mediatizadas emergentes na interação com a diversidade de "outros" (2015, p.80).

Rui Cádima (2015, p.83) analisa que o Big Data, a arquitetura atual da internet, trouxe estes sistemas de agregação e cruzamento de dados. O Big Data é a arquitetura atual da internet, com o incentivo do compartilhamento massivo de dados, onde são cruzados e utilizados pelas empresas da informação para venderem produtos ou promover anúncios. Funcionam "perante as lógicas complexas de análise inteligente de informação, específicas dos novos sistemas de Big Data e *data mining* (mineração de dados) " (RUI CÁDIMA, 2015, p.83). Rui Cádima detalha o funcionamento destes sistemas:

> Estes dispositivos analíticos de dados, que respondem em primeiro lugar a lógicas algorítmicas de gestão da informação, pretendem prioritariamente

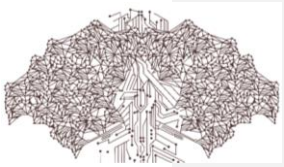


> atender a uma necessidade de ordem comercial ou instrumental (por exemplo, política) e nessa medida estruturam todas as suas complexas operações com o objetivo de identificar tipos de relações, correlações ou padrões de uso nos dados que gerem, quer na sua própria plataforma, quer cedendo dados às bases relacionais que operacionalizam o tratamento inteligente da informação obtida quer do mundo virtual, quer do real (2015, p.83).

Rui Cádima continua sua análise ao indicar que os sistemas que formam a arquitetura atual da internet, como o Big Data e a mineração de dados, faz com que o indivíduo ou o consumidor sejam "os últimos a saber da sua própria tomada de decisão, em que contexto for" (2015, p.83). Para Rui Cádima, os sistemas que rastreiam e personalizam os dados recebidos pelos usuários na internet, interfere diretamente em suas tomadas de decisões por bombardear o usuário com quantidade de informações enormes sobre um mesmo tópico. Assim, o usuário é direcionado em suas decisões, tanto de compra e até mesmo os seus votos nas eleições.

> O que é curioso é que mesmo havendo a consciência e o conhecimento de que as coisas se passam efetivamente assim, a resistência do cidadão perante a enorme quantidade de dispositivos facilitadores das dinâmicas de rastreamento é muito reduzida. Aparentemente, os utilizadores das redes sociais, perante a possibilidade da disponibilização "global" da sua informação, mesmo íntima, preferem antes expor-se do que preservar-se, havendo sinais de que essa é já uma espécie de "naturalização" do digital, primeiramente com os digitalnatives mas cada vez mais também com as outras gerações. Ao invés, então, de se configurar uma tradicional resistência do cidadão perante as "netvigilâncias" – das declaradas às absolutamente indetectáveis – sucede afinal uma banal exposição (RUI CÁDIMA, 2015, p.83-84).

O panorama analisado por Rui Cádima, indica o grande poder que as gigantes da informação possuem ao terem em sua posse uma grande quantidade de dados de seus usuários. Sérgio Amadeu da Silveira (in ASSANGE, 2015, p.15) utiliza a Google para exemplificar como ter domínio nos dados pessoais dos indivíduos impacta a sociedade, que "sua capacidade de obter dados de milhões de pessoas e cruzá-los a fim de formar perfis de consumidores potenciais", influi no comportamento, nos agrupamentos culturais, nas economias e até mesmo nas ideologias. Silveira indica outro sistema impactante na arquitetura atual da internet, o "*filter bubble* (uma bolha de filtragem)" (2015, p.15). Silveira detalha:



> O software do Google identifica quem está fazendo a busca e, por meio de um algoritmo, seleciona as informações que considera úteis e importantes para cada usuário, conforme cada perfil. O Facebook utiliza a mesma tecnologia de bolha para inserir uma e não outra postagem na *timeline* dos seus membros. Esse processo de filtragem faz com que uma mesma busca tenha resultados bem diferentes conforme quem a realiza (in ASSANGE, 2015, p.15).

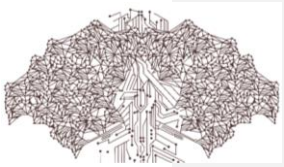
O fundador do site WikiLeaks, Julian Assange (2015, p.41), vai ainda mais longe ao criticar a gigante da informação Google. Para ele, o monopólio da Google nos sistemas de buscas e a ampliação de seu sistema operacional nos dispositivos móveis, "se *torna* praticamente a internet para muitas pessoas" (ASSANGE, 2015, p.41, grifo do autor). Assange (2015, p.41) acredita que "a influência do Google sobre as escolhas e o comportamento de todos os seres humanos se traduz em um poder concreto de influenciar o rumo da história".

3 A polarização e a pós-verdade

As bolhas de conhecimento não impactam somente as decisões sobre a compra de produtos que os anunciantes inserem na rede. As bolhas também polarizam as ideologias na web, as quais podem ser notadas, essencialmente, nas redes sociais. Os pesquisadores políticos Fabrício Brugnago e Vera Chaia (2015, p.102) analisaram as mídias sociais durante as eleições presidenciais brasileiras em 2014 e constataram que:

> O Facebook tornou-se então o principal meio para a proliferação das discussões políticas. Nele, os 59 milhões de usuários diários brasileiros se polarizaram em redes que proliferavam ideologia política. A liberdade de expressão e a homofilia natural, gerada pelo ambiente das redes do Facebook, desenvolveram grupos ideológicos com liberdade para se expressar e se radicalizar, conforme se sentiam seduzidos em seu poder de massa em redes (2015, p.102).

As redes sociais constituem a principal fonte de informação no ambiente cibernético, pois vêm substituindo, gradativamente, os portais, já que reúnem todas as páginas oficias de sites em um só local. Desse modo, as ideologias estão "se construindo por um meio novo e dispositivo muito poderoso: as redes sociais" (BRUGNAGO; CHAIA, 2015). A personalização de conteúdo permite que o usuário, então, apenas tenha acesso àquilo que deseja, mesmo que não busque por isso. O conteúdo considerado



irrelevante, ou incômodo, não será mais direcionado ao usuário. Brugnago e Chaia (2015, p.121) relatam que:

> Da mesma forma, se uma pessoa se torna inconveniente por sempre estar falando coisas de que você não gosta, a ferramenta vai lhe dar a opção de não ouvi-la mais; você pode escolher que ela não ande mais pelas mesmas ruas que você anda. Automaticamente, muitas pessoas que seguem e conversam com tal pessoa não mais aparecerão para você, pois elas eram conectadas a você por seguir aquela pessoa que se tornou inconveniente para você. Com isso, as redes vão naturalmente se tornando mais agradáveis, pois somente compartilhamos nossas ideias com pessoas que possam curti-las.

Os comentários feitos na rede, em blogs ou em mídias sociais, conforme analisaram Brugnago e Chaia (2015, p.122-123), não precisam de fundamentação para agradar a seus pares:

> O comentário não precisa ter o conteúdo da verdade para ser feito, ele não precisa se basear em dados, em pesquisa, ele pode ser simplesmente criado. O importante do comentário é convencer os pares. Se uma única pessoa questiona apresentando fatos, dados e estudos científicos, não importa. O que importa é a palavra de quem comentou e o apoio da rede. Se a rede apoia quem comentou, as provas e os fundamentos contrários se tornam irrelevantes (2015, p.122-123).

Desse modo, não importa a veracidade da informação, mas, sim, o quanto ela conforta o usuário e o grupo no qual se insere. Assim, unida ao filtro-bolha, a rede começa a moldar a ideologia e a personalidade do usuário, além de fragmentar as ideias e o conhecimento. Os pesquisadores da comunicação Letícia Varela Capone e Arthur Ituassu (2015, p.91) estudaram o sentido de esfera pública na internet e relatam que existem fragilidades em sua construção no ambiente em rede.

> Nesse contexto, de acordo com a obra de Benkler (2006), mencionada por Goldberg (2011, p. 742), as críticas à esfera pública virtual podem ser divididas nas seguintes categorias: a questão babélica — isto é, a internet percebida como um ambiente sobrecarregado de informações, o que gera a fragmentação, a polarização do discurso e a perda da comunidade política (CAPONE, ITUASSU, 2015, p.91).

A polarização dos discursos e das ideologias também se relaciona aos produtores de conteúdo, aqueles que, embora não sejam profissionais da comunicação, como

YouTubers[3], blogueiros etc., influenciam as pessoas tanto quanto as personalidades de outras indústrias do entretenimento. Esses produtores de conteúdo constituem as principais fontes de informação para os usuários das mídias sociais, que absorvem suas opiniões, sem as questionar. Sobre a polarização das mídias sociais, Bugnano e Chaia (2015, p.123) concluem que:

> Assim, com o tempo, todo o conteúdo que o usuário da mídia social passa a expor se torna cada vez mais direcionado por sua tendência ideológica: as notícias, os comentários, os blogueiros que são compartilhados, além de todas as informações direcionadas para a sua *timeline*. O debate vai naturalmente se esvaziando e se distanciando. Virtualmente o outro, o de ideologia diferente, passa a estar distante. A impressão que se cria é que a maioria está ao seu lado, e o seu lado é o lado que sabe a verdade. A militância do outro passa a ser encarada como fraca, quase inexistente, uma vez que você não a vê mais.

Portanto as mídias sociais promovem a polarização de ideias, ao invés de unir os usuários em prol do conhecimento coletivo. Os algoritmos de filtro-bolha potencializam essa divisão e determinam a separação entre os membros das mídias sociais. Outro aspecto negativo consiste nas agressões verbais, nos ataques pessoais e na difamação entre aqueles que discordam entre si, já que, no mundo virtual, a agressividade pode ser exposta sem maiores consequências (BRUGNAGO; CHAIA, 2015).

4 A *Hidden Web* e a criptografia

A rede não é composta apenas da internet mais acessível e disponível a todos. Ela possui outras alternativas, como a *Hidden Web* (popularmente conhecida como Deep Web). O pesquisador Christian Papsdorf (2016, p.11-12) analisa o porque esta rede oculta existe, onde aponta que "acredita-se que a C*learnet* tornou-se menos atraente para alguns grupos de usuários a partir de finais dos anos 1990 em diante, como resultado de sua popularização, comercialização, institucionalização e por causa do aumento da vigilância"[4]. Isso se deve, continua Papsdorf (2016, p.12), pois no início da *Clearnet* (termo usado pelo autor para se referir a internet 'comum'), foi

[3] Produtores de conteúdo que gravam vídeos para a plataforma YouTube, que possuem grande audiência e também utilizam os algoritmos de filtro-bolha para indicar novos vídeos aos seus usuários.

[4] Do original: It is believed that the clearnet became less attractive to some user groups from the late 1990s onwards as a result of its popularisation, commercialisation, institutionalisation and because of increasing surveillance.

construída pelos primeiros usuários da rede mundial de computadores. A fizeram através da colaboração entre os membros e sem a interferência externa do mercado e da grande mídia. Porém, a partir da popularização da internet, as grandes corporações começaram a explorar o mercado digitial e formataram a *Clearnet* atual, com o uso do algoritmo de filtro bolha e com o usuário como produto. "Os desenvolvedores iniciais e ativistas não estavam equipados para se defender de tal competição poderosa e, assim, perderam influência e se retiraram para seus nichos (como o open-source)"[5] (PAPSDORF, 2016, p.12).

A popularização da web e sua transformação em mercado, fez com que surgisse nas redes ocultas ativistas que lutam para preservar a internet como uma rede neutra e segura aos usuários. Durante a década de 1990, teve início o movimento *cypherpunk*, como caracteriza Sérgio Amadeu da Silveira (2015, online), "é um ativista que defende o uso generalizado da criptografia forte como caminho para a mudança social e política". O movimento tem forte influência na cultura hacker e em ideias libertárias (SILVEIRA, 2015). Na obra *Cypherpunks: liberdade e o futuro da internet*, de Julian Assange et. al. (2013, p.5), os autores definem o movimento:

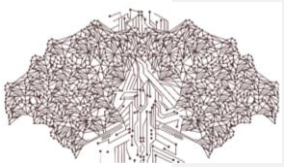
> Os cypherpunks defendem a utilização da criptografia e de métodos similares como meio para provocar mudanças sociais e políticas. Criado no início dos anos 1990, o movimento atingiu seu auge durante as "criptoguerras" e após a censura da internet em 2011, na Primavera Árabe. O termo *cypherpunk* – derivação (criptográfica) de *cypher* (escrita cifrada) e *punk* – foi incluído no *Oxford English Dictionary* em 2006 (grifos dos autores).

As criptoguerras citadas ocorreram na década de 1990, quando o programador Philip Zimmerman desenvolveu e distribuiu um software que permitia o uso da criptografia por todos os usuários (SILVEIRA, 2015, online). A iniciativa de Zimmerman teve como consequência a resistência das empresas que entravam no mundo digital e também do governo, pois viam no software um perigo aos seus negócios e a governança. O embate iniciou o choque entre hackativistas e as agências de inteligência, que acontece até hoje.

A filosofia *cypherpunk* permite entender também porque a *Hidden Web* existe e qual é o propósito dela. Os *cypherpunks* defendem uma internet anônima ao usuário e que a informação tem de ser livre. Julian Assange et. al. (2013, p.10) detalha o funcionamento da *Clearnet*:

> Quando nos comunicamos por internet ou telefonia celular, que agora está imbuída na internet, nossas comunicações são interceptadas por organizações militares de inteligência. É como ter um tanque de guerra dentro do quarto [...]

[5] Do original: The early developers and activists were not equipped to fend off such powerful competition and thus lost influence and retreated into their niches (such as the open-source arena).



> Nesse sentido, a internet deveria ser um espaço civil, porque todos nós a utilizamos para nos comunicar uns com os outros, com nossa família, com o núcleo mais íntimo de nossa vida privada. Então, na prática, nossa vida privada entrou em uma zona militarizada. É como ter um soldado embaixo da cama.

O engenheiro eletrônico Timothy C. May, ou Tim May, ex-cientista da Intel, foi um dos membros mais ativos do movimento *cypherpunk* (SILVEIRA, 2015, online). May eternizou a doutrina *cypherpunk* na publicação online *The Cyphernomicon*, em 1994, onde descreveu as características e crenças do movimento:

> - Que o governo não deve ser capaz de espionar as atividades das pessoas;
> - Que a proteção de conversas e negociações das pessoas é um direito básico;
> - Que esses direitos podem ser assegurados pela tecnologia ao invés das leis;
> - Que o poder da tecnologia muitas vezes cria novas realidades políticas (daí o mantra: "Cypherpunks escrevem códigos") (in SILVEIRA, 2015, s.p.).

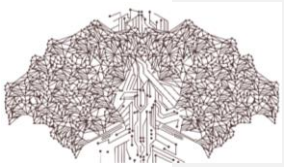
Silveira (2015, online) continua a analisar os *cypherpunks* ao destacar a importância que os membros do movimento dão para a privacidade dos usuários. O pesquisador analisa:

> Como a lei do Estado não pode garantir o direito à privacidade, uma vez que o governo é o grande interessado na coleta de informações dos seus cidadãos, os cypherpunks enaltecem o uso da tecnologia como forma política de assegurar esse direito. A tecnologia é então um recurso claramente político e pode alterar o jogo de poder (2015, online).

A jornalista Natália Viana destaca a filosofia *cypherpunk* ao analisar o site WikiLeaks, do hacker australiano Julian Assange, responsável por vazamentos de documentos secretos e que ganhou destaque em 2010 ao publicar documentos relacionados as guerras do Iraque e Afeganistão e das embaixadas estadunidenses. Para Viana, o WikiLeaks trouxe para o público geral a filosofia do movimento e "tratava-se da aplicação radical máxima cypherpunk "privacidade para os fracos, transparência para os poderosos" e do princípio fundamental da filosofia *hacker*: "A informação quer ser livre"" (in ASSANGE et. al., 2013, p.12, grifos da autora).

A criptografia é a técnica que permite o anonimato na rede e a liberdade de informação desejada pelo movimento *cypherpunk* e que é amplamente usada na *Hidden Web*. A criptografia permite enviar mensagens de forma segura através de um canal inseguro (MOORE; RID, 2016, p.5). Também pode ser entendida como

> [..] um conjunto de técnicas matemáticas para proteger informações. Usando a criptografia, você pode transformar palavras escritas e outros tipos de mensagens de modo que eles são ininteligíveis para que não possui uma chave matemática específica necessária para desbloquear a mensagem. O processo



> de utilizar a criptografia para codificar uma mensagem é chamado de *encriptação*. O processo de ordenar a mensagem através da utilização da chave apropriada é chamado de *decriptação* (GARFINKEL; SPAFFORD, p.79).

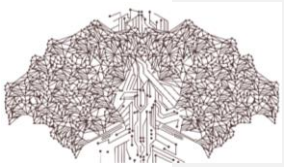
A técnica é utilizada a séculos, e uma das mais conhecida é a Cifra de César, utilizada pelo imperador romano Júlio César. Ele utilizava uma fórmula simples onde cada letra no texto era substituída por outra do alfabeto e criava um padrão para decifrar a mensagem, ou seja, se a letra D significava da letra A, a letra E seria a letra B, a F seria a letra C, e assim por diante. Assim o imperador conseguia se comunicar com os seus generais no campo de batalha (WIKIPÉDIA, s.d.). Daniel Moore e Thomas Rid (2016, p.8) relatam que a evolução da criptografia não apenas melhorou a troca de mensagens de forma segura, mas aprimorou a comunicação em geral. Os autores estabelecem cinco propriedades para a criptografia (2016, p. 11-13). A primeira é a privacidade, a segunda é a autenticação de documentos, a terceira corresponde ao anonimato, a quarta se refere a preservação da propriedade privada, tal como dinheiro, e a quinta são as trocas ou comércio oculto (*hidden exchanges*). "De repente, tornou-se possível a criação de troca on-line e mercados em que as transações são seguras, autenticadas e anônimas" (MOORE; RID, 2016, p.13)[6].

A união entre a filosofia *cypherpunk* com as cinco propriedades criptográficas destacadas por Moore e Rid, formatam a coluna central de como a *Hidden Web* funciona. Apesar de que não são todos os usuários da *Hidden Web* que fazem parte do movimento *cypherpunk* ou são especialistas em criptografia, a proteção do anonimato, da privacidade, do compartilhamento de mensagens seguras por qualquer são a pedra angular da *Hidden Web* e é o que um usuário procura quando entra nela.

5 A estrutura tecnológica da *Hidden Web*

A *Hidden Web* aparece dentro do contexto de uma *Clearnet* monopolizada pelas gigantes da informação, que utilizam algoritmos de filtro bolha para personalizar o conteúdo dos usuários. Como descrito anteriormente, desenvolvedores e usuários que estavam no início da *Clearnet*, quando esta ainda era uma plataforma feita pelos usuários e de forma colaborativa, migraram para

[6] Do original: Suddenly, it became possible to create online exchange and marketplaces in which transactions were secure, authenticated and anonymous.



a *Hidden Web*, inspirados na filosofia *cypherpunk* onde a informação tem de ser livre, sem controle de grandes corporações e preservar a privadade e o aninimato do usuário. Para realizarem esta tarefa, utilizam a criptografia para criar softwares que permitam a navegação anônima e a livre troca de dados.

O software mais famoso utilizado para acessar a *Hidden Web* é o Tor (The Onion Router- O Roteador Cebola). O programa foi criado pela marinha estadunidense para realizar comunicações seguras na rede, de forma anônima, com a máxima da criptografia que é levar uma informação segura a um canal de informação inseguro. O Tor é um browser, como o Firefox e o Chrome, porém permite a navegação anônima do usuário. Daniel Moore e Thomas Rid (2016, p.15-16) detalharam a estrura do software:

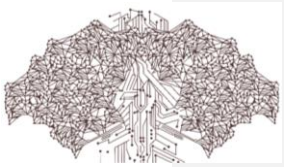
> A arquitetura Tor fornece dois serviços - a navegação anônima [...], e hospedagem de intercâmbio de informações anônimas [...] - através de um pedaço de software, o chamado 'Tor Navegador'. Apesar de distintas, ambos os serviços empregam aproximadamente os mesmos protocolos e contam com amesma infra-estrutura distribuída[7].

O Tor funciona da seguinte forma: quando um pacote de dados é enviado, ele segue caminhos randômicos até chegar ao destino, ou seja, ele passa por mais de um servidor, e a cada passagem os rastros e registros são apagados, o que dificulta rastrear os dados e preserva o anonimato do emissor. "Cada pacote de informação a ser transmitido através da rede seria envolto em múltiplas camadas de criptografia, cada um para ser sequencialmente descoladas pelo nó subsequente no circuito. Consequentemente, nós intermediários só pode decifrar uma camada de criptografia[8]" (MOORE; RID, 2016, p.16). Este é o princípio básico da *Hidden Web*, com a construação de softwares que permitem a navegação em sites que não são indexados nas ferramentas de buscas normais e que possuem níveis maiores de criptografia para serem acessados do que na *Clearnet*. Moore e Rid detalham a criação de sites na *Hidden Web*:

> Esse recurso, chamado de serviço oculto, permite qualquer um a criar um servidor virtualmente indetectável hospedado dentro da rede Tor, simplesmente adicionando duas linhas curtas de código para um arquivo de configuração curta. Isto permite a evasão de todas as formas conhecidas de restrições de conteúdo ou a vigilância. Nem os Internet Service Providers

[7] Do original: The Tor architecture provides two services – anonymous browsing [...], and hosting of anonymous information exchanges [...] – through one piece of software, the so-called 'Tor Browser'. Although distinct, both services employ roughly the same protocols and rely on the same distributed infrastructure.

[8] Do original: Each packet of information to be relayed over the network would be encased in multiple layers of encryption, each to be sequentially peeled away only by the subsequent node in the circuit. Consequently, intermediary nodes could only decrypt one layer of the encryption



> (ISPs) que encaminha o tráfego, nem pela aplicação das leis das agências, nem mesmo os desenvolvedores do projeto Tor em si tem visibilidade sobre a localização do serviço hospedado ou a identidade do seu operador[9].

Este contexto onde usuário e desenvolvedores realizam suas ações de forma anônima, é a base central da *Hidden Web*. Apesar da rede Tor ser a mais famosa, existem outras que formam a Deep Web, dentre elas estão as redes públicas, como a Tor, e ainda podem ser citadas a Freenet, GNUnet, Marabunta e I2P; as redes privadas que só consegurem serem acessadas através de convites dos desenolvedores, entre elas a Hamachi, Hybrid Share e ExoSee; e também as friend-to-friend, usadas para círculos sociais, entre elas há uma versão da Freenet, Retroshare (que possui um software próprio para acessá-la) e anoNet. Estima-se que o número de documentos postados todas as redes da *Hidden Web* são 500 vezes maior do que na *Clearnet* (BERGMAN, 2001, s.p.). A disparidade de tamanho entre a *Hidden Web* e a *Clearnet* demonstra a importância que ela vem ganhando, e portanto, traz consigo um enorme impacto social.

6 O uso da *Hidden Web* e da criptografia como ferramenta do embate político

Os conteúdos que ganharam destaque da *Hidden Web* são associados a crimes. As notícias sempre falam sobre a pedofilia, o mercado negro de drogas e armas, o tráfico humano e outros atos ilícitos que acontecem nesta parte da internet e dá a impressão de que todos os usuários destas redes são criminosos. "A comunidade Tor é frequentemente retratada na mídia como sendo composto apenas de imoral, injusto, e indivíduos mal-intencionados. Isso poderia ser verdade, considerando o mundo cibernético sem fronteiras em que vivemos hoje"[10], explica Colton Chrane e Satish Alampalayam Kumar (2015, p.146). Porém, a *Hidden Web* fornece uma gama de conteúdos e ferramentas que vão muito além dos crimes. A comunicação feita através da *Hidden Web* tem papel importante para a democracia, já que a criptografia utilizada por ela permite o anonimato em países com governos opressores e, assim, conseguem escapar da censura imposta à imprensa (PAPSDORF, 2016, p.15), além de conter um conteúdo vasto, sobre todos os temas.

[9] Do original: This capability, called a hidden service, allows anybody to create a virtually untraceable server hosted within the Tor network, simply by adding two short lines of code to a short configuration file. This allows circumvention of all known forms of content restrictions or surveillance. Neither the Internet Service Providers (ISPs) that route the traffic, nor law-enforcement agencies, nor even the developers of the Tor project itself have visibility into the hosted service's location, or the identity of its operator.

[10] Do original: The Tor community is often portrayed in the media as being comprised only of immoral, unjust, and malicious individuals. This could be true considering the borderless cyber world we live in today.

Chrane e Kumar (2015, p.146) detalham o conteúdo da *Hidden Web*, ao analisarem a rede Tor, da seguinte forma:

> No entanto, acreditamos firmemente que os maus atores nesta arena são poucos e não compõem o núcleo de usuários da comunidade Tor. A comunidade Tor consiste em uma grande variedade de pessoas, grupos e organizações que todos compartilham uma visão comum: a privacidade é importante e o anonimato tem um lugar na vida diária. Jornalistas muitas vezes usam o Tor para se comunicarem de forma mais segura com contatos e dissidentes. Organizações Não Governamentais (ONGs) usam o Tor para que os seus funcionários se conectem com segurança e privacidade, enquanto eles estão em um país estrangeiro, sem notificar todos nas proximidades que eles estão trabalhando. Grupos ativistas recomendam o Tor como um mecanismo para manter as liberdades civis on-line; por exemplo, a Electronic Frontier Foundation (EFF) é um torcedor aberto do Projeto Tor (2015, p.146)[11].

Chrane e Kumar ainda completam que "corporações veem o valor no Tor de realizar análise competitiva com segurança, proteger os sistemas de abastecimento sensíveis de bisbilhoteiros, e, em alguns casos, substituir as tradicionais VPNs[12]" (2015, p.146). Christian Papsdorf (2016, p.16) descreve que "as pessoas que não querem evitar formas particulares de comunicação na Internet, mas fazer valer a comunicação que mantém os dados seguros, o significado social da *Hidden Web* se torna claro"[13]. O pesquisador alemão ainda exalta a proteção que a *Hidden Web* dá contra a vigilância e censura online na comunicação, principalmente sobre assuntos sensíveis (PAPADORF, 2016, p.16). Além disso, destaca Papsdorf (2016, p.16), "ela também protege os dados pessoais para além dos conteúdos da comunicação on-line, incluindo um de endereço, estatuto profissional ou conjugal"[14].

[11] Do original: However, we firmly believe that the bad actors in this arena are few and do not make up Tor's core user community. Tor community consists of a wide variety of people, groups, and organizations that all share a common vision: Privacy is important and anonymity has a place in daily life. Journalists often use Tor to communicate more safely with whistleblowers and dissidents. Non-governmental organizations (NGOs) use Tor to allow their employees to connect securely and privately while they're in a foreign country, without notifying everybody nearby who they're working for. Activist groups recommend Tor as a mechanism to maintain civil liberties online; for example, the Electronic Frontier Foundation (EFF) is an open supporter of The Tor Project.

[12] Do original: Corporations see the value in Tor to conduct competitive analysis safely, protect sensitive procurement patterns from eavesdroppers, and, in some cases, replace traditional VPNs.

[13] Do original: people do not want to eschew particular forms of Internet communication but do value communication that keeps data secure, the social significance of the the hidden web becomes clear.

[14] Do original: It also protects personal data beyond the contents of online communication, including one's address, professional or marital status.

O jornalista David Chacos (2013, online) explica a importância das ferramentas da *Hidden Web* para escapar da censura:

> Darknets concedem a todos o poder de falar livremente, sem medo de censura ou perseguição. De acordo com o Projeto Tor, tornar anônimos serviços ocultos tem sido um refúgio para dissidentes no Líbano, Mauritânia e nações da Primavera Árabe; blogs hospedados em países onde a troca de ideias é desaprovada; e serviu como espelhos para sites que atraem angústia governamental ou corporativo, tais como GlobalLeaks, Indymedia, e Wikileaks[15].

A *Hidden Web* garante a segunça de sites que permitem a informantes publicarem conteúdos de form anônima e denunciarem práticas ruins de governos e empresas. David Duarte e Tiago Mealha (2016, p.19) ainda analisam:

> Além de movimentos de ativismo através da Deep Web, um outro fenómeno viria a surgir cimentado pelas mesmas bases: o jornalismo online ganhou um enorme impulso graças à Deep Web. Pelas mesmas razões, vários foram os acontecimentos divulgados em países que adotam a censura na Internet, os jornalistas passaram a adotar esta técnica para contornar os mecanismos de censura, e, assim, aumentar a sua rede de trabalho e divulgação.

Os serviços e ferramentas descritas pelos autores colocam a *Hidden Web* como um importante fator social na modernidade, dado que as gigantes da informação usam os dados pessoais para realizarem o filtro bolha e a invasão da privacidade online. Outro fator que explica a importâncias das ferramentas que a *Hidden Web* fornece foram as revelações do ex-agente de inteligência da NSA (sigla em inglês para Agência Nacional de Segunraça), Edward Snowend, de que os governos rastream e monitoram dados pessoais sem o consentimento do público.

Porém, como alerta Chacos (2013, online) apesar da vasta gama de informação disponível na *Hidden Web*, ainda é pouco atrativo para os usuários que apenas buscam utilizar serviços e ferramentas como streaming de vídeos, mídia sociais ou qualquer outro serviço *mainstream*, que não são disponibilizados na *Hidden Web*. Lá, não há site de vídeos e as mídias sociais também são focadas no anonimato, portanto, fazer amigos e compartilhar momentos 'reais', ainda não é possível. Chacos (2013, online) ainda é enfático ao registrar que "a Darknet é repleta de bichos-

[15] Darknets grant everyone the power to speak freely without fear of censorship or persecution. According to the Tor Project, anonymizing Hidden Services have been a refuge for dissidents in Lebanon, Mauritania, and Arab Spring nations; hosted blogs in countries where the exchange of ideas is frowned upon; and served as mirrors for websites that attract governmental or corporate angst, such as GlobalLeaks, Indymedia, and Wikileaks.

papões apenas esperando por você para baixar a guarda[16]", devido a quantidade de *crackers* (hackers que cometem crimes).

Conclusão

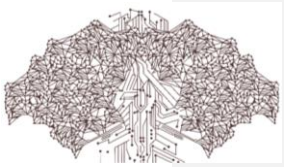
Os dispositivos digitais nos tornaram dependente delas. Como apresentado, o dataísmo é a nova religião daqueles que estão conectados a rede. Conecta-se tudo ao fluxo de dados, nossas preferências pessoais, onde estamos, o que estamos fazendo e com quem estamos. A hiperexposição, aliada ao filtro bolha, cria a oportunidade das gigantes da informação em utilizarem nossos dados para transformar o usuário em produto.

Nesta direção, a liberdade de expressão foi substituída pela a da informação, onde o fluxo de dados é livre de impedimentos. O usuário já não tem mais a oportunidade de manter em sigilo aquilo que deseja, como defende o velho conceito de liberdade de expressão. A tônica desta nova arquitetura da internet é da exposição e do compartilhamento, do livre acesso a informação e, ainda mais, a da polarização de ideias promovidas pelos filtros de conhecimento.

Apesar da promessa de quem a internet e suas tecnologias iriam promover um maior debate político-social e assim encontrar soluções aos problemas da condução da sociedade, as mídias sociais polarizaram o debate, criou os 'certos e errados', o que apresenta um desafio às democracias. O uso das notícias falsas e a disseminação sem controle de informações faz com que grupos se radicalizem e se ataquem mutuamente e, na maior parte dos casos, não apresentam soluções aos problemas que indicam.

A cultura hacker e *cypherpunk* trazem uma alternativa para este cenário: o uso da criptografia como ferramenta para mudanças sociais e políticas. As tecnologias desenvolvidas por estes grupos, que culminaram no surgimento da *Hidden Web*, permitem a navegação anônima e que o usuário escape dos filtros de conteúdo. Assim, o acesso a informação se torna mais democrático, a polarização diminui e cria-se o debate democrático sobre a sociedade. A criptografia ainda permite que a censura seja burlada e dá voz a todos, permitindo a dissidentes e denunciantes levaram a públicos as práticas

[16] Do original: the Darknet is fraught with bogeymen just waiting for you to let down your guard.



ruins de governos e empresas. Nesta direção, a criptografia se torna uma das principais ferramentas para mudanças políticas e sociais, já que ela permite a liberdade e a privacidade dos usuários, enquanto pressiona governos e empresas a serem mais transparentes e democráticas.

Referências bibliográficas

ASSANGE, Julian. Quando o Google encontrou o WikiLeaks. São Paulo: Boitempo, 2015. .

BERGMAN, Michael K. White Paper: The Deep Web: Surfacing Hidden Value. The Journal of Electronic Publishing v. 7, n. 1, p. 1–17 , 2001. Disponível em: <http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/idx/j/jep/3336451.0007.104/--white-paper-the-deep-websurfacing-hidden-value?rgn=main;view=fulltext>. Acesso em: 30 maio 2016.10.3998/3336451.0007.104.

BRUGNAGO, Fabrício; CHAIA, Vera. A nova polarização política nas eleições de 2014 : radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. Aurora: revista de arte, mídia e política v. 7, n. 21, p. 99–129 , 2015.

BRYNJOLFSSON, Erik; MACAFEE, Andrew. A Segunda era das máquinas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015. .

CAPONE, Letícia Varela; ITUASSU, Arthur; PECORARO, Caroline. Twitter e esfera pública: pluralidade e representação na discussão sobre o Marco Civil da internet. Revista Contracampo v. 33, n. 2, p. 86 , 2015.

CHACOS, B. Meet Darknet, the hidden, anonymous underbelly of the searchable Web. Disponível em: <http://www.pcworld.com/article/2046227/meet-darknet-the-hidden-anonymous-underbelly-of-the-searchable-web.html>. Acesso em: 30 maio 2016.

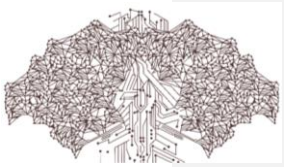
HARARI, Yuval N. Homo Deus: uma breve história do amanhã. São Paulo: Companhia das Letras, 2016. .

KEEN, Andrew. Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. .978-85-378-0891-7.

MARTEL, Frédéric. Smart: o que você não sabia sobre a internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015. .

MOORE, Daniel; RID, Thomas. Cryptopolitik and the Darknet. Survival v. 58, n. 1, p. 7–38 , jan. 2016. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00396338.2016.1142085>. Acesso em: 30 maio 2016.0039-6338r1468-2699.

NAISBITT, John. High tech, high touch: a tecnologia e a nossa busca por significado. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 2006. .978-85-316-0641-0.



RUDDER, Christian. Dataclisma. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015. .978-85-7684-686-4.

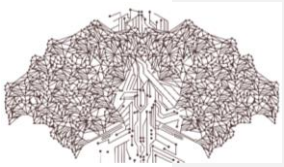
RUI CÁDIMA, Francisco. Sobre A Era Digital: Do Analógico Ao "Algorithmicturn". Revista FSA v. 12, n. 2, p. 78–93 , mar. 2015. Disponível em: <http://www4.fsanet.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/826/451>. Acesso em: 29 out. 2016.

SNOWDEN, Edward; UNIDOS, Estados. THE CYPHERPUNK WAY AND THEIR DISCURSIVE. n. Ii , [S.d.]. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Sergio_Silveira2/publication/275715418_A_DISSEMINAO_DOS_COLETIVOS_CYPHERPUNKS_E_SUAS_PRTICAS_DISCURSIVAS/links/5544fd7d0cf24107d397ae41.pdf>. Acesso em: 23 maio 2016.

THE HIDDEN WIKI. What is the Hidden Wiki? Disponível em: <http://monarch.qucosa.de/fileadmin/data/qucosa/documents/20217/Papsdorf_2016_What_is_the_Hidden_Web.pdf>. Acesso em: 30 maio 2016.

TOFFLER, Alvin. A terceira onda. Rio de Janeiro: Record, 2012. .

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



A TRAGÉDIA EM CLIQUES: O CAPITAL SOCIAL NO JORNALISMO ONLINE NO CASO CHAPECOENSE[1]

Soloni Maria Rampin Zenidarci[2]

Resumo
Este artigo estuda o processo de participação dos usuários da rede social Facebook na página do site Catraca Livre. Para isso, foi analisado o editorial assinado pelo jornalista responsável pelo site, Gilberto Dimenstein, no dia 29 de novembro de 2016, data do acidente com o avião da Associação Chapecoense de Futebol, o qual atingiu a marca de mais de 22 mil comentários. Partimos da hipótese de que o conteúdo e o engajamento verificados na postagem afetaram os laços relacionais e, consequentemente, o Capital Social do veículo frente a seus leitores. Para tanto, utilizou-se o conceito de Capital Social buscando indícios que possam sustentar a hipótese de que houve um enfraquecimento desse capital em decorrência das reações negativas observada em resposta ao editorial. Como procedimento metodológico auxiliar, utilizamos o conceito de conversação em rede. Com isso, pode-se apontar como o jornalismo online, em busca de maximização do número de visualizações, utilizou-se de recursos corroborados ou rechaçados pelo público. Assim, conseguiu-se indicar exemplos de estratégias que podem fidelizar ou não o leitor nas redes sociais online. Os resultados podem servir de modelo de negócio a outros veículos e aos jornalistas que estão ingressando ou já estão estabelecidos no ambiente virtual.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo online. Redes sociais online. Capital social. Conversação em rede. Catraca Livre.

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Mestranda do Curso Pós-Graduação em Comunicação Midiática da FAAC – UNESP, integrante do GP Cibercom (FAAC - UNESP) e bolsista CAPES. E-mail: soloni.rampin@gmail.com

Introdução

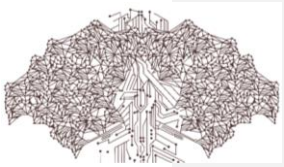
No dia 29 de novembro de 2016, o avião que levava a Associação Chapecoense de Futebol para uma partida de futebol em Medellín, na Colômbia, caiu, matando 71 pessoas que estavam a bordo da aeronave, entre desportistas, tripulação e jornalistas, e ferindo gravemente outros seis passageiros sobreviventes. O acidente movimentou o noticiário brasileiro e internacional daquele dia, entretanto, nem todas as abordagens relativas ao assunto foram meramente informativas. O site brasileiro Catraca Livre, por meio de seu perfil na rede social Facebook, veiculou algumas notícias sobre a temática, gerando forte engajamento de usuários em resposta às publicações.

Entre 07h48 e 9h37 foram quatro publicações na rede social que remetiam ao acidente sem, no entanto, informar diretamente sobre o caso, mas que se relacionavam aos temas tragédias e aviação. Os posts foram, em ordem cronológica: "Medo de voar? Saiba como lidar com isso!", "10 mitos e verdades sobre viajar de avião", "Passageiros que filmam pânico em avião" e "10 fotos de pessoas em seu último dia de vida". Todos com links para matérias completas no site do veículo.

Motivado pelo grande número de comentários negativos reprovando a posição do veículo, o perfil publicou, às 9h54 (repostado às 11h), um primeiro editorial, não assinado e usando pronomes na primeira pessoa do plural, explicando as razões de tais postagens (vide imagem 1, item a, adiante), alegando ser um serviço de utilidade pública esclarecer alguns mitos e oferecer informações acerca da segurança do avião como meio de transporte. Como pode ser visto na reprodução do texto a seguir:

> Continuamos a receber duras críticas de nossos leitores por causa de alguns de nossos posts sobre a tragédia do Chapecoense. Entendemos as críticas e as respeitamos. Mas consideramos relevante jornalisticamente mostrar outros aspectos da tragédia como, por exemplo, o medo de voar e os mitos. Em momentos assim, o pânico se espraia: é necessário mostrar que o avião é o meio mais seguro de transporte. É necessário analisar com frieza as causas do acidente para que tragédias assim sejam evitadas. É um meio de contribuir para que as pessoas saibam lidar com problemas. Estamos, como a nação, de luto. Mas precisamos não apenas lamentar, mas informar (CATRACA LIVRE, 2016)[3].

[3]Todos os textos e imagens reproduzidos neste trabalho foram obtidos através da captura de tela do perfil do site Catraca Livre no Facebook (https://www.facebook.com/CatracaLivre), durante os dias 29/11 e 05/12/2016, pela autora do presente artigo.



Além disso, três minutos depois, utilizou a mesma figura do post – uma imagem de fundo preto escrito "luto" centralizado em branco – como capa da página.

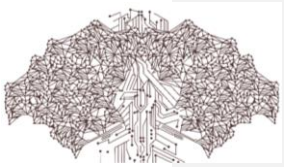
Já com outra postura editorial, a página do Catraca Livre no Facebook replicou, às 10h19, uma imagem, com palavras de solidariedade ao time da Chapecoense, da *fanpage* do jornal O Estado de São Paulo e, às 10h29, um vídeo – em que pessoas estão muito comovidas com o acidente e prestam homenagens aos passageiros – da *fanpage* do jornal Folha de São Paulo.

Ainda assim, os comentários negativos sobre a atitude do jornal não diminuíram, desta forma, após a réplica do vídeo e da repostagem do editorial da equipe, o veículo não publicou mais nada naquele que se relacionasse à temática do acidente, exceto às 16h41, ao postar um segundo editorial, que, desta vez, foi assinado pelo idealizador do Catraca Livre, Gilberto Dimenstein. No texto, ele assumia pessoalmente toda a culpa pelas equivocadas decisões editoriais ocorridas mais cedo relacionadas a publicações sobre o acidente aéreo com o time e pedia desculpas aos leitores.

Baseado na observação das escolhas editoriais utilizadas pelo veículo no dia do desastre e na forma como ela refletiu na confiança depositada em sua página no *Facebook*, este artigo analisou, dos cerca de 22 mil, os três primeiros comentários e todas as suas 1194 respostas, de acordo com critérios de relevância da plataforma, feitos por internautas no editorial final, assinado por Dimenstein, o qual denominaremos aqui como "Meu erro" (vide imagem 1, item b, adiante). Para verificar se a credibilidade do veículo foi abalada e de que forma isso aconteceu, utilizaremos o teórico Robert Putnam, para quem o Capital Social está baseado na confiança e reciprocidade entre dois atores de uma rede social, ou seja, "considerando que o capital físico se refere a objetos físicos e capital humano se refere a propriedades de indivíduos, o capital social se refere a ligações entre indivíduos – as redes sociais e as normas de reciprocidade e confiança que surgem a partir delas" (PUTNAM, 2015, p.14).

Como metodologia auxiliar, usou-se o conceito de Conversação em Rede, sob a ótica da pesquisadora brasileira Raquel Recuero. Para a autora, ao analisarmos as "centenas, milhares de novas formas de trocas sociais que constroem conversações públicas, coletivas, síncronas e assíncronas, que permeiam grupos e sistemas diferentes, [que] migram, espalham-se e semeiam novos comportamentos" (RECUERO, 2012, p.121) é possível compreender as relações sociais que incidem através da interação entre vários atores de uma mesma rede social online (RECUERO, 2014b) e, assim, verificar os valores intrínsecos às estruturas dos grupos sociais, ou seja, o Capital Social (RECUERO, 2014a).

Capital Social

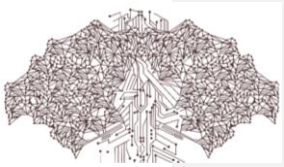


De acordo com Putnam (2015), o termo Capital Social foi cunhado durante o século XX por diferentes autores simultaneamente. Higgins (2005) complementa afirmando que, quem primeiro utilizou-se da terminologia na literatura sociológica foi Pierre Bourdieu, seguido por Robert Putnam, James Coleman e Francis Fukuyama. Independente de quem seja o "pai" do termo, cada um dos teóricos citados acima tem um entendimento sobre o que é Capital Social, porém, em comum, todos eles defendem que o conceito "indica que o bom desempenho da economia depende das redes sociais, ou seja, que as relações mercantis não são independentes de, mas inseridas nas relações sociais" (RAUD-MATTEDI *apud* HIGGINS, 2005, p.14).

Neste artigo, utilizaremos o entendimento de Capital Social do cientista-político estadunidense Robert Putnam, o qual defende que a confiança social e a reciprocidade generalizada são os princípios que definem o termo. Para ele, o conceito de Capital Social é considerado como "o manancial de onde brotam as interações cooperativas que se expressam nas diferentes formas de associação da comunidade cívica" (HIGGINS, 2005, p.63). Isto posto, podemos compreender que, segundo Putnam, o Capital Social só existe quando há um esforço, ainda que individual, para que os interesses coletivos sejam alcançados e isso ocorre através da colaboração dos membros da sociedade de maneira, muitas vezes, altruísta. Na sociedade descrita por ele, o interesse individual é atendido através da conquista de objetivos coletivos, afinal, "a reciprocidade é composta de uma série de atos, cada um dos quais é altruísta no curto prazo (beneficiando os outros às custas do altruísta), mas que em conjunto normalmente melhoram a situação de todos os participantes" (TAYLOR *apud* PUTNAM, 2015, p.151).

Entretanto, para que haja o engajamento em atividades com benefícios coletivos, antes, deve haver a confiança individual na sociedade. "A confiança em si mesma é uma propriedade emergente do sistema social, tanto quanto um atributo pessoal. Os indivíduos são capazes de ser confiantes (e não apenas ingênuos) devido às normas e redes sociais dentro das quais estão encaixadas suas ações" (PUTNAM, 1995, p.14). O autor usa o exemplo de que, se o indivíduo A ajuda o indivíduo B é porque confia que B – assim como qualquer outro indivíduo do círculo social em que A e B estão inseridos – o ajudará caso precise e isso trará benefícios não apenas para A, mas também para todos os indivíduos envolvidos nessa corrente de ações e, enfim, a comunidade inteira é favorecida.

Putnam (2015), todavia, afirma que existem dois tipos distintos de confiança: a *sistêmica*, isto é, aquela em que há relações pessoais fortes e frequentes, como, por exemplo, entre dois indivíduos que já são conhecidos, encontram-se e convivem com certa assiduidade; e a *estreita* na qual, em oposição à anterior, as relações são mais fracas e esparsas, como, por exemplo, entre dois desconhecidos que se ajudam na rua e podem nunca mais cruzar o caminho um do outro. Há



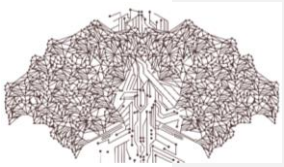
uma tendência maior em confiarmos em pessoas com as quais já temos laços relacionais fortes e desconfiarmos de desconhecidos, porém, é através da confiança estreita que o raio de confiança para além das pessoas conhecemos é ampliado. Se há confiança é porque há reciprocidade e se há reciprocidade é porque há confiança.

A reciprocidade é um dos pilares do conceito de Capital Social para Putnam, ou seja, é a confiança, ainda que incerta, de que o outro fará por mim o que eu faria por ele. Baseado em pesquisas antropológicas o autor chegou a dois tipos de reciprocidade: a *Específica (ou balanceada)* e a *Generalizada (ou difusa)*. A primeira "consiste na permuta simultânea de elementos de igual valor" (HIGGINS, 2005, p.65). Já a segunda é uma "contínua relação de troca que a qualquer momento apresenta desequilíbrio ou falta de correspondência, mas que supõe expectativas mútuas de que um favor concedido hoje venha a ser retribuído no futuro" (HIGGINS, 2005, p.65).

É através da confiança, seja ela sistêmica ou estreita, e da reciprocidade, tanto a específica quanto a generalizada, que os valores de engajamento civil e Capital Social são reforçados. Mas tudo isso só é possível porque Putnam acredita que o Capital Social é baseado na sociabilidade. É através do engajamento civil, em que cada um faz a sua parte ajudando o próximo e este gesto gera uma corrente, que a confiança e o Capital Social são gerados e reforçados, concomitantemente. Imaginando assim, pode parecer que a ideia de sociabilidade pensada pelo autor seja inatingível em nossa atual sociedade, mas, na verdade, alcançá-la é possível, uma vez que as pessoas entendem que se elas se ajudarem mutuamente todos ganham, porém, ainda há muita desconfiança em ajudar o próximo sem garantias concretas de que haverá algum tipo de retorno futuro.

> A confiança em si mesma é uma propriedade emergente do sistema social, tanto quanto um atributo pessoal. Os indivíduos são capazes de ser confiantes (e não apenas ingênuos) devido às normas e redes sociais dentro das quais estão encaixadas suas ações. Os estoques de capital social, tais como confiança, normas e redes, tendem a se autorreforçar e acumular. Os círculos virtuosos resultam em equilíbrio social com altos níveis de cooperação, confiança, reciprocidade, engajamento cívico e bem-estar coletivo. Ao contrário, a ausência desses traços na comunidade incívica é também autorreforçante. Defecção, desconfiança, tergiversação, exploração, isolamento, desordem e estagnação intensificam-se mutuamente em um miasma sufocante de círculos viciosos (PUTNAM, 1995, p.14).

Até agora, tratamos o assunto pensado exclusivamente no mundo *offline*, mas sabemos que, hoje, o *off* e o *online* interagem, sendo difícil, por vezes, separar o que acontece apenas no



mundo "real" ou no virtual. Para Putnam (2015), pouco tempo depois do lançamento da internet – a rede das redes –, todos os tipos de relações sociais e engajamentos civis, assim como todas as formas de capital social, agora virtuais, já estavam no ciberespaço. Com o surgimento recente de sites de redes sociais online, estes conceitos quebram barreiras limitantes, como a geográfica, possibilitando novos tipos de mobilizações e agrupamentos sociais, inclusive de maneira mais igualitária e democráticas, uma vez que "'comunidades virtuais' podem ser mais heterogêneas com relação a tais fatores físicos como raça, gênero e idade, embora, como veremos mais tarde, elas possam ser mais homogêneas no que diz respeito aos interesses e valores" (PUTNAM, 2015, p.198).

Nos grupos ou páginas de redes sociais online não há a presença física, mas há a sociabilização, o espírito comunitário, de pessoas que se unem em torno de assuntos de interesse comum. O engajamento no site de rede social é sinônimo de confiança e pode-se afirmar que há, sim, reciprocidade generalizada entre usuários que se conectam entre si ou que, como no caso do Facebook, curtem e seguem as publicações de uma *fanpage*, logo, há Capital Social online.

A Conversação em Rede

Para entender a transposição da sociedade civil dos ambientes *offline* para os virtuais, é preciso explicar que, para a pesquisadora Raquel Recuero, redes sociais online (RSO) são representações das redes sociais *offline* transpostas para o ciberespaço, composta por atores sociais (pessoas ou instituições) e suas conexões (interações ou laços sociais), logo, uma rede é "uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entres os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões" (RECUERO, 2014b, p.24).

Uma das formas de se investigar o engajamento em redes sociais online é através da confiança gerada em uma conversação em rede, ou seja, o Capital Social, nos termos de Putnam, que, também para Recuero, é a extensão das redes de atores presenciais e, principalmente, suas conexões, mas, nesta modalidade, mediada por uma rede de computadores. Para a autora, as redes sociais online são "constituídas principalmente de relações sociais, ou seja, de relações criadas através de eventos de fala e de troca de informações entre atores, que terminam por construir laços sociais" (RECUERO, 2012, p.129). Se um indivíduo faz parte de um grupo e interage com ele, é como se ele fizesse parte de uma associação real, mas agora transposta para o mundo virtual.

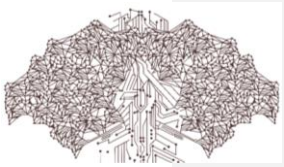
Entretanto, uma confusão comum é entre redes sociais online e sites de redes sociais. A RSO, como vimos, é um simulacro de uma rede social intermediada por tecnologias virtuais, já

os sites de redes sociais são as plataformas onde as redes sociais online se estabelecem. “Esses sites impactaram profundamente as redes sociais por não apenas as traduzirem para o digital, mas porque as reconstroem nesse espaço, gerando novas formas de estar conectado, principalmente através das chamadas conexões associativas” (RECUERO, 2014a, p.115). O Facebook, por exemplo, é uma plataforma de rede social online, já o perfil de um usuário e os amigos que ele aceita neste site, criando um grupo em que há troca de informações, é a rede social online. A conexão entre esses dois indivíduos é o que chamamos de laço social (RECUERO, 2012, 2014a e 2014b).

Os laços sociais nas RSO podem ser de dois tipos: relacionais – que emanam da interação entre dois ou mais atores, seja através de respostas às postagens, curtidas ou compartilhamento do conteúdo um do outro – e associativos – que não demandam interação, mas apenas uma sensação de pertencimento a um grupo de atores com interesses semelhantes, como uma pessoa que segue uma *fanpage* sem interagir com as publicações. Na interação online, ambos os laços sociais são importantes para a circulação de informações na rede, visto que

> Enquanto os laços relacionais nessas ferramentas, em geral, apontam para os laços fortes, uma vez que são recíprocos, constituídos de interações mais ou menos frequentes, os laços associativos, por sua vez, apontam para os laços fracos, ou seja, aqueles que não possuem quase interação, mas que geram valor (por exemplo, trazem informação externa) e influenciam as redes sociais (RECUERO, 2012, p.133).

É através das trocas e circulação de informações nas RSO que surge a Conversação em Rede. Recuero (2014a), citando Maruschi, afirma que a conversação – entendida aqui como *offline* ou presencial – se dá através de interações orais entre dois ou mais indivíduos que seguem uma espécie de ritual no mesmo tempo e espaço: ocorre de maneira organizada, envolve a cooperação dos envolvidos e tem alternância clara de turnos de falas. Com o aparecimento de tecnologias que possibilitaram a interação através da internet, inicia-se a Comunicação Mediada por Computador (CMC), a qual acontece através da apropriação de espaços não destinados à conversação, entretanto, “a percepção das trocas textuais no ambiente da comunicação mediada por computador era vista simplesmente como uma metáfora para a conversação, mas não como uma conversação em si mesma, que só acontecia através da fala” (RECUERO, 2012, p.32). Tal ideia foi abandonada com o tempo e as primeiras concepções de conversação no ciberespaço deram-se quando se enxergou a possibilidade de diálogo através da escrita mediada por tecnologias virtuais.

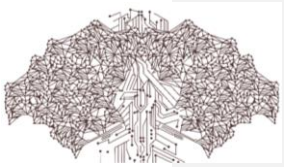


Porém, a Conversação em Rede pode ser encarada como a ampliação da CMC, pois aquela ocorre em sites de redes sociais online e se utiliza das conexões entre os atores nestes espaços para se propagarem para outros grupos de atores, inclusive, simultaneamente em diferentes plataformas. As conversações em rede são "diferenciadas dentro daquelas que existem no espaço online, pois emergem do espaço coletiva e publicamente dividido por dezenas, centenas ou milhares de indivíduos, seja este espaço constituído por uma hashtag, uma comunidade no Orkut ou um debate em torno de uma notícia publicada no Facebook" (RECUERO, 2012, p.122).

Na Conversação em Rede, o limite do espaço e do tempo é rompido. Assim como Putnam, Recuero (2012) entende que a conversação acontece pela persistência da troca de mensagens entre os atores das redes em um mesmo contexto, independe da localidade em que se encontram e do momento temporal. Ocorre, assim, um alargamento do espaço/tempo. O que permite a conversa entre os atores não é estar presencialmente numa mesma localidade ao mesmo tempo, mas sim, a copresença através da troca de mensagens em um mesmo contexto e isso pode se estender por minutos ou até meses. Quando a resposta é imediata, dizemos que a conversação é Síncrona; já quando a resposta é mais lenta e/ou se espalha por diversas plataformas, é chamada de Conversação Assíncrona. Vale lembrar que, no ciberespaço, nem sempre é possível separar totalmente uma conversação entre síncrona e assíncrona, pois ambas podem ocorrer simultaneamente.

Através da elasticidade do espaço/tempo, a Conversação em Rede ganha características impensadas na conversação *offline*, como a buscabilidade (recuperação de informações através de ferramentas de busca) e a replicabilidade (capacidade de replicar as informações publicadas). "Com isso, as conversações tomam outra dimensão: elas são reproduzidas facilmente por outros atores, espalham-se nas redes entre os diversos grupos, migram e tornam-se conversações cada vez mais públicas, moldam e expressam opiniões, geram debates e amplificam ideias" (RECUERO, 2014a, p.116). Há a amplificação e o espalhamento da conversação e a circulação de informações entre indivíduos que não estão diretamente conectados com os atores que deram início a ela, criando, assim, uma audiência invisível em que não se percebe todos os envolvidos na conversação.

Essa impossibilidade de restringir a audiência da conversação a torna essencialmente pública, pois, mesmo que um indivíduo restrinja suas publicações a seus amigos, ao interagir com um deles em uma publicação, ocorre a ampliação da audiência para outros participantes com os quais ele não é conectado. A Conversação em Rede tem como principal característica sua propagação entre vários grupos sociais, inviabilizando a sua privacidade (RECUERO, 2012). O ato de tornar público o que antes era privado, no entanto, permite que mais pessoas participem da



conversa, seja comentando, curtindo ou compartilhando o conteúdo da conversação, o que, de certa forma, pode ser entendido uma agregação de valor aos usuários, isto é, confere Capital Social a quem fala, responde ou divide a informação.

Em contrapartida, a visibilidade da conversação também pode inibir a interação entre os atores das redes sociais. Recuero realizou, em 2012, uma pesquisa entre usuário do Facebook para entender como as ferramentas de interação da plataforma eram utilizadas pelos usuário e descreveu os resultados no artigo "Curtir, compartilhar, comentar: Trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook", publicado na revista Verso e Reverso (vide bibliografia). Nele, a pesquisadora constata que o botão "Curtir" é usado para que o usuário tome parte da conversação sem participar diretamente da discussão e, com isso, demonstrar apoio aos participantes diretos sem se expor. Já o botão "Compartilhar" dá visibilidade e amplia o alcance de uma informação considerada, por quem compartilha, relevante para si e para os membros de sua rede social. Já o "Comentar" envolve maior engajamento e exposição de uma opinião, sendo a prática mais realmente conversacional. Todas essas ferramentas, em maior ou menor grau, conferem Capital Social aos atores da conversação e, também, a si mesmo, pois se um usuário curte, compartilha ou comenta um post, ele confia no conteúdo e/ou em seu autor. É através da observação de seus usos que podemos depreender como o Capital Social é reforçado ou enfraquecido em uma conversação.

O Editorial

Idealizado pelo jornalista Gilberto Dimenstein, o site Catraca Livre foi fundado em 2008, com a proposta de usar a comunicação para empoderar os cidadãos através de informações acessíveis e de qualidade[4]. Para garantir tal posicionamento, o veículo se valeu de um recurso até então usado com limitações por outros portais: a participação do público-leitor para a produção e divulgação de conteúdo relativo à sua linha editorial. Além disso, há também perfis do veículo em site de redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram. Para este trabalho, decidimos utilizar a coleta de dados da *fanpage* do site no Facebook, plataforma em que as postagens são mais assíduas e o veículo mais ativo.

No dia do acidente aéreo, ao ver os posts do site e a repercussão nos comentários, decidiu-se produzir um artigo sobre o tema, assim, todas as postagens relativas ao incidente com o time da Chapecoense foram coletadas manualmente e o perfil na RSO visitado em busca de novas publicações de hora em hora. Nos seis dias seguintes, a *fanpage* foi escrutinada duas vezes ao dia

[4] Informação do site do Catraca Livre, seção "Quem Somos". Disponível em: <https://catracalivre.com.br/quemsomos/>. Acesso em: 31 mar. 2017.

– às 10h e às 19h – na tentativa de encontrar novas publicações sobre o tema, mas nada foi veiculado.

Assim, foram identificadas oito postagens relativas ao desastre. As quatro primeiras sobre temas correlatos ao acidente aéreo, mas cujo conteúdo não fazia referência direta a ele ("Medo de voar? Saiba como lidar com isso!", "10 mitos e verdades sobre viajar de avião", "Passageiros que filmam pânico em avião" e "10 fotos de pessoas em seu último dia de vida"). Dois compartilhamentos de publicações que se referiam diretamente ao incidente com o time da Chapecoense (um vídeo produzido pelo jornal Folha de São Paulo e uma imagem postada pelo jornal O Estado de São Paulo). Além de dois editoriais, o primeiro, assinado pela equipe do Catraca Livre (vide imagem 1, item a) informando que estavam apenas prestando um serviço de utilidade pública, e um segundo (vide imagem 1, item b) em que o idealizador do site, Gilberto Dimenstein, assumia os erros cometidos pelo veículo naquele dia.

> A responsabilidade pelo erro em relação às reportagens sobre o Chapecoense tem um nome e sobrenome: Gilberto Dimenstein, criador do Catraca Livre.
> Ninguém participou da decisão, exceto eu. Ganhei muitos prêmios como escritor e jornalista - e aprendi que pior do que errar é não reconhecer o erro. Aliás, toda a redação foi contra e, numa conversa franca, expuseram suas discordâncias. Aprendi que errar é uma fonte de aprendizado enorme.
> Portanto, peço desculpas se as reportagens feriram as pessoas. E se tiverem que culpar alguém, apontem apenas para mim.
> Espero, assim, ser melhor do que fui (CATRACA LIVRE, 2016) [5].

Dada a repercussão desta última publicação – cerca de 22 mil comentário, 51 mil reações/curtidas e 1895 compartilhamentos, em 06 de dezembro de 2016 – e o simbolismo de seu conteúdo, que, por fim, resumia os fatos do dia, ela foi escolhida para este trabalho para a verificação de como, através da análise da Conversação em Rede, seria possível depreender se houve ou não enfraquecimento no Capital Social resultante do engajamento dos seguidores da página do Catraca Livre no Facebook. Para tanto, foram selecionados os três primeiros comentários baseados no critério de relevância de acordo com o próprio Facebook – que estabelece que os comentários com mais curtidas ou respostas e os feitos por páginas e perfis verificados aparecerão primeiro[6] – e as suas respectivas respostas. O primeiro comentário foi

[5] Disponível em: <https://www.facebook.com/CatracaLivre/posts/1432751656761841:0>. Acesso em: 05 abr 2017.
[6] Informação disponível no site do Facebook Brasil. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/help/539680519386145>. Acesso em: 31 mar. 2017.

curtido 14921 vezes e tem 237 respostas; o segundo 308 respostas e 14928 curtidas; e o terceiro tem 649 respostas e foi curtido por 9238 usuários.



Imagem 1 - Editoriais divulgados na fanpage do Catraca Livre em 29/11/2016 [7]

Com caráter qualitativo, este trabalho se baseia na metodologia de Análise de Redes Sociais descrito por Fragoso, Recuero e Amaral no livro "Métodos de pesquisa para internet" (2015), porém aplicados à conversação em rede (RECUERO, 2012). Não nos interessa aqui o enfoque no mapeamento do aspecto estrutural da rede – onde se verifica a qualidade das conexões estabelecidas entre os atores –, mas sim, enfoque no aspecto semântico/discursivo, já que ele "auxilia na compreensão do significado das mensagens, de onde é possível depreender o conteúdo dos laços sociais" (RECUERO, 2012, p.203). Esta decisão foi tomada pelo interesse no estudo apenas nos comentários recebidos pelo editorial na *fanpage* do Catraca Livre no Facebook e não em curtidas e compartilhamentos, ou seja, o espalhamento da informação entre as redes dos atores. É uma rede ego a um grau de conexão[8]. Mesmo porque, "para que se estude o capital social dessas redes é preciso estudar não apenas as suas relações, mas igualmente o conteúdo das mensagens que são trocadas através delas" (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2015, p.123).

[7] Fonte: PrintScreen da página do Catraca Livre no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/CatracaLivre/>. Acesso em: 30 nov. 2016.
[8] Rede traçada a partir de um determinado ator, neste caso, o post do Catraca Livre, e o grau de conexão corresponde às respostas ao post, ou seja, os comentários (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012).

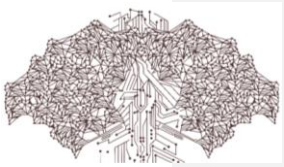
Para nos auxiliar a analisar os comentários, utilizaremos a classificação de interação, baseada na ação sobre o laço social, proposta por Fragoso, Recuero e Amaral (2015, p.130 a 132):

a) *Interação de construção* – aquela usada ou para estabelecer um laço ainda inexistente ou usada para aprofundar uma relação;
b) *Interação de manutenção* – aquela que pretende manter o laço no patamar em que já está, geralmente usada para mostrar que o usuário está acompanhando a discussão;
c) *Interação de desgaste* – aquelas que explicitam um conflito que pode gerar o fim da conexão.

Os comentários

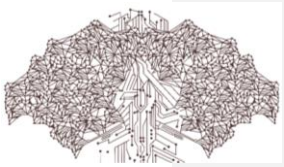
O primeiro comentário[9] foi publicado dia 29/11/2016 às 16h44 e contém o seguinte texto: "Catraca Livre pedindo desculpas parece ex quando é pego traindo", seguido de uma imagem com as seguintes frases: "Quem nunca errou atire a primeira pedra", "erramos", "Catraca Livre pede desculpa aos seus leitores". A publicação foi curtida 14921 vezes, tem 237 respostas e exalta um caráter de interação de desgaste em relação ao veículo. A grande maioria das respostas deste comentário mostram interações de desgaste em relação ao editorial e também ao próprio veículo, como "#CatracaLixo"; "Catraca livre citando bíblia pra tentar de redimir? As coisas devem estar ruins mesmo pra eles" (em referência ao conteúdo do editorial); "O que está acontecendo agora, é que a página que sempre se sustentou em atacar e denigrir quem discorda dela (através do politicamente correto), agora está sendo mordida pelo mesmo monstro que ajudaram a criar - o assassinato de reputações. Boa sorte, #CatracaLixo"; "Catraca livre diz: Quem nunca errou que atire a primeira Pedra. Seus seguidores diz: dessa distância não! Powww!!! Pedrada na Page. Descurtindo esse lixo". Além de várias imagens de emojis vomitando (vomitaço), *printscreen* e montagens com as publicações das matérias sensacionalistas do site e imagens pedindo que as pessoas descurtam a página do Catraca Livre. Mas, ao mesmo tempo, algumas respostas que criticam o Catraca Livre podem ser entendidas como interação de construção com o autor do comentário. "Igualzinho mesmo, eles até tentaram desconversar com outras publicações antes de assumir de vez... Melhor analogia" ou "Mas foi hahahahaha" (em resposta ao comentário). Outra parcela significativa das respostas, porém em menor número, são interações de manutenção, como "kkkkkk", "Desculpe-me mas eu ri.....", "Putz eu ri tb" ou emojis rindo (em relação ao comentário) ou de construção (em relação à conversa como um todo): "O que houve?!", "Oq aconteceu, oq o catraca fez?". Apenas uma pequena parcela dos comentários dos comentários

[9] Os comentários e respostas estão reproduzidas da maneira fiel a como foram publicadas no Facebook, por isso os erros de concordância e grafia.



defende o veículo, criando interação de construção com o Catraca Livre: “Engraçado que quando uma militante perdeu um olho em uma ação da policia só comentarios dizendo que era para ele ter acertado os dois olhos ai essas mesmas pessoas estão atacando o catraca, engraçado ne... sensibilidade seletiva.”, “Agora vem um monte desses bostas criticar uma página que nem seguem. Vão pra página do bozonaro.” e “Ai, ai... "Faça o que tu queres pois é tudo da lei". Inclusive descurtir essa página. Mas eu não.”. E nenhuma resposta critica o comentário que abre este tópico.

O segundo comentário tem o seguinte teor: “Ganhou prêmios?? Foda-se. Isso não foi suficiente pra deixar de ser um completo imbecil. E não é só o erro, mas a justificativa medíocre depois, a tentativa de passar a responsabilidade da falta de ética da página para a sensibilidade do leitor e ainda dizer agora que a página está sendo alvo de ódio. Olha, tem níveis e níveis de canalhice, mas a de hoje ganhou o prêmio. Parabéns por mais um, Dilmenstein”. Ele foi publicado no dia 29/11/2016 às 17h38, curtido por 14928 pessoas e respondido por 308 vezes. O comentário, por si só, já demonstra uma interação de desgaste em relação ao editorial e ao site. E, por ser a comentarista uma jornalista de um conhecido site de economia brasileiro, grande parte das respostas à sua fala foram puramente de interação de construção: “Isso mexxxxmo, Renatinha!”; “Pra variar, acertou em cheio!! Renata, vc é demais!”; “Quando crescer quero ser como você, parabéns!!!!”; “Que mulher!”, “Obrigada pela diferença que você faz nas nossas vidas e na nossa pátria amada, Renata! Deus te abençoe, linda!”. Mas, assim como no post anterior, algumas pessoas ao interagirem de maneira construtiva com a autora do comentário, demonstraram interação de desgaste com o veículo: “Parabéns Renata, vc disse tudo o que eu pensava, página lixo e de baixa qualidade, não sei como a página ainda continua ativa, que sirva de lição para aprender a pensar duas vezes antes de postar merda por ai!” ou “Obrigada pelas palavras Renata. Ser ganhador de prêmios não te faz menos cretino”. Boa parte dos comentários também representa puramente interação de desgaste com o veículo: “descurtido... estou abismado ainda.... povo sem noção... pagina de merda”, além de memes com a Carolina Ferraz dizendo “Eu ganhei prêmios”, em alusão ao conteúdo do editorial, novamente a #CatracaLixo e pedidos para que pessoas descurtam a página. Entretanto, o tom das respostas foi pouco polido e o debate que antes eram sobre a comentarista, o editorial e o acidente desvirtuou-se para um debate político, em que o veículo é acusado de defender pautas de esquerda e, com isso, destaca-se mais uma vez uma interação de desgaste: “Tem a ver com a hipocrisia ideológica esquerdista sim, que sempre vem justificar seu vitimismo e tentando dominar espaço por meio da guerra cultural. Já identificamos seus modos operandi, não fazem mais ninguém de trouxa, estamos todos espertos”, em resposta, interações de desgaste tanto em relação com os demais debatedores quanto com o site: “Catraca



Livre cagou. Foi tão oportunista a ponto de ultrapassar limites que um jornalista ético não ultrapassaria. Mas não tem NADA HAVER com política ou esquerda e direita. Sejam menos ignorantes". Nesta postagem, porém, a comentarista também foi alvo interações de desgaste: "Que bom que a Renata e todos vocês juízes são perfeitos! Parabéns", "O que tem a ver isso com esquerda ou direita, tentar demonizar um trabalho que pode-se ou não concordar, por causa de uma posição ideologia. Aliás a dona da postagem, continua achando que abafa em fazer comentários com palavreado inadequado e com má educação". E, por fim, um número muito pequeno de respostas que evidenciam interação de construção em relação ao veículo e ao editorial: "Amo a catraca, vou continuar curtindo, Ah a catraca ja sabe que daqui a uma semana estará to do mundo de volta kkkk", "Já de desculpou. Deixa de mimimi".

Já o terceiro comentário (29/11/2016, às 22h11) analisado neste estudo obteve 9238 curtidas e 649 comentários instigados pelo seguinte texto: "Estou assustado, com a insistência que alguns possuem em disseminar a intolerância e o ódio. Esta parecendo que tem gente aproveitando o ensejo para semear a raiva. O Catraca já se desculpou. Não é o Catraca que escolhe quem o segue....". É uma interação de desgaste com os demais comentaristas e de manutenção com o veículo. Entretanto, a grande maioria das respostas são de interação de desgaste tanto com o comentarista quanto com o veículo e seu editorial e, muitas delas, sem polidez: "Vai tomar no seu cu filho da puta, a cagada foi feita e a culpa nunca e do culpado, tipico de esquerdista! N bota na nossa conta seu merda!!!!!!", "Some daqui seu nojento puxa saco de merda, Assim como essa merda de catraca livre, vc tbm é um lixo, seus lixos", "Os caras vem usar a tragédia pra trampolinar like, clique e view e é o leitor da página que está disseminando discurso de ódio? Tomar no cu bixo", "Senta lá, Cláudia. Agora não se pode exigir o mínimo de decência jornalística de um blog que tinha 8 milhões de seguidores? São formadores de opinião. Isso é uma irresponsabilidade que foi realçada pela arrogância desse site. Se vc baba ovo disso só lamento", "amigão, todo dia o catraca livre acaba com todo mundo que discorda dele e agradece quando alguma página ou pessoas que eles não gostam são derrubados, chegou a hora de sentirem o próprio veneno!", além de um "vomitaço" no post e respostas instigando descurtir e denunciar a página. Porém, também há respostas de interações de construção com o autor do comentário, de manutenção com o site e de desgaste com as pessoas que responderam negativamente a postagem: "super concordei com vc Felipe, segue o catraca quem quer. Infelizmente não podemos agradar a todos, e já foi pedido desculpas", "Nossa nem fale, a página já reconheceu o erro e pediu desculpas, mas tem gente que continua aqui pregando o ódio!". Algumas respostas que evidenciam o desgaste com os usuários que responderam o comentário também mostram o desgaste com o Catraca Livre: "Verdade, Felipe! Acho bacana que ficam postando textinho de

"viva o hoje como se não houvesse amanhã" "ame sem medidas" "perdoe, o tempo não volta", mas não conseguem aceitar um pedido de desculpas! Ahh, por favor! Galera errou (e errou feio) mas assumiu o erro e pediu desculpas! Parem de espalhar o ódio e se unam para o bem, pra tentar aliviar a dor de tanta gente!". Outras respostas, em menor número – mas mais frequentes do que nos outros dois comentários analisados – evidenciaram interações de construção com o veículo: "Outras paginas postaram vídeo do pre tragedia, um até postou o resgate do ultimo sobrevivente e não vi esse fuá todo. Isso é desculpa de quem já queria derrubar a page", "o Globo Esporte fez o mesmo e aí? Desculpa mas isso é coisa de gente insatisfeita com o teor da pagina".

Discussão e considerações finais

Como se pode observar da descrição dos três comentários, grande parte dos atores demonstrou interação de desgaste com a página, seja pelo que foi publicado no dia do acidente, seja pelo conteúdo que ela cotidianamente veicula. Ao analisar o conteúdo dos comentários percebe-se que, muitas pessoas que participaram da Conversação em Rede o fizeram não por seguir a página, já tendo um laço relacional estabelecido com ela, mas pela publicização do conteúdo, tornando, assim, a audiência invisível. É através do espalhamento das postagens, que atores não conectados à página foram expostos às publicações e, assim, sentiram-se à vontade para participar ativamente, ou seja, comentar (e não apenas curtir ou compartilhar).

No entanto, ainda que atores que não seguiam as postagens da *fanpage* não tivessem participado da conversação, percebeu-se uma queda no número de curtidas na semana seguinte ao acidente (vide gráfico 1).

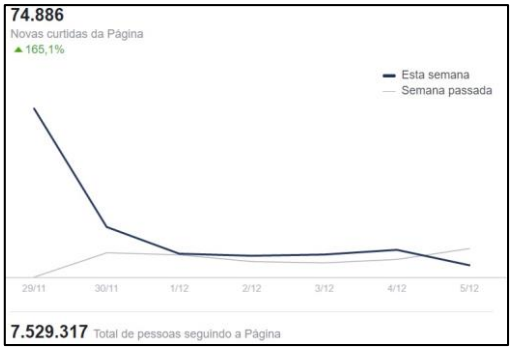
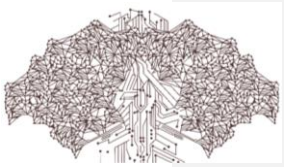


Gráfico 1 - Queda de curtidas na semana seguinte ao acidente aéreo[10]

[10] Gráfico obtido na *fanpage* do Catraca Livre no Facebook, gerado pela própria ferramenta em 05 de dezembro de 2016.



O que se pode afirmar é a tendência de que a confiança na página do veículo na rede social online diminuiu e isso se refle não apenas nos comentários de suas postagens, como também na queda do número de pessoas que seguiam suas publicações e na preocupação do site em publicar mais de um editorial desculpando-se por suas estratégias editorias daquele dia, inclusive com o idealizador do veículo assumindo a culpa pessoalmente. As interações de desgaste se mostraram muito persistentes durante todo a comunicação.

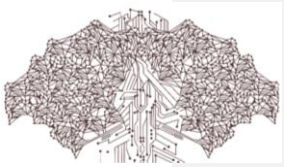
A visibilidade, replicabilidade e a buscabilidade também foram detectadas na observação dos diálogos, uma vez que usuários diziam nunca terem curtido a página, comentaram o post e *printscreens* das publicações ou de outros comentários/respostas rechaçadas pelos atores foram replicadas durante a conversação. Além disso, a elasticidade do tempo/espaço também pode ser verificada pela diversidade de atores interagindo e pelo tempo em que a conversação durou (as últimas respostas aos comentários analisados são dos dias 30 de novembro ou 01 de dezembro).

A queda no número de curtidas da página sugere que os laços sociais foram rompidos. Entretanto, não se pode afirmar com certeza se apenas os fracos ou associativos foram quebrados ou se também os fortes e relacionais. Essa afirmação demanda um estudo por um período mais longo de tempo.

Após todas essas constatações acima, observou-se uma queda na confiança dos atores com o veículo e uma baixa reciprocidade, visto que os comentários e respostas defendendo o site eram muito menos frequentes que os que criticavam e denegriam suas publicações. Além disso, em momento algum o veículo respondeu aos comentários dos usuários. Somando-se a isso o fato de o número de curtidas da página ter diminuído drasticamente, pode-se averiguar que houve queda no Capital Social da *fanpage* nos termos de Robert Putnam.

As estratégias editoriais adotadas pelo Catraca Livre no dia da queda do avião do time da Chapecoense devem servir de exemplo a não ser seguido para outros profissionais que trabalham com jornalismo online e mídias sociais, visto que elas não foram bem aceitas pelo público a que se destinavam e, ao final, acarretaram perda de credibilidade e de audiência do veículo nas redes sociais, isto é, houve perda de Capital Social. E é o Capital Social um dos elementos mais importantes para que os veículos sobrevivam no meio online, tanto na obtenção e manutenção de um público, quanto na captura de anunciantes e recursos financeiros que sustentem o negócio.

Para que não se cometa o mesmo erro, é necessário conhecer a fundo o perfil dos atores que interagem com a sua rede social online e de que maneira eles esperam que o veículo se comporte nelas. E, claro, cumpram regras sociais básicas como respeito aos direitos humanos e bom senso. E, se ainda assim ocorrer um mal entendido entre o veículo e os atores que o seguem, tentar corrigi-lo o mais rápido possível, não insistir no erro e não ignorar seu público.



Referências Bibliográficas

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

HIGGINS, Silvio Salej. **Fundamentos teóricos do capital social.** Chapecó: Argos, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da conexão:** criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais:** linguagens, ambientes e redes. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

PUTNAM, Robert. Capital Social e Democracia. **Braudel Papers,** São Paulo, v. 1, n. 10, p.03-14, jan. 1995. Bimestral. Disponível em: <http://pt.braudel.org.br/publicacoes/braudel-papers/10.php>. Acesso em: 28 mar. 2017.

_____. **Jogando boliche sozinho: colapso e ressurgimento da coletividade americana.** Curitiba: Instituto Atuação, 2015. 1ª ed. Tradução: Marcelo Oliveira da Silva.

RECUERO, Raquel. **A Conversação em Rede:** Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012. 2ª ed.

_____. Curtir, compartilhar, comentar: Trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso,** Porto Alegre, v. 28, n. 68, p.114-124, maio 2014a. Quadrimestral. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos. http://dx.doi.org/10.4013/ver.2014.28.68.06.

_____. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Ed. Sulina, 2014b. 2ª ed.

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital:** Internet, informação e comunicação. 2. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

A VIRTUALIDADE NA RELAÇÃO ENTRE PAIS E FILHOS JOVENS: ASPECTOS GERACIONAIS NOS USOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO [1]

Vanina Costa Dias[2]; Márcia Stengel[3]; Simone Pereira da Costa Dourado[4]; Marilza de Lima Friche[5]; Samara Sousa Diniz Soares[6]; Jéssica Buthers Lima Ferraz Fraga[7]; Luis Filipe Santos[8]

Resumo

Partindo da compreensão de que os recortes geracionais têm instituído às ciências humanas e sociais novas questões e tomando como referência as análises de Mannheim (1961) para a compreensão das relações entre grupos geracionais, particularmente os que dividem pais/filhos e que podem ser identificados por uma oposição jovens/velhos, analisaremos nessa pesquisa de que forma jovens e adultos tem usado as tecnologias de informação e comunicação no seu cotidiano e compreender como essas novas tecnologias têm impactado a relação entre pais e filhos. Para alcançar tais objetivos, realizaremos um estudo qualitativo a partir da análise dos dados

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 - Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Doutora em Psicologia pela PUC Minas com estágio doutoral na Faculdade de Ciência Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa/Portugal. Mestre em Educação pela PUC-Minas. Graduada em Psicologia pela PUC Minas, Psicóloga Clínica e Professora no em cursos de Pedagogia, Psicologia e Direito. Pesquisadora e participante do grupo de pesquisa Além da tela: psicanálise e cultura digital do Departamento de Psicologia da UFMG. Email: vaninadias@gmail.com

[3] Doutora em Ciências Sociais pela UFRJ (2004) e pós-doutorado em Educação pela UFMG (2013). É graduada em Psicologia pela UFMG (1992) e mestre em Psicologia pela UFMG (1996). Professora da Graduação e do Programa de Pós-graduação de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Email: marciastengel@gmail.com.

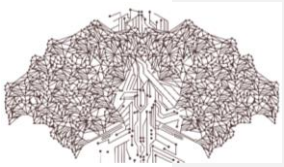
[4] Graduada em Ciências Sociais pela UFRJ (1994), mestrado em Sociologia e Antropologia pela UFRJ (1996) e doutorado em Ciências Sociais pela UFRJ (2003). Professora associada do Departamento de Ciências Sociais, da Universidade Estadual de Maringá. Tem experiência na área de Antropologia, com ênfase em Antropologia Urbana. Email: simone.dourado890@gmail.com

[5] Mestre em Psicologia pela PUC Minas, Pós-graduada em Educação pelo Centro Universitário Claretiano, Graduada em Psicologia pela PUC Minas. Psicóloga clínica, especializada em terapia sistêmica. Atuou como professora e orientadora de projetos de graduação do curso de Artes Visuais/ Licenciatura da Escola de Design da UEMG Gerais. Email: liufriche@yahoo.com.br

[6] Mestranda em Psicologia pela PUC Minas (bolsista CAPES). Possui graduação em Psicologia pela PUC Minas (2015). Interesse em pesquisas com temáticas relacionadas à adolescência, juventude, novas tecnologias e o impacto delas sobre a subjetividade humana. Email: samarasousadiniz@gmail.com

[7] Graduada em Psicologia pela PUC Minas – Bolsista Técnica de Pesquisa FAPEMIG. Email: jessicabuthers@hotmail.com

[8] Graduando em Psicologia pela PUC Minas – Bolsista de Iniciação Científica – FAPEMIG. Email: luisfilipe.puc@gmail.com



quantitativos das pesquisas TIC *Kids Online* além de entrevistas semiestruturadas com pais e filhos jovens de Belo Horizonte – MG e Maringá – PR e utilizaremos a análise de conteúdo para analisarmos os dados da pesquisa. Embora tratar-se de uma pesquisa em andamento que ainda se encontra em sua primeira fase metodológica, visto que as entrevistas ainda estão sendo realizadas, já é possível afirmar que a virtualidade tem produzido novos discursos no sistema familiar, interferindo nas relações parento-filiais e, consequentemente, alterando as barreiras geracionais. São os jovens que colocam aos adultos o problema de como fazer e de que forma fazer uso das TIC's. A introdução no mundo virtual e seu uso têm sido um dos discursos que os jovens têm trazido para a família, provocando alteração nas relações entre pais e filhos.

Palavras-Chave: Cultura digital, geração, mediação, juventude

Introdução

As interrogações que motivaram essa pesquisa partiram da compreensão de que os recortes geracionais têm instituído às ciências humanas e sociais novas questões. Acreditamos que as análises de Karl Mannheim (1961), particularmente aquelas apresentadas em seu ensaio *O problema da juventude na sociedade moderna*, publicado na obra *Diagnóstico de Nosso Tempo*, são particularmente importantes para a compreensão das relações entre os diferentes grupos geracionais, particularmente os grupos que dividem pais e filhos e que podem ser identificados por uma oposição entre jovens e adultos.

Reconhecemos que jovens e adultos são categorias sociais construídas a partir de algumas arbitrariedades, como a que fixa uma faixa etária específica para cada grupo (BOURDIEU, 1983) e que tais etapas da vida são relacionais. Atualmente, vemos um processo em que as fronteiras entre elas têm se dissolvido ou, nos termos de Debert (2010), há um embaçamento das fronteiras entre as idades. Se à modernidade correspondeu uma cronologização da vida, a pós-modernidade produz uma desconstrução dos ciclos da vida em prol de um estilo unitário. Giddens (1993) reforça o argumento ao afirmar que falar em etapas da vida perde sentido na modernidade, uma vez que as conexões entre vida pessoal e troca entre gerações se quebram.

Para além de tais mudanças, as relações intergeracionais também têm sido afetadas pela rapidez na implementação de novas tecnologias, transformações relacionadas à informatização e na obsolescência das técnicas produtivas e administrativas, o que provoca mudanças nas relações familiares e na configuração das unidades domésticas. A família é um espaço privilegiado para a observação das relações intergeracionais, especialmente durante a juventude dos filhos, pois, neste momento, os jovens têm seu status modificado pelos processos de individuação e autonomização, que redefinem relações intra e intergeracionais.

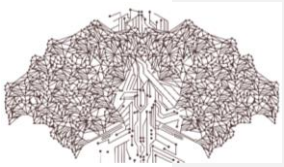
Em se tratando do uso das tecnologias são os jovens que colocam aos adultos o problema

de como fazer e de que forma fazer uso das tecnologias da informação e comunicação – TIC's. Na medida em que os jovens ampliam seus círculos sociais trazem para a família novos discursos que promovem abalos no discurso familiar oficial (LÉVI-STRAUSS, 1982), que não será mais o mesmo, assim como alterações na dinâmica familiar. A introdução no mundo virtual e seu uso têm sido um dos novos discursos que os jovens têm trazido para a família, provocando, assim, alteração nas relações entre pais e filhos. Ao observar os usos que esses dois grupos efetuam dessas tecnologias, buscamos responder se essa continua sendo uma boa questão para pensar as relações entre jovens e adultos. As mudanças introduzidas pela chegada das novas tecnologias da informação e comunicação no ambiente familiar alteram, inclusive, as percepções que esses diferentes grupos geracionais guardam de si. Nesse sentido, o objetivo dessa pesquisa é avaliar os condicionantes das mudanças promovidas pelos usos feitos na atualidade das novas tecnologias da informação e comunicação na esfera doméstica por pais e filhos.

Nesse contexto, buscaremos analisar como as relações entre pais e filhos jovens passam a ser mediadas pelos usos que ambos os grupos fazem das TIC's, analisando de que forma jovens e adultos têm usado as tecnologias de informação e comunicação no seu cotidiano e ainda compreender como o uso destas tecnologias tem impactado a relação entre pais e filhos jovens. Nossa investigação parte de um estudo dos dados da pesquisa TIC *Kids Online* coletados em 2015 e 2016 e de entrevistas semiestruturadas com jovens entre 15 e 24 anos, e seus pais, divididas igualmente entre Belo Horizonte – MG e Maringá – PR.

A Análise de Conteúdo, metodologia utilizada nesta pesquisa para análise dos dados, se constitui como um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens (BARDIN, 2009). A análise de conteúdo é, pois, um método que pode ser aplicado na pesquisa quantitativa e na qualitativa, mas com aplicações diferentes, sendo que na primeira, o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo, enquanto na segunda é a presença ou ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é considerado (BARDIN, 2009). A partir dessa análise, buscamos responder: Será que a virtualidade tem interferido nesses lugares geracionais? Se sim, como? O uso da internet pode ser pensado como uma forma que os pais encontram para uma "juvenilização" de si e uma diminuição da diferença geracional?

Dialogando com estudos de Karl Mannheim (1961), José Ortega y Gasset (1966) Pierre Lévy (1996), Manuel Castells (1999), bem como José Machado Pais (2003), David L. Levisky



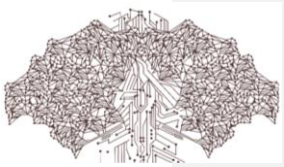
(1995), buscaremos pensar como a introdução no mundo virtual e seu uso tem sido um dos novos discursos que os jovens têm trazido para o âmbito familiar. São eles quem apresenta este mundo aos pais e lhes ensinam como circular por ele, provocando alterações nas relações parento-filiais. Nesse sentido, nossa pesquisa avalia se as mudanças introduzidas pela chegada das TIC's no ambiente familiar modificam as percepções que esses diferentes grupos geracionais guardam de si.

Percepção dos adolescentes e seus pais sobre o uso das TIC's

Como temos percebido em nossa realidade social, que é marcada pelo uso cada vez mais constante das tecnologias de informação e comunicação (TIC's) para as mais diversas atividades, a virtualidade se tornou um novo espaço de vivências e relacionamentos que ocasionam múltiplas experiências e trazem consigo uma nova dimensão de mundo, alterando as relações interpessoais e interferindo diretamente na vida cotidiana das pessoas. No entanto, pesquisas demonstram que existem significativas diferenças entre o uso que adolescentes e adultos fazem da internet e, consequentemente, nos efeitos que ela produz.

Primo (2016b) analisa essas diferenças geracionais no uso de serviços *on-line* para manter contato com amigos, observando a apropriação de uso dos mais variados serviços de acordo com a faixa etária. Esse autor chama a atenção para o fato de que os pais ou responsáveis pelos adolescentes, ou seja, pessoas entre 41 e 50 anos, são os que mais utilizam o Facebook para conversar com os amigos (98,2%), seguido dos jovens entre 21 e 30 anos (96,5%), dos que possuem entre 31 e 40 anos (94,8%), daqueles com mais de 50 anos (93,6%) e, em último lugar aparecem os adolescentes (92%). As análises desses dados demonstram que, embora o Facebook seja utilizado por pessoas das mais variadas faixas etárias para manter contato com os amigos - motivo primordial apontado pelos internautas para seu uso - jovens e adolescentes utilizam menos esta rede social do que seus pais ou responsáveis e familiares mais velhos. O compartilhamento da mesma ambiência virtual com familiares tem ocasionado, inclusive, a migração dos jovens para outros serviços em busca de maior privacidade (JIVANDA, 2013; TATE, 2013 apud PRIMO, 2016b).

Quando analisa o uso do *Whatsapp*, esse pesquisador observa uma queda no percentual de utilização na medida em que a faixa etária se eleva. Adolescentes entre 16 e 20 anos o utilizam majoritariamente (92%) ao passo que o outro extremo, entre pessoas com mais de 50 anos, o número cai para 63,8%. No caso do uso do e-mail, o fenômeno é inverso. Apenas 44% dos respondentes na faixa etária dos 16 aos 20 anos utiliza ou utilizou o e-mail para manter contato



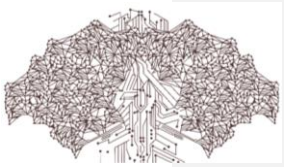
com amigos, enquanto 85,1% dos respondentes com mais de 50 anos disseram fazer uso da ferramenta. Ou ainda, as faixas de 41 a 50 anos, ou mais de 50 não assinalaram o uso do aplicativo *Tinder*, deixando tal prática exclusivamente para os adolescentes (6%), jovens (4,6%) e adultos (2,6%).

Em pesquisas realizadas pelo Cetic.Br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação) verificou-se uma tendência de crescimento da proporção de usuários de internet: em 2008, ela era de 39%, ao passo que em 2016, 61% da população brasileira se conectou à rede, o que equivale a 107,9 milhões de usuários no país. Chama nossa atenção no último levantamento dessa pesquisa (2016) a diferença de usuários de internet por idade: enquanto a faixa etária de indivíduos entre 10 e 34 anos apresentou proporções superiores a 80%, a dos indivíduos de 45 a 59 anos alcançou 54%, e entre aqueles de 60 anos ou mais apenas 24% eram usuários de internet.

Os dados demonstram que as diferenças quanto à forma de utilização das novas tecnologias variam de acordo com diversos fatores, inclusive os etários e, todas essas questões se reproduzem no núcleo familiar na relação entre os jovens e seus pais. As tecnologias de comunicação e informação, que, até muito recentemente, eram, predominantemente, dominadas pelos adolescentes, atualmente têm sido utilizadas em grande escala também por seus pais, mesmo que de forma diferente, como apresentado por outras pesquisas anteriormente citadas. A realidade ora analisada tem promovido significativas alterações nas relações entre os adolescentes e seus pais e em toda a dinâmica familiar. Tais mudanças fazem da família um espaço privilegiado para a observação das relações intergeracionais relacionadas aos usos das TIC's, especialmente durante a adolescência dos filhos, pois, neste momento, eles têm seu status modificado pelos processos de individuação e autonomização, que redefinem relações intra e intergeracionais.

Nesse contexto, respondendo ao objetivo já apontado de conhecer os aspectos geracionais na utilização das novas tecnologias, nossa investigação vem propor a análise de como as relações entre pais e filhos adolescentes passam a ser mediadas pelos usos que ambos fazem delas. Nesse primeiro momento da pesquisa, utilizamos como percurso metodológico a análise qualitativa dos dados já tratados estatisticamente da pesquisa TIC Kids *Online*, desenvolvida pelo Cetic.br, coletados em 2015 e 2016. Destes dados, foram selecionados os que se referem aos aspectos gerais de uso da internet pelos pais e adolescentes e às atividades de mediação realizadas pelos pais/responsáveis com o objetivo de analisar as consonâncias e dissonâncias na apropriação do uso pelos dois grupos, bem como conhecer as práticas de mediação que são realizadas.

Ao tratar dos aspectos gerais de uso da internet, os dados dessa pesquisa demonstram que embora mais da metade dos pais entrevistados acessem a internet diariamente (61%), o uso da



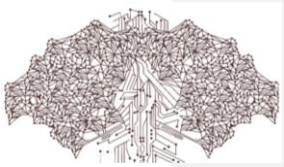
rede como rotina cotidiana ainda é uma tendência mais fortemente observada entre os adolescentes. Mais de 77% deles se conectam diariamente à internet e se apropriam dos sites de rede social quase que unanimemente (96%). A importância que estes *softwares* sociais possuem para os sujeitos contemporâneos já é conhecida e os incontáveis usuários do Facebook, maior representante deste segmento na atualidade, comprovam tal realidade. Esse lugar diferenciado que os sites de redes sociais ocupam, especialmente na vida dos adolescentes, está intimamente ligado às infinitas possibilidades de vivência e experimentação que proporcionam aos seus usuários.

Mais que a possibilidade de se expor e exibir conteúdos de si, como alguns julgam, e potencializar a exaltação de si, a autopropaganda e o autoelogio permanente (LE BRETON, 2017), os sites de redes sociais e as redes sociais que são neles constituídas e mantidas são "intensificadoras do Eu, caixas de ressonância para o sentimento de existir" (LE BRETON, 2017, p. 18). Inflação e exposição de si que, para além do uso narcisista e individualista, são muitas vezes utilizadas como convite à interação. Como pontua Landim (2017), na rede, a interação social acontece através das imagens performáticas que são nela veiculadas. Dessa forma, os ambientes virtuais tão frequentados pelos adolescentes podem e diversas vezes são utilizados para construção de si a partir do outro no laço social. Como também afirma Boyd (2015, p. 57):

> Embora os adolescentes se desloquem entre contextos sociais diferentes – incluindo os mediados como os que são produzidos pelos públicos em rede e os não mediados, como os construídos na escola – gerem a dinâmica social de formas diferentes.

As TIC's, geralmente, são usadas pelos pais e seus filhos em sua própria residência, 93% e 86%, respectivamente (CETIC, 2016). Este dado é reiterado pelas pesquisas de Maidel e Vieira (2015) e Almeida et al. (2013), que também registram a casa dos pais como o lugar mais comum de uso das TIC's pelos adolescentes. Entretanto, o uso expressivo (81% e 85%) da rede por parte dos adolescentes quando estão na casa de outras pessoas também é significativo.

Paradoxalmente, a casa, ícone do mundo privado, aparece como o lugar primordial para o acesso à rede, isto é, ao mundo público. Tal ambivalência sinaliza como as novas tecnologias impactam diretamente na fractalização dos mundos *on-line e off-line*, não cabendo mais, inclusive, esta divisão. Ademais, faz pensar como as novas tecnologias são potentes em fazer com que o sujeito contemporâneo experimente situações ambivalentes. Se, por um lado, a segurança do privado possibilita a adolescentes e adultos adentrarem ao mundo público por meio da rede com maior grau de segurança e controle sobre seus comportamentos e reações bem como os do outro, essas mesmas tecnologias são aquelas que dificultam o desenvolvimento de habilidades



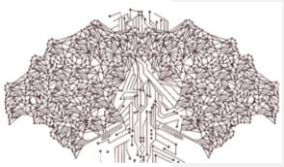
sociais que são próprias do encontro presencial sem a mediação da tela. Se elas facilitam o iniciar, manter e romper relações sociais, por exemplo, de forma mais rápida e menos dolorosa, também criam uma assepsia relacional que enfraquece o desenvolvimento de habilidades necessárias aos sujeitos.

Como observamos na pesquisa, percebe-se que o uso significativo da internet em outras casas sugere a relação de dependência que os adolescentes têm, muitas vezes, com o seu aparelho celular, principal meio de acesso à internet atualmente. Devido ao lugar quase coextensivo do corpo que os *smartphones* ocupam para os sujeitos contemporâneos, estar conectado, independentemente do lugar e com quem esteja, é antídoto a reações de raiva, estresse, desespero e ansiedade, bem como garantia de liberdade, reconhecimento e não solidão. Como analisa Barbosa:

> Podemos ter a sensação de que, com o Iphone carregado e tendo a conexão necessária (isso é, dadas as condições preservadas), três ideias se colocam como "verdadeiras": a primeira é a de que podemos colocar nossa atenção onde quisermos, a segunda, que seremos sempre ouvidos e a terceira, finalmente, que nunca ficaremos só (BARBOSA, 2013 apud MELGAÇO, 2017, p. 76, grifo da autora).

Em meio a essa segurança vital assente nas tecnologias, "desconectar-se é, para muitos, uma morte simbólica, uma impossibilidade de pensar a continuidade de sua presença no mundo" (LE BRETON, 2017, p. 19) e, como corolário da hiperconexão, há uma tendência em valorizar mais as conversas virtuais do que as presenciais (TURKLE,2011 apud PRIMO, 2016a). Para essa pesquisadora, a onipresença dos dispositivos digitais na vida cotidiana cria a expectativa da resposta imediata e essa interação *on-line* permanente acaba impactando diretamente nas conversações presenciais, tornando-as fragmentadas, dispersas e menos valorizadas, pois é com elas que se gastam menos tempo e atenção em detrimento das virtuais.

Um dado que reflete a ideia de extensão corporal dos aparelhos móveis é a porcentagem de pais e filhos que fazem uso das TIC's quando estão se deslocando para algum lugar: o número de pais que acessam a internet em seu deslocamento apresentou um aumento significativo, passando de 42% em 2015 para 59% em 2016. Ainda em relação ao local de acesso às tecnologias da informação e comunicação, a diferença mais significativa que se observa diz respeito ao fato de os filhos utilizarem com frequência as TIC's quando estão em outros locais, como shoppings, lanchonetes e igrejas, enquanto que os pais pouco utilizam seus aparelhos nesses espaços. Além disso, é possível notar que alguns pais acessam a internet no local de trabalho, o que não foi indicado entre os filhos, possivelmente devido a não inserção do adolescente no mundo laboral.



Tal aspecto remete à afirmativa de Ponte (2011) de que grande parte dos adultos inicia seu contato com o mundo digital através de suas ocupações profissionais, ao contrário dos adolescentes, que já nasceram no contexto de explosão digital.

Nessa direção, Spizzirri e outros (2012), com o objetivo de mapear os modos de utilização da internet pelos adolescentes, apontam em sua pesquisa que quando questionados sobre quem lhes ensinou a usar a internet, 58,52% dos adolescentes afirmaram que aprenderam sozinhos, sendo que a maioria aprendeu já na primeira infância, antes dos 10 anos de idade e de forma autodidata. Segundo as autoras, "essa autonomia no aprendizado caracteriza uma geração de jovens precocemente familiarizados e, consequentemente, destemidos para dominar as novas tecnologias" (SPIZZIRRI et al, 2012, p. 331).

Outro estudo, realizado por Cabello, Claro e Cabelllo-Hutt (2016) a respeito da percepção dos filhos sobre a mediação parental no uso das TIC's, mostrou que 70% dos filhos acreditam saber mais sobre a internet que seus pais. Esses dados suscitam de forma expressiva a questão de como o uso das TIC's têm impactado a relação entre pais e filhos, assim como o conhecimento por parte dos pais em relação ao seu uso. "A entrada massiva de equipamento tecnológico em casa veio reavivar na família um estatuto de lugar de produção e transmissão de saberes entre gerações – digitais, neste caso" (ALMEIDA et al., 2013, p. 354).

Se há uma percepção de maior conhecimento do uso das TIC's pelos adolescentes, essa pode ser uma razão pela qual o movimento de doação e recepção de orientação dada pelos pais/responsáveis em relação ao uso da internet para os adolescentes é ainda muito pouco realizado por ambos. Duas situações de orientação das abordadas na pesquisa (Ensinam como se comportar na internet com outras pessoas e explicam que alguns sites são bons e outros são ruins) tiveram maior destaque, alcançando um percentual acima de 70%. Percebe-se, assim, preocupação por parte dos responsáveis com quem os adolescentes se relacionam na rede e quais locais frequentam.

Comparando os dados de 2015 e 2016 é possível perceber um aumento do acompanhamento presencial dos pais/responsáveis das atividades que o adolescente realiza na internet. Eles responderam que ficam por perto (45% - 51%), sentam junto com os adolescentes enquanto utilizam a internet, mas sem participar do que estão fazendo (44% - 48%), e fazem atividades conjuntas (35% - 44%). Entretanto, o controle mais próximo é substituído pela conversa (61% - 66%), pelos ensinamentos em relação a pessoas (68% - 74%), pelas explicações se os sites são bons ou ruins (72% - 74%), pelo ensino de formas de usar a internet com segurança (58% - 59%) e quais medidas tomar quando algo os chatearem ou incomodarem na internet (58% - 63%). Os pais/responsáveis tendem a adotar atitudes parcimoniosas com os adolescentes,

incentivando-os a explorar e conhecer a internet sozinhos (48% - 58%) e não colocando regras quanto ao uso do celular (45% - 43%). Tendem a não usar a abstenção do dispositivo como método corretivo (32% - 38%) e nem monitorar o que fazem ou com quem conversam por meio dele (39% - 43%). Apesar de haver um aumento da ajuda ofertada pelos pais/responsáveis aos adolescentes quando algo na rede os incomoda ou chateia (47% - 51%) ou eles não entendem (29% - 32%), a porcentagem ainda é baixa.

Já a percepção dos filhos relativa ao tipo de orientação dada pelos pais ou responsáveis é divergente a desses. No quesito "ficam perto quando usam a internet", tal prática foi percebida por 65% dos filhos no ano de 2015 e por 64% em 2016. Também há uma dissonância nas respostas de sentar juntos enquanto usam a internet, vendo o que estão fazendo, mas sem participar do que estão fazendo (57% - 63%). Nos outros itens elencados acima houve uma porcentagem similar nas respostas de filhos e pais/responsáveis. Assim como entre estes, as respostas com maiores índices entre os filhos foram que os pais ensinam como se comportarem na internet (70% - 73%) e explicam que alguns sites são bons e outros são ruins (68% - 72%).

No que diz respeito à verificação realizada pelos pais ou responsáveis sobre o uso da internet pelos filhos, o que eles mais fizeram foi ver os amigos ou contatos que os adolescentes adicionam nas redes sociais, com um percentual de 36% em ambos os anos analisados. As outras ações foram verificar o histórico de sites que o filho acessou (24% - 25%), suas redes sociais (27% - 26%) e o e-mail e mensagens, com um aumento mais expressivo (22% - 29%).

Dentre as situações de segurança e privacidade vivenciadas pelos adolescentes ao usarem a internet nos últimos 12 meses anteriores à data da pesquisa, a mais significativa foi ter publicado algo que se arrependeu e depois apagou (25% - 26%). As outras situações colocadas - alguém usou minha senha para acessar informações pessoais minhas ou para se passar por mim, alguém usou minhas informações pessoais de forma que não gostei, perdi dinheiro sendo enganado na internet, e alguém tentou fingir que era eu na internet – não alcançaram nem 10% nos dois anos investigados. Esta informação reitera Fernandes e Moresco (2013, p. 5) ao afirmarem que "a visibilidade excessiva, aliada às opções de interação do Facebook, concede aos adolescentes e atores sociais um poder precoce para o qual muitos não estão preparados, criando-se situações complexas de constrangimento moral". Neste sentido, Costa e Gonçalves (2017) mencionam que muitos adolescentes estão aderindo ao Facebook para se manifestar, dar opiniões, fazer críticas e debater. As autoras salientam sobre a facilidade para criar um perfil nesta rede social, até mesmo burlando suas regras, mas apesar de utilizarem-na com facilidade e rapidez, por vezes os adolescentes ainda parecem não saber como usá-la adequadamente.

Boyd (2015) relata que as redes sociais fornecem aos adolescentes novas oportunidades

de participar na vida pública, e a forma como eles se inserem nesse espaço é o que tem preocupado muitos adultos. Ela chama atenção para quatro ações facilitadoras para a inserção na vida pública proporcionadas pelas redes sociais. São elas:

a) persistência: a durabilidade das expressões e conteúdos *on-line*;

b) visibilidade: o público potencial que pode testemunhar as práticas *on-line*;

c) disseminação: a facilidade de compartilhamento; e,

d) pesquisabilidade: a capacidade de encontrar conteúdo.

A autora conclui que, mesmo que os adolescentes manipulem as redes sociais para atrair a atenção e aumentar sua visibilidade, não significa que eles sejam igualmente experientes e tenham automaticamente as habilidades para navegar nesses espaços. Para ela, o que se percebe é que os adolescentes se sentem mais confortáveis nas redes sociais do que os adultos. Para os jovens, o que é atraente não é a tecnologia, mas a vida pública que ela permite.

Tendo em vista essas conclusões de Boyd, os dados da pesquisa TC Kids nos apontam que parece haver um descompasso entre pais/responsáveis e seus filhos. A postura dos primeiros pode ser interpretada, pelo menos, de duas maneiras: Numa primeira leitura é que eles não ajudam por não possuírem conhecimento suficiente para a execução de tais tarefas. Le Breton (2017) pontua que os pais são frequentemente menos competentes para ter acesso à rede e por isso, geralmente desistem e dão autonomia ao adolescente para experimentar, entretanto, essa independência exagerada concedida não é sem risco. Dessa forma, neste abismo entre gerações e conhecimentos, os pais ou responsáveis se veem inabilitados para ajudar efetivamente os filhos, deixando-os cada vez mais livres para fazerem o que desejam. Também os adolescentes acabam se tornando os responsáveis por iniciar os pais e ensiná-los a utilizar as novas tecnologias, provocando uma inversão de papéis.

Outra leitura possível é o fato de que os pais ou responsáveis não fazem junto com o adolescente, mas orientam quando este for fazer sozinho, pois estão ausentes na maior parte do tempo em função do trabalho. Melgaço (2017) sinaliza que as modificações sociais que vêm ocorrendo na família desde a década de 1950, especialmente com a saída da mãe para o mercado de trabalho, têm ocasionado mudanças do lugar dos filhos na família, ampliando o desamparo, isto é, a sensação de abandono. “As crianças e os jovens são muito mais deixados à deriva do que outrora no campo da família, pelo grande número de horas que ficam sem a presença dos pais, que saem para o trabalho” (BIRMAN, 2006 apud MELGAÇO, 2017, p. 74), fenômeno que potencializa a hiperconexão. Le Breton (2017, p. 83), ao abordar também algumas transformações enfrentadas pela família contemporânea, fala de uma adultização precoce cujas bases estão

afixadas e/ou potencializadas pelo consumismo e o excesso de autonomia concedida aos filhos mediante o recuo dos pais em assumir seu lugar de autoridade, impingindo sobre a relação entre ambos mais uma lógica de paridade ou até mesmo disparidade quando o filho assume o lugar de "mestre".

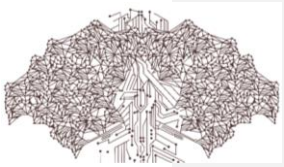
Em pesquisa realizada por Dias (2016) observou-se também que a autonomia que se apresenta no modo como os adolescentes se apropriaram das TIC's, ultrapassando os adultos no aprendizado e nas habilidades, revela uma posição de independência que lhes confere um poder sobre as práticas mediadoras dos adultos. Assim, afirmando que adultos estão fora das redes sociais virtuais por causa do desconhecimento técnico para uso do computador e sugerindo a necessidade de um aprimoramento desse uso, os adolescentes se colocam como tutores dos adultos nessa prática, invertendo papéis na hierarquia geracional.

Tanto as respostas dos pais/responsáveis quanto a dos filhos parecem evidenciar que as mediações mais utilizadas pelos primeiros correspondem a estratégias relacionadas a conversas e explicações. Nesta direção, em artigo apresentado por Mora (2016) no qual trata dos direitos dos adolescentes no ambiente virtual, citando Appel et al (2012), a autora afirma que acompanhar o comportamento dos adolescentes na internet não significa que os pais devam monitorar ou colocar medidas restritivas, mas sim que eles estejam abertos a dialogar, orientar e apoiar seus filhos, pois, ao estabelecer uma relação de confiança, será mais provável que o adolescente procure os pais ao lidar com alguma situação desagradável na internet. Já as mediações restritivas demonstram ser mais ineficazes e facilmente burláveis.

Ainda em relação ao conhecimento por parte dos pais sobre o uso que os filhos fazem das TIC's, Terres-Trindade e Mosmann (2016) mencionam que uma pesquisa brasileira realizada pelo Cetic.br no ano de 2012 revelou que, embora o acesso à internet tenha aumentado consideravelmente, os pais demonstraram ter pouco ou nenhum conhecimento do que os filhos fazem quando estão conectados.

Considerações Finais

É inegável como a tecnologia está cada vez mais presente em nosso cotidiano, independentemente do grupo etário, mesmo que, como visto, o uso que cada grupo faz dela é completamente diferente. As novas tecnologias de informação e comunicação (TIC), em especial a internet, tem alterado a forma como as pessoas se relacionam entre si e consigo mesmas, incluindo aí as relações entre pais e filhos.



A internet é um exemplo atual de como uma tecnologia utilizada por uma determinada sociedade afeta a vida social e pessoal dos sujeitos desta sociedade. Sendo assim, assistimos debates acirrados relativos ao uso da internet no âmbito educacional e familiar, pondo em pauta o imenso tempo que os jovens passam na frente do computador e sua forma de utilização, e trazendo questões sobre os efeitos desses usos. É grande a preocupação dos pais, em especial, relacionados aos riscos e perigos a que seus filhos podem estar submetidos na internet.

Aliada a essas preocupações dos pais no que se refere aos usos que os filhos têm feito das TIC's está uma vontade dos próprios pais de se incluírem nesse novo universo dos filhos. Os motivos parecem bastante variados, mas certamente estão entre eles uma vontade de compartilhar as experiências que os filhos vivem nesse mundo, controlar em parte os conteúdos acessados e os trânsitos feitos pelos jovens nesses espaços, e também transitar nos mesmos espaços dos jovens, conhecer e se aproximar de uma "linguagem" virtual que é dominada pela juventude e que desejam com eles compartilhar. Parece, e essa é uma das questões que buscamos averiguar, que há um certo desejo por parte dos pais de diminuir as distâncias sociais que dividem filhos jovens e pais velhos.

Essas questões são tomadas como fazendo parte da vida familiar contemporânea independentemente dos pertencimentos das famílias, o que vai ao encontro de certos discursos de globalização e de acesso e uso das TIC's de modo mais homogêneo.

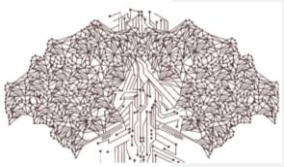
Embora tratar-se de uma pesquisa em andamento, os resultados preliminares apontam que as novas tecnologias parecem reforçar a diluição nas barreiras geracionais já existentes e que, em muitas famílias, a introdução no mundo virtual e seu uso tem sido um dos novos discursos que os adolescentes têm trazido para o âmbito familiar e que são eles quem apresenta este mundo aos pais e lhes ensinam como circular por ele. Tais apontamentos demonstram que a virtualidade tem produzido novos discursos no sistema familiar, interferindo nas relações parento-filiais e, consequentemente, alterando as barreiras geracionais.

Referências

ALMEIDA, Ana Nunes et al. Crianças e internet: a ordem geracional revisitada. **Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.** Lisboa, n.207, v. 48, p. 340-365, 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BOURDIEU, Pierre. A juventude é apenas uma palavra. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.



BOYD, Danah. **É complicado: as vidas sociais dos adolescentes em rede**. Lisboa: Relógio D'Água, 2015.

CABELLO, Patrício; CLARO, Magdalena; CABELLO-HUTT, Tânia. Mediação parental no uso de TIC segundo a percepção de crianças e adolescentes brasileiros: reflexões com base na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014. IN: **TIC Kids Online Brasil 2014** [livro eletrônico]: pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil. Coordenação executiva e editorial Alexandre F. Barbosa. 1. Ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. 2016

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CETIC. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros:** TIC domicílios 2016. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. 2017

COSTA, Daine de Almeida; GONÇALVES, Betânia Diniz. As faces do "face": autoexposição adolescente. **Pretextos** – Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas, v. 2, p. 57-75, 2017.

DEBERT, Guita. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 16, n. 34, p. 49-70, jul./dez. 2010.

DIAS, Vanina Costa. **"Morando na rede":** novos modos de constituição de subjetividades de adolescentes nas redes sociais. Curitiba: CRV, 2016.

FERNANDES, Marilia Schmitt**;** MORESCO, Silvia Ferreto da Silva. Adolescentes, Fotografia e Redes Sociais: Uma relação perigosa. **Revista Novas Tecnologias na Educação,** Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v.11, n.1, 2013.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

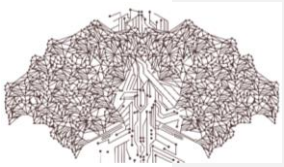
LANDIM, Ilana. Novas compreensões sobre a imagem de adolescentes conectados por redes sociais. In: MELGAÇO, Paula et al. (Orgs). **Como a tecnologia muda o meu mundo: imagens da juventude na era digital**. Curitiba: Appris, 2017, p. 53-63.

LE BRETON, David. Adolescência e comunicação. In: LIMA, Nádia Laguárdia et al. (Orgs.). **Juventude e cultura digital**: diálogos interdisciplinares. Belo Horizonte: Artesã, 2017, p. 15-31.

LEVISKY, Daniel L. **Adolescência**: Reflexões Psicanalíticas. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **As estruturas elementares do parentesco**. Petrópolis: Vozes, 1982.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.



MAIDEL, Simone; VIEIRA, Mauro Luis. Mediação parental do uso da internet pelas crianças. **Psicologia em Revista**. Belo Horizonte, v.21, n.2, p. 293-313, ago., 2015.

MANNHEIM, Karl. O Problema da juventude na sociedade moderna. In: MANNHEIM, K. **Diagnóstico de Nosso Tempo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1961.

MELGAÇO, Paula. Cérebro eletrônico faz quase tudo? Sobre a hiperconexão e o desamparo. In: MELGAÇO, Paula et al. (Orgs). **Como a tecnologia muda o meu mundo**: imagens da juventude na era digital. Curitiba: Appris, 2017, p. 65-78.

ORTEGA Y GASSET, J. "La idea de las generaciones", *El tema de nuestro tiempo*, *Obras completas*, Vol. 3, Madri: Revista de Occidente, 1966. pp. 145-156. [*The modern theme*, Nova York: Harper & Row, 1961] [1923].

PAIS, José Machado. **Culturas juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2003.

PONTE, Cristina. Uma geração digital? A influência familiar na experiência mediática de adolescentes. **Sociologia, Problemas e Práticas.** 2011, n.65, p.31-50.

PRIMO, Alex. E se Aristóteles usasse o *Facebook*? Uma genealogia da amizade. **Rumores**, n.20, v.10, 2016a.

PRIMO, Alex. Conversações fluidas na cibercultura. In: XXV Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Goiás. Goiâni, 2016b. **Anais**.... Goiânia, 2016b.

SPIZZIRRI, Rosane Cristine Pereira et al. Adolescência conectada: Mapeando o uso da internet em jovens internautas. **Psicologia Argumento**, Curitiba, v. 30, n. 69, p. 327-335, abr./jun. 2012.

TERRES-TRINDADE, Michele; MOSMANN, CLARISSE Pereira. Preditores de Dependência de Internet. **Psico-USF**, Bragança Paulista, v. 21, n. 3, p. 623-633, set./dez. 2016.

TIC Kids Online Brasil 2015 [livro eletrônico]: pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil. Coordenação executiva e editorial Alexandre F. Barbosa. 1. Ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. 2016

TIC Kids Online Brasil 2016 [livro eletrônico]: pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil. Coordenação executiva e editorial Alexandre F. Barbosa. 1. Ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. 2017

ABORDAGENS EDUCACIONAIS SOBRE CRIMES VIRTUAIS: RELATO DE UM ESTUDO DE CASO [1]

Fernanda Beatriz Ferreira de Macedo[2]; Martha Kaschny Borges [3]

PONTO DE PARTIDA.....POR QUÊ?

As tecnologias digitais nos modificam. Mudamos e ampliamos o uso destes aparatos, estamos dependentes deles e diariamente os utilizamos para quase tudo. A quantidade de tempo que nossas crianças e adolescentes fazem uso das redes sociais digitais as expõe (de certa forma) a toda forma de conteúdo, de informações e também uma diversos tipos de delitos, dentre eles os crimes virtuais.

Trabalhar com as tecnologias de informação e comunicação digitais nos espaços escolares vai além de educar ao uso, trata-se de um tema delicado que deve ser abordado numa perspectiva de emancipação e não punitiva ao uso, pois somos parte desses avanços e o uso e aproveitamento destes recursos é inevitável para o convívio em sociedade. Concordamos com Pinto (2005) quando ele aponta que a educação é uma transmissão de uma consciência a outra, de alguma coisa que um já possui e o outro ainda não possui, possibilitando ao outro modificar o modo como essa outra pessoa, que é o aluno, está capacitado para receber as informações.

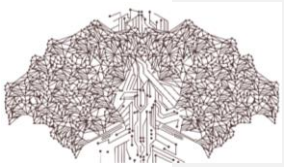
Partindo da necessidade de abordarmos e debatermos estes assuntos em sala de aula é que realizamos, no ano de 2015, em uma Escola Pública do Município de Florianópolis o Projeto Escolar Crimes Virtuais, que discutiu e problematizou tal temática. O projeto se realizou junto a 150 (cento e cinquenta) estudantes, com idades entre nove e onze anos. Eles participaram das dinâmicas propostas a partir de temáticas trazidas por eles, para então, serem problematizadas, debatidas exaustivamente e serem pesquisadas na rede mundial de computadores.

---

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 8: Privacidade, Vigilância e Controle do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é Mestranda em Educação, Linha Educação, Comunicação e Tecnologia do PPGE/FAED/UDESC, membro do Grupo de Pesquisa Educação e Cibercultura CNPq/UDESC - CIBEREDUCA, Professora de Tecnologia Educacional da Rede Municipal de Florianópolis, email: fefamacedo@hotmail.com

[3] Professora Doutora da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Líder do Grupo de Pesquisa Educação e Cibercultura. Email: marthakaschny@hotmail.com



A repercussão e impacto deste projeto na escola e nos sujeitos que dele participaram foi desafiador e, por isto, decidimos investigar com mais profundidade o seu alcance e as suas possíveis limitações. Assim, o projeto se tornou objeto de pesquisa de uma dissertação de mestrado na linha de pesquisa, Educação, Comunicação e Tecnologia, do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade do Estado de Santa Catarina – PPGE/UDESC e também vinculado ao Grupo de Pesquisa Educação e Cibercultura – EducaCiber UDESC/CNPq.

CIBERESPAÇO, UM MUNDO DE POSSIBILIDADES E TAMBÉM DE DESAFIOS PARA A PESQUISA

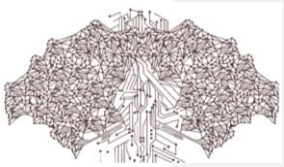
O embasamento teórico que nos dará subsídios para este estudo, vamos nos aprofundar no campo teórico do **ciberespaço**, espaço onde os sujeitos ubíquos praticam e/ou percebem e/ou são vítimas atitudes ilícitas, dialogando com os autores Santaella (2004, 2013); Lemos (2002, 2015); Serres (2013) e Sibilia (2012); na **Teoria Ator-Rede (TAR),** proposta por Bruno Latour (2013, 2016) e André Lemos (2013), que estuda a relação entre humanos e não-humanos, no nosso caso, alunos e crimes virtuais, com relação à temática **redes sociais digitais** usaremos Santaella (2013); e por fim em **crimes virtuais,** nosso diálogo será principalmente com o autor Colli (2010) que nos trará a visão jurídica para esclarecimento.

Ciberespaço

Nesta pesquisa justificamos o ciberespaço como o *locus*, onde nossos *actantes*[4] realizam suas ações, em outras palavras, onde nossos alunos e alunas cotidianamente interagem nas redes sociais digitais e fazem suas escolhas (LATOUR, 2012). O ciberespaço segundo Monteiro (2007):

> ...é definido como um mundo virtual por está presente em potência é um espaço desterritorializante. Esse mundo não é palpável, mas existe de outra forma, outra realidade. O ciberespaço existe em um local indefinido, desconhecido, cheio de devires e possibilidades. Não podemos, sequer, afirmar que o ciberespaço está presente nos computadores, tampouco nas redes, afinal, onde fica o ciberespaço? Para onde vai todo esse "mundo" quando desligamos nossos computadores? É esse caráter fluido do ciberespaço que o torna virtual. (p. 01-02)

[4] Aquele que na rede sociotécnica, realiza e produz a ação. Transforma e produz movimento. (Lemos, 2013).



Lévy (2000, p. 92) define ciberespaço como o "*...espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores".* Assim, a emergência deste local possibilitou mudanças significativas na sociedade. Este novo local estabelece com os usuários uma relação de tempo e espaço diferenciada, onde o espaço não é mais apenas físico, mas também virtual e a temporalidade também se modifica, deixa de ser linear.

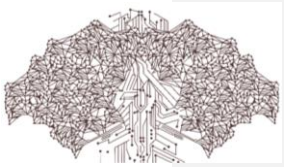
O ciberespaço tem como característica o imediatismo e a disponibilidade das informações. O acesso às informações é ilimitado e o tempo real de obtenção da mesma é quase que instantâneo ao fato. Uma vez o fato exposto no ciberespaço, mesmo que se queira apagar por alguma razão, ele se perpetua e é eternizado pelos "prints".

Ainda explorando este local, o ciberespaço, podemos afirmar que é real, existe interação, porém não é necessária a presença física. Trata-se de um novo espaço para comunicação, interação e representação. Sendo assim, devemos pensar e aproveitar destes atributos para tornar o ciberespaço um aliado para a produção de conhecimento (MONTEIRO, 2007).

Assim, o ciberespaço é visto como uma dimensão da sociedade em rede, onde os fluxos definem novas formas de relações sociais, por este motivo ele é o locus, onde nosso estudo se encontra. Local onde que podemos discutir nossa temática que são os crimes virtuais e o comportamento dos estudantes nas redes sociais digitais.

Abordar crimes virtuais é falar em prevenção a estas práticas que violam os direitos humanos e deixam profundas marcas em nossas crianças e adolescentes. A internet é uma aliada dos direitos humanos, ajudando a promover a liberdade de expressão e o uso ético/responsável de todo este aparato de possibilidades. Quando, como educadores, nos comprometemos a contribuir com a formação de cidadãos críticos e autônomos, nos referíamos aos direitos e deveres, no caso, também virtuais.

Sabemos que o mundo se modificou, não fazemos mais as coisas como antigamente, a tecnologia digital virou nossa essencial companheira, a cada novidade nos adequamos ao uso e a tornamos indispensável para nosso cotidiano. Hoje a tecnologia faz parte da vida das crianças e adolescente desde o seu nascimento, a rapidez da evolução dos novos equipamentos é tamanha que eles entram na nossa vida, banalizam e se tornam obsoletos rapidamente. Assim, as crianças como seres históricos, acompanham as atualidades e hoje sabemos que fazem isso com mais agilidade e propriedade (BORGES & AVILA, 2015).



A pesquisadora Paula Sibilia (2012), em seu livro *Redes e Paredes*, nos faz refletir sobre a escola nos tempos atuais. Segundo suas pesquisas hoje a escola estaria fora de foco, incompatível com as crianças. Assim, se tivéssemos congelado um professor e um cirurgião por 100 anos e eles fossem descongelados hoje, o cirurgião estaria em um ambiente desconhecido, mas os professores estariam no mesmo ambiente e fazendo as mesmas coisas.

A escola foi criada para homogeneizar os cidadãos, o Estado precisava de uma instituição que garantisse a preparação dos indivíduos para um projeto maior com o apoio do governo e da família. O objetivo da instituição escola nesta época era modelar as crianças, disciplinar, moralizar, adestrar, civilizar. Após a Segunda Guerra Mundial, um novo estilo de vida surge com as TIC, novas formas de ser e de fazer, a cultura da imagem e o excesso de informações (SIBILIA, 2012). Com as redes sociais digitais, questionamos o que é privado e público, ou perdemos essa noção, criamos novas subjetividades, tiramos o valor de determinadas instituições, assim a velocidade das informações e o fácil acesso a ela, isto é a modernidade líquida tem suas consequências. E a escola? Afinal, para que a escola? Em tempos onde não temos tempo para interpretação e a comunicação, frente à impotência dos docentes. (SIBILIA, 2012; LEMOS, 2002; LÉVY, 1993).

Teoria Ator-rede

A sociedade está em plena modificação e grande parte desta mudança tem como motivo o uso das tecnologias digitais de informação e comunicação TDIC. Estamos tão envolvidos com o uso destes aparatos que não é mais possível retrocedermos a sua participação em nossas vidas, sendo assim, consideraremos a sua presença e vamos refletir sobre os usos sociais, especialmente, das redes sociais digitais.

Para falar nestas modificações que a sociedade está passando, nosso grupo de pesquisa Educaciber se apoia no quadro teórico e metodológico da Teoria Ator-Rede – TAR. Esta teoria é uma nova proposição da teoria social que se originou na interface das áreas de estudo da ciência, da tecnologia e da sociedade, na década de 80, a partir dos estudos de Michel Callon, Bruno Latour e Madelaine Akrich (LATOUR, 1994, 2010 e 2012; LEMOS, 2013). A escolha da TAR deve-se ao fato de que ela disponibiliza instrumentos conceituais e metodológicos para analisar

as tensões e traduções das politicas, das formações, dos novos perfis de aprendizagem dos sujeitos, que influenciam as práticas docentes mediadas pelas TD[5]. (LATOUR, 2012; LEMOS 2013).

Para a Teoria Ator-Rede, o social é o que emerge das associações, as associações entre os actantes (aquilo ou aquele que produz uma ação) humanos e não humanos e elas são sempre localizadas. A TAR busca analisar como se dão as associações e suas localizações para conhecer o social (LATOUR, 2012).

Na perspectiva da TAR, humanos e não humanos são mediadores iguais, estão no mesmo plano ontológico, assim são os actantes que promovem ações que transformam e qualificam o processo de ensino. A relação entre as coisas e as pessoas faz parte do nosso cotidiano, como escreve André Lemos (2013):

> Humanos se comunicam. E as coisas também. E nos comunicamos com as coisas e elas nos fazem fazer coisas, queiramos ou não. E fazemos as coisas fazerem coisas para nós e para outras coisas. É assim desde o surgimento do humano no planeta. Na cultura contemporânea, mediadores não-humanos (objetos inteligentes, computadores, servidores, redes telemáticas, smartphones, sensores etc.), nos fazem fazer (nós, humanos), muitas coisas, provocando mudanças em nosso comportamento no dia-a-dia e também, em contrapartida, recursivamente, mudamos esses não-humanos de acordo com as nossas necessidades. O que eles, os não-humanos, nos fazem fazer, ganham, a cada dia, não só uma maior abrangência, invadindo todas as áreas da vida quotidiana, como também maior poder prescritivo, indicando e nos fazendo fazer coisas em um futuro próximo. Eles nos induzem a coisas que não podemos deixar de fazer, aqui e agora, acolá e depois. Não vivemos sem eles. (LEMOS, 2013, p. 19).

A TAR (também denominada como *Sociologia das Associações)* analisa as relações estabelecidas entre humanos (alunos, professores, usuários) e não-humanos (computador, *tablets*, redes sociais digitais, smartphones). Bruno Latour, filósofo, antropólogo e sociólogo francês considera que humanos e não-humanos tem seu papel de protagonistas e são responsáveis pelas modificações, o humano transforma o não-humano e o não-humano transforma o humano. Estas

[5] Justificativa Projeto - Grupo Educaciber, 2017.

relações ubíquas entre as TD e seus usuários repercutem em conexões que influenciam (no caso do nosso tema de pesquisa) o comportamento nas redes sociais digitais.

Na TAR, humanos e não-humanos tem o mesmo grau de importância o que nos ajuda a compreender as associações, assim como o actante que é definido pela sua atitude e papel que desempenha nas redes, ele pode interferir e influenciar comportamentos. A rede é o próprio movimento associativo que forma o social, constituem o espaço e o tempo da mobilidade das traduções, criados nas associações (LEMOS, 2013).

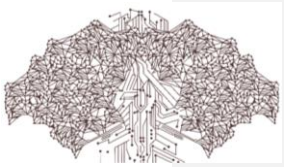
É estranho assumir, mas somos mediados pelos objetos que constantemente nos dão comandos. Acordamos com o despertador do celular, olhamos nosso aplicativo de conversa em grupos, conferimos a temperatura, o transito e nossa agenda do dia, para então sairmos de casa. Transitamos entre o individual e o coletivo na internet. Os adolescentes fazem várias operações ao mesmo tempo nela: escutam musica, falam com os amigos, enviam email, acessam as redes sociais, etc. (JENKINS, 2009).

Enfim, para nosso estudo que pretende analisar a percepção dos estudantes que participaram do Projeto Crimes Virtuais, a Teoria Ator-Rede tem o papel de norteador, pois por meio dos conceitos e metodologia desenvolvidos pela TAR e também por nos proporcionar a proximidade das áreas da tecnologia, ciência e sociedade, o que nos possibilita e apresenta subsídios para encontrarmos as respostas para esta pesquisa.

Redes Sociais Digitais

"Tecnologia é poder." disse Kenski (2014, p. 15), elas são mais antigas que o próprio homem. O conhecimento, o raciocínio colocado em prática para a resolução de problemas e construções de novos aparatos é um diferencial para dominar. Situações de guerra, por exemplo, foram momentos onde grandes criações tiveram surgimento e serviram para ampliar domínios e acumulo de riquezas.

Ainda hoje, esta situação de domínio não mudou, as grandes potências mundiais investem e fomentam pesquisas para garantia deste status de nações detentoras deste poder. O domínio e a convivência com a tecnologia de maneira geral é um desafio para a espécie humana. Hoje, profissionais da educação se deparam com outra peleja: adaptar-se aos avanços da tecnologia, orientando nossos alunos e alunas ao domínio destes aparatos, mantendo a criticidade quanto ao uso.



A evolução da tecnologia nos modificou. Tivemos comportamentos alterados e passamos a viver a cibercultura na sua totalidade. Assim, são estes aparatos que nos ajudam a viver mais e melhor de certa maneira, modificaram nossa maneira de trabalhar, conviver, comunicar e por consequência de aprender.

> Para esta nova geração, a cibercultura vem proporcionando outras possibilidades, novos espaços onde as crianças e os jovens se procuram e se agrupam em comunidades, buscam mais conhecimentos e soluções para suas dúvidas, com a ajuda de outros, informam-se sobre os acontecimentos do mundo, da sua cidade e dos seus direitos, enfim, uma geração que está fortalecendo uma cultura participativa. [...] uma geração mais propensa a criar estratégias e habilidades para superar e lidar com o atual estilo de vida, principalmente quando a cultura participativa, por meio das diferentes mídias e TDIC, vêm se fortalecendo e, desta forma, possibilitando às crianças a criação de estratégias de forma coletiva e colaborativa. (ÁVILA; BORGES, 2015, p. 111-112).

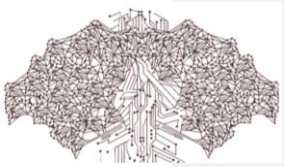
Temos a crença de que as tecnologias de comunicação em rede podem ser uma ferramenta eficiente e que promova a comunicação em massa, sem dúvida ela é muito poderosa de circulação de informações da atualidade. Para Lemos (2003) estamos no tempo da cibercultura, livres de espaço e tempo, o que torna este processo de comunicação mais flexível.

Mas afinal o que são redes sociais digitais?

Segundo Santaella, (2013, p. 315) as redes sociais digitais são caracterizadas por: *"...serviços on-line de acesso grátis por meio dos quais se podem criar redes de contato para o intercâmbio de mensagens e conteúdo multimídia. Essas redes acabam por funcionar como plataformas sociais, dada a facilidade de intercomunicação dos usuários".*

As redes sociais operam a partir da criação de perfis que representam o usuário, e oferecem serviços de mensagem instantânea, postagem de fotos e vídeos, murais de mensagens, participação em comunidades, pesquisa de perfis, agrupamento de indivíduos com interesses semelhantes, entre outros (SANTAELLA, 2013).

Podemos dividir a evolução das RSD em três fases: a) Redes 1.0 (ICQ, MSN) comunicação em tempo real com os usuários; Redes 2.0 (Orkut, Myspace)



entretenimento, preferências, contatos pessoais e profissionais e Redes 3.0 (Facebook e Twitter) mobilidade e aplicativos (SANTAELLA e LEMOS, 2010).

As redes 3.0, apresentam como características a ubiquidade, os dispositivos móveis, o rastreamento espacial feito em tempo real, o contato ao vivo e o fluxo da vida. Graças ao acesso *wireless* e a conexão a várias plataformas ao mesmo tempo (uma postagem pode ser feita simultânea em várias RSD). Outra característica desses aparatos dos tempos de hoje são os chamados spams, gerado por jogos on-line ou demais sites de interação, confiamos ao fazer o *download* de um aplicativo e não lemos os termos de uso do mesmo, o que nos faz ceder nossos dados aos *infobots*. Assim, a rede 3.0 está como linguagem ligada ao *microblogging*, caracterizada pela linguagem do aqui e agora. (SANTAELLA e LEMOS, 2010).

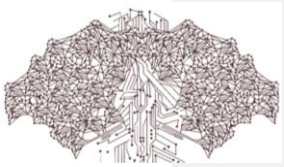
Assim uma possível consequência do acesso fácil às informações, é que as pessoas têm mais liberdade para expressar suas opiniões e participarem mais ativamente destes entraves virtuais, compartilham postagens sem refletir e analisar as consequências deste ato. Este fator sem dúvida fez o nosso problema de pesquisa se agigantar, pois quanto mais indivíduos ativos nas redes sociais digitais, mais os casos de crimes virtuais acontecem, em grande parte deles por puro desconhecimento e/ou excesso de liberdade em suas interações nas redes.

Crimes Virtuais

Esta palavra-chave talvez seja a mais relevante da nossa pesquisa, em parte, inédita por aproximar os crimes acontecidos no ambiente virtual (aqui também chamado de ciberespaço) dos espaços escolares.

Podemos usar diversas nomenclaturas para esses tipos de crimes: crimes virtuais, digitais, informáticos, telemáticos, de alta tecnologia, por computador, fraude informática, delitos cibernéticos, entre outros.

Na década de 70 apareceram os primeiros casos crimes informáticos utilizando computadores. Manipulações de dados, espionagem, sabotagens eram alguns dos casos mais comuns neste período. Na década de 80, houve um aumento significativo nestes casos de crimes,



mas os alvos foram caixas eletrônicos, manipulações bancárias e pirataria de programas de computador.

Hoje, além das fraudes financeiras, os prejuízos passaram a ser emocionais, pois a tipificação dos crimes ampliou-se. *Ciberbullying*, *sexting*, *grooming*, crimes contra honra utilizando meios eletrônicos como: calúnia, difamação e injúria; são alguns exemplos ou justificativas para que este tema seja levado aos espaços escolares como medida de prevenção destes delitos.

Em 2016, 42,4 milhões de brasileiros foram vítimas de crimes virtuais, segundo dados da Norton[6], gerando um prejuízo de 10 bilhões de reais. Não temos notícias boas quanto a estes crimes, somos o quarto país em vítimas[7], os números e casos destes crimes são expressivos. Segundo Azevedo (2011) o crime cometido na internet superou o tráfico de drogas e armas e é hoje a atividade ilícita mais lucrativa. Segundo a Norton, os bandidos virtuais movimentam mais dinheiro em todo o mundo que o narcotráfico.

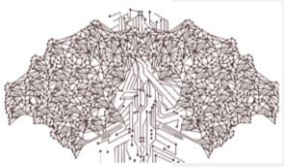
Corrêa (2000, p.69), conceitua Crimes Digitais como: "todos aqueles relacionados às informações arquivadas ou em trânsito por computadores, sendo esses dados acessados ilicitamente, usados para ameaçar ou fraudar, para tal prática é indispensável à utilização de um meio eletrônico". Assim, essa tipagem de delitos é mais comum do que imaginamos, temos verdadeiras quadrilhas especializadas por trás destas ilicitudes.

Um fato peculiar é associação do prefixo *ciber* a tudo que diz respeito à tecnologia: cibercrimes, ciberespaço, cibercultura, cibercafé, etc. Podemos explicar esses neologismos com a relação de retroalimentação entre homem e máquina como sendo algo que teve sua origem na cibernética que teve como um de seus fundamentos a interatividade entre os sistemas de controle, as máquinas, os seres e a sociedade. *Ciber* significa em latim: a arte de pilotar, de governar uma nau (WIENER, 1954).

Os legados da cibernética são: a cibercultura, os ciborgues e o ciberespaço. As influências destes conceitos na sociedade pós-segunda guerra mundial, fez exaltar que a mudança foi deverás

[6] http://economia.estadao.com.br/noticias/releases-ae,crimes-virtuais-afetam-42-milhoes-de-brasileiros,70001644185 - Acesso em 15 de julho de 2017.

[7] http://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2013/11/21/interna_tecnologia,472182/brasil-e-o-quarto-pais-em-vitimas-de-crimes-virtuais.shtml - Acesso em 15 de julho de 2017.



significativa a ponto que o uso das máquinas e dispositivos para comunicação se tornassem indispensáveis ao cotidiano, concretizando esta nova cultura (COLLI, 2010).

A internet[8], outro advento entre tantos que surgiram em períodos de guerra, teve como objetivo a comunicação entre duas máquinas, evitando a interferência de comunicação via rádio na época da Guerra Fria. O ano era 1969, e os americanos tiveram o protagonismo desta invenção que posteriormente se tornaria imprescindível para qualquer empresa ou ser humano nos tempos de hoje. Somos dependentes e fomos modificados pelas facilidades trazidas por esta invenção, podemos até falar em revolução na maneira de nos comunicarmos e comportarmos virtualmente.

Podemos falar que somos seres reais e virtuais, estabelecemos esta dialética: realidade versus virtualidade, onde para Levy (2003) o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual. O virtual existe em potencia e não em um ato, mas não deixa de ser real. A consequência do virtual seria virtualização que permite está presença e interatividade entre indivíduos em diferentes locais e momentos.

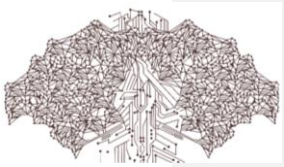
Precisávamos introduzir o tema que é delicado e desafiador, com estes poucos conceitos, afinal computadores e internet tem funções positivas atreladas, mas que facilmente podem ser desviadas. Somos na vida real o que somos na virtual e a tecnologia pode ser um facilitador de atos ilícitos. O desafio deste tema está em sua interdisciplinaridade; temos dois campos do conhecimento que são as ciências da computação e o direito que se dedicam a investigar, tipificar, identificar, julgar e condenar os envolvidos e, por sua vez, devido a urgência em tratar do assunto nos espaços escolares apelamos para a educação, que tem um papel esclarecedor e preventivo neste entrave.

Afinal, o que é crime? Crime[9] é uma *conduta típica, antijurídica e culpável*. Sendo assim, é considerado crime a atitude que transgrida a lei e tem a comprovação culpabilidade do indivíduo executor. Quando falamos em cibercrimes ou crimes virtuais, estamos nos referindo àqueles que acontecem no ambiente do ciberespaço, cometidos por usuários, indivíduos que através de suas redes sociais digitais, praticam algo ilícito, muitas vezes desconhecem o que a legislação tem a dizer sobre.

Entre os tipos mais comuns de crimes virtuais podemos citar:

[8] https://www.oficinadanet.com.br/post/13707-como-surgiu-a-internet acesso em 14 de julho de 2017.

[9] https://paulocwb.jusbrasil.com.br/artigos/206527778/o-que-e-crime acesso em 14 de julho de 2017.



- Roubo de dados e senhas – feito através do envio (por email ou sites) de arquivos maliciosos que capturam dados como senhas e fotos. Os criminosos realizam compras com os dados de cartões de créditos e/ou fazem ameaças com fotos íntimas;

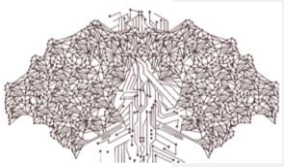
- *Sexting* – envio sem permissão de fotos íntimas para outras pessoas, sites ou redes sociais de outros;

- Aliciamento *(grooming)* – o adulto usa o disfarce de um perfil de criança ou adolescente para envolver a vítima o que pode chegar ao envio de fotos íntimas e até o encontro presencial em muitos casos;

- Crimes de ódio – os crimes de ódio são muito comuns nas redes sociais digitais e se caracterizam principalmente por xingamentos ou piadas de cunho preconceituoso, com o intuito de inferiorizar o indivíduo por alguma característica. Entre os motivos de crime de ódio estão: racismo (principalmente ao negro), preconceito de gênero (principalmente homens inferiorizando mulheres), orientação sexual (xingamentos deste tipo são bem comuns aos homossexuais e até aos que não são homossexuais, como forma de inferiorizar este indivíduo), origem (cidade ou países, atribuir inferioridade ou características aos nascidos em determinados locais), grupo social (preconceito aos pertencentes a grupos, por exemplo: *os rockeiros, os geeks, os nerds, os funckeiros*).

- Invasões – os criminosos invadem os dispositivos móveis ou equipamentos para obter alguma vantagem; seja foto, dado ou informação, para chantagens ou uso impróprio e não autorizado destes.

A série *Black Mirror* no episódio **"**Shut Up and Dance" (terceira temporada, episódio três) tem início com uma invasão de computador com um momento íntimo do personagem principal sendo revelado, e após este garoto tem que cumprir determinadas tarefas para que este não seja revelado e exposto na rede. Por receio e vergonha que seu vídeo seja revelado, ele rouba um banco e mata outra pessoa para no final seu vídeo de momento íntimo ser revelado da mesma maneira. O crime virtual retratado na série de maneira cruel pode sim se tornar real e não apenas uma obra de ficção. Na mídia, diariamente presenciamos notícias e informações de mortes, suicídios e prisões, onde os crimes virtuais são os motivos para essas mazelas; por este motivo é que devemos abordar este assunto nas salas de aula: dialogar, esclarecer e escutar nossos alunos e alunas deve sim ser papel do profissional da educação, sobre todos os assuntos, principalmente aqueles que dizem respeito aos assuntos que estão com repercussão em alta.



MOTIVAÇÕES EDUCACIONAIS

Justificamos a inserção deste assunto em sala de aula, utilizando os seguintes itens apontados como a problemática, e/ou os motivos para a abordagem educacional desta temática:

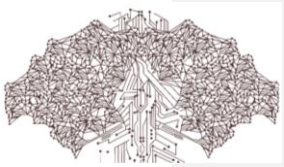
1º Os avanços da internet, ampliando o número de usuários facilitados pelos aparatos sem fio e a ubiquidade do leitor, neste ponto concordamos com a leitura de Santaella (2013) em seu escrito *Comunicação Ubíqua* quando esta estudiosa reflete:

> "Saber o que fazemos com as redes sociais digitais é fundamental, porem o mais importante ainda é saber o que as redes estão fazendo conosco. O que estão fazendo com a nossa subjetividade e sociabilidade, com a nossa memoria, com os nossos anseios e desejos, o que estão fazendo com os nossos modos de receber informação, de nos darmos conta dos fatos, de adquirir conhecimento, de perceber e representar o mundo, enfim o que estão fazendo com os nossos processos de aprendizagem e, possivelmente, com as nossas maneiras de ensinar e educar." (2013, p. 112) (grifo das autoras)

2º Histórico dos crimes virtuais, o aumento e a diversificação destes delitos; basta acessarmos a rede mundial de computadores para termos acesso aos dados do crescimento do número destes atos e das inúmeras alternativas de conter estes avanços alarmantes. As alternativas vão desde delegacias especializadas, novos antivírus, aplicativos espiões, investimento em formação de pessoal especializado e principalmente, informação ao usuário no sentido de dar um suporte cidadão aquele que se sentir prejudicado de certa forma.

3º "Nova infância", isto é, a mudança de característica dos leitores com o advento da internet e dos aparatos sem fio, as crianças e adolescentes passam de leitores contemplativos (ou talvez, nunca foram) e apresentam outros perfis cognitivos. Reforçando esta ideia Ávila & Borges (2015) nos dizem que:

> As infâncias não são sem tempo, elas também são subjetivadas pelas mudanças históricas e institucionais que modelam nossa sociedade (afinal, são construções histórico-sociais). Por isso é preciso admitir e considerar que as crianças não são meras expectadoras dos acontecimentos, ao contrario, elas participam e influenciam a formação da sociedade hodierna. Não estão aquém da realidade e se modificam tanto quanto sujeitos adultos com as mutações da modernidade. (2015, p. 106)
>
> (...) o conceito de infância é uma construção social e histórica que se modifica com o passar do tempo é perceber que, cada vez mais, as crianças participam desta construção e que todos os acontecimentos e mudanças da sociedade também chegam a elas, inclusive. (2015, p.107)



4º Necessidade de propagar o uso ético, cidadão e seguro das redes sociais digitais;

5º Internet não é terra sem leis, já temos conteúdo jurídico que deve ser esclarecidos aos usuários, principalmente as crianças, muitas vezes, desconhecedores desta informação. Ressaltar a importância dos órgãos e legislações criadas para promover o uso seguro e cidadão da internet;

6º Os danos passaram a ser emocionais, além dos materiais (como o caso do sexting, aliciamento, crimes de ódio e ciberbullying). Os números alarmantes de casos que são divulgados na grande mídia ressaltam a importância do assunto;

7º Os crimes virtuais viraram uma indústria que fatura alto e acarreta prejuízos financeiros com invasões e pirataria;

8º Número elevado de suicídios de crianças e adolescentes em decorrência a casos de sexting, divulgados amplamente pelos noticiários;

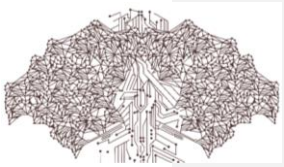
9º Crimes de ódio na internet são amplamente divulgados, principalmente com casos de celebridades que são ou foram vítimas, retratando casos de preconceitos diversos ligados a gênero, orientação sexual, grupo social, etnia ou racismo e por fim;

10º esclarecimento sobre termos jurídicos como: pedofilia, difamação, calunia e injúria. Trata-se de proporcionar a cidadania do indivíduo, onde ele é capaz de identificar onde estão seus deveres e direitos.

CAMINHOS DA PESQUISA

Após encontrar os motivos para a pesquisa e o referencial teórico que ampara e fundamenta nossos estudos, o próximo passo é definir as estratégias de coleta dos dados que reforçarão nossa hipóteses de pesquisa.

A questão de pesquisa é: qual a percepção dos alunos e alunas que participaram do Projeto Crimes Virtuais sobre os temas abordados no projeto? O objetivo principal do estudo é analisar as percepções destes alunos e alunas participantes do projeto escolar, procurar compreender os impactos que o projeto teve em suas ações realizadas nas redes sociais, além de identificar possibilidades para o aprimoramento das práticas docentes que contemplem o uso das redes para o ensino e a aprendizagem.



Para conseguirmos atingir estes objetivos vamos percorrer alguns caminhos metodológicos. Primeiro, realizaremos uma busca em os sites depositários de teses, dissertações e artigos acadêmicos como: Scielo, CAPES e BDTD (banco de teses e dissertações), especialmente utilizando indicadores como redes digitais, crianças e adolescentes na cibercultura e crimes virtuais. Esta revisão de produções nos permitirá confirmar ou não o ineditismo e a relevância do tema, os principais autores e correntes teóricas que servirão de fundamentação à pesquisa, assim como possíveis caminhos metodológicos.

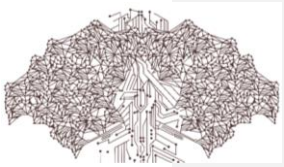
Segundo passo para a concretização de nossos objetivos de pesquisa será a realização minuciosa de um referencial teórico que fornecerá subsídios conceituais e investigativos ao estudo. Os principais conceitos a serem desenvolvidos serão, em principio, os conceitos de ciberespaço, teoria ator-rede (TAR), redes sociais digitais e crimes virtuais; para prosseguir em nossa caminhada de descobertas.

No caminhar do mestrado vamos nos ater a escuta atenta destes alunos e alunas participantes desta dinâmica que retratou e abordaram os crimes virtuais, reviver e retirar as impressões destes atores sobre o projeto vivido no ano de 2015 (dois mil e quinze).

O próximo passo o terceiro é aplicar um questionário entre os 150 (cento e cinquenta) estudantes que participaram do projeto. Ele permitirá aos alunos relembrarem e reviverem alguns aspectos do projeto. O questionário servirá, ainda, para selecionarmos os alunos que irão participar da próxima etapa de investigação, o "grupo focal".

Esta última etapa, reunirá nove alunos. Os critérios para esta seleção foram os seguintes: a) aceitar formalmente através do questionário participar deste momento de reencontro com os colegas para conversarmos sobre o projeto acontecido no ano dois mil e quinze; b) ser escolhido por sorteio de modo que tenhamos um equilíbrio entre o gênero e a idade dos participantes. Neste momento de entrevista coletiva, denominada "grupo focal", realizaremos questionamentos como: perguntas pessoais sobre uso das redes sociais digitais, idade, tempo de uso destes aparatos, lembrança do projeto, conteúdo do projeto que mais chamou atenção, se acha relevante tratar destes assuntos em sala de aula, se falaram com alguém fora da escola sobre o projeto, se o comportamento deles nas redes se modificou após sua participação no projeto e por fim, como eles gostariam que o projeto fosse se acontecesse novamente.

Enfim, esses dados serão tabulados e darão subsídios, ou melhor, pistas a outros educadores e educadoras sobre como abordar a temática crimes virtuais num ambiente formal de escolarização.



PARA NÃO FINALIZAR O ASSUNTO

Abordar a temática dos crimes virtuais nas redes sociais digitais para os educandos em sala de aula é desafiador, uma vez que poucas pesquisas e estudos têm sido feitas no âmbito da educação. Encontramos estudos nas ciências jurídicas e da computação, ligadas à legislação e a segurança dos aparatos tecnológicos, porém esclarecer os chamados "alvos" destes crimes que são crianças e adolescentes é um trabalho de resultados não aparentes e por este motivo não valorizados.

O intuito do estudo, assim como foi o do projeto é dialogar com os alunos e alunas de maneira que estes atores tenham subsídios para fazer suas escolhas nas redes sociais digitais, não de maneira punitiva, mas com uma abordagem educacional de modo a instigar ações que proporcionem a emancipação destes sujeitos.

Sendo assim, nossa proposta é promover por meio deste estudo, uma reflexão para a ação consciente e consistente dos docentes, a partir da escuta atenta dos alunos que vivem de maneira intensa as possibilidades e também os riscos que a rede digital traz, especialmente com relação aos crimes virtuais.

REFERÊNCIAS

AVILA, Silviane de Luca. BORGES, Martha Kaschny. **Modernidade líquida e infâncias na era digital.** Cadernos de Pesquisa da Universidade Federal do Maranhão, v. 22, n. 2, 2015, p. 102 – 114.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 2004.

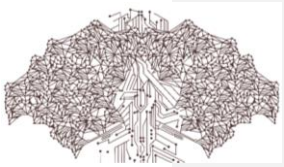
BLACK, Mirror. Criação: Charlier Brooker, Ep. 03, 3ª temporada: Cala a boca e dança, 2016.

BORGES, Martha Kaschny. Educação e Cibercultura: perspectivas para a emergência de novos paradigmas educacionais. In.: VALLEJO, Antonio Pantoja (org.). **Sociedade da Informação, Educação Digital e Inclusão**. Florianópolis: Insular, 2007.

BORGES, Martha Kaschny. **Educação e cibercultura: o entre lugar das políticas, das práticas educativas, das tecnologias digitais e dos actantes das redes sociotécnicas.** Projeto do Grupo de Pesquisa Educação e Cibercultura CNPq/UDESC, 2017.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COLL, César; MONEREO, Carles. **Psicologia da Educação Virtual.** Aprender e ensinar com as tecnologias da informação e da comunicação. Porto Alegre: Artmed, 2010.



COLLI, Maciel. **Cibercrimes**. Limites e perspectivas à investigação policial de crimes cibernéticos. Curitiba: Juruá, 2010.

CORRÊA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet**. São Paulo: Saraiva, 2000.

FIGUEIREDO, Camila Detoni de. **Adolescentes na sociedade do espetáculo e o Sexting**: vulnerabilidade, alertas, desafios, caminhos a seguir. Curitiba: CRV, 2016.

Escola Básica Municipal José do Valle Pereira. **Projeto político pedagógico** (PPP). Florianópolis, SC: 2017.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade:** a vontade do saber. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

_____. **Pedagogia do oprimido.** 31 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

_____. **Pedagogia da Autonomia:** saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

GAMBOA, Silvio S. **Pesquisa em educação**. Métodos e epistemologias. 2ª ed. Chapecó: Argos, 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa.** São Paulo**:** Atlas S.A, 2009

KEEN, Andrew. **#vertigem digital**. Por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2012.

KENSKI, Vânia. **Educação e tecnologias**: o novo ritmo da informação. 7 ed. Campinas, SP: Papirus, 2010.

KITZINGER, J. **Focus groups with users and providers of health care**. In: POPE, C.; MAYS, N. (Org.). Qualitative research in health care. 2. ed. London: BMJ Books, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LATOUR, Bruno. **Jamais Fomos Modernos**. São Paulo: Editora 34, 2013.

_____. **Cogitamus: seis cartas sobre as humanidades científicas.** São Paulo: Editora 34, 2016.

_____. **Reagregando o social.** São Paulo: Editora 34, 2012.

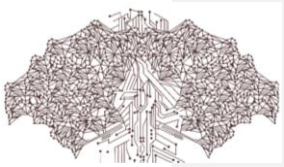
LEMOS, André. **A comunicação das coisas**. Teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

_____. **Cibercultura.** Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 2002.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

_____. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2003.

_____. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.



MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa.** 2.ed., rev e ampliada. São Paulo: Atlas, 1990

MELO, Sônia de. POCOVI, R. **Educação e Sexualidade.** (Caderno Pedagógico, v.1), Florianópolis: UDESC, 2002.

MONTEIRO, Silvana. **O ciberespaço e os mecanismos de busca: novas máquinas semióticas.** *Ci. Inf.* 2006, vol.35, n.1, pp.31-38. Acesso em http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652006000100004.

OLIVEIRA, Kaio E. J.; PORTO, Cristiane M. **Educação e Teoria Ator-rede:** fluxos heterogêneos e conexões híbridas. Ilhéus, BA: Editus, 2016.

PINTO, Álvaro V. **O conceito de tecnologia.** Volume I. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

Profissão Reporter. Direção: Caco Barcelos. Crimes cometidos pela internet. Setembro de 2015. Acesso em https://www.youtube.com/watch?v=dEILm59x9wo

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua:** repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

_____; Lemos, Renata. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2015.

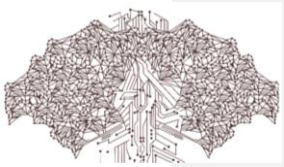
SERRES, Michel. **Polegarzinha**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SIBILIA, Paula. **Redes e paredes.** A escola em tempos de dispersão. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

TAVARES, Adriano Lopes; DOS REIS, Rafael Rocha. **Crimes de Informática.** Revista Jurídica, v. 2, p. 28 a 46, 2015.

YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e método. Porto Alegre: Bookman, 2001.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



AÇÃO COMUNICATIVA E PÓS-MODERNIDADE: FACEBOOK ELEGE CANDIDATO?[1]

Juliana Fratini Borges[2]

Resumo:

O estudo de caso a seguir trata da eleição para a prefeitura de São Paulo em 2016 e mostra como a internet contribuiu para que indivíduos comuns se inserissem em discussões políticas sem a necessidade de mediação institucional. Também mostra de que maneira o vencedor do pleito, João Doria Jr, se beneficiou do uso estratégico das redes para vencer.

O advento da pós-modernidade, marcado pela expansão das telecomunicações, fez com que as experiências da vida individual e coletiva passassem a ser repensadas num contexto de rompimento de fronteiras terrestres e do capital, reconfiguração das ideias de espaço e tempo, ressignificação de expressões artísticas, valores morais e referenciais normativos, além da emergência de novos modelos de governança e sociabilidade. As vidas privada, social, cultural, econômica e política passaram por transformações a ponto de seus fundamentos e valores tradicionais serem contestados, bem como a legitimidade das instituições e a eficácia da normatividade instituída. Com isso, tanto a nova subjetividade humana quanto a tensão entre governantes e governados se tornaram fenômenos a serem reinterpretados neste mundo pós-moderno.

As redes sociais são espaços fluidos de interação que, a priori, não exigem dos interlocutores compromisso com a factibilidade das informações; a utilização de robôs que propagam notícias falsas é constante. Assim, de que maneira podemos saber se as informações são voltadas para o consenso social e político positivo, ou se são informações estratégicas, com a finalidade de dar poder a determinados sujeitos sem que consequências sejam devidamente consideradas? A ética do discurso nas redes sociais é, portanto, bastante questionável.

O que significa, afinal, debater e fazer política nas redes sociais no contexto pós-moderno, expostos as inúmeras características e desafios do momento referido? Para responder às questões,

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 18 – Tecnopolítica, Estado, crise da democracia representativa; do X Simpósio Nacional da ABCiber.

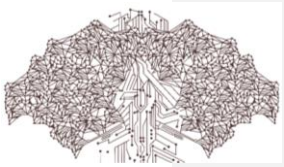
2 . Pesquisadora é mestranda no programa de estudos pós-graduados em ciência sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e bolsista CAPES/PROSUP. E-mail: jfratinipolitica@gmail.com.br.

vamos explorar a *Teoria do agir comunicativo* de Habermas, além de discutir os desafios da racionalidade e valores iluministas, a saber se continuam a vigorar ou não nos dias atuais.

Artigo:

Como a política, suas narrativas e valores foram expostos ao longo da história até a contemporaneidade? A crítica da razão instrumental veio a ser confundida com a da racionalidade comunicativa, de modo a tornar complexo o entendimento entre os interlocutores. Este é o tema de Habermas na *Teoria do agir comunicativo.* Para o autor, num processo de comunicação linguístico há critérios para que a validade possa ser contestada, a fim de distinguir a comunicação moderna (voltada para o entendimento), da comunicação mítica (que serve para dar sentido às coisas, ainda que as explicações não tenham lastro com a realidade). Durante as campanhas eleitorais, a racionalidade comunicativa ocorre simultaneamente com a comunicação mítica, quando realizadas estratégias com a finalidade de expor a mensagem dos candidatos para a vitória, transformando eles próprios em mitos. Essa comunicação mexerá com os valores dos eleitores, de modo a interferir nas escolhas deles. As redes sociais, sobretudo o Facebook, são o meio em que candidatos e eleitores buscarão consensos para os seus interesses, pois podem dialogar diretamente sem a mediação de outras pessoas nestes canais. Adiante, será feita uma reflexão de como é realizada a comunicação política no Facebook, e como essa rede tem sido uma ferramenta estratégica capaz de influenciar pessoas e eleições.

Tendo por referência os jogos de linguagem de Wittgenstein, Habermas diz que é preciso verificar veracidade, correção normativa e autenticidade/sinceridade na ação comunicativa. Já a ação estará inserida em um contexto específico, relacionado ao conhecimento acumulado sobre este mesmo contexto – uma espécie de consenso cultural anterior. Do contexto faz parte o "mundo da vida", composto pela "cultura" – que corresponde a interpretações sobre o mundo; a "sociedade" – que trata da normatividade que regula as relações sociais; e a "pessoa" – que se refere ao sujeito capaz de falar e agir para compor a sua personalidade. Para Habermas, o modo como os sujeitos se expressam diz se querem um entendimento coletivo ou realizar um interesse calculado para o sucesso, usando informações ambíguas que podem ser consideradas antiéticas. A maneira como os sujeitos expressam valores e a linguagem que utilizam no "mundo da vida" e nas redes sociais (que seria um "mundo da vida" virtualizado) é importante para nossa discussão sobre a disputa política.



A comunicação para o consenso entre candidato e eleitor, nas campanhas eleitorais digitais, pode seguir esses pressupostos:

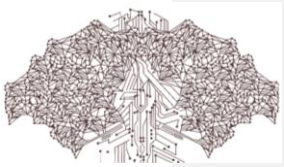
- Exposição aberta das informações de interesse público, mesmo as que pareçam comprometedoras;
- Exposição de dados verificáveis;
- Responder às demandas populares a partir da disponibilidade de recursos existentes;
- Menor preocupação com a imagem do que com a verdade;
- Maior equilíbrio entre o interesse do locutor/cidadão/internauta e do interlocutor/candidato/equipe do candidato;
- Publicações verdadeiras, que gerem interesse orgânico ou patrocinado;
- Articulação do público e disseminação de conteúdo por meio de páginas e perfis reais.

A comunicação estratégica, por sua vez, funcionaria da seguinte maneira:

- Exposição limitada das informações de interesse público que eventualmente comprometam o candidato;
- Exposição de dados não verificáveis/inflando ou diminuindo números;
- Demagogia a respeito das demandas que podem ser efetivamente atendidas;
- Exposição de informações dúbias;
- Construção de imagem não pautada na realidade – ou até que se torne realidade;
- Desmoralização do candidato opositor;
- Utilização de robôs/ boots;
- Disseminação de boatos e notícias falsas;
- Utilização constante de perfis e páginas fakes.

Ainda que seja teoricamente ético e ideal o consenso comunicativo que Habermas propõe, fica evidente que a estratégia faz parte do agir comunicativo eleitoral, sendo tarefa difícil o candidato se desvencilhar de recursos que contribuem com a sua preservação, como limitar informações de interesse público que possam comprometê-lo durante a campanha, por exemplo.

Também para Habermas, a coesão social não é garantida só pela busca de entendimento via processo comunicativo. Há dois tipos de integração: a "integração social", alcançada pela normatividade; e a "integração sistêmica", que ocorre por meio de mecanismos que se autorregulam, como o mercado e a burocracia estatal. Portanto, o contexto da ação comunicativa



vai além do "mundo da vida" que o autor menciona, migrando para estruturas de poder econômico e estatal que forçam sociabilidades indiferentes à cultura, à sociedade e à personalidade – o que caracteriza as interações sociais modernas. Neste sentido, a racionalização do "mundo da vida" por meio dos subsistemas imperativos se voltaria contra o próprio "mundo da vida", colonizando-o. Pode-se dizer que, do ponto de vista do mercado, as estratégias para exercer domínio nos subsistemas são, inclusive, recomendadas e realizadas entre grupos de profissionais que têm por missão conquistar espaço e poder para os interessados em se destacar nestes subsistemas. Quer dizer, o diálogo entre candidato e eleitor, via Facebook ou demais redes sociais, ocorre no "mundo da vida", por se tratar de uma ação comunicativa fluida; no entanto, essa mesma comunicação sofre interferências de interesses relacionados aos subsistemas imperativos como normatividade (as leis) para que esta comunicação ocorra (por exemplo, os candidatos não podem fazer campanha antecipada na mídia ou na internet), o mercado e a burocracia estatal (relacionado ao poder prévio dos candidatos sobre estes temas e a maneira em como lidam com eles – ou seja, o candidato que possui mais recurso financeiro pode investir mais em sua campanha digital, contratando mais tecnologia e mão de obra especializada).

O problema é que à medida que os diferentes subsistemas e esferas impõem-se uns aos outros e ao "mundo da vida" surgem confusões quanto ao papel que desempenham, bem como ao entendimento que poderiam proporcionar. Assim, o "mundo da vida" (aqui, leia-se "a comunicação entre candidatos e eleitores nas redes sociais ou Facebook"), pode perder seu aspecto livre e simbólico em decorrência de papéis racionais que não conseguem explicar a vida, gerando nos indivíduos uma falsa sensação de consciência – que se fragmenta e bloqueia o iluminismo via uma reificação de nomenclaturas racionais e estratégicas. Ou seja, ao invés de os candidatos esclarecerem questões políticas aos eleitores e promoverem um aumento da cultura política dos internautas, podem apenas utilizar figuras de linguagem ou depreciar os competidores e suas propostas enquanto estratégia – ou seja, se apresentar de maneira a não esclarecerem muita coisa.

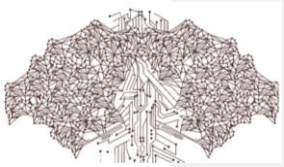
Habermas afirma que há limites para a atuação do Estado, portanto da política institucional, no "mundo da vida", que é independente e tem coordenação moral e funcional própria. Há outro paradigma, portanto: se a racionalidade é capaz de romper tabus, também causa um tipo de dependência normativa, que sempre será limitada para resolver questões humanas. Os meios para alcançar entendimento podem violar uns aos outros. E isto ocorre, com frequência, nos processos de ação comunicativa. Para o que nos interessa, isso pode significar a elaboração de estratégias de campanhas políticas maravilhosas que não condizem com as demandas e

realidades sociais. Numa sociedade cosmopolita em redes, em que sujeitos e Estados operam de modo mais descentralizado e autônomo – embora sempre interligados (CASTELLS: s/ data), o debate e a comunicação voltada para um entendimento social e político contarão com diversos atores e determinantes (HABERMAS: 2012 e 1990), que buscam alguma identificação contextual – algum modo de se situar no mundo – por meio de ações, valores e linguagens (SLOTERDIJK: 1999), construindo novas narrativas ou desconstruindo metanarrativas (LYOTARD: 2013), dizendo verdades ou mentiras pautadas em valores afetivos, mítico-culturais ou racionais, a depender do referencial de cada um, por meio ou não da comunicação mediada. As lideranças políticas que se comunicam na internet fazem parte deste contexto cheio de desafios.

O pleito de 2016 teve seis candidatos principais à prefeitura de São Paulo: Fernando Haddad (PT/tentando reeleição); João Doria Jr (PSDB); Marta (PMDB); Celso Russomanno (PRB); Luiza Erundina (Psol) e Major Olímpio (Solidariedade). Eram lideranças completamente diferentes, mas todos utilizaram os canais digitais para fazer campanha e propaganda política. Ao que consta, pela qualidade e volume do material publicado, usaram as redes sociais de maneira profissional: pessoas foram orientadas e provavelmente contratadas para atuar na internet em seu favor. Portanto, eliminamos a ideia de que o desempenho das candidaturas nas redes é meramente espontâneo ou orgânico. Afirmar que os candidatos à prefeitura de São Paulo fizeram uso profissional das redes para campanha só é possível porque, entre outros aspectos, publicações em canais como Facebook, Instagram e Twitter eram sempre acompanhadas de linguajar institucional, arte com logomarca, assinatura da equipe de campanha, fotos de ações pontuais dos candidatos em diferentes regiões da cidade, divulgação da agenda de campanha e dos resultados das pesquisas eleitorais, vídeos explicativos sobre problemas e desafios da própria campanha, acusações a adversários, narrativas de desconstrução destes, esclarecimentos sobre propostas, vídeos institucionais e de apoio, convites a eventos, chamadas a participar da campanha e inclusão de avatar, além de pedidos de doação por pessoa física. Um trabalho complexo deste tipo só é viável quando há ações racionais e estrategicamente elaboradas para alcançar o objetivo – a vitória de um candidato.

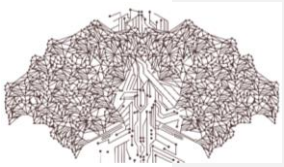
A utilização de tecnologia nas campanhas acompanhou as mudanças provocadas na sociedade pós-moderna, ocasionando nos internautas eleitores os mesmos processos de:

- Mudança na percepção do tempo: com a publicação constante e a permanência de postagens no feed de notícia do Facebook sobre as ações e interesses do candidato



e a possibilidade de interação com o eleitor em qualquer momento do dia – também pode ser o eleitor quem procure o candidato a qualquer momento do dia;

- Mudança na percepção do espaço: com o candidato aberto ao diálogo na internet/redes sociais/Facebook 24h por dia, estando em qualquer lugar do Brasil ou fora do país, uma vez que não existem fronteiras no plano virtual – ou seja, qualquer pessoa, em qualquer lugar do mundo, pode se encontrar com o candidato no plano virtual;
- Mudança nos meios de comunicação: com as redes sociais como um ambiente de diálogo não mediado, de fácil acesso e permanente, ao contrário dos demais meios de comunicação tradicionais;
- Mudança na circulação das informações, ideias e estruturação do saber científico: com todos os candidatos e internautas eleitores podendo declarar o que lhes dá vontade ou em que acreditam, bem como fazer comentários com referência ou não em informações verídicas, empiricamente comprovadas ou verificáveis – ou seja, na internet qualquer pessoa divulga o que quiser, independentemente de ser real ou passar pelo crivo do rigor científico. Outro ponto é que informações esclarecedoras que antes só poderiam ser divulgadas em canais institucionais, hoje estão disponíveis nas redes com facilidade. As universidades, editoras e a mídia tradicional já não são as detentoras do "saber" ou do conhecimento;
- Novas formulações culturais (cultura cibernética): quando criam-se códigos de linguagem dentro da própria rede (como os emojis), assim como códigos de conduta dentro das redes (como a "patrulha" e a "antipatrulha", considerados grupos ativos que atacam uma mesma pessoa ou notícia por meio de críticas a respeito da opinião emitida, às vezes "omitida", por um terceiro). "Trolagens" também são ações comunicativas características das redes sociais, e correspondem a um tipo de bullying contra alguém que diz, por exemplo, uma bobagem;
- Formulação de novas subjetividades: em que as pessoas, sejam políticos ou cidadãos comuns, esculpem uma aparência ideal para participar do ambiente das redes sociais de maneira mais favorável a elas;
- Novos processos de trabalho: com especialistas em campanhas eleitorais na internet atuando de modo a favorecer o candidato para o qual trabalham, bem



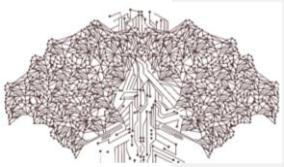
como utilizar todo o tipo de conhecimento social e politico, além de recursos tecnológicos que possam contribuir para a vitória dele;

- Deslocamento do poder econômico: com os investimentos em campanha deixando de ocorrer apenas para as mídias tradicionais, migrando para as campanhas na internet – o poder econômico, de modo geral, vai se deslocando para onde há tecnologia;
- Reorganização do poder politico: que faz com que o politico seja obrigado a aprender a lidar com o ambiente virtual e se posicionar melhor nas redes pois, do contrário, perderá espaço e público de eleitores virtuais;
- Organização de sociedades em rede: que consiste na criação de redes de disseminação de conteúdos e apoio a políticos no Facebook, entre outros sítios sociais virtuais.

Se cada vez mais nos parece "mais difícil persistir numa concepção linear da história como progresso e que a ideia de progresso é um modo de colonizar o futuro, uma maneira de subordinar o futuro aos nossos planos e expectativas presentes" (THOMPSON: 2001, p.40), torna-se indispensável averiguar como a subjetividade se construiu historicamente, considerando valores, percepções e narrativas prevalecentes em cada época. Para Thompson, entre as instituições que mais acumularam poder simbólico e de informação, orientando a vida social, estão as religiosas – que tratam dos valores espirituais e da salvação; educacionais – que transferem conhecimento racional e científico para desenvolver habilidades e competências; e a mídia, que gera e difunde informação e conteúdos em larga escala. Já os meios de comunicação popularmente considerados "de massa" – portanto, mediadores de produtos e conteúdos informativos disponíveis para uma grande pluralidade de destinatários –, não seriam capazes, apenas, de fomentar pensamentos homogêneos e brandos livres, mas também críticos.

A mídia está entre as instituições que mais utilizam recursos tecnológicos para produção e difusão de conteúdos simbólicos que expressam interesses e algum tipo de dominação. Sua principal via de ação é institucional. Governos, lideranças e opositores usarão recursos midiáticos tradicionais para expressar seus valores e intenções, além da internet e redes sociais.

As principais diferenças entre a mídia tradicional e mídias sociais digitais, entre as quais o Facebook, são:



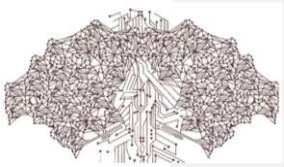
Mídias tradicionais:

- Ainda possuem maior apelo cultural, em função do tempo de mercado; porém, seguem perdendo espaço para as mídias digitais;
- Comunicação mediada com o candidato;
- O candidato depende da receptividade de grupos de comunicação e influenciadores para aparecer;
- A visibilidade do candidato é limitada a horários e programas;
- Apesar de mais caras, continuam sendo priorizadas na hora de receber investimentos de campanhas;
- Informações podem ter maior credibilidade institucional a partir do trabalho jornalístico e apuração de dados.

Mídias sociais ou Facebook:

- Instrumento de comunicação social e política em expansão;
- Comunicação direta do eleitor com o candidato/político ou equipe de campanha;
- O candidato possui autonomia e liberdade para fazer qualquer tipo de divulgação, estando em qualquer lugar do país ou fora dele e em qualquer horário;
- A visibilidade é parcialmente limitada (em função do algoritmo/bolha); porém, não há horários ou dependência de programas para exposição;
- Campanhas são mais baratas e devem passar a receber mais recursos à medida que os políticos compreenderem os benefícios de fazer propaganda institucional nas redes sociais;
- Maior circulação de informações falsas/boatos.

Seja quem for o candidato, é vantajoso o uso das redes sociais para as campanhas, para não ficar dependente dos espaços que a mídia tradicional disponibiliza. Como, porém, nem tudo é vantagem, as redes são os canais em que mais circulam informações falsas sobre os próprios candidatos, muitas vezes por meio de ações orquestradas por apoiadores com a intenção de depreciar a imagem dos concorrentes. Alguns dos principais ganhos para os candidatos nas campanhas das redes sociais são:



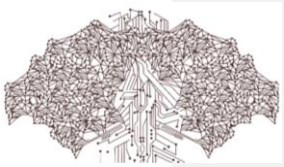
- Reforço de posições preestabelecidas antes do momento da campanha – o que indica a necessidade de construir canais institucionais antes e depois da disputa eleitoral;
- Ativação da opinião pública simpatizante ou que já tenha demonstrado interesse no candidato ou em suas propostas;
- Manutenção da opinião pública e da rede de apoiadores – o que indica a necessidade de manter diálogo ou contato permanente com o eleitorado;
- A alteração do voto por meio da comunicação institucional online pode ocorrer desde que os canais tenham musculatura, criatividade e agilidade para interagir com a opinião pública, e desde que a equipe de campanha tenha competência para desenvolver as estratégias de comunicação mais adequadas para cada contexto.

Quanto aos diferentes períodos da vida coletiva separados na história que modificaram o processo de subjetivação humana, consideramos:

> Ao alterar a compreensão do lugar e do passado, o desenvolvimento dos meios de comunicação modificou o sentido de pertencimento dos indivíduos – isto é, a compreensão dos grupos e das comunidades a que eles sentem pertencer. Esta compreensão provém, até certo ponto, de um sentimento de partilha de uma história de um lugar comuns, de uma trajetória comum no tempo e no espaço. (THOMPSON, 2001, p. 39).

Somos levados a supor que as tentativas de enquadrar o comportamento individual e coletivo, a partir das narrativas políticas, num modelo que não considera particularidades em contextos específicos, sobretudo globais, hão de fracassar. Habermas já falara da necessidade de considerar os contextos na ação comunicativa. Os estudiosos estariam buscando explicações sobre a construção das subjetividades, os mecanismos pelos quais se expressam e as vias em que demonstram ou reproduzem um sentido de dominação. Guattari assim afirma que:

> ...todos os sistemas de modelização se valem, todos são aceitáveis, mas somente na medida em que seus princípios de



> inteligibilidade renunciem a qualquer pretensão universalista e admitam que eles não têm outra missão senão de concorrer para a cartografia dos territórios existenciais – implicando universos sensíveis, cognitivos, afetivos, estéticos etc – e isto para áreas e períodos de tempo bem delimitados... os elos discursivos de produção e conteúdo não podem operar se não de tempos em tempos... o que quer dizer que neste nível tudo é bom! – todas as ideologias, todos os cultos, até mesmo os mais arcaicos, podem bastar, pois trata-se de servir-se deles apenas a título de materiais existenciais. (GUATTARI, s/data, p. 179).

A questão que se coloca aqui é como os sujeitos globais constroem suas identidades a partir do sentimento de pertencer a algo e compartilhar valores sociais. A construção do pertencimento de que fala Thompson não ocorreria apenas por meio da mídia tradicional, característica da sociedade industrial moderna. Na pós-modernidade se fará também pela internet, ou espaços virtuais sem delimitações territoriais ou línguas específicas.

Castells entende a sociedade em redes como hipersocial e não de isolamento, articulando a realidade virtual com a experiência real. Para ele, o individualismo em rede seria apenas parte de um processo seletivo, no qual as redes são ligadas e desligadas, segundo a vontade dos que as controlam: os próprios usuários. Em geral, a sociedade em rede vai além do sistema de mídia, apesar de ser também constituída por um sistema oligopolista de negócios multimídia, do qual a internet e o próprio Facebook fazem parte. Ocorre a interação dos dois sistemas – com mídia e independente – num padrão complexo de conexões e desconexões em diferentes contextos.

Ainda para Castells, a sociedade em redes transforma a área da comunicação de modo a impor um novo sistema. A comunicação continua organizada em negócios de mídia que são, simultaneamente, aglomerados globais e locais, sob formas de parceria e competição entre si, podendo ser genérica e especializada, a depender de mercados e produtos – o que quer dizer, portanto, que a comunicação não deixa, simplesmente, de ser institucional, ainda que indivíduos disponham de novos meios para produzir e distribuir conteúdos; o sistema de comunicação se torna cada vez mais digitalizado e interativo, não unificado nem unidirecional, com integração de fontes, de modo que a *mass media* se torne um sistema multimídia também fragmentado, com audiência mais segmentada; explosão de redes horizontais independentes dos negócios de mídia e de governos, que faz emergir a comunicação de massa auto-comandada – quando iniciada por indivíduos ou grupos sem a mediação do sistema de mídia (CASTELLS, s/ data, p. 21).

Para Sloterdijk, se nem mesmo os sujeitos comuns conseguem se perceber e encontrar consenso na babel de valores e narrativas sobre as necessidades humanas nas sociedades pós-modernas, cosmopolitas – e, como explicam Thompson e Castells, midiatizada –, tampouco estão preparadas as lideranças políticas para atender as demandas dos sujeitos globais. Isto porque o Estado passa a ter de dar conta de uma pauta além da nacional. Nossa questão agora direciona-se para a postura e condutas das lideranças que disputam eleições, usando narrativas apresentadas nos diversos espaços públicos em que ocorre a comunicação institucionalizada e não institucional, e em contextos simultâneos: locais e globais.

Enquanto na modernidade os interesses e discursos de candidatos a prefeito são mais locais, na pós-modernidade eles têm de lidar com questões mais abrangentes.

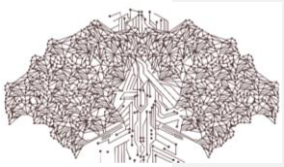
Na modernidade a comunicação política entre candidato a prefeito e eleitores funcionava assim:

- As questões são locais, vinculadas ao município/cidade;
- Os principais temas são saúde, educação básica, transporte, moradia, segurança;
- Os temas perpassam pela administração de áreas públicas e privadas (asfaltos e vias, semáforos, coleta de lixo, podas de árvores, áreas de lazer etc);
- Impostos locais.

Na pós-modernidade a comunicação política entre candidato a prefeito e eleitores, por sua vez, tem de lidar com mais questões:

- As questões se tornam mais amplas, globais, para além das fronteiras da cidade:
- Procedimentos e protocolos internacionais (leis de proteção ambiental; práticas comerciais);
- Cultura e valores transnacionais;
- Práticas e normatividade suprapartidárias, de interesse humano, como trabalhados pela ONU: igualdade de gênero/ mulheres, LGBT, negros/ grupos étnicos, imigrantes.

São notórios os desafios do político para administrar as necessidades da política e as vontades sociais. A maneira como os políticos se apresentam e se posicionam revela muito sobre o que esperar de candidatos eleitos que, supostamente, refletem características e valores sociais. Tanto o político quanto o governo podem refletir a sociedade ou parte(s) significativa(s) dela.



Não se trata mais de considerar só um Estado e uma sociedade racional – que tanto serviu para explicar os fundamentos do Estado na modernidade, bem como a resposta da sociedade a este modo de organização. O que sustentamos aqui é que na pós-modernidade os modelos de organização política e social, bem como a apresentação das lideranças, vivem uma reorganização no modo de compreender e pertencer.

A falta de consenso político é uma falta de credibilidade a respeito do que significa "a verdade política", que orientará o Estado, governos e mesmo a sociedade. A própria "verdade" seria tão móvel e maleável quando a sociedade global.

> O que é verdade, portanto? Um batalhão móvel de metáforas, metonímias, antropomorfismos, enfim, uma soma das relações humanas, que foram enfatizadas poética e retoricamente, transpostas, enfeitadas, e que, após longo uso, parecem a um povo sólidas, canônicas e obrigatórias: as verdades são ilusões, das quais se esqueceu que são, metáforas que se tornam gastas e sem força sensível, moedas que perderam sua efígie e agora só entram em consideração como metal, não mais como moedas. (NIETZSCHE: s/ data, p. 57).

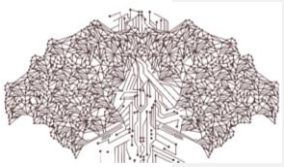
As instituições políticas racionais clássicas não conseguiriam atender às demandas mais recentes: "O Estado se torna um castelo de areia, o absenteísmo se infiltra em todas as estruturas aparentemente sólidas, os ligamentos sociais se estendem no vazio" (SLOTERDIJK, 1999, p.69).

Os valores e as questões modernas e pós-modernas apresentam contradições a respeito da sociedade e da política, o que implicará diretamente no modo em que as campanhas serão trabalhadas.

Na modernidade, ou Século XX, são predominantes:

- A racionalidade; ciência para o saber; tradição; solidez; durabilidade; bipolaridade: preto/branco – sim/não; economias locais/domésticas; instituições normativas nacionais; fronteiras bem definidas; profissões bem definidas; papéis humanos bem definidos.

Já na pós-modernidade, ou Século XXI, os valores que mais de destacam são:

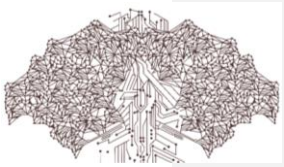


- O relativismo (com um debate sobre suposto fim do iluminismo); experimentação para ter sensações; novidade; liquidez; efemeridade; multiplicidade: "50 tons de cinza" – "talvez" – as duas coisas ou mais; economias internacionais/ globais; instituições normativas supranacionais; sem fronteiras; novas profissões; diversidade/ igualdade de gênero/ étnica.

Para Habermas, nem mesmo o Estado de Bem Estar Social, que se ocupa de questões sensíveis, resolveria todos os problemas relacionados ao "mundo da vida". Assim, as "verdades" aceitas sobre Estado, governos e governantes se tornam questionáveis, fazendo emergir explicações políticas para além do que seria factível – o que originou o termo "pós-verdade". Daí que a "arte do possível" na política se torne mais difícil, na ausência de parâmetros de veracidade sobre demandas e mesmo sobre propostas.

Somos levados a crer que os valores racionais políticos são expostos de modo diferente dos valores e crenças sociais mais amplos, que abarcam simbolismos, misticismos, religiosidade e até mentiras. As tensões entre governante e governados parecem aumentar quando se tenta explicar a política apenas por determinações racionais e instituições que arbitram as necessidades da população – das demandas que nascem no seio da sociedade, fora dos poderes constituídos e da normatividade já instituída (HABERMAS: 2012 e 1990). Temos de levar a sério a suposição de que esteja próxima "a morte da política clássica, racional" enquanto modelo soberano para Estados, governos e lideranças – ou que, talvez, já esteja acontecendo no mundo pós-moderno. A morte da racionalidade na política se vê, inclusive, no desenvolvimento das campanhas eleitorais, além da interação entre candidatos e eleitores, muitas vezes movidos paixões.

Em que pesem as diferenças quanto à pós-modernidade, é-lhe comum questionar os limites dos valores iluministas que tratavam do progresso, razão, educação como formas de emancipação do homem – temas específicos da modernidade. O mundo pós-moderno abandona a pedagogia crítica, supostamente emancipatória e libertária, em proveito de uma pedagogia pós-crítica e descentralizada. Podemos especular que a "pós-verdade" nada mais é do que a extensão da "pós-crítica". Isso significa, por exemplo, o fim das metanarrativas, de acordo com Lyotard. Para o autor, o iluminismo sucumbiu em seus propósitos sociais de emancipação humana por meio do progresso tecnocientífico, capaz de criar o mal (como bombas capazes de dizimar a humanidade) por meio da instrumentalização de saberes instituídos. As grandes narrativas assim perderam a confiança da sociedade contemporânea, tanto no aspecto filosófico e estético quanto no político. Sem razões para crer em modelos, as sociedades contestam as argumentações e



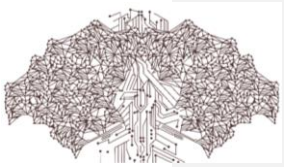
normas da ordem social, por vezes fazendo prevalecer os valores culturais em detrimento dos racionais. Sem a expectativa de reformulação de consensos, Lyotard propõe o exercício da "paralogia", que reconhece diferenças e constrói novos conceitos e zonas de saberes.

Já para Habermas, o projeto inacabado da modernidade, ou a crítica aos valores iluministas antes de se completarem, leva a uma concepção errática da pós-modernidade. O afastamento dos saberes racionais modernos causaria um desconhecimento e deslegitimação incorreta das instituições que, mesmo não dando conta de todo o "mundo da vida", são vitais para ordenar o mundo em geral. A dificuldade ocorre quando esferas de determinados conhecimentos interferem em outras, sobrecarregando a coordenação de ações comunicativas. Para ele, até a modernidade já estaria dentro da pós-modernidade, só que tornando, erroneamente, os problemas reais em problemas técnicos, de modo a forçar uma tecnoburocracia ao invés de uma descentralização, capaz de favorecer a participação popular em processos decisórios.

O Estado de Bem Estar Social, embora tenha favorecido a integração da vida por meio das narrativas e necessidades decorrentes da luta de classes, não pôde integrar a sociedade em suas demandas não econômicas, vinculadas a questões étnicas e culturais, por exemplo. Neste sentido é que se separa a razão instrumental da racionalização societária. Não que a razão instrumental iluminista não seja importante; a questão é que ela não pode explicar outra dimensão do "mundo da vida" que existe de maneira mais espontânea, com regulação própria e que quer ser reconhecida "legítima". Valores racionais que impõem a normatividade estatal e valores do "mundo da vida" coexistem. Só que dependem de ações comunicativas diversas para o entendimento, que seguem em batalha nos discursos políticos e na ágora política pós-moderna: as redes sociais. Todos as ações e discursos políticos tentarão, a seu modo, expor as soluções que melhor atendam as demandas pós-modernas, que têm como pano de fundo a crise do Estado de Bem Estar Social. A utopia pós-moderna seria realizada na esfera da comunicação com vistas para o entendimento, ou algum tipo de consenso.

O contexto, ou conjuntura nacional da eleição para prefeito de São Paulo em 2016 era o seguinte:

- Pós-impeachment da presidente Dilma Rousseff (PT); desmoralização do Partido dos Trabalhadores e dos demais partidos e narrativas de esquerda (depois de 13 anos no poder); intensificação das investigações da Lava Jato, que envolvia membros do PT; crescimento de movimentos anti-esquerda, contra a corrupção; conservadorismo



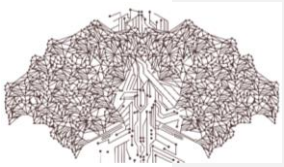
crescente; crise econômica; desconfiança nas instituições públicas e lideranças políticas tradicionais; demanda social crescente por "mudanças".

No referido contexto, dentre os candidatos em disputa, o que melhor se expôs, melhor soube atender as demandas do "mundo da vida" dos internautas eleitores e utilizar as mídias digitais durante a campanha eleitoral foi o candidato do PSDB, João Doria Jr, vitorioso no pleito ainda no primeiro turno. Considerando Fernando Haddad do PT, que tentava a reeleição, como o principal concorrente, vemos que Dória cresceu muito mais do que Haddad no ambiente das redes – sobretudo Facebook –, por meio de abrangência, popularidade e influência. Na primeira semana do período de trinta dias antes da eleição (02 a 08 de setembro de 2016), o tucano já se apresentava à frente do petista em número de seguidores no Facebook (232.807 *versus* 220.939) – nada mau para um candidato "não político" e que disputava uma eleição pela primeira vez, portanto, sem recall e desconhecido. A disparidade continuou ascendente nas semanas seguintes, até a data da votação:

- 238.854 (Dória) *versus* 223.856 (Haddad) entre 09 e 15 de setembro de 2016;
- 247.071 (Dória) *versus* 228.823 (Haddad) entre 16 e 22 de setembro de 2016;
- 273.648 (Dória) *versus* 240.283 (Haddad) entre 23 e 29 de setembro de 2016;

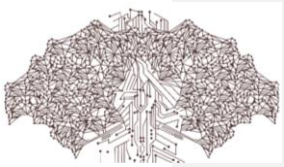
O fato é que Dória, que desenvolveu uma estratégia de comunicação online/ nas redes sociais, chegou ao fim da campanha muito mais conhecido do que Fernando Haddad, um político mais experiente e que disputava a reeleição. No contexto em que ambos estavam inseridos, Dória foi muito mais assertivo: utilizou tecnologia disponível, linguagem adequada em busca de um consenso com os eleitores, estratégias necessárias para vencer. E venceu, com o apoio do Facebook. O que, definitivamente, responde a nossa questão: Facebook elege sim candidato, desde que ele saiba fazer uso da ferramenta, associando-a, também, com inúmeras atividades no ambiente presencial.

Em julho de 2017, já eleito, Dória contava com 2.879.762 seguidores; enquanto Fernando Haddad com 323.337. Em novembro de 2017, Dória dispunha de 2.896.417, enquanto Haddad, ainda a título de comparação, estacionou em 328.843. Isso mostra, no entanto, que o Facebook e as demais redes sociais precisam ser constantemente alimentadas para funcionar. Sendo a internet um ambiente de disputas, é preciso realizar um trabalho e desenvolver estratégias para que a liderança política mantenha-se em evidência. O político que não desenvolve este trabalho fica à



mercê daqueles que se posicionam na internet e contribuem para a formação da opinião pública. É preciso considerar também que o fenômeno Dória, na internet, sofreu diversas críticas entre o que ele prometeu fazer e o que de fato fez depois de eleito. Este assunto deve ser tratado com seriedade, porém, ficará para outro artigo.

Caminhando para a conclusão, o que se pode esperar em futuro próximo é que as redes sociais sejam mais bem compreendidas como meios para se fazer política institucional, democrática e com vistas a um "bem comum" para além das fronteiras de um Estado preferencialmente republicano, além de democrático. Mas o aumento da participação não ocorrerá de modo espontâneo. As lideranças políticas terão papel fundamental no desenvolvimento de políticas com vistas a facilitar o acesso a novas tecnologias e à internet, além da necessária estruturação de canais e investimentos em cultura cibernética que estimulem a participação cidadã por via virtual, como propõe Castells. A mídia, por sua vez, não estará fora do processo da comunicação de valores e da política, dados seu poder econômico e capacidade de influência que, embora pareça diminuir, deve se ajustar a demandas da população e aos avanços tecnológicos – também por meio do envolvimento com novos canais de comunicação e a reformulação de sua linguagem tradicional. Não há garantia, contudo, de que as informações e conteúdos produzidos nas redes sejam sempre verdadeiros, ainda que novas normas sejam criadas a fim de se tornarem referenciais éticos para as publicações. O que também pode contribuir muito como referência para a produção de bons conteúdos é a própria conduta das lideranças políticas, capazes de dar bons exemplos, fazer boas propostas e construir boas narrativas para o cidadão nos momentos de disputa democrática e mesmo anteriormente a estas. A boa conduta seria uma demonstração de virtude e mesmo de respeito às instituições que orquestram as regras do jogo político democrático e, ainda, dão conta de equilibrar poderes e cuidar da manutenção do pacto social em toda a sua complexidade. Neste sentido, valores democráticos e republicanos devem ser disseminados sem que se tornem rolos compressores de aspectos culturais que se autorregulam também pela fé, amizade, afetividade e outros sentimentos que contribuem para o manutenção positiva da vida e das relações sociais. De modo geral, as subjetividades humanas devem ser compreendidas e respeitadas para que consensos e unanimidades sejam alcançados não apenas no campo da comunicação com vistas para o sucesso político calculado, mas também no campo da ação pública que efetivamente atenda demandas. Para além das metanarrativas, será necessário que políticos, formadores de opinião, intelectuais e até o mercado construam novas propostas integradoras e não excludentes, que possam atender demandas para além das necessidades econômicas e locais. Esse conjunto de ações deve, enfim, contribuir para que a democracia tenha mais qualidade e os sujeitos mais confiança no que lhes é comunicado e nos meios em que podem comunicar e



interagir com os seus líderes. Parece longo o processo de desenvolvimento da cultura política, e as redes sociais tendem a contribuir para esse avanço.

Palavras-chave: Democracia; Eleições; Comunicação Política; Internet; Facebook.

Referências bibliográficas:

ALMEIDA, Carlos Alberto: 2008. A cabeça do eleitor – Estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral. Rio de Janeiro: Record.

ARAUJO, Rafael de Paula Aguiar; **PENTEADO**, Cláudio Luis Camargo; **SANTOS**, Marcelo Burgos Pimentel: 2015. Democracia digital e experiências de e-participação: webativismo e políticas públicas. História, Ciência, Saúde - Manguinhos [online]. vol.22, supl,pp.1597-1619.

BAUMAN, Zygmunt: 2003. Modernidade liquida. Rio de Janeiro: Ed. Zahar.

BOBBIO, Norberto: 1994. Direita e Esquerda, Lisboa: Presença.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos: 2004. O surgimento do Estado Republicano. In revista Lua Nova, número 62. p. 131-150.

CASTELLS, Manuel: (Sem data) A sociedade em rede: do conhecimento à política. Artigo eletrônico. Link: http://cidadeimaginaria.org/cc/ManuelCastells.pdf

FRIEDMAN, Milton: 1977. Capitalismo e Liberdade. Editora Artenova. pp.29-40.

GUATTARI, Félix: Da produção de subjetividade In Imagem-máquina: A era da tecnologia do virtual. PARENTE, André org. pp. 177-191. Editora 34.

HABERMAS, Jurgen: 2012. Teoria do agir comunicativo. São Paulo: Ed. Wmf Martins Fontes.

HABERMAS, Jurgen: 1990. Soberania popular como procedimento. In Novos Estudos Cebrap. São Paulo, 26: 100-113, Março.

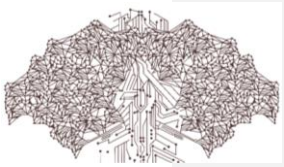
HABERMAS, Jurgen: 1987. A nova intransparência. A crise do Estado de bem-estar social e o esgotamento das energias utópicas. In Novos Estudos Cebrap. São Paulo, 18: 103-114, Set.

HARVEY, David: 2001. A condição pós-moderna. São Paulo. Ed, Loyola.

JANINE RIBEIRO, Renato: 2001. A democracia. São Paulo*:* Publifolha,

LYOTARD, Jean-François: 2013. A condição pós-moderna. Ed. Rio de Janeiro: José Olympio.

NIETZSCHE, Friedrich. Obras incompletas: Sobre verdade e mentira no sentido extra-moral. pp.53-60. Ed. Nova Cultural.



REZENDE PINTO, José Marcelino: 1995. A teoria da ação comunicativa de Jurgen Habermas: conceitos básicos e possibilidades de aplicação à administração escolar. Paidéia (Ribeirão Preto) n 8-9. Feb/Aug. In Scielo.

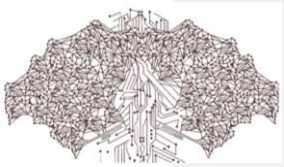
SEGURADO, Rosemary: 2011. Política da internet: a regulamentação do cyberespaço. Revista USP, São Paulo, n.90, pp. 42-57, junho/agosto.

SEVCENKO, Nicolau. O desafio das tecnologias à cultura democrática In Cidade e cultura: esfera e transformação urbana. pp. 37-47.

SLOTERDIJK, Peter: 1999. No mesmo barco: Ensaio sobre a hiperpolítica. São Paulo: Ed. Estação Liberdade

THOMPSON, J.B.: 2001. A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia. Petrópolis. Ed: Vozes. pp. 19-46.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



AFINIDADES E DIVERGÊNCIAS AO DEBATER A MATERNIDADE NO FACEBOOK: UM ESTUDO DE CASO NAS PÁGINAS "DESINTOXICAÇÃO DO ROMANTISMO" E "JÁ FALOU PARA SEU MENINO HOJE?" [1]

Ana Luiza de Figueiredo Souza[2]

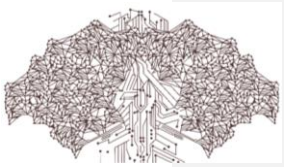
Resumo: Nos últimos anos, conteúdos publicados em páginas e/ou perfis pessoais no Facebook têm atentado para as dificuldades e preconceitos tanto em relação às mães quanto com as mulheres que não desejam sê-lo. Tais discussões são protagonizadas por mulheres que abordam a maternidade a partir de suas próprias experiências. Tendo em vista este cenário, o artigo analisa os principais comentários feitos à matéria "Mulheres optam cada vez mais por não serem mães, mas ainda enfrentam preconceito", publicada pelo site *Uai Notícias* e compartilhada nas páginas *Desintoxicação do Romantismo* e *Já Falou para seu Menino Hoje?*. Ao se debruçar sobre os discursos produzidos pelas mulheres que integram os comentários em torno da matéria, o artigo se apoia nos conceitos de ações conectivas (BENNETT & SEGERBERG, 2012), eu-pistemiologia (VAN ZOONEN, 2012), públicos afetivos e narcisismo político (PAPACHARISSI, 2010, 2011). Concluiu-se que essas mulheres discutem uma questão coletiva – a maternidade, e em última instância, o lugar social da mulher – a partir de uma experiência materna individualizada.

Palavras-chave: maternidade; Facebook; ações conectivas; pessoalização de causas; narrativas pessoais.

1. Introdução

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Pesquisadora é mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, bolsista CAPES e integrante do Grupo de Pesquisa em Mídias Digitais, Identidade e Comunicação (MiDICom). E-mail: analuiza.dfigueiredo@gmail.com



Nos últimos anos, a quantidade de discussões sobre a maternidade tem aumentado[3], ganhando visibilidade sobretudo no Facebook. São matérias, imagens e depoimentos que, publicados em páginas e/ou perfis pessoais, atentam para as dificuldades e preconceitos tanto em relação às mães quanto com as mulheres que não desejam sê-lo. Entre compartilhamentos e comentários no Facebook, as discussões são protagonizadas por mulheres que não abordam a maternidade em termos universais ou genéricos, mas a partir de suas próprias experiências.

Um exemplo da repercussão desse tipo de conteúdo é a matéria "Mulheres optam cada vez mais por não serem mães, mas ainda enfrentam preconceito" (DAMAS, 2014), publicada pelo site UAI Notícias no dia primeiro de outubro de 2014 e postada[4] na página *Desintoxicação do Romantismo* em seis de junho de 2017. A página *Já Falou para seu Menino Hoje?* compartilhou[5] a publicação em sete de junho do mesmo ano.

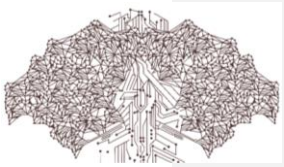
Ambas as publicações geraram reações[6], comentários e compartilhamentos, em sua maioria feitos por mulheres que, ao debaterem questões relacionadas à maternidade,

[3]3. Presume-se que discussões sobre a maternidade sempre existiram, mas faltam dados para comprovar como e quando se deram essas conversas. A própria escassez de informações revela que não constituíam uma prática tão recorrente, sobretudo quando se tratava de uma mulher – e não um médico ou intelectual – compartilhando sua opinião com uma semelhante. Diferentes autores apontam que houve um aumento dos debates sobre a maternidade (PESKOWITZ, 2005; LOPEZ, 2009; O'REILLY, 2010; FRIEDMAN, 2013). O que possui vários motivos: as mulheres conquistaram mais espaços e direitos, melhorando sua situação econômica/social e ganhando condições de tratar de assuntos que lhes interessem, inclusive no meio acadêmico; isso fez com que discutir a maternidade perdesse cada vez mais a conotação de tabu nos grandes centro urbanos capitalistas; houve mudanças tecnológicas significativas, que permitem maior interação entre os usuários e ampliam o alcance de suas mensagens; existe uma cultura midiática que estimula as pessoas a darem mais visibilidade a questões íntimas, entre outras.

[4]4. Link disponível nas Referências. Acesso em: 13 jan. 2018. A publicação teve 322 compartilhamentos e 1,2 mil reações e 27 comentários.

[5]5. Link disponível nas Referências. Acesso em: 13 jan. 2018. A postagem teve 455 compartilhamentos e 1,6 mil reações. O número de comentários não é visível.

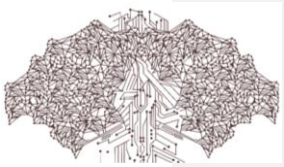
[6]6. Reações são um recurso que passou a integrar as funcionalidades do Facebook em fevereiro de 2016. Além da curtida, os usuários podem marcar as publicações alheias com "amei" (ícone de coração), "haha" (emoji de risada), "uau" (emoji de admiração), "triste" (emoji de choro) e "grr" (emoji de raiva).



muitas vezes partiam das próprias experiências para desenvolver seus argumentos. É possível verificar essa prática nos comentários transcritos abaixo, junto a suas respectivas reações e respostas. Para preservar o anonimato das autoras, seus sobrenomes foram suprimidos:

> **Juliana:** Um saco essa cobrança! Fui visitar a minha mãe hoje à noite, acabei dando um fora numa amiga dela, que vive socada lá e quando me vê só fala nisso! Falei em tom ríspido mesmo, "tu só tem esse assunto é? Só sabe falar nisso, muda o disco, num já sabe que não vou ter filhos, para de insistir. Hoje tô boa não". Ela fechou o toba e foi embora! Oxe, passei o dia todo me fudendo de trabalhar, a mulher nem perguntou do meu dia, estou me recuperando de uma cirurgia, a peste nem pra perguntar se tê bem!
>
> [117 curtidas e reações de "amei" e "grr"]
>
> **Ana:** Eu estudo, viajo, passeio, trabalho. Tenho dois adolescentes e espero mais um bebezinho. É tudo questão de organização.
>
> [1 curtida]
>
> **Fabiana:** Me identifico fortemente. Não tenho o menor desejo de ser mãe e hoje, no auge dos meus 35 anos, a única vontade que tenho é a de trabalhar e viver a vida. Filho só atrapalharia com meus planos...
>
> [26 curtidas e reações de "uau"]

Van Zoonen (2012) argumenta que o ambiente das mídias sociais estimula uma discussão pública calcada em experiências pessoais. Sob influência do jornalismo sensacionalista que teria sido um dos responsáveis por agendas políticas que valorizam a experiência em primeira pessoa – ou seja, o subjetivo, o autobiográfico e o confessional –, o indivíduo desconfia cada vez mais de instituições e discursos públicos (a lei, a educação, a política, a medicina). Desconfiança também apontada por Bennett & Segerberg (2012), como fruto do ambiente negativo da mídia. Desse modo, o indivíduo constrói sua percepção sobre cenários e/ou demandas coletivas a partir da contraposição entre o que seriam realidades mediadas e não mediadas. Isto é, entre aquilo que passa pela

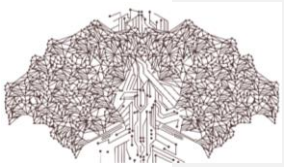


triagem de terceiros (em geral, agentes midiáticos) e o que supostamente independe dessa influência.

Tal movimento ocasiona o que Van Zoonen (2012) chama de "eu-pistemologia" –usando aqui a tradução literal de Chagas (2016). Tratar-se-ia da transformação do paradigma epistemológico, em um processo de sobrevalorização das experiências pessoais na argumentação pública. Para defender uma determinada atitude ou posicionamento, o indivíduo partiria de suas próprias vivências e da maneira como as processou. Essa individualização é o que sustentaria seus argumentos e posições, ao invés de um olhar sobre a coletividade ou interesses mais abrangentes do que os particulares. Tudo que não reflita os desejos ou as vivências sociais do indivíduo deve, portanto, ser colocado em dúvida.

Em pensamento semelhante, Papachirissi (2011) acredita que o cidadão comum tem se ocupado menos com a expressão de discursos políticos e mais com a manifestação de discordâncias, interesses e valores morais particulares. Tal tendência permitiria que cidadãos isolados se conectassem em uma linguagem política que operaria através de suas causas particulares. Esse narcisismo político (que também podemos entender como narcisismo de causas ou agendas) não seria um fenômeno egoísta, mas um modelo teórico que enfatizaria a pluralidade de vozes na mídia digital – entre elas, os SRSs –, mesmo que atravessado por vivências pessoais.

Bennett & Segerberg (2012) estabelecem que apenas laços sociais fracos são mantidos por tecnologias de informação interativa. Contudo, são esses laços que permitem o desenvolvimento de ações conectivas entre pessoas engajadas em determinada causa ou interesse. O cidadão contemporâneo tem maior noção de que precisa se envolver naquilo em que acredita e/ou acha problemático, dando maior peso a suas próprias atitudes. Para os "cidadãos atualizantes" (*actualizing citizens*), existiria a necessidade de atuar junto, não apenas consumir o espetáculo político em suas variadas formas. Se a ação coletiva tradicional se baseava em escolhas racionais que envolviam o bem público, a ação conectiva é marcada pela negociação de "enquadramentos pessoais de ação" (*personal action frames*, que poderíamos traduzir como pautas ou causas

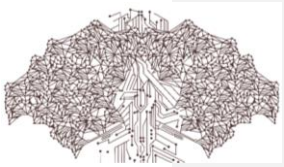


pessoais) e identidades, considerando as relações e os laços afetivos envolvidos na tomada de decisão frente à ação política.

Papachirissi (2010) defende que, apesar das redes envolvidas com ações políticas transcenderem o foco no indivíduo enquanto unidade isolada, uma importância crescente vem sendo atribuída a afinidades pessoais nas manifestações em mídias sociais, o que traria um elemento narcisista à intervenção na rede. Já Van Zoonen (2012) argumenta que a nova epistemologia centrada no indivíduo se estende por movimentos sociais articulados na internet, pelo neopopulismo conservador, pela crítica pós-moderna e aos movimentos feministas. Neste último, aponta que a metodologia empregada privilegia vozes "alinhadas" como protagonistas da campanha, ou seja, em conformidade com o que aquele determinado grupo acredita ou pratica. Discursos destoantes são desvalorizados e, posteriormente, suprimidos. Isso aconteceria por estarmos experimentando uma virada afetiva na política.

Poderíamos refletir se essa preferência por vozes "alinhadas" se verifica nas reações aos conteúdos publicados pelas páginas *Desintoxicação do Romantismo* e *Já falou para seu Menino Hoje?* no Facebook. Apesar de possuírem algumas diferenças quanto ao teor das publicações, ambas têm públicos majoritariamente compostos por mulheres, que se apresentam enquanto apoiadoras de vários ideais defendidos pelos movimentos feministas.

Como as seguidoras das páginas se comportam diante de comentários que destoem de suas próprias convicções? O quanto o enfoque pessoal é relevante para sua argumentação? De que maneira suas ações e discursos no Facebook se conectam entre si? Ao se debruçar sobre os discursos produzidos pelas mulheres que integram as discussões geradas nos principais comentários em torno da matéria do site UAI Notícias publicada pelas páginas *Desintoxicação do Romantismo* e *Já falou para seu Menino Hoje?*, o artigo se apoiará nos conceitos de ações conectivas (BENNETT & SEGERBERG, 2012), "eu-pistemiologia" (VAN ZOONEN, 2012) e narcisismo político (PAPACHARISSI, 2011). O objetivo é refletir se essas mulheres estariam discutindo uma questão coletiva – a maternidade, e em última instância, o lugar social da mulher – a partir de uma experiência materna individualizada.

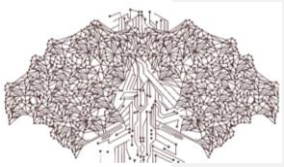


2. Maternidade: da esfera pessoal para o meio público

Na França do século XVIII, a partir da divulgação do Segundo Discurso de Rousseau (1754), são muitas as publicações que recomendam que as mães cuidem pessoalmente dos filhos. Passam a impor à mulher a obrigação de ser mãe como prioridade, justificando-a através de teorias que sustentam o que Badinter (1985) chama de mito: o instinto materno, ou seja, o amor espontâneo de toda mãe pelo filho. Esse amor passa a ser exaltado como natural e social, necessário para a manutenção da espécie e da sociedade. A associação dos termos "materno" e "amor" deslocou a figura da mãe do lugar de autoridade para o âmbito do afeto e do carinho.

Tal movimento teve como precursor a queda do Antigo Regime, que fez com que a preocupação do Estado não fosse mais formar súditos dóceis para Vossa Majestade, mas produzir cidadãos que seriam a riqueza do país. A alta taxa de mortalidade infantil – em muito devida ao descaso com que as crianças eram tratadas – passa a ser combatida (BADINTER, 1985). Interessa ao Estado que o maior número possível de crianças nascidas no país sobreviva, para que se tornem adultos capazes de gerar dinheiro, conhecimento e demais insumos de que a sociedade necessitaria. Como o período de maior mortalidade era a primeira etapa da vida, era preciso convencer as mães a se aplicarem às esquecidas tarefas de amamentar, tratar e zelar por seus bebês.

Médicos, moralistas e administradores iniciaram campanhas expondo diferentes argumentos para fazê-las acreditar que "dar novamente o seio" (ibid, p.146) era preciso. Parte das mulheres foi sensibilizada por essa nova exigência, mas não por obedecerem às motivações sociais e econômicas dos homens. Atraíram-se pela promessa de felicidade e igualdade contidas no interior desse discurso. Diziam os ideólogos e médicos: "Sede boas mães, e sereis felizes e respeitadas. Tornai-vos indispensáveis na família, e obtereis o direito de cidadania" (*apud* BADINTER, 1985, p.147). A partir disso, muitas mulheres perceberam que, ao incorporar seu papel de mãe devotada e carinhosa, alcançariam uma importância que jamais haviam tido na sociedade da época. Julgavam conquistar o direito



ao respeito dos homens, o reconhecimento de sua utilidade e especificidade, já que apenas elas eram capazes de realizar uma tarefa que o homem não podia, ou não queria, assumir.

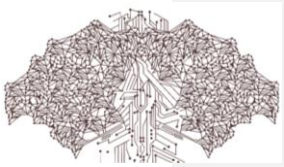
Análises e discursos passam a ser baseados na teoria rousseniana da mãe, que pregava que o único destino possível para as mulheres era reinar sobre a casa, deixando o mundo e o que estava fora do lar aos cuidados do homem, sob pena de ser anormal. Devia aprender a sofrer em silencia e dedicar a vida aos familiares, pois essa não era apenas sua função por natureza, mas sua única possibilidade de ser feliz (ibid). O silenciamento diante das dificuldades maternais foi prática recorrente, sob a justificativa de que seriam suprimidas pelo sentimento de amor aos filhos.

No Brasil do século XIX, a ação médica sobre a família projetou nas mulheres "a nobreza da função amamentar" (COSTA, 1999, p. 261). A medicina higienista atuou para modificar a conduta física, moral e sexual da família burguesa citadina, com foco na orientação do papel da mulher-mãe. Implementaram-se as ideologias da culpa, do devotamento e do sacrifício, relacionadas à condição materna. O uso desses valores se fortaleceu nas primeiras décadas do século XX, sobretudo nas revistas femininas que orientavam as mulheres para o casamento e o cuidado com a família (FREIRE, 2009).

Butler (1986) entende que a recusa da maternidade expõe as mulheres a uma temida pena social. Assim sendo, sua aceitação por elas funcionaria mais como uma "instituição social compulsória", já que se pretende naturalizar e universalizar tal instituição como própria de um gênero (p.42). No caso, o feminino.

Diante desse histórico, a prática de discutir a maternidade a partir de experiências pessoais dá continuidade ao movimento de associar o fato de ser (ou preparar-se para ser) mãe a algo mais amplo – ser mulher. Interessante notar como a atuação das mulheres no campo privado e pessoal (na casa, na família) marcava sua posição na esfera pública, processo que ainda hoje se verifica.

O ambiente de trabalho, por exemplo, tradicionalmente é construído como não maternal (ou parental), não é pensado para acolher mães, crianças e suas necessidades. É comum que, em entrevistas de emprego, as candidatas precisem responder se têm ou pretendem ter filhos, sendo muito mais difícil ocupar cargos importantes quando já são



mães. O ambiente político também não foi tradicionalmente pensado para abrigar mulheres nem mães, e até hoje representantes femininas são minoria nas câmaras, parlamentos, senados, assembleias e partidos do mundo inteiro. Assim, o desempenho das mulheres no âmbito particular, ou seja, na relação com os familiares e a casa, serve para valorizá-las ou desvalorizá-las no meio público, marcando sua presença nele.

Rago (1998) acredita que, ao falarem sobre suas vivências, as mulheres estariam inaugurando novos discursos que ajudariam a quebrar as concepções impositivas, hierarquizantes e, não raramente, misóginas há tanto tempo consagradas como as únicas possibilidades existentes. Falar de si e suas próprias experiências seriam maneiras de modificar a prática e o discurso dominantes. Mais uma vez, parte-se de uma atitude e perspectiva individuais para o coletivo – o que, como aponta Rago, seria intencional. Essas mulheres querem falar do seu ponto de vista porque até então ele não foi contado, julgam que há aspectos nele que sirvam a alguém além delas mesmas.

3. Diferenças e semelhanças entre as páginas

Com 333.299 curtidas e 335.121 seguidores[7], a *Desintoxicação do Romantismo* é uma página criada em julho de 2015. Voltada para o público feminino, apresenta-se da seguinte maneira na seção "Sobre" de sua página inicial:

> A página pretende que juntas possamos discutir as formas como o ideal romântico é plantado e suas consequências principalmente para a saúde mental da mulher e da dificuldade de construir relações saudáveis a partir deste ideal.
>
> Mulheres são levadas a construírem suas vidas em torno de um mito, o amor romântico. Quanto menos conscientes em relação a este mito, ficamos mais vulneráveis a sermos vítimas de nós mesmas, da misoginia, do patriarcado. A informação, neste caso, é ferramenta de defesa contra uma sociedade que diz que o amor tudo suporta, e se não suporta, não ama.
> Não sou psicóloga, as discussões são feitas a partir das conclusões geradas a partir da minha vivência e de outras mulheres.
> Este espaço será construído pelo viés do Feminismo Interseccional, buscando sempre fazer os devidos recortes de classe, raça e gênero. Nisto, eu conto com o auxílio de todas, uma vez que eu ainda estou me construindo enquanto

[7]7. Último acesso em: 27 jan. 2018.



> feminista.
> Homens cis pró-feminismo são bem-vindos desde que busquem respeitar o local de fala. Não serão tolerados machismo, racismo, homo/lesbofobia, bifobia, transfobia (HISTÓRIA a, 2017).

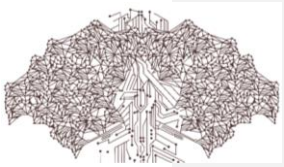
Vê-se, portanto, que a página foi criada por uma mulher (que não se identifica) para ser um espaço de problematização do que ela chama de ideal romântico. Ao longo das publicações, é possível perceber que o conceito de ideal romântico aplica-se a diferentes aspectos da vivência feminina: imagem corporal, crenças religiosas, orientação sexual, militância, cor de pele, relacionamentos familiares e amorosos. Dentre eles, a recusa à maternidade (ou seja, a opção de não ter filhos) aparece com alguma frequência, mesmo não sendo o aspecto mais explorado pela página.

Por sua vez, a *Já Falou para seu Menino Hoje?* conta com 268.895 curtidas e 269.495 seguidores[8]. Criada em outubro de 2015 (no mês da criança), possui a seguinte descrição na seção "Sobre" de sua página inicial:

> Esse movimento surgiu das aulas de Empoderamento Infanto-Juvenil, do projeto Escola de Ser (www.escoladeser.org.br), com um olhar para o cuidado com a educação dos meninos, que precisam empoderar-se da sua capacidade de empatia, sensibilidade, de dar e receber carinho e de respeitar os direitos humanos, numa perspectiva de equidade de oportunidades e vivências entre meninas e meninos. Somos uma equipe: Carol (Caroline Arcari), Nanes (Laureane Marilia), Nathy (Nathália Borges), Polly (Pollyana Schervenski), Rai (Raiene Sara) e Rô (Rô Rezende), todas educadoras desse projeto premiado pela Unicef, CECIP, Abrinq e Save the Children (HISTÓRIA b).

Enquanto a *Desintoxicação do Romantismo* é fruto da iniciativa e da perspectiva individuais de sua criadora – que se mantém anônima e disposta a construir a página junto às outras mulheres que a acompanham –, a *Já Falou para seu Menino Hoje?* apresenta-se como resultado de aulas ministradas em uma instituição de ensino, a Escola de Ser, projeto social voltado para o oferecimento de um modelo educacional em que o aluno torna-se "sujeito ativo do próprio processo de aprendizagem" (NOSSA FILOSOFIA, 2017). Para a escola, o centro desse processo não são os livros, apostilas, ou atividades,

[8]8. Último acesso em: 27 jan. 2018.



mas a relação estabelecida entre o aluno e o educador, capaz de, segundo a instituição, transmitir à criança noções de responsabilidade, independência e cidadania.

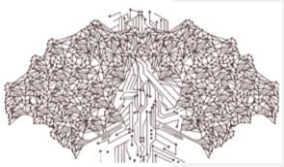
No caso específico do projeto que inspirou a página *Já Falou para seu Menino Hoje?*, o foco eram os meninos da Escola de Ser. As educadoras responsáveis pela iniciativa se identificam enquanto coordenadoras da página, que por sua vez deixa implícito (até pelo próprio nome) que é voltada para pessoas (presumivelmente pais e responsáveis) que criam meninos em idade escolar.

Em suas publicações, a *Já Falou para seu Menino Hoje?* prioriza conteúdos relacionados à educação de crianças, sobretudo no que diz respeito à quebra de estereótipos de gênero. Justamente por esse enfoque, postagens relacionadas à recusa da maternidade ou mulheres sem filhos são minoritárias.

Em ambas as páginas, a maior parte dos comentários, reações e compartilhamentos parte de mulheres. No entanto, apenas a *Desintoxicação do Romantismo* se apresenta como voltada exclusivamente para este público. A própria descrição da página utiliza conjugações no gênero feminino para se referir aos interlocutores ("que juntas possamos"). Apesar disso, permite a participação de "homens cis pró-feminismo", contanto que busquem "respeitar o local de fala".

Ao dizer o que será admitido na página e como aqueles que não pertencem a seu público-alvo devem portar-se nela, a *Desintoxicação do Romantismo* estabelece quais comportamentos serão aceitos ou banidos de seu espaço – o que certamente influi no tipo de discursos produzidos na página.

Em sua apresentação, a *Já Falou para seu Menino Hoje?* mostra-se mais aberta em relação ao público que deseja atingir. Na verdade, a ênfase do texto não é em quem o conteúdo da página visa mobilizar, mas em esclarecer de onde a mesma surgiu e quem a administra. A maior indicação do público dá-se no nome da página, de modo a inferir que pais e responsáveis por meninos seriam seus principais interlocutores. No entanto, a julgar pela descrição, não há exclusivismo no que tange ao público-alvo. Pessoas que se interessem pela educação ou questões de gênero podem acessar e interagir com a página, independentemente de criarem meninos ou não.



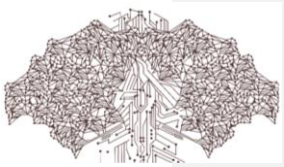
4. Conexões

Bennett &Toft (2010) atentam para o fato de as tecnologias não organizarem por conta própria os laços que constituem os sites de redes sociais (SRSs). Também não o fazem de maneira desvinculada às histórias que os usuários desses mesmos sites neles compartilham. Assim, as narrativas pessoais funcionariam como condicionantes da rede, participando da construção de laços sociais e gerando contextos interpretativos para as "campanhas" (isto é, aos movimentos maiores do que os individuais) a que estivessem atreladas. Tal processo possibilitaria que diferentes redes pessoais fossem associadas a uma rede mais ampla de suporte, inspirando a ação coletiva.

Pouco depois, Bennett & Segerberg (2012) propõem uma espécie de escala com objetivo tanto de determinar o grau de centralização na articulação de ações organizadas quanto de verificar o papel desempenhado pelas tecnologias da comunicação nesses movimentos. Com isso, estabelecem três tipos de ação organizada: ações coletivas tradicionais, ações coletivas híbridas e, como categoria que mais interessa a este artigo, ações conectivas. O conceito desta última foi elaborado em oposição às ações coletivas tradicionais, chefiadas por organizações formais como partidos políticos e sindicatos.

Enquanto a ação coletiva se baseia na lógica da escolha racional que envolve o bem público, a ação conectiva é baseada na negociação de "enquadramentos pessoais de ação" e identidades, considerando as relações e os laços afetivos envolvidos na tomada de decisão frente à ação política. Difere da ação coletiva tradicional por apresentar um nível de personalização muito maior ao apropriar pautas pessoais e circulá-las na rede.

Podemos pensar que a *Desintoxicação do Romantismo* seja uma página construída sob o modelo de ação conectiva. Ao se apresentar, revela a intenção de mudar a percepção das mulheres que a acompanham sobre determinados comportamentos. A partir da perspectiva pessoal de sua criadora, elabora conteúdos que ela acredita serem importantes e relevantes para outras mulheres que, a partir de sua interação com a página, podem articular mudanças tanto em seu modo particular de agir/pensar quanto em práticas mais amplas, coletivas.

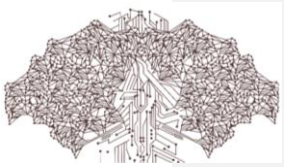


Apesar de derivada de uma instituição educacional, a *Já Falou para seu Menino Hoje?* também se apóia em ações conectivas para divulgar seu conteúdo e causar reflexão sobre o modo como meninas e sobretudo meninos são criados no Brasil. As fundadoras da página estão vinculadas a um projeto educacional coletivo, mas a página em si não está diretamente ligada à Escola do Ser – derivou-se da iniciativa de suas administradoras, pautada por valores e temáticas nos quais elas (e não necessariamente a escola) acreditam e/ou têm interesse.

Em ambos os casos, verifica-se a personalização das causas defendidas por cada página, bem como um cerceamento – embora muito mais forte na *Desintoxicação do Romantismo* – de quem pode fazer parte delas e como devem se expressar. Cabe questionar até que ponto as páginas promovem ações emergentes e espontâneas, já que possuem configuração semelhante a ações coletivas capitaneadas por sindicados ou partidos políticos: são lideradas por um grupo restrito, com normas de conduta e definição do perfil de seguidores que buscam.

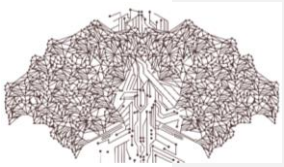
Talvez o conceito de ação conectiva se aplique melhor às reações, comentários e compartilhamentos da matéria do site *Uai Notícias* (DAMAS, 2014) feitos pelo público de ambas as páginas. A partir de sua identificação e/ou interesse pela problemática abordada na matéria, esses seguidores agem para se posicionar diante dela. As narrativas pessoais que evocam permitem a construção de uma rede arquitetada em torno de ideias e valores semelhantes – reforçados pelas próprias páginas. Tal movimento cria laços sociais que, apesar de breves e fracos, geram contextos interpretativos nos quais o problema em destaque (o fato de as mulheres que não querem ser mães sofrerem preconceito) ganha contornos mais visíveis, comprovado pelas experiências compartilhadas nos comentários.

5. Eu, mãe. Eu, não mãe



O segundo comentário na página *Desintoxicação do Romantismo* como resposta à matéria compartilhada do site UAI Notícias pode ser visto na transcrição abaixo, junto com as réplicas que recebeu:

> **Daniele:** Amo meus filhos, mas se eu pudesse voltar atrás não teria nenhum. Não só pelo fato de despesas, não ter tempo para VC mesma. Mas vivo preocupada, aflita, imagino se algo acontecer com algum deles. Vivemos em uma sociedade onde a vida não tem nenhum valor. Portanto, acho que elas estão certas. [76 curtidas e reações de "amei" e "uau"]
>
> > **Paula:** Amei seu comentário! Muita gente não admite isso, mas imagino que ser mãe é um fardo. Por isso amo minha mãe e respeito muito...Porque imagino que não é fácil se esquecer pra viver pra um outro que no futuro não ta nem aí pra vc.
> >
> > [8 curtidas e reações de "amei"]
> >
> > **Ana Andréia:** Tudo bem por optar por não ter filhos antes de tê-los, mas se arrepender depois de ter tido é algo que não concebo. Não consigo entender. Mesmo com todas as lutas diárias que é criar um filho, depois que surgiram na minha vida, não sei como viveria sem eles, agora que já sei qual a sensação.
> >
> > [5 curtidas e reações de "grr"]
> >
> > **Jamilih:** Ana, só pra seu conhecimento esse "não concebo" só corrobora pra maternidade compulsória. É perfeita e totalmente normal se arrepender de algo, o que não é normal é querer fugir desse arrependimento, que, nesse caso, é negligenciar as crianças.
> >
> > [23 curtidas e reações de "amei"]
> >
> > **Crisandra:** Concordo, não tenho filhos. Mas entendo, porque você se desgasta bastante. Você tem que ter tempo para pensar em você mesma, refletir sobre sua vida, mas ao mesmo tempo você se sente "obrigada" a pensar sempre nos filhos primeiro, porque afinal eles precisam de você para se desenvolverem! Filhos têm que ser com planejamento! Porque enlouquece sim!!!
> >
> > [3 curtidas]
> >
> > **Ana:** Paula, infelizmente isso acontece muito, nem sempre os filhos têm gratidão pelo que os pais fazem e já diz o ditado: "Uma mãe cuida de dez filhos, mas...dez filhos não cuidam de uma mãe"! ☹ ☹
> >
> > [1 curtidas]



Nota-se que a classificação de Butler (1986) sobre a maternidade enquanto instituição social compulsória é identificada pelas mulheres envolvidas na discussão.

Também podemos perceber que, para sustentar seus argumentos, essas mulheres não apenas partem de experiências pessoais, como ainda utilizam seus valores e pontos de vista individuais para justificar suas posições. Neste sentido, comprovam o que Van Zoonen (2012) argumenta sobre a individualização servir de base para posicionamentos, ao invés de um olhar sobre a coletividade ou uma perspectiva mais abrangente, menos intimista.

A participante Ana Andréia, por exemplo, utiliza as próprias convicções sobre a maternidade para dizer que acha inconcebível que uma mãe se arrependa de ter tido filhos – o que é uma resposta direcionada ao comentário (que funciona como uma espécie de confissão pública) de Daniele. Ela é rebatida por Jamilih, que acusa seu discurso de colaborar com a maternidade compulsória.

O comentário de Jamilih gerou vinte e três reações, enquanto o de Ana Andréia teve apenas cinco (entre as quais duas correspondiam ao emoji "grr", ou seja, raiva). Tal diferença pode ser explicada pelo fato de a página em que os comentários foram feitos ser alinhada a discursos que promovam a desconstrução de ideias por ela consideradas românticas, inclusive a da maternidade. Assim, o público que a acompanha – e que consequentemente responde às publicações – está mais propenso a aceitar e/ou reagir positivamente a comentários que se coloquem como adversos à romantização do que a comentários que, de alguma forma, remetam a ela. Ao acusar o discurso de Ana Andréia de promotor da maternidade compulsória, Jamilih valida seu próprio discurso como seu opositor, ganhando o apoio de demais seguidoras da página.

O terceiro comentário à postagem da matéria e suas respostas podem ser vistos na transcrição abaixo:

> **Thayna:** A galera chata, principalmente familiares, tem que parar de ficar enfiando goela abaixo que mulher só é completa quando tem filho, eu tenho 19 anos e namoro há 2 anos, quando eu falo que eu e meu namorado se casarmos não queremos ter filhos é aquele NOSSA, meu, tanta coisa pra aproveitar, pra que ter filho? Se quiser filho, adota uma criança, gente, tanta criança largada na rua ou num orfanato aí. Que coisa chata isso. [39 curtidas e reações de "amei"]

Thamires: Um beijo pra esse teu comentário lindo <3

[2 curtidas]

Breenda: Passo por EXATAMENTE a mesma coisa. E ainda tem o pessoal que diz que adotar não é ter filhos. Que não nasce de você. Que não engravida/amamenta. E o pior: "o que o seu namorado pensa sobre isso?" ELE NÃO TEM QUE PENSAR NADA, CARALHO! Quando um não quer, dois não brigam, não é verdade? Então por que quando um teoricamente quer o outro tem que engravidar. Dá licença, viu? Isso me cansa.

[5 curtidas e reações de "amei"]

Fernanda: Mas você só tem 19 anos, sério que seus familiares te pressionam?

Breenda: No meu caso não é bem pressão. São aqueles comentários do tipo "você não quer porque é criança ainda/não entende nada sobre a vida/ vai mudar de ideia/ mulher que não tem filho não é completa.

Thayna: Fernanda, sério, pois na minha família eles têm aquele hábito de ter filho cedo, minha vó teve minha mãe aos 16, minha mãe me teve aos 17. E eu não quero ter filhos, se eu um dia eu quiser, prefiro adotar.

[1 curtida]

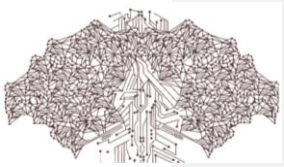
Nathalia: Você não pode decidir não ter filhos aos 19 anos porque é muito nova, mas quando diz que quer ser médica aos 15 todo mundo aplaude. Vai entender.

[3 curtidas e reações de "amei"]

Thayna: É né...

[1 reação de "amei"]

Mais uma vez, temos relatos de vivências pessoais servindo como argumentação para questões coletivas, o que se alinha à tendência contemporânea apontada por Papacharissi (2011): o cidadão comum se ocupa menos com a expressão de discursos políticos e mais com a manifestação de interesses e valores morais particulares.

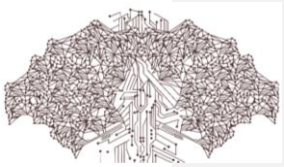


Percebe-se alinhamento entre as vozes que constituem a discussão. Como consequência, não há atrito entre diferentes posições. O que existe é a confirmação do posicionamento expresso pelo comentário inicial (feito pela participante Thayna) nas respostas que a ele se seguem. Podemos pensar que são complementações ao argumento original.

O atrito aparece nas respostas ao sexto comentário:

> **Ana Virgínia:** Acho tão engraçado achar que se vai deixar de viver, estudar, viajar, passear porque se tem filhos...mas acho melhor assim, ninguém é obrigado a nada e é, ser mãe/pai é vocação e entrega mesmo, coisa que pouca gente faz de verdade. Prefere delegar ou reclamar. [9 curtidas]
>
> > **Ana Andréia:** Eu estudo, viajo, passeio, trabalho. Tenho dois adolescentes e espero um bebezinho. É tudo questão de organização. [1 curtida]
> >
> > **Ana Virgínia:** Com toda certeza. Tenho um filho lindo e nunca deixei de fazer nada, pelo contrário, tive e tenho o prazer de levá-lo a muitos lugares que sonhei. Pra mim, um grande privilégio. Enfim, como você bem disse, tudo questão de organização e prioridades. ☺ ☺ [1 curtida]
> >
> > **Thayná:** Minha prioridade sempre vai ser eu, o que eu quero, e se eu quiser viajar, viver e estudar sem ter que planejar cada minuto do meu dia, abdicando da minha liberdade de fazer o que quiser à hora que quiser, pq vou ter alguém que depende de mim, vou optar por não ter filhos. [6 curtidas e reações de "amei"]
> >
> > **Ana Virgínia:** Sua opção é legítima. Sua vida e decisões cabem a você. Alguém falou o contrário disso?

Ana Virgínia e Ana Andréia têm uma visão (e vivência) de maternidade que difere do discurso dominante entre os comentários à matéria. Encontram apoio uma na outra,



conectando-se por meio de um laço fraco, mas que não as deixa isoladas (BENNETT & SEGERBERG, 2012). Isso transforma suas narrativas pessoais em condicionantes da pequena rede de apoio – usando aqui o termo de Bennett & Toft (2010) aplicado a ações coletivas de caráter transnacional – que estabeleceram para seu posicionamento diante da temática discutida. Mesmo assim, Ana Virgínia não se opõe diretamente à resposta de Thayná, por sua vez alinhada ao discurso dominante dos comentários.

Os últimos comentários da página *Desintoxicação do Romantismo* constam na transcrição seguinte:

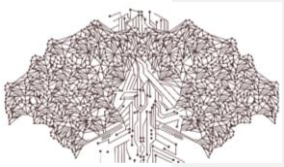
> **Maria Alice:** Não sei pq isso, eu não me vejo mãe de ninguém, claro q se por acaso eu tiver um, tudo bem, mas, se não, tudo bem tbm, não to nem um pouco desesperada pra isso acontecer.
>
> [5 curtidas]
>
> **Cketh:** Fora as barreiras pra fazer uma cirurgia de laqueadura se não tem filhos. Até meu marido encontrou urologistas que falaram q ele não poderia fazer vasectomia se não tivesse filhos, msm tendo mt mais que 25 anos como estipula a lei. Saco cheio!
>
> [2 curtidas]
>
> **Laura:** Quando eu "assumi" pra minha mãe que eu nunca queria ser mãe, ela disse: melhor coisa! Filho só dá trabalho e enche o saco.
>
> NOZA JUREG </3
>
> (OBS: mas independente da brincadeira que ela fez, ela me apoia na minha decisão)
>
> [1 curtida]
>
> **Jaqueline:** É assim mesmo, eu tenho uma e assim vai continuar, e o povo pergunta qnd vem o próximo, pois é rui m ter só um filho kkk. O ser humano é tão complicado...
>
> **Juliano:** Como se isso fosse uma obrigação aff.
>
> Pq homem não é obrigado a ser pai?
>
> [16 curtidas e reações de "amei"]

Nota-se que Juliano, apesar de ser homem, ou seja, diferente do público dominante tanto nos comentários quanto na página, não é atacado ao expressar sua opinião. As reações que recebe são curtidas e emojis de "amei", indicando aprovação e/ou concordância. Quando o discurso proferido se alinha com a crença e as expectativas das demais seguidoras, não há agressividade, correção ou silenciamento. O que não aconteceu com os comentários de Ana Andréia e Ana Virgínia.

Ao compartilhar a postagem da página *Desintoxicação do Romantismo*, a página *Já Falou para seu Menino Hoje?* utilizou a seguinte legenda: "Que a maternidade não seja compulsória. Que seja uma escolha, sempre". Mais uma vez temos a classificação de Butler (1986) sendo incorporada, o que indica que a filósofa aponta uma prática que muitas mulheres já notam em seu cotidiano.

Como acontece na página *Desintoxicação do Romantismo*, as narrativas pessoais servem para expressar e embasar posições. Tanto Van Zoonen (2012) quanto Papacharissi (2010, 2011) destacam a afetividade como fator relevante para o posicionamento político e/ou coletivo dos indivíduos diante de alguma questão. Quanto mais envolvidos com a mesma e quanto maior sua importância para eles, mais personalistas se tornam os discursos e atitudes que produzem sobre o tema, além de maior a desconfiança diante de falas e comportamentos que não reflitam suas percepções, ou seja, não enquadrem o problema da mesma maneira. Podemos verificar esta dinâmica nos comentários abaixo:

> **Jessica:** Vocês tão ligadas que a proposta é debater maternidade compulsória?
>
> Não é sobre desejos pessoais sobre querer ter filhos ou não!
>
> Por que todo post que abre essa discussão, vira roteiro para experiências e anseios pessoais, mas nunca de fato colaboram com um debate que dá voz às pessoas que de fato merecem o local de fala: as mães.
>
> Vocês já pararam pra pensar que por mais que seja uma droga ser pressionada a pra ter filhos, isso não chega nem aos pés do que sofre quem foi forçada a ser mãe. Não é excludente de fato.
>
> É mil vezes mais confortável ser incomodada por estranhos, por família e mandar todo mundo pra longe, mas ao menos ter um emprego.



Imagina o que passa uma adolescente ou uma mãe periférica?

Essas sim são de fato excluídas, abandonadas e socialmente apagadas. E a discussão deveria ser sobre elas, sobre o materialismo da questão. Dar voz e priorizá-las num debate.

Jamais deveria ser sob a perspectiva de vida de quem não foi vítima da maternidade compulsória.

Não é uma pergunta sobre quem quer ou não. É uma reflexão geral sobre o assunto. Todos mesmo sem vivenciar são capazes de contribuir. Mas tirem o foco da vida pessoal. Levem para uma escala geral e global. Onde mulheres são forçadas a ter filhos que não querem.

[5 curtidas e reações de "amei"]

Mandy: Horrível vc expor sua decisão e as pessoas acharem que têm o direito de te contrariar sobre o seu corpo!

[20 curtidas]

Anna Caroline: Eu optei. Tenho certeza, não quero ser mãe, nem engravidar. Nunca sofri nenhum tipo de preconceito, mas sei que há. Bem, no início do meu casamento perguntavam: qd vem o bb? Mas, logo as perguntas cessaram, dadas as respostas atravessadas, rs.

Daniella: Confesso que antes de eu ver um documentário, tinha um certo preconceito...

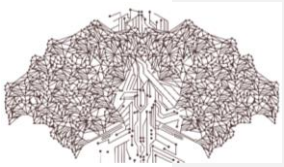
Mas passei a refletir e vi que muitas mulheres não querem de fato ser mães, não sentem essa necessidade, e não vão ser menos mulheres por conta disso.

E confesso que sou a favor. Cada uma sabe o que é melhor pra sua vida, e quem está de fora não tem nada a ver com isso. Tem muitas que têm os filhos, e eles acabam indo pra adoção...e quem sabe se, no futuro, a mulher que não quis gerar um filho no ventre pode gerar um no coração.

[1 curtida]

Ariane: Quer ser mãe, mas não quero parir o bebê e já sofro com os comentários insanos.

[13 curtidas]

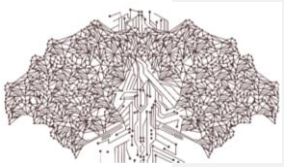


Em seu comentário, a participante Jessica acusa as demais de desviarem a discussão do principal assunto e de tomarem o lugar de fala das mães. Contudo, o assunto trazido pela matéria e pela página era justamente as mulheres que não tinham filhos e sofriam por essa escolha. A questão era o preconceito enfrentado por mulheres sem filhos, a maternidade compulsória (nas palavras da própria página) que não aceita que mulheres possam não querer ser mães.

Ao propor a inclusão das mães no debate, Jessica tange a discussão para o que acredita ser mais relevante, independentemente do contexto em que a mesma ocorre. No caso, enquanto resposta a uma matéria sobre mulheres que escolhem não ter filhos. A participante reivindica a fala de terceiros para, na verdade, falar de si: seu ponto de vista, suas convicções.

Esse movimento fica mais claro diante de sua reação ao comentário de uma mãe, que pode ser visto na transcrição a seguir:

> **Eliana:** Eu e bilhões e outras mulheres optamos pela maternidade, lidem com isso tbm, parem de demonizar a maternidade, se não quer não tenha, simples. Do mesmo jeito que vcs ficam de saco cheio de serem cobradas à maternidade, nós ficamos de vcs ficarem demonizando a maternidade. Aquele papo chato de vocês: "Mas criança dá trabalho, atrapalha a carreira profissional, com uma criança não poderia viajar o mundo como faço sem filhos". Isso é um saco ficarmos ouvindo essas coisas de vcs.
>
> > **Jessica:** Você é mãe e eu vou considerar sua opinião válida. Realmente, você tem razão!
> >
> > Assim como é chato pessoas dizendo que a mulher que opta por não ser mãe não tem "amor no coração", é chato ver pessoas que não são mães dando palpites numa maternidade que sequer vivem.
> >
> > Olha para o post. Era para discutir sobre a maternidade compulsória. Virou um mural de experiências e relatos pessoais.
> >
> > E as mães? E as que foram forçadas e de fato excluídas da sociedade por terem filhos? Cadê elas no debate?
> >
> > Eu acho que o único argumento válido para quem não quer ter filhos é o simples fato de não querer lidar com crianças ou ter responsabilidade. Beleza!
> >
> > Agora, o pessoal que usa problemas climáticos, teorias da conspiração e uma série de outras baboseiras porque o mundo ta uma merda e tals, deveria é pensar antes de falar.

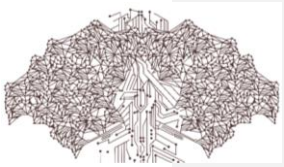


> Mas vamos ser sinceras. A maternidade é um peso, um fardo pra muitas. E não podemos mais permitir isso.
>
> [2 curtidas]
>
> **Jessica:** Não querer ter filhos não exclui ninguém de nada. Já ser mãe, sim.
>
> Você não pode falar com propriedade pelas outras mulheres. Te garanto que não chega nem a 1bi as que optaram. A maioria é forçada, não é escolha ou decisão, é imposição. Isso é MC.
>
> [2 curtidas]

Jessica responde ao comentário (também autocentrado) de uma participante que se apresenta como mãe. Apesar de dizer que considera sua opinião válida, Jessica a contesta. Para isso, descreve não apenas sua percepção sobre os demais comentários ("Era pra discutir sobre a maternidade compulsória. Virou um mural de experiências e relatos pessoais"), mas também o que ela acha válido como justificativa para escolher não ter filhos, menosprezando motivações diferentes das que julga pertinentes ("uma série de outras baboseiras"; "deveria é pensar antes de falar").

Se, por um lado, foi capaz de perceber a personalização dos relatos, não escapa a ela. Diferentemente dos demais comentários – em que as experiências pessoais servem de embasamento para discutir tanto a maternidade quanto as expectativas sociais que recaem sobre suas autoras por serem mulheres –, suas colocações servem apenas como corretivo para o comportamento das demais participantes do debate, como pode ser visto na transcrição abaixo:

> **Gerssica:** Eu não irei ter filhos, lide com isso... [9 curtidas]
>
> **Daniella:** O povo não tem nada com isso...
>
> Mas eles não entendem, sempre dando palpites.
>
> Tenho uma amiga que não quis ser mãe, engravidou e teve um aborto...poucos dias depois a vida lhe deu 2 filhos, porque a mãe deles faleceu.



Coisas que acontecem...

[2 curtidas]

Gerssica: Eu não nasci pra parir, não tenho paciência kkkkk.

[4 curtidas]

Daniella: Menina...

Você tá certinha...

Criança não é fácil...

Enquanto é bebê é tudo maravilha, depois que cresce piora.

Elisa: Eu irei e outras mulheres tbm, lidem com isso tbm, parem de demonizar a maternidade, se não quer não seja. Simples.

Drea: Acho q além de parar de rage gratuito no coment dos outros, o povo precisa aprender a interpretar comentário...

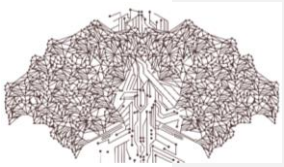
Gerssica: Eliana. É vocação, você deve ter dom de ser mãe, amar seus filhos, eu não, e não é demonização, é quebra de tabu.

Gerssica: Eu penso que se eu quiser qualquer coisa da minha vida eu vou fazer, não tenho filhos para atrapalhar. Fora que de criança aqui em casa basta eu kkk meu marido me deu um cachorrinho e eu pensei nossa que legal, mas aí vi que não tenho paciência, vi que não tinha capacidade pra ter filho. Se com um cachorro eu já rancava os cabelos kkkkkkkkkkk imagina filho.

Jessica: Não existe dom e nem vocação pra ser mãe. Com esse argumento ultrapassado você não quebra tabu nenhum. Só ajuda a perpetuar uma ideia de que ser mãe é algo intrinsecamente ligado a um determinado grupo de mulheres.

Gerssica: Quem disse que eu quebro tabu?

Gerssica: Quem quiser tem, quem não quiser não tem, ponto final.



Aquilo que não corresponda ao que acredita ser correto é logo contestado – venha de uma mãe ou de quem não deseje sê-lo. Tais desconfiança e resistência também podem ser verificadas, em maior ou menor grau, nos outros comentários. Há certa busca pelo alinhamento dos discursos. Quando isso não acontece, cria-se tensão e, como denuncia a participante Drea, agressividade ("*rage* gratuito no *coment* dos outros").

No entanto, é justamente quando há conflito entre diferentes opiniões que as participantes de ambas as páginas lançam mão de novos argumentos – mesmo que ainda relacionados ao seu universo particular – e parecem remeter a algo maior do que as próprias vidas. "A mulher", "o povo", "os familiares" e "a sociedade" são alguns termos que aparecem para justificar e contextualizar suas posições.

Diante da resposta de Eliana – mãe que acusa as demais debatedoras de demonizarem a maternidade –, a participante Gerssica rebate: "(...) não é demonização, é quebra de tabu". Tal afirmativa releva que Gerssica tem consciência de que sua atitude individual – não ter filhos – impacta um cenário mais amplo, que diz respeito à condição social das mulheres. Contudo, ao ser repreendida por dizer que certas mulheres têm vocação para a maternidade e outras – entre as quais, ela mesma – não, responde: "Quem disse que eu quebro tabu? Quem quiser tem, quem não quiser não tem, ponto final".

Podemos concluir que existe uma linha relativamente tênue entre relatos pessoais que visam construir (e agregar a) questões ou debates coletivos e relatos pessoais voltados de forma prioritária para condutas e interesses particulares. Abordagens estas que, muitas vezes, se misturam.

1. Considerações finais

As reações aos comentários analisados neste artigo podem ser interpretadas como maneiras de apoiar ou criticar determinado discurso e, consequentemente, posicionamento. É possível tomá-las como ações conectivas, capazes de fortificar ou enfraquecer laços e posições. O próprio fato da página *Já Falou para seu Menino Hoje?*

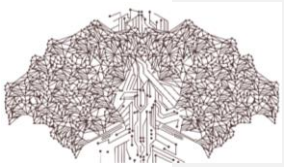
ter compartilhado a postagem da *Desintoxicação do Romantismo* já seria uma forma de ação conectiva, ampliando o alcance do debate gerado pela publicação original.

Van Zoonen (2012) critica o cenário contemporâneo de narrativas testemunhais em primeira pessoa no qual, a partir do momento em que alguém reivindica determinada voz ou discurso, qualquer um ganha o direito de fazer o mesmo. Assim, se o indivíduo só pode falar das experiências que vivenciou a partir do seu ponto de vista – no caso dos comentários analisados, enquanto mãe ou como mulher que não deseja ter filhos –, perde a capacidade de empatia.

Em certa medida, isso se verifica nos comentários elencados neste artigo. No entanto, também existe uma tentativa de resolver esse problema ao dizer que se respeita a fala de cada um dentro de seu contexto, percebendo que fatores estão por trás daquele posicionamento. Ao rebater a participante Eliana, por exemplo, a debatedora Jessica inicia seu comentário com "Você é mãe e eu vou considerar sua opinião válida. Realmente, você tem razão!". Por meio do reconhecimento do lugar de fala do interlocutor, é possível compreender suas posições e ser capaz de validá-las, ainda que seja para discordar delas logo em seguida.

Seja nas discussões da página *Desintoxicação do Romantismo*, seja nas da página *Já Falou para seu Menino Hoje?*, a questão de "quem fala" não pesa tanto se comparada à "o que fala". Quando o discurso produzido está em conformidade com o discurso dominante do grupo (no caso, o das páginas e demais integrantes do debate), não há atrito.

Um homem (o participante Juliano) cujo posicionamento se alinha ao das demais debatedoras da página *Desintoxicação do Romantismo* não é atacado pelas participantes/ seguidoras, apesar de ser alguém que difere do público-alvo da página. Está conversando com ela(s), dentro de um lugar diferenciado, mas em diálogo. Porém, quando o discurso produzido vai de encontro ao que o grupo defende, mesmo sendo proferido por uma mulher (as participantes Ana Andréia e Ana Virgínia), sofre contestação, experimenta agressividade. Parece ser tomado como uma reprodução do discurso dominante externo à página, alheio à esfera que aquele grupo criou para si.



Assim, podemos pensar que quanto mais a fala do "intruso" se aproxima das crenças e discursos do grupo com o qual está interagindo, menores as chances de ser atacado. É percebido como um aliado. O oposto acontece quando um "interno" (ou alguém alinhado ao público-alvo da página) demonstra discordar de suas premissas.

Em poucos momentos o fato de as debatedoras serem ou não mães serviu para descartar ou valorizar suas falas. Na maioria das vezes, tal avaliação foi feita com base no conteúdo por elas expresso. A contestação ou concordância vinha diante do que diziam, e não de quem eram. Reconhecer que uma mãe (no caso da participante Eliana) podia ficar chateada com determinadas condutas e/ou gostar da maternidade não fez com que as demais participantes concordassem com seu discurso.

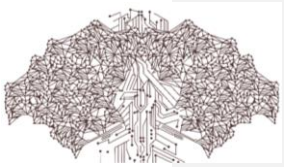
Dentro disso, a afetividade e a afinidade aparecem como fatores relevantes. Mães que defendem sua satisfação maternal, mães que apontam os problemas da maternidade e mulheres que não querem ter filhos aliam-se a discursos semelhantes aos que defendem, rebatendo aqueles que apresentem crenças e/ou valores opostos aos seus.

Quando essas mulheres contam suas experiências particulares, outras se identificam com alguns aspectos do relato, e a partir disso reconhecem problemas comuns que acreditam que precisam ser combatidos. Mesmo que a fronteira entre desejos particulares e aspirações coletivas muitas vezes pareça nebulosa, as participantes dos debates em torno da matéria do site UAI Notícias demonstram compreender a maternidade dentro de uma estrutura mais ampla. Ao discuti-la, estão tratando, em última instância, do lugar social da mulher.

Referências bibliográficas

BADINTER, Elizabeth. **Um amor conquistado**: o mito do amor materno. São Paulo: Nova Fronteira, 1985.

BENNETT, W. Lance; TOFT, Moshaum. Identity, technology and narratives: transnational activism and social networks. In: CHADWICK, A.; HOWARD, P. N. (Orgs.). **The Routledge Handbook of Internet Politics**. Nova Iorque: Routledge, 2010.



_____; SEGERBERG, Alexandra. The logic of connective action. In: **Information, Communication & Society**, Londres, v. 15, n. 5, 2012.

BUTLER, Judith. "Sex and Gender in Beauvoir´s Second Sex". In: **Yale French Studies**, Simone de Beauvoir: Witness to a Century, n. 72, inverno 1986.

CHAGAS, Viktor. "Não Tenho Nada a Ver com Isso": cultura política, humor e intertextualidade nos memes das Eleições 2014. **XXV Encontro Anual da Compós**, 2016.

DAMAS, Clarissa. Mulheres optam cada vez mais por não serem mães, mas ainda enfrentam preconceito. **UAI Notícias**, 01 out. 2014. Disponível em: http://www.uai.com.br/app/noticia/saude/2014/10/01/noticias-saude,191481/mulheres-optam-cada-vez-mais-por-nao-serem-maes-mas-ainda-enfrentam-p.shtml. Acesso em: 10 jan. 2018.

FREIRE, Maria Martha de Luna. *Mulheres, mães e médicos*: discurso maternalista no Brasil. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

Friedman, May. **Mommy blogs and the changing face of motherhood**. Toronto: University of Toronto Press, 2013.

HISTÓRIA a. Sobre, Desintoxicação do Romantismo, **Facebook**, 01 jan. 2017. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/desintoxicacaodoromantismo/about/?ref=page_internal. Acesso em: 14 jan. 2018.

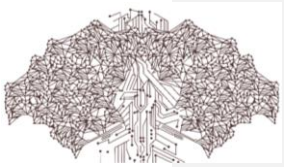
HISTÓRIA b. Sobre, Já Falou para seu Menino Hoje, **Facebook**, 01 jan. 2017. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/jafalouparaseumenino/about/?ref=page_internal. Acesso em: 14 jan. 2018.

LOPEZ, Lori Kido. The radical act of "mummy blogging": Redefining motherhood through the blogosphere. **New Media & Society**, vol. 11, p. 729-747, 2009.

NOSSA FILOSOFIA. **Escola de Ser**, 03 mar. 2016. Disponível em: https://www.escoladeser.org.br/nossa-filosofia. Acesso em: 14 jan. 2018.

PAPACHARISSI, Zizi. **A private sphere**: democracy in a Digital Age. Cambridge: Polity Press, 2010.

_____. The virtual sphere 2.0: the internet, the public sphere, and beyond. In: CHADWICK, A.; HOWARD, P. (Orgs.). **Routledge Handbook of Internet Politics**. Londres: Routledge, 2011.



O'REILLY, Andrea. Introduction. In: _____ (Org.). **Twenty-First-Century Motherhood**: Experience, Identity,Policy, Agency. New York: Columbia University Press, 2010. p.1-20.

PESKOWITZ, Miriam. **The truth behind the mummy wars**: Who decides what makes a good mother? Chicago, IL: Seal Press, 2005.

RAGO, Margareth. Epistemologia feminista, gênero e história. In: GROSSI, M.; PEDRO, J. M. (Orgs.). **Masculino, feminino, plural**: gênero na interdisciplinaridade. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998. p. 21-41.

VAN ZOONEN, Liesbet. I-Pistemology: changing truth claims in popular and political culture. In: **European Journal of Communication**, Thousand Oaks, vol.27, n.1, 2012.

FONTE DAS TRANSCRIÇÕES

Comentários da página *Desintoxicação do Romantismo*: https://www.facebook.com/desintoxicacaodoromantismo/posts/1075179739250187

Comentários da página *Já Falou para seu Menino Hoje?*: https://www.facebook.com/pg/jafalouparaseumenino/posts/?ref=page_internal (7 jun. 2017)

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

AGORA SOMOS IMAGENS: A HIBRIDIZAÇÃO ENTRE SUJEITOS E TELAS[1]

Carolina Vilaverde Ruta Lopes[2]; Wagner Souza e Silva[3]

Resumo: A permeabilidade social da fotografia vem sendo propulsionada pelas câmeras conectadas nas dinâmicas das redes sociais, evidenciando um fenômeno contemporâneo baseado em uma intensa sinergia entre imagem, tecnologia e subjetividade. Para subsidiar o debate sobre este cenário, este artigo pretende desenvolver uma triangulação teórica entre Vilém Flusser (2008), Bruno Latour (1994) e Régis Debray (1994), propondo estabelecer caminhos interpretativos para o atual universo de produção e circulação da fotografia que, se entendida como tecnoimagem, também representa um ponto de apoio para pensarmos o papel da tecnologia como mediadora das relações sociais.

Palavras-chave: fotografia; redes sociais; subjetividade

Introdução

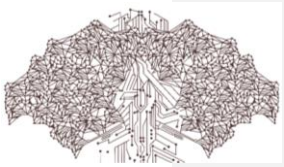
Com a crescente ascensão dos smartphones e redes sociais, a presença da fotografia na vida cotidiana vem sendo cada vez mais redimensionada, avançando para além de uma prática já consolidada de registros voltados para a preservação da memória ou celebração de eventos significativos de nossas histórias: hoje, a prática da fotografia, facilitada por estes novos dispositivos, parece reconfigurar a participação da imagem na vida de seus usuários, fazendo da técnica fotográfica uma parceira para a fruição de experiências cotidianas de toda sorte, em que imagens e sujeitos equiparam-se na edificação de narrativas de construção de identidades.

Assim, seja pelo uso recorrente de selfies ou pequenas histórias efêmeras da vida banal, as imagens que circulam nas redes sociais não só reforçam o potencial da fotografia

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. E-mail: carol.vilaverde@gmail.com

[3] Pesquisador é professor da Universidade de São Paulo. É Doutor em Comunicação (USP) e participa do Grupo de Pesquisa "Política das Imagens" (USP). E-mail: wasosi@gmail.com



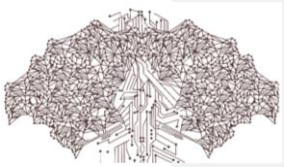
para a comunicação – observando-se, sobretudo, que o compartilhamento vem se tornando tão ou mais importante que o registro fotográfico –, como também demonstram que ações e práticas do cotidiano passam a depender cada vez mais de um jogo simbólico intermediado pelas imagens técnicas que circulam nas pequenas telas dos gadgets conectados. Está em curso, portanto, evidenciado pela fotografia nas redes sociais, um processo de hibridização entre sujeitos e imagens técnicas, que, em outros termos, é também uma negociação constante entre sujeitos e objetos tecnológicos.

É a partir desta premissa que este artigo pretende explorar os autores, Flusser, Latour e Debray: os dois primeiros analisam, cada um a seu modo, a relação entre humanos e não-humanos (ou, sob outra perspectiva, entre sujeitos e objetos), e ambos pretendem investigar uma nova forma de consciência que resultaria em uma nova maneira de compreender as conexões entre humanidade e máquinas; já a contribuição de Debray baseia-se em suas proposições acerca de uma história do olhar no ocidente, evidenciando estágios e aspectos de nossa relação com as imagens, permitindo realçar, na atualidade, esta hipótese de hibridização entre sujeitos e as imagens produzidas pelas tecnologias contemporâneas.

Fotografia: imagem técnica, imagem híbrida

De forma resumida, na hipótese apresentada por Latour no ensaio "Jamais Fomos Modernos" (1994), a modernidade seria designada por dois conjuntos de práticas distintas, que ele chama de *tradução* e *purificação*. O primeiro trata da criação e proliferação de híbridos, misturas entre cultura e natureza, ou seja, formação de redes relacionais entre humanos e não-humanos. O segundo trata da separação absoluta de duas categorias ontológicas, os humanos e os não-humanos, ou seja, da distinção cabal entre sujeitos e objetos. Para que o projeto moderno se realizasse, então, seria preciso que as duas operações ocorressem simultaneamente, porém completamente isoladas uma da outra, mantendo assim sua eficácia (LATOUR, 1994, pp.15-17).

Latour desenvolve sua argumentação a partir do embate entre Robert Boyle e Thomas Hobbes no século XVII, relacionando-os com o que chama de Constituição moderna - uma série de definições a respeito do acordo comum da modernidade acerca

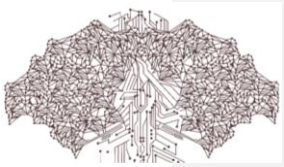


das relações entre humanos e não-humanos. Para o francês, os dois pensadores teriam ajudado a elaborar o que entendemos como a racionalidade moderna a partir da repartição entre os poderes científicos e políticos, representados de um lado por Boyle e a definição de seus objetos científicos e de outro por Hobbes e a definição de seus sujeitos políticos.

O ponto que nos interessa da perspectiva latouriana sobre a Constituição é o reconhecimento de que, apesar do projeto moderno ser comumente associado a um protagonismo da humanidade diante da natureza, é preciso também valorizar devidamente o simultâneo nascimento dos não-humanos neste período, que culmina na convivência com os objetos como os conhecemos hoje.

De acordo com a racionalidade dos modernos, porém, estes objetos da ciência não poderiam jamais ser equiparados aos sujeitos de direito. As duas esferas que foram postuladas, de forma alguma, poderiam intervir uma na outra: ciência e política, natureza e cultura, inumanos e humanos. Entretanto, essa repartição teórica permitiu justamente o contrário e, na prática, as duas esferas se misturaram cada vez mais. A ciência moderna é um dos exemplos descritos por Latour. Embora ela seja fundamentada em critérios de isenção e objetividade, não deixa de ser também construção humana a partir de experimentos em laboratórios (e não necessariamente a partir da natureza em si). É possível entrever um caráter subjetivo na construção dos valores científicos, mas estes jamais poderiam ser admitidos, já que os não-humanos da ciência têm sido utilizados, seguindo a Constituição, para refutar os humanos a partir de sua objetividade em relação aos fatos, escondendo assim qualquer vestígio da interpretação pelo homem.

A partir do momento em que o fluxo entre os dois conjuntos se torna evidente, Latour reconhece o paradoxo da modernidade: a purificação (separação radical entre sujeitos e objetos) é o que permite a proliferação dos híbridos. Em poucas palavras, "quanto mais nos proibimos de pensar os híbridos, mais seu cruzamento se torna possível" (LATOUR, 1994). Apesar do ensaio de Latour ter sido escrito alguns anos antes da disseminação dos telefones móveis, a relação conflituosa entre a purificação e a tradução se torna aparente ao observarmos as diversas associações que mantemos diariamente com as máquinas ao nosso redor, de forma cada vez mais naturalizada e pouco refletida. No entanto, Latour não se detém em avaliar a conjuntura dos anos 1990 para postular uma atual ou futura crise. Ele realiza o exercício teórico de olhar para o passado e nos aponta



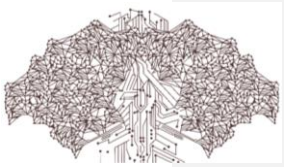
que este processo paradoxal foi contínuo e, portanto, seria preciso mais do que pensar o fim da modernidade, mas repensar a sua própria existência. E daí surge a pergunta baseada no título do ensaio: será que jamais fomos modernos?

Num certo sentido, esta tentativa de repartição se apresenta na gênese da fotografia, onde também encontramos o embate entre o ideal de objetividade dos aparelhos e a subjetividade dos humanos que os operam. As tecnoimagens, herdeiras diretas do Renascimento - quando dispositivos técnicos foram inventados especificamente para atender à demanda dos artistas que partiam do conhecimento científico para perseguir o realismo e a verossimilhança em suas obras -, ainda reproduzem certas características da época, como o uso da perspectiva para reproduzir a coerência espacial da cena captada e o discurso da primazia da objetividade. Esta busca pode ser compreendida como "um empenho no sentido de colocar fora do homem a produção de imagens e livrá-la do peso deformante das imagens interiores" (MACHADO, 2002, p. 226).

A essência das imagens técnicas consistiria, portanto, na objetividade enaltecida pelo Renascimento italiano e empregada no recalque automático da realidade por meio da máquina, o que resultaria na imagem mais exata e fiel possível do objeto retratado. Isso significa dizer que a tecnoimagem estaria essencialmente imune à influência do homem por trás da máquina, já que seria fruto direto do mundo concreto e não da imaginação humana. A fotografia, por exemplo, ganha autoridade e credibilidade a partir do registro de suas lentes "objetivas", como descreve o crítico de cinema André Bazin:

> Assim, o fenômeno essencial na passagem da pintura barroca à fotografia não reside no mero aperfeiçoamento material (a fotografia ainda continuaria por muito tempo inferior à pintura na imitação das cores), mas num fato psicológico: a satisfação completa do nosso afã de ilusão por uma reprodução mecânica da qual o homem se achava excluído. A solução não estava no resultado, mas na gênese" (BAZIN, 1983, p. 124).

A ideia de que as tecnoimagens seriam representações mais acuradas da realidade, em comparação às imagens tradicionais, é contestada, no entanto, por Vilém Flusser (2002; 2008). Segundo o filósofo, há uma diferença crucial entre as imagens tradicionais, que partiriam do mundo concreto para o abstrato por meio da mão do artista, e as imagens



técnicas, que sairiam do universo abstrato dos pontos para chegar à formação da superfície imagética por meio da máquina, ou seja, partindo do abstrato ao concreto. Os dois tipos de imagens seriam completamente opostos e o caráter abstrato da origem da tecnoimagem a impediria de ser, de fato, uma representação extraída diretamente da realidade (FLUSSER, 2008, pp. 23-30). Ela seria, na verdade, construção tanto da visão do homem quanto das possibilidades programadas no aparelho, como nos processos híbridos descritos por Latour.

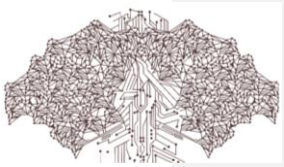
Mergulhando na superfície tecnoimagética

Flusser aponta o domínio das tecnoimagens em uma nova sociedade utópica, que emergiria de uma revolução da informação: os cidadãos se informariam não mais a partir de textos lineares, mas por meio de superfícies construídas com pontos, as imagens técnicas.

Para descrever este processo, o filósofo propõe um modelo fenomenológico da história da cultura, conhecido como a escalada da abstração, formada por quatro etapas descritivas do afastamento do homem em relação ao mundo concreto, a saber: primeiro passo, o da manipulação (homem "segura" o mundo); segundo passo, o da imaginação (imagens tradicionais); terceiro passo, o da conceituação (escrita); o quarto passo, o da computação/cálculo (imagens técnicas) (FLUSSER, 2008, pp.15-22).

- Passo 1: *Manipulação* (mão estendida do homem – objetos – cultura tridimensional)
- Passo 2: *Imaginação* (olhar – imagens – cultura bidimensional)
- Passo 3: *Conceituação* (dedo – textos – homem histórico – cultura unidimensional)
- Passo 4: *Cálculo e Computação* (ponta dos dedos – tecnoimagens – homem pós-histórico – cultura zerodimensional)

É importante ressaltar que Flusser não apresenta o modelo acima para ser tomado como verdade absoluta, mas apenas como um exercício ontológico capaz de suscitar a



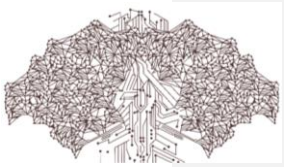
diferenciação entre as imagens tradicionais e técnicas que estrutura todo o seu ponto de vista. Além disso, não se trata de um processo ininterrupto rumo à abstração, dado que sempre existiram episódios de retorno ao mundo concreto.

O passo que nos interessa especificamente é o de número 4, que aqui nomeamos como *Cálculo e Computação*. Depois de tornar-se sujeito no mundo por meio da manipulação dos objetos (passo 1), da imaginação de contextos (passo 2) e da explicação por conceitos (passo 3), chegamos na contemporaneidade do homem tateador, aquele que aperta teclas com as pontas dos dedos para criar tecnoimagens.

O quarto gesto abstraidor seria então composto por duas fases: na primeira, os aparelhos são inventados e programados por cientistas para, em seguida, serem utilizados pelos produtores de imagens, que também tentam subverter os aparelhos, atuando contra os seus programas (notadamente, no caso da fotografia, por artistas e fotógrafos experimentais). Acreditamos que o duplo procedimento do gesto produtor das tecnoimagens, apresentado na escalada da abstração como o ato de programação e des-programação, pode ser relacionado ao duplo processo explicitado por Latour no tópico anterior.

De acordo com Flusser, as imagens técnicas tentam condensar elementos pontuais e caóticos do universo zerodimensional para formar superfícies, traçando um caminho da profundidade estrutural à superficialidade que ele pretende elogiar ao longo de seu ensaio. Esse gesto jamais seria possível com as mãos, os olhos ou os dedos humanos e, por isso, o homem se põe a construir aparelhos capazes de resolver o problema, de imaginar para os humanos o que não são capazes, concebendo automaticamente a junção dos pontos. Logo, as tecnoimagens seria bem resumidas pelo filósofo como as "virtualidades concretizadas e tornadas visíveis." (FLUSSER, 2008, p. 24).

Estaríamos diante novamente do paradoxo entre os dois conjuntos constituintes da modernidade segundo Latour. Embora as imagens técnicas só se tornem possíveis graças ao desenvolvimento da ciência, elas "escondem e ocultam o cálculo (e, em consequência, a codificação) que se processou no interior dos aparelhos que as produziram" (FLUSSER, 2008, p. 29). O avanço que permite a criação e a disseminação dos aparelhos acaba desconsiderado, e o interior invisível das máquinas complexas não se torna relevante para o entendimento do mundo socializado por imagens.



> ora, a nova superficialidade desiste da tarefa de elucidar a pretidão das caixas; ela relega, com leve desprezo, a tarefa aos físicos e técnicos que inventaram e fabricaram os aparelhos. A nova superficialidade se interessa pelo input e output das caixas pretas, se interessa pela intenção dos imaginadores ao apertarem as teclas e por minha própria experiência ao receber as imagens (FLUSSER, 2008, p. 43).

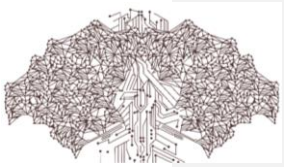
O "desprezo pela pretidão das caixas" refletiria o processo de purificação descrito por Latour: o ocultamento da técnica, a separação necessária entre o mundo dos objetos e dos sujeitos, dos discursos da técnica e da ciência ("eles") dos discursos do mundo social ("nós"). Esconder a programação do aparelho pelo homem seria o ocultamento dos rastros de subjetividade que insistem em se fazer presentes na edificação das tecnologias a serviço de nossas trocas simbólicas por intermédio das tecnoimagens.

Assim, o gesto produtor de imagens técnicas revelaria uma relação horizontal entre máquina e homem, pronunciando uma possível simetria entre humanos e inumanos, os híbridos defendidos por Latour.

Não se trata, enfim, de predizer um possível domínio das máquinas sobre os humanos (ou de defender o exato oposto), mas de apontar que as duas esferas estão em constante jogo de tensão e, portanto, negociação: tanto os sujeitos determinam possibilidades aos objetos quanto estes influenciam a longo prazo nas escolhas que apresentam-se possíveis aos humanos. No caso das tecnoimagens compartilhadas nas redes sociais, um exemplo sensível desta troca entre o uso pessoal e íntimo da fotografia (subjetivo, humano) e o desenvolvimento de tecnologias (objetivo, inumano) seria pensarmos a horizontalidade entre o compartilhamento das selfies e a existência da câmera frontal em smartphones.

Agora somos imagens

Se observada a permeabilidade social das imagens técnicas em nosso cotidiano, qualquer tentativa de se distanciar sujeitos e máquinas parece impossível quando tratamos da fotografia. Se antes, a simetria entre humano e não-humano poderia ser questionada

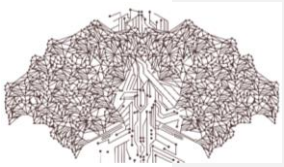


por uma racionalidade moderna que a determinou muito mais como um produto objetivo a serviço da ciência do que um artefato político (sobretudo durante quase todo o seu primeiro centenário), hoje, com a acessibilidade propulsionada pelos objetos tecnológicos mais recentes, vemos esse hibridismo acentuado pela sua predisposição à circulação e ao diálogo nos sistemas de comunicação em rede.

Realizar imagens deixa de ser apenas produzir representações do mundo objetificado, o mundo concreto, e passa a ser um gesto concretizador de imagens mais endógenas, a serviço de uma subjetividade, do que exógenas, a serviço de uma objetividade: com as imagens técnicas circulando pelas telas, passamos a reconhecer a imaginação como um processo de projeção e extroversão. Uma fotografia, ainda que seja um objeto (superfície) fruto de outro objeto (a câmera), e apesar de operar a partir de possibilidades programadas (tal como nos alerta Flusser), é um acontecimento investido de subjetividades projetadas. Não somente no caso dos retratos, autorretratos e selfies– em que a personificação é imediatamente objetificada, mas também nas imagens diversas produzidas a partir do gesto de fotografar: da captura de cenas do mundo passamos à construção de mundos encenados que reforçam a fotografia, e a imagem técnica em geral, como um fundamental mecanismo mediador entre nossas identidades e círculos sociais.

Há de se ultrapassar, portanto, o caráter meramente representativo que é comumente, facilmente e imediatamente atribuído à imagem, de forma a permitir, tal como teria dito Flusser, viver as possibilidades imaginativas que a superficialidade nos dá: as formas de criação e fabricação de tecnoimagens devem transcender aquele horizonte imaginativo balizado e julgado pela distinção entre o real e o ficcional, ou ainda mais radicalmente, entre o que é "verdadeiro" e "falso" (FLUSSER, 2008, p. 27). Torna-se necessário, portanto, a revisão de como olhamos para estas imagens.

Régis Debray, ao propor a partilha da história do olhar no ocidente em três grandes eras (ou idades), define a era atual, inaugurada com a TV em cores, como a era do *visual* (DEBRAY, 1994, pp.205-234). De imediato, ao revelar que a tendência patológica desta era contemporânea seria a esquizofrenia, que poderíamos, grosso modo, definir como a incapacidade de discernimento entre o que é real ou não, Debray não deixa de reconhecer as possibilidades imaginativas da sociedade tecnoimagética. Ainda que, em sua argumentação, este fator comportamental tenha sido pejorativamente colocado como uma



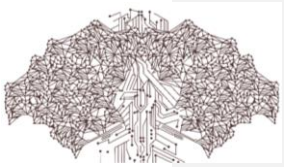
doença, há ali o reconhecimento do peso que as imagens passaram a ter no cotidiano, o que podemos, portanto, também interpretar como um certo alargamento do ambiente imaginativo.

A *esquizofrenia* da era do *visual* sucederia a *obsessão* da era da *arte*, o regime do olhar que surgiu após a imprensa de Gutemberg, que, por sua vez, sucedeu a *paranóia* da era do *ídolo*, regime do olhar atribuído ao período entre o surgimento da escrita e a imprensa, afirma Debary (1994, p. 211). Tais tendências patológicas atribuídas às três eras são importantes fatores para se fazer notar a evolução do olhar na relação entre o homem e a imagem.

No *ídolo* (que, em termos de periodização histórica, abrangeria a Idade Antiga e Idade Média), a imagem era presença transcendente, divina, soberana: a imagem olhava e vigiava o sujeito (paranóia). Na era da *arte* (que abrange a Idade Moderna e parte da Idade Contemporânea, período a partir do século XV), era o sujeito quem contemplava a imagem, esta que passaria de funções míticas e divinas a funções mais cientificamente objetivas (Renascimento, fotografia, etc.), dentro de um movimento de afirmação do homem perante à natureza (obsessão). Nessas duas eras que antecedem a era do *visual*, a relação entre sujeito e imagem era nitidamente bipolarizada: na primeira, a imagem olhava o homem, na segunda, o homem olhava a imagem. Hoje, nesta era da comunicação intensificada pelos dispositivos e suas telas, essa bipolaridade diminui drasticamente, sobretudo neste momento em que uma realidade tecnológica facilitadora da produção e circulação tecnoimagética está em curso.

Daí a sugestão da hibridização entre sujeitos e telas; em outras palavras, nesta dita era do *visual* em que vivemos, homem e imagem são equivalentes: "o homem não a vê, não é visto por ela: está nela" (BARROS, 2009). E se observarmos os pontos de virada dos períodos propostos por Debray, e notarmos que o fenômeno da difusão é um fator decisivo– lembremo-nos, a imprensa (do *ídolo* para a *arte*), e a TV em cores (da *arte* para o *visual*)–, devemos supor que a intensificação da difusão promovida pelas redes tende a evidenciar ainda mais a distância entre sujeitos e imagens. Como bem observa Barros:

> (...) hoje, não são necessárias grandes cerimônias para se tirarem fotografias: a máquina fotográfica está muitas vezes ao alcance da mão, embutida no celular. Tal prontidão permanente propicia o registro

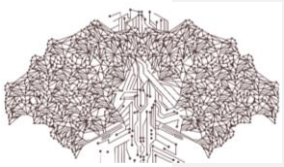


> abundante das banalidades diárias de tal modo que suas imagens não necessariamente jogam esse cotidiano na atemporalidade (...) mas, pelo contrário, inscrevem esse cotidiano na temporalidade histórica, asseguram que esse tempo está realmente acontecendo. Regime visual, para existirmos precisamos estar na imagem (BARROS, 2009).

Além disso, devemos notar que, em sua proposta de periodização, a fotografia surge na era da *arte*, período balizado pelo autor como sendo aquele entre a arte acadêmica do Renascimento, no século XV, e grande parte das vanguardas modernas do século XX. Tal como Latour questiona a consciência em torno da Constituição moderna, Debray questiona a modernidade das artes de vanguarda no início do século XX, visto que, na sua proposta, a ruptura só viria a ocorrer já próximo às décadas finais, com a universalização da TV em cor (que surgiu comercialmente na década de 1950, mas que se instalou de maneira planetária na década de 1970, tal como, por exemplo, ocorreu no caso do Brasil).

Dessa forma, Debray abre espaço para também pensarmos na possibilidade de que a modernidade da imagem, supostamente conquistada– sobretudo nas artes, por intermédio da fotografia e de movimentos vanguardistas–, na verdade, ainda reverberava as mesmas motivações, indagações e sensações oriundas do regime anterior, o do *ídolo*. Se, tal como Latour denuncia, a racionalidade moderna teria erroneamente acreditado na negação de Deus na construção social (política) e natural (ciência) (LATOUR, 1994, pp.38-39), no universo das imagens, esta presença divina ainda permaneceria: dito de outra forma, a *obsessão* de um homem que se denominava moderno, e que buscava estar livre do divino e, ao mesmo tempo, imponente perante à natureza, era oriunda da *paranóia* cultivada junto às imagens medievais e antigas.

Portanto, ainda que se atribua à imagem técnica um estatuto moderno, tendo em vista não só o seu surgimento no século XIX – em meio a um clímax tecnológico de evolução tecno-científica–, mas também sua consagração pelo cinema e mídias de massa no início do século XX, além de sua decisiva influência no caminhar das artes figurativas, podemos supor, a partir de Debray, que seu potencial disruptivo só seria revelado de fato a partir do momento em que sua circulação eletrônica fosse devidamente concretizada, de forma a garantir sua instrumentalização não mais somente como um objeto decalcado do mundo, mas como algo híbrido, investido de subjetividade.



Considerações finais

Se é verdade que jamais fomos modernos, visto que o projeto de modernidade forjado pela separação entre o mundo natural e o mundo cultural nunca foi possível de fato, agora, ao nos "assumirmos como imagens", estaríamos mais aptos a captar a nossa inevitável condição existencial híbrida?

Para Latour, o "ponto essencial da Constituição moderna é tornar invisível, impensável e irrepresentável o trabalho de mediação que constrói os híbridos" (LATOUR, 1994, p. 40). Em um universo de comunicação intensa nas telas, em que dispositivos, imagens e redes se entrelaçam para a construção de relações sociais, a ilusão moderna de separação entre humanos e não-humanos parece encontrar um ambiente que a substitua pela conscientização da simetria entre os regimes político (sujeitos) e científico (os objetos), tornando, enfim, *visível, pensável e representável* aquilo que sempre se buscou negar.

Referências bibliográficas

BARROS, Ana Taís Martins Portanova . O sentido posto em imagem: a comunicação de estratégias contemporâneas de enfrentamento do mundo através da fotografia - relato de pesquisa. **Anais**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009.

BAZIN, André. **Ontologia da imagem fotográfica**. In: XAVIER, Ismail. A experiência do cinema. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**. Petrópolis: Vozes, 1994.

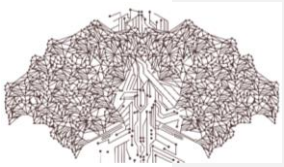
FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas** - O elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

_____. **Filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**. São Paulo: Editora 34, 1994.

MACHADO, Arlindo. **As imagens técnicas**: da fotografia à síntese numérica. In: Pré-cinemas e pós-cinemas. Campinas: Papirus, 2002.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ALEZZIA X NETIZENS: MOBILIZAÇÃO E CONFLITO NO AMBIENTE DIGITAL[1]

Juliana Isola Vilar[2]; Cecília Almeida Rodrigues Lima[3]

Resumo

Este artigo investiga as táticas de ativismo em torno da marca de móveis brasileira Alezzia, em consequência de suas práticas e publicações consideradas como machista por uma parte dos usuários. Está focado na interpretação de resultados quantitativos e qualitativos no período da invasão do grupo Anonymous Brasil à *fan page* e site da empresa. Durante três dias do mês de fevereiro de 2017, os conteúdos da empresa foram substituídos por materiais feministas e os fãs da marca se posicionaram de maneiras distintas sobre o tema até o reestabelecimento da página. O artigo analisa o conjunto de interações ao redor desse contexto.

Palavras-chave: ativismo; hackeamento; redes sociais; Anonymous; feminismo.

1 Apresentação

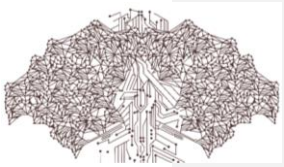
Os perfis de instituições nas redes sociais digitais são uma representação das marcas no ambiente *online*. O conteúdo publicado é selecionado de acordo com o posicionamento das empresas, permitindo o surgimento de conversações com e entre os internautas, pelo modo como as organizações se expressam naquele ambiente, bem como o conjunto de valores que elas defendem. Em plataformas como Facebook e Twitter, a formação das redes se dá de forma horizontal, de modo que os usuários podem intervir nas publicações uns dos outros, eventualmente fomentando debates.

Percebe-se a relevância de pesquisas que explorem as dinâmicas em ambientes *online*, local de migração de grande parte de nossos processos cotidianos, que estão, cada vez mais, rápidos e participativos. É de grande importância entender como o público interage e lida com o posicionamento das empresas neste ambiente, podendo influenciar na forma como discussões se transformam.

1Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber, realizado nos dias 14 a 16 de dezembro de 2017, na Escola Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

2 Pós-graduanda em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Faculdade Estácio de Sá/FIR, em Recife. E-mail: jisola.vilar@gmail.com.

[3] Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE). Professora da Faculdade Boa Viagem. E-mail: cecilia.almeidarl@gmail.com.



Este trabalho foi desenvolvido alinhado ao Eixo Temático 17 (*Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes*) do X Simpósio Nacional ABCiber, com o objetivo de analisar as reações de consumidores e ativistas a partir das publicações da empresa de móveis Alezzia, que se tornou notória por suas publicações e campanhas *online* de teor considerado como machista. No período analisado, o ativismo do público diante da postura da marca levou a táticas de *hackeamento* do site da marca e da sua página no Facebook, além de mobilização para diminuir a reputação da empresa nessa rede social.

Entre os principais objetivos deste artigo, nos propomos a analisar as reações de consumidores e ativistas a partir das publicações da empresa de móveis Alezzia, feitas durante o período que esteve *hackeada* pelo grupo Anonymous (13 a 15 de fevereiro de 2017). Além disso, observar padrões formados e que ações foram feitas pelo público após este caso, e perceber qual o posicionamento final deste público.

2 Redes, Netizens e novos consumidores

Com a disseminação de redes sociais digitais e a migração de empresas para essas plataformas *online*, a relação com clientes e usuários modificou-se. As novas tecnologias permitem uma comunicação direta, sem mediação e com linguagem semelhante à do usuário. Recuero (2009) entende os sites de redes sociais como representações personalizadas dos atores sociais, bem como ambientes para conversação e interação uns com os outros. Para a autora, esses sites proporcionam novas formas de conexão e manutenção social, gerando capital social.

> A partir de um ponto de vista comunicativo, o advento das redes digitais, sobretudo na sua forma mais recente da chamada Web 2.0 (gerada pela conexão de alta velocidade que permitiu a veiculação via web de informações em todos os formatos – áudio, vídeo, imagens etc, em plataformas colaborativas) foi interpretado por vários autores como uma revolução responsável pela transformação da própria natureza da arquitetura e do processo de repasse das informações (DI FELICE, 2012, p. 28).

O crescimento das redes sociais digitais acompanha um processo de mudanças significativas na comunicação, negócios e cultura. O desenvolvimento dessas tecnologias de informação e comunicação, segundo Di Felice (2012) facilitou a passagem de um modo de comunicação burocrático e verticalizado, fazendo surgir uma estrutura reticular e horizontal, como característica de um novo paradigma de comunicação e produção. A possibilidade de trocas

através dessas redes tornou-se um fator determinante para a inclusão na sociedade de informação. Assim, a rede pode ser compreendida como uma estrutura aberta, que se expande indefinidamente, "agregando sempre novos nós e indivíduos aptos a se comunicarem através de um código comum e, por isso mesmo, considerados pertinentes a lógica do sistema" (DI FELICE, 2012, p. 32). Desse modo, a maneira como uma rede se relaciona com as outras é um elemento preponderante para a transformação social.

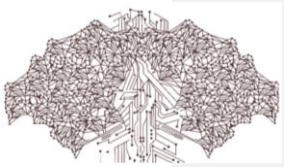
Castells (2002) classifica em cinco os elementos principais da "sociedade em rede": informação, flexibilização da produção, lógica reticular, difusão e convergência das tecnologias de comunicação. Trata-se de um contexto em que a informação possui papel central, e o equilíbrio social depende da inclusão nesses processos de produção. A rede dá forma à estrutura social, sendo a informação o elemento regulador da conexão às redes globais "de riqueza, poder e cultura, acentuando-se a tendência à assimetria, à regionalização, à interdependência de sistemas e à diversificação crescente no interior de cada região" (DI FELICE, 2012, p. 33).

Autores como Jenkins (2008) enaltecem o poder de agência dos indivíduos, destacando o surgimento de um público auto organizado e participativo (MALINI, 2013, p. 155). Esse período também marca uma nova fase do ativismo digital, com a presença de dispositivos móveis, novas tecnologias em hardware e software (VIEIRA, 2014).

> Com o avanço das tecnologias digitais e com o advento da banda larga, que passaram a permitir a produção, a distribuição e a armazenagem online de vídeo, áudio, sons etc., assistiu-se a um incremento não somente das quantidades de informações veiculados, mas ao desenvolvimento de redes sociais digitais temáticas (social networks) que multiplicaram as relações sociais online e desenvolveram novas práticas de interação e de ativismo (DI FELICE, 2012, p. 29).

Segundo Di Felice (2012), "surgiu um novo tipo de participação baseada na construção de redes informativas pela difusão de informações na rede com objetivo de defesa dos recursos naturais e do ambiente, das diversidades culturais e das culturas indígenas" (p. 34). O autor explica que o termo *ciberativismo* surgiu na década de 1990, devido ao uso das tecnologias digitais pela luta zapatista (1994) e por grupos ativistas ligados a movimentos como o *People's Global Action*.

> Todavia, o que constitui característica própria do ciberativismo, ou ativismo online, não se resume à simples incorporação da Internet aos processos comunicativos do ativismo, mas inclui a forma como essa



> tecnologia comunicativa transformou substancialmente o próprio ativismo e os conceitos de participação, espaço democrático, identidade coletiva e estratégia política, implicando em uma mudança significativa nas formas de ação social por parte dos movimentos ciberativistas (DI FELICE, 2012, p. 35).

Emergiu um novo protagonismo sociopolítico, pelo meio de novas tecnologias comunicativas, caracterizado pela descentralização das redes. O termo *netativismo*, enfim, simplifica a expressão *Network Activism* (ativismo em rede), e parece menos restritivo do que *ciberativismo*.

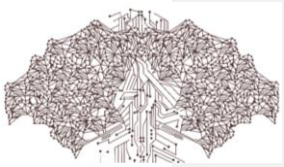
O conceito de netativismo busca dar conta de uma nova forma de ativismo digital,

> [...] que se articula como maximização das possibilidades de autonomia e sustentabilidade do desenvolvimento e da criatividade, no âmbito dos movimentos new-global caracterizados, não pela oposição à globalização, mas pelo advento de uma identidade cidadã global, habitante das redes digitais, que não nega a diversidade local e cujas pautas reivindicatórias e de ação local avançam na direção do atendimento das necessidades comuns, tais como a democracia, equidade, consumo consciente, sustentabilidade etc (DI FELICE, 2012, p. 36).

Dentre as características dessa forma de ativismo, estão sua capacidade de surgimento em rede digital e seguimento para as ruas, sem distinção de mundo real e digital, e sem linearidade. Para Vieira (2014), "as ações netativistas não surgem necessariamente no campo político e nem possuem uma ideologia, mas são provocadas por demandas especificas e estabelecem interações e conexões nos circuitos informativos" (p. 8-9).

Se antes a voz dos cidadãos era mediada por veículos de comunicação de massa, hoje encontra vazão nas mídias digitais, ambiente que garante autonomia e liberdade aos atores envolvidos (VIEIRA, 2014, p. 13). Silva (2010) aponta como dispositivo característico do ciberespaço a "comunicação todos-todos".

> A comunicação digital se caracteriza, portanto, pela multiplicidade de relações envolvidas e de direcionamento das mensagens, fugindo do modelo estabelecido pela comunicação de massa que tendeu sempre à centralização e à unidirecionalidade (SILVA, 2010, p. 4-5).



As redes sociais digitais ganham força e conectam pessoas de perfis diversos em pouco tempo. Essa forma de interação possibilitou o surgimento de novos comportamentos online, com cidadãos com maior controle sobre as suas relações. Silva cita Mounier (2006) ao explicar que "A esses sujeitos que vêem na Internet uma ferramenta da liberdade de expressão e acreditam que elas 'não são somente tecnologias, mas também meios de expressão' dá-se o nome de netizens" (p. 6). O termo foi cunhado por Michael Hauben (1996) nos anos 90, para descrever um tipo de usuário que contribui ativamente para o desenvolvimento da rede e, nela, atua como um cidadão do mundo, interessado em sua melhoria.

Esse comportamento ativista se estende à esfera do consumo. Segundo Kotler (2010)

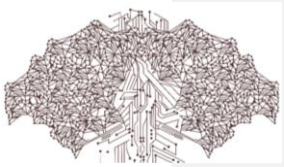
> [...] os consumidores estão em busca de soluções para satisfazer seu anseio de transformar o mundo globalizado num mundo melhor. Em um mundo confuso, eles buscam empresas que abordem suas mais profundas necessidades de justiça social, econômica e ambiental em sua missão, visão e valores. Buscam não apenas satisfação funcional e emocional, mas também satisfação espiritual, nos produtos e serviços que escolhem (KOTLER, 2010, p. 16).

O autor também destaca que as mídias sociais são um dos fatores que permitiram o surgimento dos prosumidores; consumidores criativos e com um forte potencial de mobilização. Também é característica dessa fase do Marketing uma cobrança para que as marcas mostrem que estão preocupadas com valores humanos, ou seja, que fazem sua parte pelo mundo.

2.1 O Ativismo *Hacker* e o Anonymous

As ferramentas colaborativas, aliadas à velocidade e facilidade de acesso a informações, permitem que consumidores possam questionar as grandes narrativas tradicionais – a das empresas, do governo, dos veículos de comunicação etc. Tais instrumentos podem servir para pressionar as empresas a assumir atitudes em conformidade com seus valores. No caso analisado, a empresa Alezzia, loja de móveis acusada de propagar discursos machistas, sofreu pressão por meio de táticas de mobilização que incluíram o *hackeamento* do site e página da marca no Facebook, atos que o grupo Anonymous Brasil foi responsável e assumiu publicamente a autoria das ações[4].

[4] "#OpMulheresLivres Alezzia e Palmetal #Hacked #DbLeak #Deface #Exposed". Publicação disponível em: https://www.facebook.com/AnonBRNews/posts/1214880371894149:0. Acesso em: 08 jan. 2018.



O surgimento do Anonymous remonta a 2004, mas somente por volta do ano 2008 o grupo passou à ação coletiva, a partir de protestos contra a Igreja da Cientologia. Posteriormente, passaram a empreender ações digitais em protestos contra governos e corporações, tornando-se um movimento de massas (MACHADO, 2015). Simpatizantes das ações do grupo em vários países começam a se engajar em operações deflagradas por grupos e indivíduos independentes. Machado (2015) defende que o anonimato do grupo é entendido pelo aspecto de ideário, forma de defesa e engajamento coletivo, além de compartilhar uma identidade coletiva que consiga reunir uma legião de colaboradores.

O ativismo *hacker* prevê o uso de ferramentas digitais com fins políticos, que podem ser atingidos de maneiras transgressivas e disruptivas, através das redes digitais (SAMUEL apud MACHADO, 2015).

3 Alezzia: posicionamento controverso

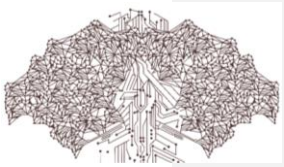
A Alezzia é uma empresa da cidade do Rio de Janeiro (RJ) que produz móveis em aço inox. A marca possui um site e uma página no Facebook, onde concentra grande parte de sua atividade para divulgar seus produtos. Em dezembro de 2016, a empresa envolveu-se em uma situação polêmica. Ao divulgar uma linha de produtos, utilizou a imagem de uma modelo que aparecia em trajes de banho junto aos acessórios. A campanha foi muito criticada nas redes sociais por simpatizantes da causa feminista.

A marca rebateu as críticas com ironia, encontrando uma forma de alavancar seu alcance: desafiou as mulheres incomodadas a tentar diminuir a reputação da marca no Facebook, garantindo que, se conseguissem diminuir a nota da marca para 1 estrela, elas seriam premiadas. A forte mobilização durou semanas e até o momento em que este artigo está sendo escrito a nota da marca permanece baixa, em 2,4.

Em fevereiro de 2017, a empresa contratou como estagiário um estudante que havia sido demitido por ter feito publicações de teor machista. A atitude novamente gerou revolta entre os usuários da rede, enquanto a Alezzia promovia a si e ao estudante como garoto propaganda da marca.

Em meio às críticas, a empresa foi *hackeada*[5] pelo Anonymous. O grupo tirou o site e o perfil na rede social do ar por cerca de dois dias e meio. Durante o período, os *hackers* publicaram conteúdos sobre a escritora feminista Simone de Beauvoir e comercializaram DVDs sobre o tema.

[5] Fonte: <http://exame.abril.com.br/pme/site-da-alezzia-sofre-invasao-pelo-anonymous-brasil/>. Acesso em: 13 set. 2017.



O público reagiu de formas distintas: alguns defendiam a ação dos *hackers*, outros se posicionaram contra as publicações.

4 Metodologia

Neste artigo, a análise está focada nos dias em que o site e o perfil na rede Facebook da empresa Alezzia foram invadidos pelo Anonymous, no período de 13 a 15 de fevereiro de 2017. Ao longo desses dois dias, foram observadas as postagens do período, um total de oito postagens foram feitas na página, das quais quatro são referentes ao hackeamento. No total, as quatro postagens totalizam 12.161 comentários. Observou-se ao longo destas quatro postagens os principais comentários de cada publicação, utilizando uma amostragem dos 50 comentários mais relevantes[6], conforme a classificação do Facebook, em cada postagem, utilizando o aplicativo Netvizz para a coleta dos dados, ilustrados a seguir em uma tabela.

Quadro 01 – Resumo das publicações da Alezzia em resistência ao Anonymous

Data de publicação	Título da publicação	Comentários	Reações	Compartilhamentos
13/02	"Já estamos contornando a situação[7]"	2,6 mil comentários	9,6 mil reações	620 compartilhamentos
14/02	"Voltaremos Logo[8]"	376 comentários	5,8 mil reações	88 compartilhamentos
14/02	"Já estamos em plena forma[9]"	285 comentários	5,7 mil reações	146 compartilhamentos

[6] Os comentários relevantes em uma postagem no Facebook obedecem ao critério de serem os mais curtidos e respondidos, ou seja, possuem maior interação. Disponível em: https://www.facebook.com/help/539680519386145/. Acesso em: 26 de novembro de 2017.

[7]Texto disponível em: https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1499412240121871/?type=3&theater. Acesso em: 24 de novembro de 2017.

[8] Texto disponível em: https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1499749286754833/?type=3&theater. Acesso em: 24 de novembro de 2017.

[9] Texto disponível em: https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1500124 926717269/?type=3&theater. Acesso em: 24 de novembro de 2017.

15/02	"Resposta da Alezzia [10]"	1,9 mil comentários	12 mil reações	2.224 compartilhamentos

5 Análise

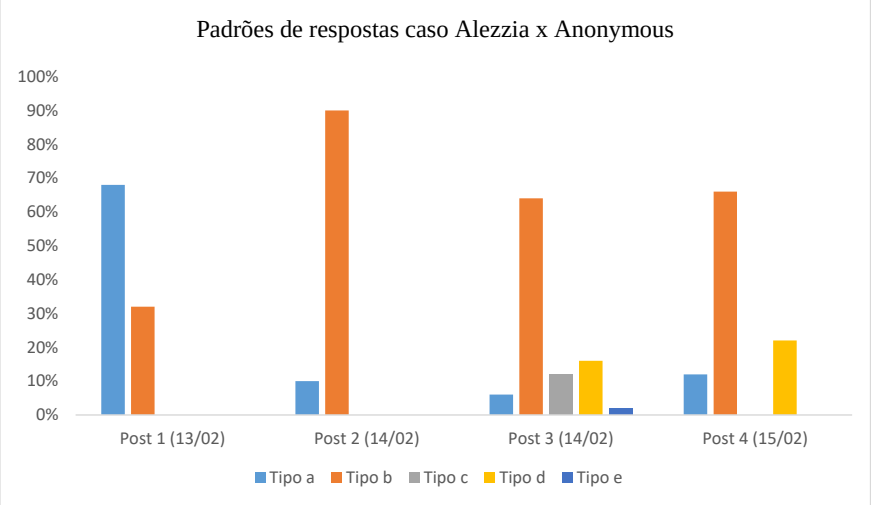
Ao longo dos comentários analisados dentro da amostragem, observou-se alguns padrões de resposta:

a) Pessoas que apoiaram a invasão pelo Anonymous, justificando que a empresa é machista e misógina;
b) Pessoas contra a invasão e a favor da Alezzia, justificando que esse tipo de atitude é um crime previsto em lei e vai contra a liberdade de expressão. Neste grupo também estão as pessoas que se dispuseram a ajudar a restabelecer o site e *fanpage* de forma proativa. Este mesmo posicionamento aparece na última postagem, através de mensagens de boas-vindas à Alezzia, após reestabelecer site e *fan page*, reforçando que a empresa se mantém firme em seu propósito de lutar pela liberdade de expressão;
c) Pessoas que elogiaram a modelo das fotos, muitos recorrendo ao argumento de que feministas e esquerdistas não suportavam o fato da modelo, por sua livre e espontânea vontade e liberdade de expressão, estava fazendo aquelas fotos;
d) Críticas ao Anonymous, justificando que são um grupo que se declarou esquerdista e que poderia buscar causas realmente relevantes para justificar a invasão, e outros argumentando que o grupo que tirou o site e *fan page* não seriam ligados ao grupo original e
e) Foi registrado um único comentário de uma pessoa que dizia não ter conhecimento do caso e pedia para outras explicarem a situação.

Ao contabilizar estes números graficamente, podemos perceber de que forma estas pessoas se expressaram, como ilustrado a seguir:

[10] Texto disponível em: https://www.facebook.com/AlezziaMoveis/photos/a.247407785322329.70402.225545557508552/1501644383231990/?type=3&theater. Acesso em: 24 de novembro de 2017.

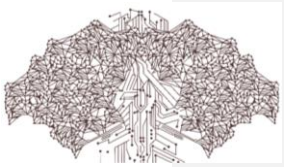
Gráfico 01: Posicionamento de usuários de acordo com padrões observados



A partir do gráfico acima, é possível perceber a reação dos usuários de acordo com a amostragem analisada, além de como alguns posicionamentos se alternaram ao longo das postagens, enquanto outros cresceram ou se mantiveram. Por exemplo, o padrão de respostas que apoia a invasão do site pelo grupo Anonymous, denominado a), começa com número alto de expressão, na postagem do dia 13 de fevereiro (68%).

Conforme as demais postagens são feitas, esse número cai, ao compasso que o padrão de resposta "b", que representa as pessoas que defendem a empresa, e logo se colocam contra a invasão, tem um rápido crescimento entre as postagens do dia 13 de fevereiro e 14 de fevereiro, com valores de 90% e 64%, respectivamente. Apesar de uma ligeira queda, o número se mantém até o final das postagens.

Os outros padrões de comentários observados só aparecem com alguma representatividade na postagem do dia 14 de fevereiro, que fala sobre o reestabelecimento do site e *fan page* da Alezzia, como no posicionamento do tipo "c", referente aos elogios à modelo, com indicação de 12%. O padrão "d", que critica diretamente o grupo Anonymous, aparece com representatividade na última postagem (dia 15 de fevereiro), em que a empresa emite uma resposta oficial sobre o



assunto, com indicações de 16% e 22%. Percebe-se, então, a força do público na hora de defender ou ameaçar uma situação na internet, reforçando o caráter do prosumidor já comentado no artigo.

Ao focar diretamente na amostragem de comentários analisada, percebe-se que, dentre as motivações apontadas que justifiquem a invasão da página, pontos de vista opostos. De um lado, são utilizados como argumentos e táticas de defesa referentes à invasão o fato da empresa já ter se envolvido anteriormente com outras polêmicas machistas, como a publicação de seu catálogo com a modelo seminua. Nesta mesma linha de argumentos, percebeu-se comentários de conotação política, em defesa de posicionamentos esquerdistas e da luta feminista contra ações sexistas.

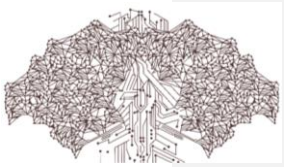
Em defesa da empresa para reestabelecer suas páginas, observou-se nos comentários que as pessoas que acompanham a marca utilizam como principal argumento o discurso de liberdade de expressão que a Alezzia utiliza em suas postagens, desde o início da polêmica envolvendo o catálogo de fotos de seus produtos com a modelo. Os comentários demonstravam uma valorização da empresa e do ato de combater os esquerdistas, comunistas e feministas, muitas vezes descritos com nomes vulgares e xingamentos. Seguindo esta linha de pensamento, estas mesmas pessoas parabenizam a empresa por sua volta após a invasão pelo Anonymous.

Outras pessoas pesaram sua decisão de apoiar o retorno da marca por considerarem a invasão algo ilegal e passível de crime, justificando também que o Anonymous deveria preocupar-se com problemas maiores para justificar a ação.

Em outro grupo identificado, percebe-se que, com a postagem de retorno da Alezzia e a modelo seminua novamente estampando a publicação, os seguidores seguem elogiando a beleza da moça, sem dar muita importância ao *hacking* feito pelo Anonymous. Para este perfil de comentários identificados, é colocado como razão de apoio à marca o fato de esquerdistas e feministas do gênero feminino invejarem a modelo. Neste ponto, foram percebidas acusações e xingamentos desferidos a estes grupos, com um discurso um pouco mais exaltado.

6 Considerações finais

Chegando às considerações finais do artigo, observou-se a partir da análise e resultados expostos, tanto graficamente, quanto de interpretação, como a situação de *hackeamento* auxiliou a Alezzia a se promover. Mesmo diante de uma situação justificada pelo próprio Anonymous para acontecer, percebeu-se, a partir da análise dos comentários, que a empresa ainda manteve sua força naquele ambiente online. Este argumento é reforçado visualmente no gráfico apresentado nesta pesquisa, em que expressa como o apoio à Alezzia cresce ao longo do desenvolvimento da situação. No período de três dias, observou-se como ele é mostrado tanto em quantidade, como em meio de expressão ou defesa dos usuários sobre o caso.



Vale ressaltar que, mesmo diante da análise quantitativa apresentada, à qual consideramos os resultados fieis e verdadeiros dentro do contexto, recordamos que alguns destes comentários podem ter sido escritos de forma proposital nas postagens ou mesmo através de *bots*[11]. Este tipo de ação já acontece no cenário de velocidade e produção constante de conteúdo, através dos prosumers, que vivenciamos. Por isso, não podemos deixar de alertar que podem haver pequenas divergências nos números mostrados, que não podem ser avaliados dentro da pesquisa feita.

Em geral, considerou-se que, mesmo que possa ser justificado o ataque do Anonymous para a Alezzia, nesta situação, público manteve seu apoio à marca diante de uma situação envolvendo o machismo na rede Facebook.

Referências

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2002

DI FELICE, Massimo. Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. *Revista Famecos*. Mídia cultura e tecnologia, v. 19, n 1, 2012.

HAUBEN, Michael. *Netizens*. An anthology. 1996. Disponível em: < http://www.columbia.edu/~rh120/> Acesso em: 27 set 2017.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

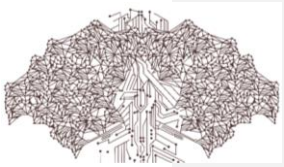
KOTLER, Philip. *Marketing 3.0*. As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MACHADO, Murilo B. *Entre o controle e o ativismo hacker: a ação política dos Anonymous Brasil*. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v22s0/0104-5970-hcsm-22-s1-1531.pdf>. Acesso em: 04 set. 2017.

MALINI, Fábio. *A internet e a rua*. Ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013, 278 p. Disponível em: <http://www.liinc.ufrj.br/pt/attachments/316_A-internet-e-a-rua-.-online.pdf>. Acesso em: 04 set. 2017.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>. Acesso em: 13 set. 2017.

[11] Um *bot* é o diminutivo de *robot*, e refere-se a um programa de computador que trabalha com ações repetitivas na internet.



_____. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *Revista Verso e Reverso*, número 68: p. 114-124, maio-agosto 2014. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06>. Acesso em: 13 set. 2017.

SILVA, Izabela Domingues. *Netizens e prosumers: novas mídias, co-criação e consumerismo político*. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2642-1.pdf>. Acesso em: 04 set. 2017.

VIEIRA, Kalyne de Souza. Netativismo e juventude nas redes sociais digitais. Disponível em: <https://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/kalyne_de_souza_vieira_149.pdf>. Acesso em: 04 set. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA: LIMITAÇÕES BRASILEIRAS NA ERA DA PÓS-VERDADE[1]

Rafael Tourinho Raymundo[2]

Quem não leva a verdade a sério em questões pequenas
tampouco pode ser confiado com questões maiores.
Albert Einstein

Introdução: a era da pós-verdade

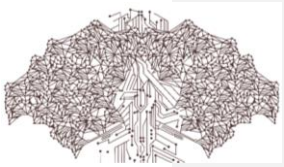
A Oxford Dictionaries elegeu, como palavra do ano de 2016, o termo "pós-verdade" (*post-truth*). Segundo a organização, uma das autoridades mais respeitadas no estudo da língua inglesa, trata-se de algo "relacionado a circunstâncias em que os fatos objetivos influenciam menos a opinião pública que apelos à emoção e à crença pessoal"[3] (OXFORD..., 2016?). O motivo da escolha é sinal dos tempos: o conceito vem sendo utilizado com frequência, desde então, para explicar fenômenos como o referendo do Brexit, que decidiu pela saída do Reino Unido da União Europeia, e a eleição de Donald Trump para assumir a presidência dos Estados Unidos.

Quando opiniões valem mais que fatos, eis aí um terreno fértil para a disseminação de notícias falsas. Foi o que aconteceu, por exemplo, durante as últimas eleições presidenciais estadunidenses. Manchetes escandalosas e histórias sensacionalistas sobre a democrata Hillary Clinton ganharam incontáveis curtidas e compartilhamentos nos sites de redes sociais, sem que os usuários fizessem a devida verificação das informações. Muitos desses textos provinham de páginas elaboradas por adolescentes da Macedônia. Para os jovens, pouco importava se o teor de seus posts era falso: o que valia era a renda gerada pelos anúncios, que crescia conforme os acessos aumentavam (KIRBY, 2016).

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 1: Literacias de Mídia e Informação (MIL), do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Jornalista. Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), de São Leopoldo/RS. E-mail: rafaeltourinhoraymundo@gmail.com

[3] No original: "relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief". Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 06 dez. 2016.



Mark Zuckerberg, diretor do Facebook, negou que o compartilhamento de *fake News* tenha influenciado a população a votar no candidato republicano, até porque o conteúdo falso corresponderia a não mais que 1% do que é publicado pelos usuários (ZUCKERBERG, 2016). Ainda assim, o episódio suscitou debates sobre o papel das mídias sociais, quando se trata de informar corretamente a população.

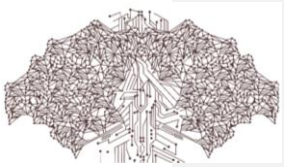
O editor da revista Wired do Reino Unido, Ben Hammersley, contradisse o empresário. Em entrevista ao jornal Zero Hora (MINOZZO, 2016), ele comenta: "A vasta maioria das pessoas se conectam pelo Facebook e leem as notícias lá, e boa parte são notícias falsas". Ao justificar tal comportamento coletivo, Hammersley sustenta que "o valor social que cada pessoa ganha ao compartilhar e discutir uma notícia falsa nessas comunidades é muito maior do que quando eles compartilham um editorial do The Economist ou do The New York Times".

Já em artigos opinativos da imprensa tradicional, exigiu-se que os gigantes da tecnologia assumam sua responsabilidade como *gatekeepers* (THE GUARDIAN..., 2016) e alegou-se que o modelo de negócios vigente alimenta a desinformação (TUFEKCI, 2016). Tanta preocupação tem razão de ser. Embora também assistam ao noticiário da TV e leiam jornal, 62% dos adultos nos Estados Unidos consomem notícias a partir das mídias sociais, segundo levantamento do Pew Research Institute. Desses, a maioria utiliza um (64%) ou dois (28%) sites, sendo justamente o Facebook o mais popular (GOTTFRIED; SHEARER, 2016). É de se pensar como os algoritmos colaboram para (de)formar a visão de mundo desses indivíduos.

Nas próximas páginas, proponho uma reflexão sobre o tema. O trabalho parte de uma revisão de literatura nada exaustiva, até porque as referências bibliográficas extrapolariam o espaço de um artigo. Contemplar um assunto tão complexo em sua totalidade seria, no mínimo, uma tarefa ingrata. Trata-se de um debate em aberto, que evolui constantemente, a partir de contribuições vindas de todos os lados da web. O máximo que posso fazer é encontrar um eixo central que conduza meus argumentos de maneira clara. Certamente, informações relevantes ficaram de fora, mas penso que a redação final esteja satisfatória.

A realidade é construída

Francisco Rui Cadima (2014) é um dos autores que abordam a questão aqui tratada. O pesquisador explica que tanto o sistema de buscas do Google quanto o News Feed do Facebook utilizam filtros. As ferramentas se alimentam dos rastros digitais do usuário, como aplicativos acessados ou posts curtidos numa rede social. A partir daí, elas vão moldando o que a pessoa verá, dando prioridade, também, ao conteúdo mais popular – as reportagens mais comentadas, o post



mais compartilhado etc. Assim, as informações que cada sujeito recebe em sua rede pessoal variam conforme seu perfil e o de amigos próximos. Criam-se "bolhas", verdadeiras caixas de ressonância que ecoam visões cada vez mais polarizadas e distorcidas da realidade. Não é de se admirar, portanto, que os veículos de mídia formulem chamadas extravagantes na busca pela visibilidade on-line – algo que os jovens da Macedônia souberam fazer muito bem, mesmo que sem compromisso com a fidedignidade das histórias.

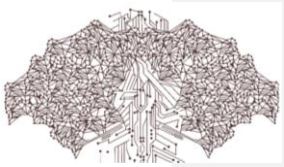
Não é de hoje que os pensadores se preocupam com os recortes que a mídia dá à vida cotidiana. Diz Niklas Luhmann (2005): "os meios de comunicação determinam a forma como o mundo deve ser lido e atrelam as perspectivas morais a essa descrição" (p. 133). O sociólogo percebe movimentos distintos, porém complementares. De um lado, o entretenimento da televisão e do cinema forja universos fictícios, mas cujas narrativas ajudam a pensar e a tecer julgamentos de valor sobre a condição humana. De outro, o jornalismo utiliza fatos espetaculares, que fogem ao dia a dia do público, para contar histórias que frequentemente acabam despertando sentenças morais. É como se sempre fosse necessário encontrar o mocinho e o vilão para compreender as complexidades da vida. Ocorre, ainda de acordo com o autor, que as fronteiras entre realidade real e realidade ficcional encontram-se emaranhadas.

Outro que trata dessa questão é Pepe Baeza (2001). O pesquisador analisa que o jornalismo de celebridades tem usado enquadramentos cada vez mais publicitários para as fotografias. Em contrapartida, anúncios buscam técnicas jornalísticas como forma de dar credibilidade e aumentar o poder de persuasão. Um exemplo emblemático seriam as campanhas de Oliviero Toscani para a Benetton, que construíram um ativismo em torno de causas às quais o jornalismo não dera tanta voz anteriormente.

De fato, se tomarmos o caso de uma "notícia" d'O Sensacionalista[4], o enunciado e a descrição do acontecimento fictício podem ser confundidos com uma reportagem verídica, tamanha a semelhança do texto com o gênero jornalístico original. Nesse caso, faltaria ao leitor a capacidade crítica de separar entretenimento de *hard News*. Voltarei a esse ponto mais adiante, quando tratar de alfabetização midiática.

Luhmann (2005) também defende a ideia de que a sociedade deixa sua auto-observação a cargo da mídia. O problema é que os veículos não operam apenas sob a égide da liberdade de informação. O espaço disponível numa página, os índices de audiência de um programa e os próprios valores pessoais do repórter são alguns dos fatores que configuram a extensão da

[4] Site de humor que emula um portal de notícias. As publicações, sempre com fins satíricos, muitas vezes ironizam fatos noticiados pela imprensa tradicional, numa referência direta à realidade real.



cobertura de um evento. Ou seja, os fatos existem, mas são relatados de acordo com modelos limitados e limitadores. Por mais plural e neutra que tente ser a empresa jornalística, o público sempre receberá uma *versão construída* da realidade. Para o autor, um sistema carregado de pressupostos pode fazer com que as opiniões sobre os acontecimentos sejam tratadas, elas mesmas, como acontecimentos.

A vez do amador – ou quase

Neste momento, cabe realizar uma digressão sobre como as redes digitais têm favorecido amadores, em detrimento à suposta credibilidade de especialistas. Essa seria uma reflexão longa, que não se esgotaria em um único artigo, então pretendo apenas pincelar tópicos que ajudem a apreender o contexto dos fenômenos aos quais me refiro.

Andrew Keen (2009) talvez seja um dos autores mais críticos quanto à produção de conteúdo para os meios digitais. Ele percebe a internet como uma cortina de fumaça. Muito se fala na democratização do acesso às ferramentas, que teria possibilitado com que mais vozes fossem ouvidas. Entretanto, o escritor defende a ideia de que a produção descentralizada permite a milhões de blogueiros falarem simultaneamente sobre si mesmos. É o que Keen chama de *egocasting*, uma brincadeira com *broadcasting* – a "transmissão do ego", em tradução livre. Sob essa perspectiva, não existiria preocupação com as demandas do público. Ainda, a ponderação e a análise profunda perderiam força, fazendo com que fraudes e propagandas corporativas veladas se confundissem com notícia. Resumindo, haveria um cenário de verdades personalizadas e estilhaçadas, sem que se pudesse confiar nelas.

Keen (2009) também é cético em relação à cauda longa – um processo que levaria à produção de nicho, em que grupos restritos de pessoas se interessariam a fundo por assuntos à margem do *mainstream*. Na visão do autor, talento e expertise são recursos finitos, que requerem tempo e capital para que se possa construir conteúdo de qualidade. Num produto segmentado, com público restrito, o investimento de anunciantes seria diminuto, impedindo a contratação de bons profissionais. A alternativa – a produção amadora gratuita – tampouco funcionaria, pois faltaria a figura de um especialista que balizasse as informações.

Há que se concordar com a afirmação sobre blogs tendenciosos, que pululam alarmantemente pela web: numa visão mais apocalíptica, eles podem configurar a "degeneração da democracia sob a ditadura das massas e do boato" (KEEN, 2009, p. 55). Por outro lado, a fala assume um caráter corporativista que ignora dois argumentos importantes. Em primeiro lugar, a presença de um especialista nem sempre garante credibilidade – haja vista a já mencionada

construção da realidade, que envolve valores pessoais ou a busca por audiência a todo custo, mesmo que apelando para manchetes sensacionalistas. Considerado esse ponto, também se devem perceber os aspectos positivos da produção amadora. A própria enciclopédia livre Wikipédia, tão criticada por Keen, é um exemplo: apesar de qualquer usuário poder alterar verbetes, existem critérios para atestar a veracidade das informações. Ademais, o site exibe alertas nas situações em que um tema seja controverso ou careça de fontes.

O sociólogo Patrice Flichy (2010), por sua vez, demonstra uma visão mais otimista. Ele também discorre sobre democratização, mas das competências. Segundo o autor francês, a cultura amadora não destrói o trabalho dos especialistas. O que aconteceria, numa coabitação entre as diferenças, seria um questionamento mais pronunciado das práticas profissionais. Sustenta Flichy que, à medida que autodidatas vão se apropriando das lógicas de produção e de consumo, eles tendem a se tornar *pro-ams*, ou amadores profissionais. Seria um meio-termo entre a experiência vulgar[5] e a profissional, entre o ignorante e o conhecedor.

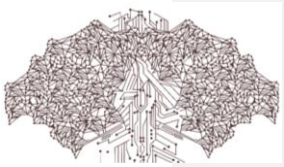
A diferença estaria nas motivações dos atores envolvidos. De acordo com Flichy (2010), a cultura amadora se baseia na paixão e na curiosidade. Viria daí a explicação para fãs de um seriado se organizarem em grupos para traduzir e legendar os episódios, disponibilizando-os on-line a quem porventura não domine o idioma. A recompensa seria mais simbólica que financeira. Processo semelhante se daria com as *fanfics*[6]. Essas narrativas geralmente são publicadas em fóruns e ajustadas a partir dos comentários de outros participantes, reforçando o imaginário em torno de um produto midiático.

Nesta cultura de apropriação e remixagem, descrita em detalhes por Flichy (2010) e criticada por Keen (2009), cabe às instituições midiáticas saber lidar com tensionamentos constantes. Acontece que, por trás de uma ação supostamente despretensiosa, pode haver um forte aporte de produção.

Acompanhemos uma situação bastante ilustrativa. Em reportagem à Bloomberg, o jornalista Max Chafkin (2016) relata um experimento no qual pretendeu transformar sua conta do Instagram em uma referência de moda masculina e estilo de vida. Para tanto, recorreu a consultores especializados, utilizou roupas emprestadas e realizou longas sessões com um fotógrafo profissional. Ele precisou, inclusive, comprar imagens de um café da manhã saudável,

[5] Flichy utiliza o termo "ordinaire", que também poderia ser traduzido como "cotidiano", "comum" ou "banal".

[6] Histórias não oficiais escritas por fãs e tendo como base universos ficcionais pré-existentes, como os de séries de TV ou de livros de fantasia.



que publicou como se fosse seu, embora nunca tenha experimentado aquela tigela de frutas e aveia. Conforme o texto, essa é uma prática comum entre os influenciadores da referida rede social, assim como permutas com marcas[7]. Ou seja, nem sempre tudo é tão espontâneo assim, pois há uma realidade especialmente construída para ser bem vista aos olhos do público.

Outra a denunciar a realidade fajuta das mídias sociais foi a modelo australiana Essena O'Neill, num vídeo (2015) de grande repercussão. Ela deletou suas contas no Snapchat, no Tumblr e no Instagram, além de criticar técnicas utilizadas para encontrar a "imagem perfeita". A jovem, então com 19 anos, dizia estar vivendo uma mentira.

Fato é que, indo além do híbrido entre amador e especialista, ou pro-am (FLICHY, 2010), certos indivíduos despontam nos espaços digitais e acabam abraçando – ou sendo abraçados pelas – lógicas da mídia tradicional. Há Youtubers publicando livros, protagonizando filmes e estrelando campanhas publicitárias na televisão. Tanto os sujeitos quanto as empresas lucram. E, o que antes até poderia ser uma legítima ação amadora, agora ajuda a reforçar a hegemonia do capital e das instituições midiáticas tradicionais.

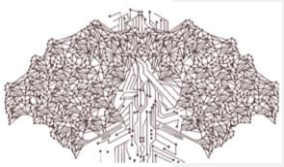
Analfabetismo midiático

Em suma, os meios digitais ampliam e intensificam o alcance de verdades construídas. Diversas versões – do humor à ideologia, da metáfora ao relato pessoal, da panfletagem ao jornalismo fidedigno – competem em espaços subordinados não a critérios de relevância, mas às decisões de uma máquina. Na torrente incessante do News Feed, o usuário fica à deriva, flutuando entre lixo digital e montando, com esses detritos, seu barquinho particular.

O que parece uma metáfora exagerada, na verdade, diz respeito ao ponto mais delicado da discussão. Afora a maneira como a tecnologia e o design oferecem o conteúdo on-line, é preciso pensar *como* os sujeitos constroem sentidos com base no que lhes é ofertado. Afinal, não se deve culpar apenas o aparato técnico pela desinformação na rede.

Ao relatar seus estudos com jovens britânicos, Sonia Livingstone (2011) demonstra como as competências dos nativos digitais podem ser superestimadas. "A criança que *maneja* a tela nos parece tão habilidosa que podemos concluir confortavelmente que já sabe tudo o que precisa" (p. 12. Grifo da autora). No entanto, ela cita casos que apontam o contrário. Uma menina se esquece de senhas antigas e não sabe como recuperá-las; outra realiza pesquisas sem desconfiar de

[7] De acordo com pesquisa do YouPIX (2016), posts pagos, que utilizam *hashtags* como "#ad" para identificar a publicidade, costumam ter menos engajamento que as publicações "espontâneas". Entretanto, como explica a reportagem da Bloomberg (CHAFKIN, 2016), nem sempre o patrocínio é explícito.



referências duvidosas; um terceiro rapaz não se interessa pelos estudos, preferindo ouvir música ou jogar em rede. Em comum, os observados aparentam se preocupar mais em fazer a interface funcionar que em utilizá-la de maneira crítica ou criativa[8].

A autora destaca, por consequência, a necessidade de uma *literacidade na internet*[9]. Seria a capacidade não só de acessar, mas também de avaliar e de comunicar mensagens nos mais diversos formatos – um esforço cognitivo, já que diferentes linguagens textuais e audiovisuais convergem nesses espaços, mas também social, haja vista que nem todas as pessoas têm acesso irrestrito a *smartphones*, ou mesmo a computadores com acesso à web.

Para Livingstone (2011), a importância da literacidade se dá em três frentes: 1) democracia e participação cidadã, formando-se opiniões e expressando-as; 2) economia do conhecimento, fomentando-se a inovação e, logo, aumentando-se a competitividade e o leque de escolhas para o usuário; 3) expressão cultural e realização pessoal, necessárias para uma sociedade informada, criativa e ética. A maior dúvida é descobrir de quem seria a responsabilidade de despertar essa leitura crítica – se do governo, das escolas ou dos próprios meios de comunicação.

Numa elucubração semelhante, Roger Silvertone (2010) atribui o dever a todas as instâncias envolvidas – e, igualmente, a todos os cidadãos. O pesquisador fala em *alfabetização midiática*: saber filtrar e administrar as informações que nos chegam. Mais que isso, é preciso ter consciência de que a mídia não é transparente, uma vez que apresenta visões parciais da realidade, seguindo os filtros morais da cultura em que está inserida.

Silverstone (2010) acredita que a regulamentação dos meios poderia trazer mais justiça, no sentido de garantir lugar para diferentes vozes. O autor é prudente ao lembrar que leis e marcos regulatórios podem proteger ou prejudicar um povo, dependendo do grau de democracia da sociedade, e que uma espécie de Protocolo de Kyoto das mídias funcionaria como solução possível. De outra parte, administrar o conteúdo ficaria a cargo das empresas, que teriam o dever moral de se autorregulamentar. Isso significaria não apenas adotar códigos de conduta, mas

[8] Menciono episódio semelhante, ocorrido com alguém de meu círculo pessoal de convívio, em 2017. Um professor de escola pública propôs uma atividade para sua turma de terceiro ano do Ensino Médio. Os alunos precisavam confeccionar cartazes com pequenas caixas de texto e, para tanto, foram ao laboratório de informática do educandário. Muitos não sabiam formatar um documento de Word em duas colunas. Pudera: eram versados em internet e aplicativos de celular, mas não tinham familiaridade com o pacote Office.

[9] "Internet literacy", no original. Embora a tradução utilize o termo "literacidade", parece-me mais correta a expressão "literacia de internet".

assumir efetivamente uma postura ética, tratando o espectador com inteligência e dando espaço a alteridades[10].

O autor (SILVERSTONE, 2010) ainda define como papel dos meios oferecer recursos para o público ler, compreender e criticar os produtos midiáticos que consome. Em contrapartida, todo indivíduo imerso nesta sociedade tecnológica assumiria seu nível de responsabilidade. Novamente, surge a questão moral norteando o discurso: cada sujeito deveria ter consciência de seus atos no processo de produção e de consumo de informações, pois a regulamentação parte, inclusive, de uma postura cidadã.

Sem discordar desse idealismo, admito a complexidade da tarefa. Não incorrerei em supostos interesses escusos das corporações, sejam do entretenimento, sejam do jornalismo ou sejam da tecnologia. Minha preocupação é com os sujeitos. Bem dizer, com os usuários que compartilham notícias falsas, comentam impropérios em portais de notícias e escancaram sua vida privada nos sites de redes sociais.

Primeiro, não se pode pressupor que todo indivíduo comum queira ser uma voz ativa na rede. A própria Sonia Livingstone (2011) apresenta dados nessa direção: nem todos os jovens que consomem conteúdo na internet almejam produzir algo e, dos que gostariam de realizar um trabalho on-line, pouco são os que, de fato, chegam a fazê-lo. Nota-se um interesse mais pronunciado em ferramentas de comunicação via chat, por exemplo.

É notório que urge estimular algum nível de alfabetização midiática, ou de literacia para a internet. Pesquisadores da Stanford University concluíram que os adolescentes têm dificuldade para discernir artigos jornalísticos de conteúdo publicitário (STANFORD..., 2016). O mesmo relatório demonstrou que, para os estudantes observados, uma foto chamativa pode ser sinal de credibilidade, apesar de o texto não mencionar fontes.

O fenômeno provavelmente se repete fora dos Estados Unidos. Entretanto, o panorama tupiniquim é ainda mais grave. Estima-se que apenas 8% dos brasileiros consigam se expressar plenamente por meio de letras e números. A maioria (65%) apresenta níveis elementares ou intermediários de alfabetização, sendo que outros 27% são considerados analfabetos funcionais (YAKAMOTO, 2016)[11].

Dito com mais clareza, a população do país conclui o Ensino Médio sem conseguir interpretar um texto ou construir uma argumentação coerente. Não surpreende que o Brasil tenha

[10] Luhmann (2005) expõe opinião similar. Ele julga necessário realizar um esforço para que a realidade construída pela mídia não seja interpretada como a realidade real, pura e simplesmente.

[11] Os dados são do Indicador de Alfabetismo Funcional (INAF).

caído posições na edição mais recente do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA), que mede competências básicas para o exercício da cidadania num mundo globalizado (SCIREA, 2016).

Frente a essa deficiência, soma-se mais um alerta. O conhecimento não linear aguçado pelos meios digitais pode distorcer competências cognitivas relativas à reflexão crítica, à memória e à compreensão (CADIMA, 2014). Teme-se que seja "o homem a acabar por pensar como o computador e não o computador a pensar como humano" (idem, p. 282).

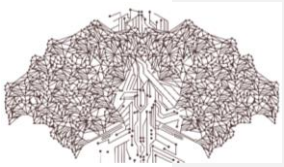
Basicamente, têm-se urgências concomitantes. Deve-se buscar uma literacia midiática, sim, mas não sem se atentar para um problema estrutural mais sério: a mera alfabetização funcional. Enquanto isso, os algoritmos da bolha tecnológica continuam a atuar, restringindo os indivíduos a redes de informação sem muita pluralidade. Ora, quanto menos opiniões conflitantes e quanto menos ponderação, mais difícil se torna romper a redoma. Os sujeitos passam a conviver num lugar constantemente reconstruído em cima de suposições, preconceitos e meias verdades. Eis um ambiente pós-verdadeiro, na pior das acepções possíveis.

Estratégias para a alfabetização midiática

Esta fronteira entre fantasia e realidade tem seus perigos. Um fato marcante na história recente do país foi o linchamento de Fabiane Maria de Jesus, em maio de 2014. A dona de casa foi espancada e morta por dezenas de moradores do Guarujá, no litoral de São Paulo. Essa agressão partiu de um boato publicado numa página do Facebook, na qual se afirmava que a mulher havia sequestrado uma criança para praticar magia negra. Dezenas de pessoas participaram do ato, mas apenas cinco foram identificadas e processadas (D'AGOSTINO, 2017).

A mentira custou a vida de uma inocente. Tamanha foi a comoção que, do episódio, motivou-se o Projeto de Lei 7544/2014, ainda em tramitação no Congresso Nacional. O documento atual prevê punições mais severas para quando a incitação ao crime ocorrer via internet (BRASIL, 2017).

Não se pode negar que há esforços oficiais para cercear o impacto das *fake News*. As páginas do Senado Federal nos sites de redes sociais mantêm um trabalho de orientar a população. Os posts explicam, com gráficos e ilustrações, quais são os elementos típicos da boataria: alarmismo, teorias conspiratórias, erros de ortografia, fontes duvidosas, apelo às emoções, entre outros (SENADO..., 2015).



O alcance do material didático depende, entretanto, de dois movimentos. Primeiro, vem a consciência dos usuários em compartilhá-lo. Em seguida, entra em jogo a capacidade de a publicação passar pelos filtros da bolha algorítmica e atingir o público.

Ainda que os resultados não sejam fáceis de precisar, a iniciativa é válida. E pode-se dizer que a audiência verde-amarela tem demonstrado mais desconfiança, em relação ao que circula pelas mídias sociais. Ao menos é o que aponta um levantamento da consultoria Kantar, intitulado Connected Life. O estudo indica que 52% dos brasileiros entrevistados não consideram confiável o conteúdo dessas plataformas. Esse índice é superior à média mundial, de 35% (RIO-LOPES, 2017).

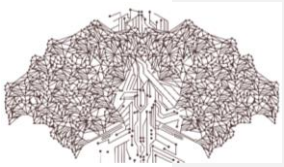
Os dados foram compilados a partir das respostas de 70 mil consumidores, espalhados por 56 países do globo. Podem-se questionar as variáveis e a metodologia empregada: quem são esses indivíduos? Qual sua bagagem cultural? Em que circunstâncias o questionário foi aplicado? O viés do relatório é menos acadêmico que mercadológico. Apesar disso, não deixa de funcionar como termômetro para algumas tendências da sociedade contemporânea.

Cabe ressaltar que, após muita polêmica e pressão externa, o Facebook começou a solicitar aos usuários que identificassem uma possível "linguagem enganosa" em artigos publicados na rede (COLDEWEY, 2016). A questão é saber até que ponto as pessoas têm o discernimento – ou mesmo a boa-fé – para descartar o joio e manter o trigo. Nas mãos erradas, essa espécie de *gatekeeping* coletivo, ou de automonitoramento, serviria para "treinar" o algoritmo a privilegiar ainda mais as notícias falsas.

Há estratégias de combate mais robustas, é claro. Em recente declaração, o engenheiro Samidh Chakrabarti (2018), gerente de produto do Facebook, anunciou parcerias com agentes terceirizados de *fact checking*. Tão logo um desses profissionais marque determinado post como equivocado, a visibilidade do texto despenca.

No Brasil, a companhia de Mark Zuckerberg deu início a um projeto em conjunto com o Aos Fatos, veículo de checagem de notícias. Com o intuito de evitar a desinformação em ano de eleições nacionais, criou-se Fátima, uma inteligência artificial. O nome do robô vem de "FactMa", abreviação para "Fact Machine". Será um *chatbot* que conversará com os usuários, via Messanger, dando "dicas de como separar notícia de opinião, de como encontrar dados confiáveis para diversos temas e mesmo de como saber se uma fonte é confiável ou não" (AOS FATOS..., 2018).

Ao que parece, tenta-se não repetir o erro cometido nos Estados Unidos em 2016. Até mesmo um representante do Facebook disse que a empresa falhou ao não admitir mais cedo a influência de estrangeiros na campanha presidencial estadunidense (CHAKRABARTI, 2018).



Contudo, um bate-papo mecânico talvez não seja a alternativa mais adequada. Retomando os achados da consultoria Kantar (2017), vê-se que 53% dos consumidores brasileiros costumam reconhecer quando estão falando com uma máquina. Por mais que a automação eleve, em escala, o potencial para se difundir uma mensagem, há quem se incomode com esse tipo de abordagem.

As próximas etapas da união entre Aos Fatos e Facebook preveem, fora outras dinâmicas, um curso on-line gratuito intitulado "Vaza, Falsiane!". Haverá um conjunto de vídeos curtos, memes e testes para "ampliar a competência para a leitura de notícias, incentivar uma postura crítica sobre as fontes de informação e contribuir para a qualidade do debate na rede" (AOS FATOS..., 2018). Pode funcionar. Resta aguardar para saber se a estratégia será bem-sucedida.

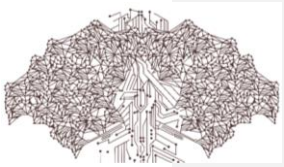
Considerações finais: leia os comentários

Existe uma máxima na internet que afirma: "não leia os comentários". Essas falas – por vezes, sem passar por um moderador – expõem fragilidades argumentativas, carências gramaticais e, principalmente, leituras de mundo contrárias às nossas. São algumas das raras maneiras de escapar da bolha, por pouco que seja. Talvez, por isso, causem tanto desconforto.

Não que se devam tomar as áreas de comentários como espaços democráticos. Bem se sabe que a arquitetura dos sites permite interações limitadas, conforme as opções oferecidas pela máquina. Fazer-se ouvir na rede, em muitos casos, é uma ilusão – e pode acontecer de o intuito nem ser dialogar, mas apenas expressar-se; tem-se aqui um provável reflexo de uma sociedade autorreferente, para não dizer autocentrada e narcisista.

Tampouco se deve subestimar a capacidade criativa dos usuários. Apropriações e construções de sentido extrapolam os limites previstos pelos profissionais de conteúdo, inclusive com gratas surpresas. Infelizmente, dados os índices escolares aqui expostos, desconstruir pós-verdades torna-se uma tarefa árdua. É preciso resolver o déficit de instrução formal antes que se espere uma população majoritariamente crítica e participativa.

Aos meios, o caminho natural provavelmente será o da autorregulamentação. Porém, temo que não seja um ato voluntário e altruísta. Cabe aos pesquisadores, aos ombudsmen e a toda sorte de críticos evidenciar as perigosas verdades construídas pela mídia e pelos algoritmos da tecnologia. Com essa pressão, é possível que as instituições adotem políticas mais claras, ou pelo menos assumam responsabilidades com compromisso e ética.



Aos usuários, resta o esforço individual de expandir sua bolha. A tomada de consciência pode não ser fácil, mas é possível. Existem alternativas[12], como redes criptografadas, que não arquivam dados nem filtram posts a partir do perfil do usuário. Quiçá, sejam tentativas pífias, frente à onipresença do Google e do Facebook. Sendo assim, pode-se experimentar falar menos sobre si próprio, desconfiar mais dos outros e duvidar antes de compartilhar uma notícia. Um trabalho mais psicológico que tecnológico, eu diria.

Escapar da pós-verdade, no contexto atual, é quase utópico. Contudo, confrontar diferentes verdades construídas ajuda a arrefecer emoções e a dirimir opiniões extremas. É essencial conhecer outro(s) lado(s) da(s) história(s). Pode-se começar lendo os comentários.

Referências

AOS FATOS e Facebook unem-se para desenvolver robô checadora. **Aos Fatos**. [S.l.], 04 jan. 2018. Disponível em: <https://aosfatos.org/noticias/aos-fatos-e-facebook-unem-se-para-desenvolver-robo-checadora/>. Acesso em: 10 jan. 2018.

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BRASIL. Substitutivo ao Projeto de Lei nº 7544/2014. **Diário da Câmara dos Deputados**. Poder Legislativo, Brasília-DF, 31 mar. 2017, p. 234. Disponível em: <http://imagem.camara.gov.br/ Imagem/d/pdf/DCD0020170331000540000.PDF>. Acesso em: 10 jan. 2018.

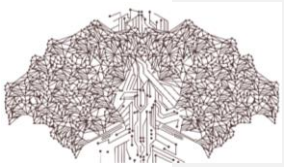
CADIMA, Francisco Rui. Sobre o digital: convergência, divergência, fractura. In: SÀÁGUA, João; CADIMA, F. Rui (Orgs). **Comunicação e linguagem:** novas convergências. Portugal: Universidade Nova de Lisboa, 2014. p. 265-285.

CHAFKIN, Max. Confessions of an Instagram Influencer. **Bloomberg**, Nova Iorque, 30 nov. 2016. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/news/features/2016-11-30/confessions-of-an-instagram-influencer>. Acesso em: 15 dez. 2016.

CHAKRABARTI, Samidh. **Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy?** [S.l.], 22 jan. 2018. Disponível em: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy>. Acesso em: 25 jan. 2018.

COLDEWEY, Devin. Facebook begins asking users to rate articles' use of 'misleading language'. **Tech Crunch**, San Francisco, 05 dez. 2016. Disponível em: <https://techcrunch

[12] O DuckDuckGo, por exemplo, é uma ferramenta de busca que promete não rastrear o usuário. Dentre as redes sociais, a MeWe oferece maior controle de privacidade.



.com/2016/12/05/facebook-begins-asking-users-to-rate-articles-use-of-misleading-language/>. Acesso em: 16 dez. 2016.

D'AGOSTINO, Rosanne. Três anos depois, linchamento de Fabiane após boato na web pode ajudar a endurecer lei. **G1**, São Paulo, 01 abr. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/e-ou-nao-e/noticia/tres-anos-depois-linchamento-de-fabiane-apos-boato-na-web-pode-ajudar-a-endurecer-lei.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2018.

EINSTEIN, Albert. **Anyone Who Doesn't Take Truth Seriously in Small Matters Cannot Be Trusted in Large Ones Either**. S.l., 2014. Disponível em: <http://quoteinvestigator.com/2014/04/15/large-truth/>. Acesso em: 17 dez. 2016.

FLICHY, Patrice. **Le Sacre de L'Amateur:** Sociologie des passions ordinaries à l'ére numérique. França: Seuil, 2010.

GOTTFRIED, Jeffrey; SHEARER, Elisa. News Use Across Social Media Platforms 2016. **Pew Research Center**, Washington, 26 mai. 2016. Disponível em: <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>. Acesso em: 06 dez. 2016.

KEEN, Andrew. **O Culto do Amador:** Como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009.

KIRBY, Emma Jane. The city getting rich from fake news. **BBC News**, Londres, 05 dez. 2016. Disponível em: <http://www.bbc.com/news/magazine-38168281>. Acesso em: 06 dez. 2016.

LIVINGSTONE, Sonia. Internet Literacy: A negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 4, n. 2, jan./jun. 2011, p. 11-42.

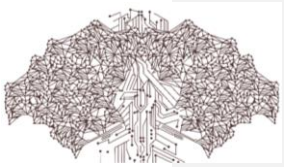
LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MINOZZO, Paula. "Notícias falsas no Facebook foram responsáveis pela eleição de Trump", diz editor da revista Wired. Entrevista com Ben Hammersley. **Zero Hora**, Porto Alegre, 08 dez. 2016. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/tecnologia/tech/noticia/2016/12/noticias-falsas-no-facebook-foram-responsaveis-pela-eleicao-de-trump-diz-editor-da-revista-wired-8653689.html>. Acesso em: 08 dez. 2016.

O'NEILL, Essena. **Why I REALLY am quitting social media** (17 min 40 s). [S.l.], 05 nov. 2015. Disponível em: <https://youtu.be/gmAbwTQvWX8>. Acesso em: 17 dez. 2016.

OFXORD DICTIONARIES. **Word of the year 2016 is...**. Oxford, [2016?]. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 06 dez. 2016.

RIO-LOPES, Isabelle. **Connected Life 2017: Conectados e desconfiados**. [S.l.], 28 nov. 2017. Disponível em: <https://br.kantar.com/tecnologia/comportamento/2017/connected-life-2017-confianca-tecnologia-conteudo-dados-ecommerce/>. Acesso em: 10 dez. 2017.



SCIREA, Bruna. Adolescentes brasileiros têm defasagem de conhecimento que equivale a três anos letivos. **Zero Hora**, Porto Alegre, 06 dez. 2016. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/vida-e-estilo/educacao/noticia/2016/12/adolescentes-brasileiros-tem-defasagem-de-conhecimento-que-equivale-a-tres-anos-letivos-8629574.html>. Acesso em: 16 dez. 2016.

SENADO FEDERAL. **Como identificar notícias falsas**. [S.l.], 05 mar. 2015. Disponível em: <http://senadofederal.tumblr.com/post/112780976282/como-identificar-notícias-falsas>. Acesso em: 10 dez. 2017.

SILVERSTONE, Roger. **La moral de los medios de comunicación:** sobre el nacimiento de la polis de los medios. Buenos Aires: Amorrortu, 2010.

STANFORD researchers say young Americans have no idea what's news. **Quartz**, Nova Iorque, 22 nov. 2016. Disponível em: <http://qz.com/843792/stanford-researchers-say-young-americans-have-no-idea-whats-news/>. Acesso em: 16 dez. 2016.

THE GUARDIAN view on social media: facts need to be labelled as facts. **The Guardian**, Londres, 15 nov. 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/nov/15/the-guardian-view-on-social-media-facts-need-to-be-labelled-as-facts>. Acesso em: 06 dez. 2016.

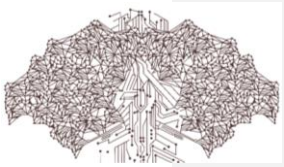
TUFEKCI, Zeynep. Mark Zuckerberg is in denial. **The New York Times**, Nova Iorque, 15 nov. 2016. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2016/11/15/opinion/mark-zuckerberg-is-in-denial.html>. Acesso em: 06 dez. 2016.

YAKAMOTO, Karina. No Brasil, apenas 8% têm plenas condições de compreender e se expressar. **UOL**, São Paulo, 29 fev. 2016. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/noticias/2016/02/29/no-brasil-apenas-8-escapam-do-analfabetismo-funcional.htm>. Acesso em: 16 dez. 2016.

YOUPIX. **Influencers Market 2016**, 28 set. 2016. Disponível para download em: <https://medium.youpix.com.br/pesquisa-youpix-influencers-market-2016-23a71e50fa13#.ifs24m4fs>. Acesso em: 17 dez. 2016.

ZUCKERBERG, Mark. **[I want to share some thoughts on Facebook and the election]**. [S.l.], 13 nov. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/zuck/posts/10103253901916271>. Acesso em: 06 dez. 2016.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



AMAZÔNIA NA PISTA: MÍDIAS CONTEMPORÂNEAS, CONSUMO E INFORMAÇÃO PERFIS DE TRÂNSITO DE BELÉM[1]

José Carlos Almeida da Rosa[2]; Enderson Oliveira[3]

Resumo
Com o advento da cibercultura e da *Web* 2.0, por meio das mídias sociais, o indivíduo pós-moderno é um sujeito ativo dentro do ciberespaço, atuando como emissor, receptor e retransmissor das mensagens. A relação com o trânsito não é diferente, neste artigo é abordada a forma com que a sociedade belenense, utiliza as mídias alternativas como os perfis de trânsito para se informarem e construírem uma inteligência coletiva. Para conseguir compreender melhor essa comunicação, foi utilizado o método de netnografia e estudo de caso, que analisam os perfis sociais Belém Trânsito (@belemtransito) e o Belém Blitz (@belemblitz), com o intuito de entender o comportamento e as interações dos sujeitos dentro desses perfis.

Palavras-chave: trânsito; cibercultura; comunicação; mídias sociais; inteligência coletiva.

Introdução

No período contemporâneo, muitas pessoas que buscam informações sobre o trânsito acabam acessando redes sociais e aplicativos para saber notícias relacionadas às problemáticas diárias nas avenidas das grandes cidades. Em Belém do Pará, na Amazônia, isto não é diferente. Observando a necessidade dos paraenses ativos na internet e a questão do trânsito, surgiram os perfis de trânsito nas mídias sociais, que possuem uma forte presença na vida de seus seguidores.

Através dessas páginas, as pessoas obtêm informações em tempo real sobre as peculiaridades das avenidas no dia a dia na região metropolitana, assim também como dá a possibilidade de tornar esse sujeito em um detentor de informações, uma vez que essas plataformas dão voz a esse internauta, fazendo com que esses perfis de trânsito formem uma grande inteligência coletiva que acabam fazendo o benefício de pautar a sociedade que está ou que irá utilizar as avenidas da cidade para se locomover. De acordo com Cardoso, "o modelo

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 – Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisador é graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda). Participa da Linha de Pesquisa "Comunicação, Cibercultura e Antropologia: a relação entre consumo, cultura e produção de sentidos na contemporaneidade", no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Estácio FAP. E-mail: zekrlos.almeida@gmail.com

[3] Pesquisador é orientador do trabalho. Jornalista, mestre em Antropologia e professor na Estácio FAP, onde coordena a Linha de Pesquisa "Comunicação, Cibercultura e Antropologia: a relação entre consumo, cultura e produção de sentidos na contemporaneidade" no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica. E-mail: enderson.oliveira12@gmail.com.

comunicacional gerado nas sociedades informacionais, onde o modelo de organização social prevalecente é o da articulação em rede, é a comunicação em rede" (CARDOSO, 2011, p 9).

É justamente a partir disso que nasce o objetivo dessa pesquisa, compreender essa comunicação em rede, refletir e analisar como os sujeitos ativos no ciberespaço estão lidando com essa nova forma de consumir e produzir notícias sobre o trânsito em tempo real a partir das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC).

O tema é relevante, pois é uma forma de comunicação cada vez mais presente e crescente em nosso cotidiano, o foco principal deste trabalho tem como intuito analisar os perfis sociais que tratam sobre o trânsito na região metropolitana de Belém, que funcionam, principalmente, através do processo de cooperação de informações advindas de seus usuários que fazem o papel de produtor das mensagens. Esses perfis por terem uma ampla visibilidade e credibilidade dentro do ciberespaço, acabam disseminando essas informações e pautando diariamente todas as pessoas que acompanham o perfil.

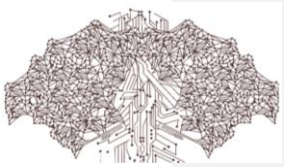
No total existem dez perfis sociais que tratam sobre a questão do trânsito na cidade, porém para esta pesquisa serão analisados apenas dois perfis que tem uma grande influência dentro do Twitter. Destes, analisei o Belém Trânsito (@belemtransito) e o Belém Blitz (@belemblitz), que possuem um amplo alcance e disseminação de informações dentro da internet na sociedade paraense.

Para este estudo, que condensa algumas das discussões apresentadas em meu Trabalho de Conclusão de Curso "Pelas ruas de Belém: cibercultura, consumo e produção de conteúdo dos perfis de trânsito nas mídias sociais", apresentado no final de 2017, em que apliquei o método qualitativo denominado como netnografia, que analisa o comportamento, a forma como se relacionam e as práticas de comunicabilidade dos sujeitos ativos dentro das mídias sociais. A partir daí é possível compreender melhor o objeto estudado nesta pesquisa.

2. Observar, analisar e compreender: a metodologia

Para o desenvolvimento desta pesquisa foi realizado um estudo de caso, pois se dá a partir de questões que focam as problemáticas contemporâneas, situações ocorridas no dia a dia que nos questionam e que causa inquietude, a partir de perguntas do tipo "como" e "por quê".

Através desse método de pesquisa conseguimos compreender e responder questões que envolvem a sociedade e as suas peculiaridades complexas do cotidiano. Como é o caso do objeto de estudo desta pesquisa, onde pretende-se compreender como, de que forma e até que ponto os perfis de trânsito fazem parte e influenciam a vida diária da sociedade belenense, uma vez que esse meio de comunicação alternativa vem ganhando força entre os sujeitos ativos no ciberespaço,



e acabam mantendo as pessoas informadas em tempo real sobre uma das principais problemáticas na cidade, o trânsito.

De acordo com Yin, "como esforço de pesquisa, o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos" (2001, p. 21), o que torna o método relevante para a ciência humana.

Neste estudo, que lida com a internet, foi utilizado o método qualitativo que analisa o comportamento dos sujeitos ativos no ciberespaço, fazendo um "mapeamento dos perfis de consumo de seus participantes a partir de suas práticas comunicacionais nas plataformas sociais" (AMARAL, 2007, p 2). Tal processo é denominado netnografia que Robert Kozinets conceitua como,

> uma descrição escrita resultante do trabalho de campo que estuda as culturas e comunidades on-line emergentes, mediadas por computador, ou comunicações baseadas na internet, onde tanto o trabalho de campo como a descrição textual são metodologicamente conduzidas pelas tradições e técnicas da antropologia cultural. (KOZINETS, 1998)

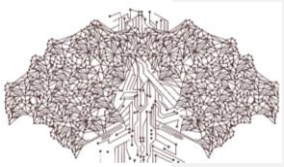
Por meio do método netnográfico conseguimos compreender melhor e analisar de que forma os indivíduos que seguem os perfis sociais de trânsito estão interagindo e contribuindo com esse meio. O neologismo netnografia ou etnografia virtual é proveniente da antropologia e amplia o conhecimento dos estudos em comunicação e cibercultura. O termo surge a partir da necessidade de compreender uma nova forma de vivência, uma nova mentalidade da sociedade que agora é mediada por computadores, smartphones, tablets, entre outros equipamentos tecnológicos.

Como a miopia entre o que é público e privado na rede é bastante complexa, é normal alguns posts, notícias, *tweets*, compartilhamentos atravessarem barreiras geográficas e o que era local, relacionado a uma cultura, a uma sociedade, a um povo, acaba ganhando uma proporção em escala global, facilitando dessa forma a compreensão através do local em um panorama global.

O intuito dessa metodologia utilizada foi mapear o perfil das pessoas que estão na rede e que lidam com as mídias sociais em seu dia a dia, compreendendo de que forma esses usuários estão envolvidos e são influenciados no processo de comunicação alternativa, feitos principalmente pelos perfis de trânsito.

3. Perfis de trânsito, cibercultura e pós-modernidade

Ao contrário do que se pensa em uma primeira impressão, caro leitor, o termo cibercultura não está expressivamente ligado a questões técnicas ou de avanço tecnológico. O conceito está



relacionado a uma questão sociocultural que vem surgindo em meados da década de 1970 com influência da contracultura. Com o advento da microinformática, se tem como intuito tornar a informação mais democrática e acessível, derrubando a antiga forma de automação informacional que tinha um sistema fechado, mais centralizado e voltava-se mais para fins militares e científicos, reforçando ideologias características da modernidade como a ideologia política, mercado e a tecnociência.

> A democratização dos computadores vai trazer à tona a discussão sobre os desafios da informatização das sociedades contemporâneas já que estes não só devem servir como máquinas de calcular e de ordenar, mas também como ferramentas de criação, prazer e comunicação; como ferramentas de convívio. A micro-informática, base da cibercultura, é fruto de uma apropriação social. Como sabemos, a sociedade não é passiva à inovação tecnológica, sendo o nascimento da micro-informática um caso exemplar, mostrando a apropriação social das tecnologias, para além de sua funcionalidade econômica ou eficiência técnica. Esta prática estabelece-se como um duplo movimento de dominação e apropriação simbólica. (LEMOS, 2002, p 112)

Para que haja um melhor entendimento de como se deu o fortalecimento da cibercultura, precisamos lembrá-lo, que o desenvolvimento da tecnologia da computação se dá a partir dos anos de 1940 a 1960 e no começo essa tecnologia era utilizada principalmente para fins militares, científicos e comerciais. Essas máquinas eram grandes calculadoras que ocupavam um espaço enorme e eram tecnologias caríssimas, de uso restrito, onde não existia uma democratização da informação, o sistema era centralizado e o poder estava nas mãos do governo. Em 1970 começaram a ser produzidos os primeiros microcomputadores que tornaria a tecnologia mais popular.

A partir dos anos 1980 começa uma popularização no ciberespaço, nascia também o primeiro PC (*personal computer*), a utilização era mais corporativa, os bancos já estavam na internet, surge também o imaginário cyberpunk bastante marcante na cibercultura, um movimento de ficção-científica. Essa subcultura lutava contra o poder, "aqui, o futuro não faz mais sentido e as grandes meta-narrativas desabaram. O lema dos cyberpunks é: "a informação deve ser livre; o acesso aos computadores deve ser ilimitado e total" (LEMOS, 2002, p 202), diferentemente da contracultura que era mais anti-tecnológica.

A década de 1990 é a fase do computador conectado a rede, surge a World Wide Web, a internet começa a ser um produto comercial e global. "Se os radicais que criaram os microcomputadores na década de 70 propunham a informática para todos, os internautas da

década de 90 propõem a conexão generalizada" (LEMOS, 2002, p 116). Em 2000 surge a Web 2.0, uma web participativa, onde há uma maior interatividade e colaboração dos seus atores sociais, é base para a cultura da convergência, no qual Henry Jenkins se refere ao termo convergência como,

> Fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2006, p 29)

Porém, para que nós possamos compreender como chegamos a essa cultura da convergência da qual vivenciamos hoje, precisamos ter em mente que a cibercultura, no fim das contas, o que tratamos é de mudanças culturais, sociais, não tecnológicas, uma prova disso é a forma como estamos nos articulando em rede.

Hoje, por exemplo, é cada vez mais normal encontrarmos pessoas que fazem o uso de perfis sociais de trânsito, aplicativos de mobilidade e mapas interativos, como o *Waze*, para se locomoverem de forma mais fácil e rápida na cidade, se pararmos para analisar há dez anos atrás essa junção de trânsito com ciberespaço não fazia parte da realidade da sociedade paraense, conforme as pessoas foram se informatizando, e por questões de que a cidade possui um trânsito caótico, veio surgindo a necessidade de se pensar em uma forma que unisse o útil ao agradável em prol de um "bem" comum para comunidade através do ciberespaço. Por meio das plataformas digitais que focam no trânsito da cidade, a sociedade foi aos poucos aderindo essa nova forma de comunicação alternativa e com isso transformando a sua cultura, seus valores e as atitudes no dia a dia.

Pierre Lévy cria o termo cibercultura em seu livro homônimo em 1999 (edição brasileira) como "conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço". (LÉVY, 1999, p 17). É ele ainda que nos diz que, existem três princípios que vão orientar o desenvolvimento da rede: a interconexão, criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. Entende-se por interconexão, a ligação de pessoas, sistemas ou fenômenos através de redes compatíveis, Lévy argumenta que

> A cibercultura aponta para uma civilização da telepresença generalizada. Para além de uma física da comunicação, a interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras, cava um meio informacional oceânico, mergulha os seres e as coisas no mesmo banho de comunicação interativa. A interconexão tece um universal por contato. (LÉVY, 1999, p 127)

Partindo desse primeiro princípio de interconexão, temos o progresso da criação de comunidades, esse segundo princípio amplia o primeiro, e pode ser entendido como sendo "construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais" (LÉVY, 1999, p 127).

Não adianta eu e você, pensarmos que vivemos em uma cibercultura desenvolvida, em um mundo intensamente interconectado, onde temos uma sociedade com um consumo cada vez mais exacerbado por novas tecnologias, se um dos maiores problemas ainda é a questão das barreiras digitais, o que era para ser democrático, não é tão democrático assim, a exclusão, seja ela por uma situação cognitiva, econômica ou geográfica ainda nos assombra.

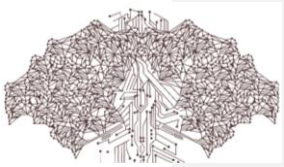
Partindo dessa perspectiva, as novas tecnologias foram essenciais para uma melhor apropriação das informações por esse sujeito que hoje faz o papel de emissor e disseminador de mensagens dentro das redes, de forma direta, e não mais dependendo de apenas um emissor central, como era característico na cultura de massa. Essa nova forma de fazer comunicação na contemporaneidade irá transformar até a forma de sociabilidade das pessoas, uma vez que por meio desses perfis sociais de trânsito, as pessoas acabam se relacionando uns com os outros de forma mais fácil e rápida, seja através da colaboração de informações em tempo real, interagindo com mensagens, compartilhamentos e comentários que são muitas vezes repostados e retweetados (no caso do twitter) posteriormente pelos próprios administradores dos perfis, uma interação que não conhece fronteiras, uma vez que a ubiquidade é uma característica da cibercultura.

4. Os perfis e suas características

Ao total existem dez[4] perfis sociais que tratam sobre a questão do trânsito na cidade, porém para esta pesquisa serão analisados apenas os perfis que possuem uma frequência de postagem diária e há um maior alcance e interação com os seus seguidores.

@belemtransito

[4] Os outros perfis que ficaram de fora da pesquisa por não manterem uma frequência diária de post e por não ter um alcance maior no ciberespaço são os perfis: Trânsito 24 horas (@transito24hbel), Radar Traffic



O perfil "Belém trânsito" atua no Twitter desde abril de 2009. Seu foco principal é informar sobre o trânsito, fazer denúncias sobre irregularidades nas vias e mostrar situações cotidianas que envolvem veículos que causam problemas no bom funcionamento das avenidas, uma característica do perfil é que ele não alerta sobre as blitze que estão acontecendo na cidade.

A página é bastante interativa com os seus seguidores, seja por meio de comentários, retweets ou por meio de enquetes promovidas. No entanto, por vezes acaba fugindo do foco principal que é o trânsito.

É um dos perfis mais populares e conta com números bastantes expressivos: 190 mil seguidores no Twitter, 16,2 mil no Instagram, 68.243 curtidas no Facebook[5]. O perfil também possui um aplicativo para celular.

@belemblitz

O perfil "Belém Blitz" atua no Twitter desde novembro de 2011, seu foco principal é informar sobre as blitze que estão ocorrendo na cidade, as informações de "denúncias" são produzidas tanto pelo perfil como pelos seus seguidores.

Uma característica marcante é que a página não fala de outros assuntos referentes ao trânsito, como engarrafamentos, vias esburacadas, entre outras situações comuns recorrentes do dia a dia. Este é o perfil de blitz mais seguido no Twitter, contando com 26,7 mil seguidores[6].

5. Twitter, trânsito e as blitze

Por meio da análise netnográfica foi feito um mapeamento nos perfis do Twitter Belém Trânsito (@belemtransito) e Belém Blitz (@belemblitz), com o propósito de entender de que forma se dá o processo de comunicação das pessoas e dos perfis, que tipos de assuntos normalmente são abordados por essas páginas e como funciona o processo de interação de ambas as partes (perfil e seguidores) nessa forma de vivência nas plataformas digitais.

A análise foi feita a partir de um período de quatro meses, correspondente a julho de 2017, mês das férias escolares em Belém, período em que o trânsito fica bastante intenso com a movimentação da saída das pessoas da cidade para os balneários, a outubro deste mesmo ano,

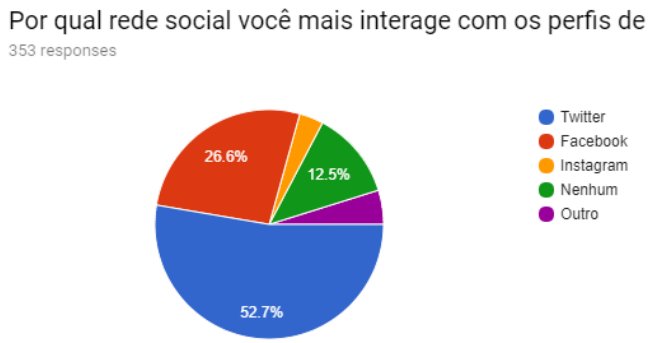
(@radartraffic), Trânsito Belém (@transitobelem), Pará Trânsito (@paratransito), Égua Semob (eguasemob), Blitz denúncia (@blitzdenuncia), Blitz Belém (@blitzbelemaviso) e Zé roela trânsito (@zeroelatransito).

[5] Estes dados sobre a quantidade de seguidores nas mídias sociais do perfil Belém Trânsito são referentes até o dia 28 de setembro de 2017.

[6] Estes dados sobre a quantidade de seguidores nas mídias sociais do perfil "Belém Blitz" são referente até o dia 28 de setembro de 2017.

período em que ocorre o Círio de Nossa Senhora de Nazaré, onde o tráfego também é bastante grande na cidade.

Conforme os dados analisados no questionário on-line realizado de 16 de setembro de 2017 a 11 de novembro do mesmo ano, contando com a participação de 356 pessoas, confirmou-se que a rede social Twitter é o principal meio de interação das pessoas com os perfis de trânsito e que a sua principal forma de acesso acontece pelo celular, diante deste dado, podemos fazer uma relação com um recente levantamento feito pela pesquisa TIC Domicílios 2016[7], onde revelou-se que houve um aumento no uso da internet no Brasil, e que a maioria das pessoas que utilizam a rede tem acesso através dos seus dispositivos móveis, entre as principais atividades utilizadas nas redes encontra-se o envio de mensagens instantâneas e o uso de redes sociais.



Fonte: Gráfico gerado pelo Google Drive em relação aos dados obtidos pelo questionário aplicado na pesquisa, referente o período de 16 de setembro de 2017 a 11 de novembro de 2017.

Para a maioria dos entrevistados, as mídias sociais de trânsito de Belém, são avaliadas como boas, entre as suas preferidas se encontram os perfis estudados por esta pesquisa, utilizadas principalmente para obterem informações em tempo real, apesar de que raramente essas páginas no Twitter conseguiram de fato ajudar em algum momento enquanto essas pessoas estavam nas avenidas da cidade.

De acordo com a análise netnográfica do perfil Belém Trânsito, foram observadas e estudadas 2.298 mensagens, incluindo tweets, retweets e respostas aos usuários. Durante esse

[7] Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016. A pesquisa foi divulgada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), por meio do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br). Disponível em <http://cetic.br/noticia/tic-domicilios-2016-aponta-estabilidade-no-numero-de-domicilios-conectados-por-meio-de-banda-larga-fixa/>. Acesso em 10 de novembro de 2017.

período de quatro meses, constatou-se que houve um maior fluxo de mensagens no perfil durante o mês de outubro.

Neste mês também percebeu-se uma maior participação da página através de mensagens produzidas pelo próprio perfil como, tweets cobrando os poderes públicos, assim como uma maior quantidade de enquetes, de interações com os seguidores e um grande número de tweets aconselhando os usuários no trânsito.

A maior parte das mensagens contendo informações sobre o trânsito, acidentes e fazendo denúncias de irregularidades, não são produzidas pelo próprio perfil, normalmente quem pauta essa mídia social são as pessoas que acabam marcando em seus tweets o *username* @belemtransito e a página posteriormente compartilha essas mensagens para os demais seguidores.

Uma situação interessante e ao mesmo tempo preocupante, é a grande quantidade de tweets relacionados a questão de denúncias de irregularidades nas vias. Onde na maioria dos casos são infrações produzidas pelos próprios condutores dos veículos que acabam infringindo as regras, trazendo transtornos para toda sociedade seja de forma direta ou indireta.

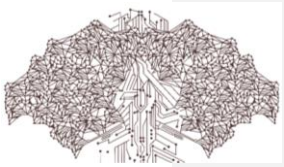
Como consequência destas ações, há um aumento de incidência de acidentes no trânsito, onde muitas vezes acabam resultando em pessoas feridas ou em alguns casos mais extremos até levadas à óbito. "Dentro dos fatores que favorecem a ocorrência de um número tão elevado de acidentes, aparece o fator humano como o principal, pois sem ele o trânsito não existiria" (TEBALDI; FERREIRA. 2004. p.16)

Essas são situações muitas vezes recorrentes por conta da falta de atenção nas vias, sinalizações precárias, falta de iluminação, áreas inseguras, ruas de péssima qualidade ou principalmente por conta da má conduta das pessoas que não respeitam as leis do trânsito como, o avanço dos sinais, as ultrapassagens perigosas em vias públicas, a questão do excesso de velocidade muitas vezes não permitidas nas avenidas e ainda a falta de responsabilidade de muitos condutores quando fazem a junção do uso de bebidas alcoólicas e direção.

Como podemos ver em alguns exemplos de tweets[8] no perfil, são feitas denúncias inclusive sendo direcionadas ao poder público, que através dessas mídias alternativas busca-se respostas mais rápidas para situações recorrentes do dia a dia na cidade:

> @belemtransito MAIS UM ACIDENTE ENVOLVENDO ÔNIBUS! Esse ônibus amarelo colidiu com outro coletivo em frente ao Bosque Rodrigues Alves. Como anda a qualificação dos rodoviários? Temos

[8] Preferi deixar a mesma grafia publicada no Twitter.



> acidentes em excesso e aparentemente nada é feito pelo aperfeiçoamento desses profissionais. @SeMOB_Bel[9]
> @brunafalesi Acidente horrível na Alm. Bar. quase esquina com a Curuzú. ônibus e carro pequeno.Passei agora e tem gnt presa nas ferragens @belemtransito[10]
> @IedaRita @belemtransito acidente envolvendo van, ônibus e moto no túnel do entroncamento. Motociclista caído esperando socorro. Evitem o túnel.[11]
> @belemtransito OUTRA COLISÃO! Ontem, falamos que os motoristas de ônibus não respeitam a distância de segurança entre um veículo e outro. Agora, aconteceu de novo! Em frente ao Detran da Augusto Montenegro. Como anda a qualificação desses profissionais??? Via @transito24hbel | c/c @SeMOB_Bel[12]
> @MarlonGross Em resposta a @renzocosta @belemtransito Sempre acontece acidente desse tipo nessa área .. ninguém respeita esses sinal da doca! Trabalho aí perto, alô @SeMOB_Bel da uma olhada.[13]
> @denisteixeira31 Boa tarde! @SeMOB_Bel @belemtransito mais um acidente pra conta já falei aqui e a quarta vez por falta de sinalização no cruzamento.[14]

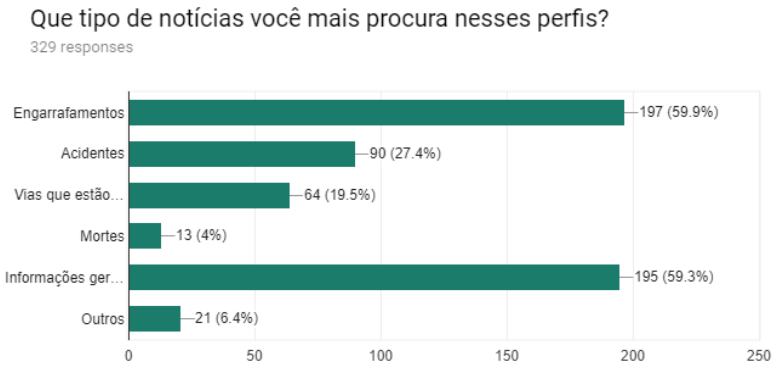
De acordo com as interações e publicações acima feitas no perfil, fica claro que a problemática dos acidentes no trânsito na capital paraense é uma realidade vivenciada diariamente para quem trafega pelas ruas da cidade, e isto não é aleatório. Em recente pesquisa[15] feita pelo aplicativo móvel *Waze*, *Waze Driver Satisfaction Index 2017* (Índice de satisfação dos motoristas), Belém ocupa o 4° lugar no ranking das piores cidades para se dirigir no Brasil, a pesquisa levou em consideração aspectos como, nível de trânsito, qualidade das vias e infraestrutura, segurança nas avenidas, entre outros.

Diante de tais resultados da pesquisa do aplicativo móvel, consegue-se fazer uma ligação com a análise netnográfica apresentada por este artigo, uma vez que se confirma que a grande

[9] <https://twitter.com/belemtransito/status/925337914279649281>. Postado em 31 de outubro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[10] <https://twitter.com/brunafalesi/status/925053928030470144>. Postado em 30 de outubro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[11] <https://twitter.com/IedaRita/status/923978536045744128>. Postado em 27 de outubro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[12] <https://twitter.com/belemtransito/status/923536698235084800>. Postado em 26 de outubro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[13] <https://twitter.com/MarlonGross/status/921338648263581696>. Postado em 20 de outubro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[14] <https://twitter.com/denisteixeira31/status/911696791275483136>. Postado em 23 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[15] Disponível em <https://waze-br.prezly.com/waze-satisfaction-index-manaus-e-belem-estao-entre-as-piores-cidade-do-brasil-para-dirigir >. Acesso em 08 de novembro de 2017.

maioria das informações veiculadas dentro do perfil Belém Trânsito condiz com a questão dos congestionamentos nas vias, hoje um dos principais problemas de trânsito enfrentados pela população belenense.

Também comprovou-se com o resultado dos questionários online, que o principal assunto que as pessoas procuram e têm a necessidade de saber quando seguem os perfis de trânsito, está relacionado a questão de obter informações sobre os engarrafamentos nas vias, como é possível ver na tabulação no gráfico:



Fonte: Gráfico gerado pelo Google Drive em relação aos dados obtidos pelo questionário aplicado na pesquisa, referente o período de 16 de setembro de 2017 a 11 de novembro de 2017.

Ainda é possível perceber no estudo do perfil uma quantidade considerável de tweets e retweets que falam sobre assuntos que não estão ligados a questões sobre o trânsito, assim também como mensagens que contém um teor político-partidário produzidas e reproduzidas pelo próprio perfil, onde em algumas situações é possível ver que existe um conflito entre a página e as ideologias de seus seguidores, como no exemplo de interação abaixo retirada no próprio perfil[16]:

> @belemtransito21 Zenaldo dará um jantar hoje para tentar ser membro da academia paraense de letras. Ele quer ser imortal. Info aqui 》 https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1557094767670415&id=196277223752183[17]

[16] Preferi deixar a mesma grafia publicada no Twitter.
[17] <https://twitter.com/belemtransito/status/910668352917508097>. Postado em 20 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.

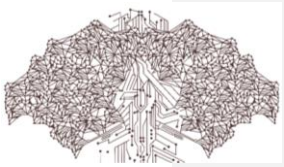
> @WalberMattosjus Em resposta a @belemtransito O q isso tem a ver com trânsito e transporte?!?! Esse Belem trânsito virou mesmo um folhetinzinho político partidário!!! Ridículo.[18]
> @belemtransito Em resposta a @WalberMattosjus Fala aí, Walber. Me diz uma coisa que eu posso dizer a respeito do Mauro&Zena que você não fique zangadinho![19]
> @WalberMattosjus Em resposta a @belemtransito Kkkkk ...Só acredito ser desonesto se valer de utilidade pública para ter seguidores e depois utilizar isso c má fé para fazer proselitismo[20]
> @belemtransito22 Em resposta a @WalberMattosjus Fácil acreditar quando a gente é pago pra falar bem de político que só tem na agenda calendário comemorativo, homenagens e etc[21]

Situações como essa acabam gerando um mal estar não apenas na relação dos dois atores sociais envolvidos na conversa, mas com todos os indivíduos que fazem parte desse círculo social, o que consequentemente acaba interferindo de forma direta na credibilidade e na imagem do perfil de trânsito. Na tabela a seguir é possível compreender melhor esses dados levantados pela pesquisa no perfil.

Tabela 1 - Tweets Perfil Belém Trânsito

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro
Tweets Trânsito (Perfil)	17	15	10	76
Tweets Trânsito (RT)	155	156	146	125
Acidentes (RT)	75	78	75	91
Denúncias de Irregularidades (Perfil)	-	6	3	24
Denúncias de Irregularidades (RT)	65	92	81	85
Cobrança Poder Público (Perfil)	3	-	3	27
Cobrança Poder Público (RT)	3	11	-	14

[18] <https://twitter.com/WalberMattosjus/status/910985198388510723>. Postado em 21 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[19] <https://twitter.com/belemtransito/status/911004469147693056>. Postado em 21 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[20] <https://twitter.com/WalberMattosjus/status/911019319664005120>. Postado em 21 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[21] <https://twitter.com/belemtransito/status/911183404514910208>. Postado em 22 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.



Tweets Notícias (Perfil)	6	-	-	-
Tweets assuntos diversos (Perfil)	65	27	29	64
Tweets assuntos diversos (RT)	51	65	55	56
Tweets com teor político (Perfil)	3	3	20	4
Tweets com teor político (RT)	7	7	-	2
Tweets conselheiros (Perfil)	-	-	3	16
Respostas para seguidores	51	34	49	78
Protestos (RT)	22	38	47	17
Greves de ônibus (RT)	-	-	4	-
Roubo de automóveis	5	7	4	4
Enquetes (Perfil)	3	-	2	9
Respostas da SEMOB	-	-	-	5
Total	531	539	531	697

Fonte: Levantamento feito pelo autor da pesquisa em Novembro de 2017.

Já no perfil Belém Blitz, foram analisadas 1.645 mensagens durante o período de julho a outubro, incluindo tweets, retweets e respostas aos usuários. Durante esse período estudado constatou-se que houve um maior fluxo de mensagens no perfil durante o mês de agosto.

Diferentemente do perfil anterior analisado, este sobre blitz tem uma participação bastante ativa dentro das redes, onde a maior parte das mensagens veiculadas pela página são de produção do próprio perfil que pauta seus seguidores sobre as blitze que estão ocorrendo na cidade.

Por meio de suas postagens, o perfil deixa claro que o intuito principal é divulgar apenas informações sobre as blitze que estão ocorrendo na capital Paraense, nos horários da manhã até o começo da noite, não compartilhando informações de denúncias nas estradas e durante o período da madrugada.

Outra característica do perfil, é também não divulgar problemas recorrentes ao trânsito como, vias engarrafadas, problemas de infraestrutura nas ruas, acidentes e fazer denúncias sobre

irregularidades dos condutores. Como exemplo, é possível ver pelas mensagens publicadas na página[22]:

> @belemblitz Por favor, não nos marquem em acidentes ou infos de trânsito, aqui é apenas BLITZ blz? Essas infos mandem para o @belemtransito[23]
> @belemblitz retweetou: O perfil foi criado para servir à trabalhadores principalmente nos horários de Ida e volta (8-9h da manhã e 17 - 19h). Não à cachaceiros vagabundos que bebem nos balneários e querem pegar estrada. Por isso jamais postamos blitz nas estradas![24]
> @belemblitz Julho começando e é sempre bom avisar: NÃO DIVULGAMOS BLITZ NAS ESTRADAS! Nossos informes limitam se a Área Metropolitana de Belém.[25]
> @belemblitz NA madrugada os ADMs já estão é dormindo, não ligamos mt pra esse horário, assim como sabemos quais são as verdadeiras #BOLS do Detran.[26]
> @belemblitz Aviso: Já foi dito uma vez, vamos começar a bloquear quem fica nos marcando em assuntos aleatórios que não sejam blitz! Os adms ficam correndo pra olhar notificação de besteira toda hora e isso enche o saco. Não queremos saber quem estaciona errado ou acidentes, colaborem.👍[27]

Porém, apesar destes tweets feitos pela página, e de se observar que realmente a grande quantidade de informações veiculadas pelo perfil são sobre as blitze na cidade, durante a análise constatou-se que há uma considerável quantidade de tweets e retweets que falam sobre assuntos diversos como, política, notícias de golpes, alguns casos de insegurança na cidade, a briga entre os aplicativos de transporte e os taxistas, e outros casos que não estão ligados ao propósito principal do perfil.

Abaixo segue os dados levantados sobre os tipos de mensagens que normalmente são veiculadas pela página.

---

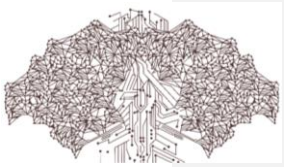
[22] Preferi deixar a mesma grafia publicada no Twitter.
[23]Disponível em <https://twitter.com/belemblitz/status/898645723591229440>. Postado em 18 de agosto de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[24] Disponível em <https://twitter.com/belemblitz/status/913142028346773504>. Postado em 27 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[25] Disponível em <https://twitter.com/belemblitz/status/881326800172982272>. Postado em 01 de julho de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[26] Disponível em <https://twitter.com/belemblitz/status/913150123353534464>. Postado em 27 de setembro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.
[27] Disponível em <https://twitter.com/belemblitz/status/920746921517568002>. Postado em 18 de outubro de 2017. Acesso em 19 de novembro de 2017.

Tabela 2 - Tweets Perfil Belém Blitz

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro
Tweets Blitz (Perfil)	136	201	171	73
Tweets Blitz (RT)	106	133	161	170
Denúncias de Irregularidades (Perfil)	8	11	6	1
Denúncias de Irregularidades (RT)	6	5	-	-
Cobrança Poder Público (Perfil)	3	1	1	1
Cobrança Poder Público (RT)	2	-	-	-
Tweets Notícias (Perfil)	13	7	4	6
Tweets Notícias (RT)	12	4	-	2
Tweets assuntos diversos (Perfil)	28	60	32	9
Tweets assuntos diversos (RT)	35	53	49	28
Tweets com teor político (Perfil)	3	4	2	5
Tweets com teor político (RT)	3	5	-	-
Respostas para seguidores	22	16	15	9
Protestos (Perfil)	-	2	-	-
Protestos (RT)	1	2	-	-
Roubo de automóveis	7	3	5	3
Total	385	507	446	307

Fonte: Levantamento feito pelo autor da pesquisa em Novembro de 2017.

Em tempo: Um fato curioso durante o período analisado, é que os dois perfis não têm o costume de utilizar hashtags em seus tweets, algo que por ser característico da mídia poderia ajudar essas páginas a terem uma maior dimensão e visibilidade das suas informações. Neste caso, a falta da utilização de hashtags pode dificultar na hora em que as pessoas, ao utilizarem palavras-chave consigam encontrar de forma mais rápido e fácil esses perfis.



5. Considerações finais

Neste artigo foi discutido o processo de comunicação alternativa que vem ganhando cada vez mais força dentro do ciberespaço, principalmente por meio dessas mídias sociais, nas quais os sujeitos ativos deixam de ser meros receptores passivos e passam a ser detentores da informação, André Lemos conceitua esses meios como uma nova esfera conversacional que são,

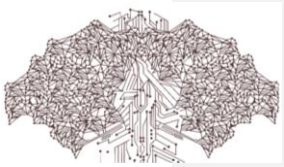
> instrumentos de comunicação que desempenham funções pós-massivas (liberação do pólo da emissão, conexão mundial, distribuição livre e produção de conteúdo sem ter que pedir concessão ao Estado), de ordem mais comunicacional do que informacional (mais próxima do "mundo da vida" do que do "sistema"), alicerçada na troca livre de informação, na produção e distribuição de conteúdos diversos, instituindo uma conversação que, mesmo sendo planetária, reforça dimensões locais. As tecnologias da comunicação e da interação digitais, e as redes que lhe dão vida e suporte, provocam e potencializam a conversação e reconduzem a comunicação para uma dinâmica na qual indivíduos e instituições podem agir de forma descentralizada, colaborativa e participativa. (LEMOS, 2009, p 3)

Por meio dessa nova esfera conversacional e de acordo com a demanda da necessidade de informações sobre a problemática do trânsito em Belém, perfis sociais como o Belém Trânsito e o Belém Blitz, tem feito um grande trabalho de pautar diariamente a sociedade belenense, ocasionando um "bem" comum através da comunicação alternativa para todos os sujeitos que estão ativos no ciberespaço e que seguem essas páginas.

Mais que isso, esses perfis cumprem um grande trabalho de utilidade pública, uma vez que por meio dessas mídias, as quais possuem um grande poder de alcance e credibilidade na sociedade, as páginas e os próprios sujeitos acabam cobrando e fazendo questionamentos diretamente aos perfis usados pelos poderes públicos, em busca de respostas e soluções rápidas para os problemas rotineiros enfrentados pela população. Isso só é possível graças a web 2.0, uma vez que tem como característica essa facilidade de troca de informação, neste caso diretamente com a fonte, algo que na cultura de massa não era possível, uma vez que os receptores não tinham voz.

Por meio da análise netnográfica foi possível compreender como funciona todo esse processo de comunicabilidade dentro dessas mídias, onde por meio da colaboração das mensagens entre os perfis e os seguidores, consegue-se fazer uma intensa inteligência coletiva e consequentemente ajudar quem está no trânsito.

Uma realidade que até pouco tempo atrás não fazia parte do dia a dia da sociedade belenense, mas com o advento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC) e o



desenvolvimento de uma cultura da convergência, que veio integrar todo esse novo processo comunicacional, foi possível aos poucos tornar esse indivíduo paraense pós-moderno em um ser mais ligado a tecnologia e principalmente mais participativo e interativo dentro do ciberespaço.

Referências bibliográficas

AMARAL, A. **Categorização dos gêneros musicais na Internet** - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm. In: FREIRE FILHO, J., HERSCHMANN, M. (orgs) Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

CARDOSO, Gustavo. **Da comunicação em massa à comunicação em rede:** modelos comunicacionais e a sociedade da informação. Portal da comunicação InCom-UAB: O portal dos estudos de comunicação, 2001-2011. Institut de la Comunicació (InCom-UAB). p. 12. Barcelona: 2011. Disponível em: <http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/51_por.pdf>. Acesso em: 21 de janeiro de 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2º ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETS, Robert. "**On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture.**" In: ALBA, Joseph; and HUTCHINSON, Wesley. (eds.). Advances in Consumer Research. Provo, UT: Association for Consumer Research, 1998. p. 366 - 371. Disponível em: <http://acrwebsite.org/volumes/8180/volumes/v25/NA-25>. Acesso em: 22/01/2018.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, p. 328, 2002.

_____. **Nova esfera conversacional,** in Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira., et al, Esfera pública, redes e jornalismo., Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, pp. 9 - 30, 2009.

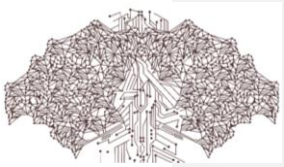
LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

TEBALDI, Eliza; FERREIRA, Vinícius R.T. **Comportamentos no trânsito e causas da agressividade**. Revista de Psicologia da UnC, Santa Catarina, vol 2, n. 1., p. 15-22, dezembro. 2004.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos / Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi - 2.ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Disponível em <http://www.cetic.br/>. Acesso em 10 de novembro de 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ANALISANDO IMAGENS NO INSTAGRAM PARA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: REFLEXÕES SOBRE PRÁTICAS E MÉTODOS[1]

Ana Claudia Zandavalle[2]

Resumo

Este artigo apresenta algumas práticas metodológicas adotadas em estudos com a plataforma Instagram, com ênfase no potencial e particularidade da análise de imagens para a investigação de comportamentos culturais e sociais. A partir de autores que abordam estudos de caso, foi examinado o processo de coleta, seleção e analise dos dados para cada objetivo de pesquisa, alem das implicações e limitações encontradas pelos pesquisadores.

Palavras-chave: Análise de imagens. Metodologia. Estudo. Redes Sociais. Instagram.

INTRODUÇÃO

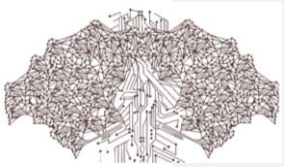
O compartilhamento de imagens como representação do cotidiano das pessoas em sites de redes sociais, expondo de forma espontânea gostos, interesses, sentimentos e estilo de vida, traz novas possibilidades de estudar públicos, pois estão implícitos aspectos culturais, sociais e significados não contemplados em formato textual. Nesse sentido, a análise de imagens surge como mais um método de estudo do comportamento humano. No entanto, Laestadius (2017) enfatiza que "poucos estudos incorporaram detalhes sobre o conteúdo e a composição das imagens ou vídeos do Instagram em suas análises".

A profundidade de análise que esse conteúdo visual possibilita, sendo um método relativamente novo e ainda pouco explorado para fins mercadológicos no Brasil, justifica-se a proposta do artigo, que tem como objetivo apresentar procedimentos metodológicos adotados em estudos realizados na plataforma Instagram de modo que possa estimular a aplicação por profissionais de comunicação.

A escolha do site de rede social Instagram se dá pela dinâmica da plataforma, que oferece aos usuários uma maneira instantânea para capturar e compartilhar seus momentos de vida através de imagens e vídeos. Ele também permite que legendas,

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 14: Teorias e técnicas de pesquisa na e com a internet; do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é especialista em Marketing Estratégico pela UFSC e graduada em Biblioteconomia na UFSC. É responsável pela pesquisa anual sobre o profissional de inteligência de mídias sociais no Brasil. E-mail: ana.zandavalle@gmail.com



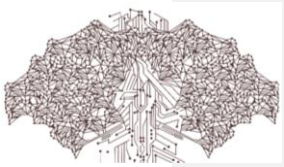
hashtags (usando o símbolo #) e menções a usuarios (com o simbolo @) sejam inseridas para contextualizar as imagens e os vídeos (HU, MANIKONDA, KAMBHAMPATI, 2014).

Como resultado, o Instagram possui uma cultura altamente visual que frequentemente transmite o significado através de fotografias, com texto e hashtags usados conforme necessário para o contexto, o que amplia a quantidade de informações "pós-demográficas": esta rede nos ajuda a "obter informações profundas sobre questões sociais, culturais e ambientais sobre atividades das pessoas, através da lente de suas fotos" (LAESTADIUS, 2017; HU, MANIKONDA, KAMBHAMPATI, 2014).

O Instagram conta com 800 milhões de usuários desde o seu lançamento em 2010, cerca de 500 milhões ativos e 250 milhões de Stories diariamente (Instagram, 2018). Comparado a outras plataformas, como Flickr e Twitter, do ponto de vista da pesquisa o Instagram busca entender auto-apresentação e expressão, as comunidades on-line e a vida cotidiana exposta por imagens, enquanto o Flickr é uma plataforma mais voltada para hospedagem de imagens e vídeos, e não para estimular as conexões sociais, por exemplo. Já o Twitter, parece mais adequado para entender a opinião pública ou o discurso em torno de um evento atual (LAESTADIUS, 2017).

Para explicar a atração dos pesquisadores em responder perguntas com o Instagram, Laestadius (2017) retoma Boyd (2014, 2010), que aponta os benefícios estruturais dos públicos em rede: 1) persistência (imagens duradouras nos servidores da Instagram); 2) visibilidade (contas em status público dão acesso ao conteúdo); 3) replicabilidade (postagens podem ser capturadas por tela para facilitar a análise); 4) capacidade de pesquisa (permite identificar conteúdos específicos ao tema de estudo pelas funções de pesquisa incorporadas para nomes de usuários, hashtags e locais e através de sua API que facilitam a busca). E ainda acrescenta um componente a lista: "a rede oferece um alto grau de interpretabilidade, o que torna as postagens na plataforma quase inerentemente ricas na perspectiva da interpretação e análise de dados" (LAESTADIUS, 2017).

A coleta de dados da plataforma Instagram pode ser feita de três formas: 1) fazer a extração dos dados direto da API; 2) contratando ferramentas terceiras que coletam da API; 3) extraindo de forma manual os dados de interface de usuário do Instagram. (LAESTADIUS, 2017).

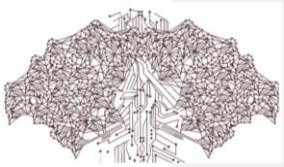


Os dados a serem coletados podem ser por geolocalização ou por semântica, a depender do objetivo da pesquisa. A coleta geolocalizada, pode ser utilizada para entender o comportamento de pessoas que frequentam um lugar, revelar uma rotina de atividade e também identificar tendências de deslocamentos de grupos de pessoas. Rogers (2016, p. 24) afirma que "a tecnologia geo-IP e outras tecnologias locativas também podem ser usadas para a pesquisa que toma a internet como um espaço de estudos". Entre algumas limitações, estão: a habilitação do GPS, em dispositivos móveis ou a marcação de localização pelo usuário; e a necessidade de habilidades computacionais ou contratação de terceiros para uma coleta automatizada.

Para a busca por conteúdos relacionados a uma temática pode ser utilizada a coleta por semântica, restrita à utilização de legenda na foto com uso de hashtags. A coleta pode partir de um conjunto de hashtags, termos que identificam pertencimento a um contexto ou a uma comunidade. Dependendo do objetivo da pesquisa, é necessário iniciar por hashtags mais genéricas para pegar uma amostra que ainda possa ser refinada e representar um quantitativo aceitável; eliminar informações irrelevantes para o estudo, comuns quando trabalhado com um grande volume de dados e com coleta automatizada; e contar com a possibilidade de perfis excluídos ou ainda mudança de conta para privado. Entre as limitações da busca por hashtag, estão: enviesar o corpus e o excesso ou escassez de dados, por exemplo, este último quando se fala de assuntos polêmicos ou restritos à política de uso da plataforma (LAESTADIUS, 2017).

Após a coleta e seleção, inicia-se a classificação das imagens, "por metadados como localização e tempo de publicação, bem como conteúdo e propriedades visuais". Esta fase é delicada e um desafio para pesquisadores, à medida que nos deparamos com um grande volume de dados (big data), automatizações e ferramentas, mas isso limita a análise para a identificação de padrões, perdendo a espontaneidade e particularidades expostas nas imagens (LAESTADIUS, 2017).

Estudos em sites de mídias sociais, com ênfase para oportunidades à pesquisa social e cultural são exemplos de aplicação de pesquisa na internet como uma fonte ou espaço de estudo, além de análises de hiperlinks, pesquisa de websites (experiência do usuário), estudos de mecanismos de busca (histórico de navegação) e abordagens etnográficas (FRAGOSO, AMARAL, RECUERO, 2011; ROGERS, 2016). Especialmente em estudos de sites de mídias sociais, a quantidade de dados que as pessoas disponibilizam vai além de dados demográficos tradicionais: perfis de redes sociais expõem também informações sobre gostos, preferências, interesses, hábitos de consumo, o que o autor nomeou de informações "pós-demográficas" (ROGERS, 2016).



No entanto, salienta Hard (2017) que "um desafio fundamental para pesquisadores de estudos visuais é se e como ampliar as metodologias existentes para formatos de mídia social. Da mesma forma, para pesquisadores não-visuais em mídia e comunicação, uma questão central agora é como aplicar métodos existentes aos fenômenos visuais cada vez mais encontrados dentro e através das redes sociais".

Nas Ciências Humanas e Sociais, um dos maiores desafios da pesquisa a respeito da internet é a abordagem empírica:

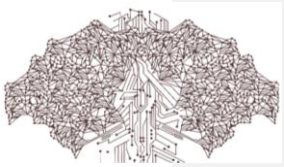
> ""como fazer", "como aplicar" e "como pensar" abordagens metodológicas que sejam eficientes e que permitam aos pesquisadores coletar e analisar dados compatíveis com os seus problemas de pesquisa e com suas perspectivas teóricas mantendo o devido rigor científico" (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2017, p. 17).

A partir de Es, Coombs e Boeschoten, Montardo et al. (2017) apresenta alguns pontos que devem ser considerados na análise de dados digitais na pesquisa social e de humanidades: "de onde vêm os dados; quem produziu os dados e com qual propósito; que dados são selecionados e como se relacionam com o conjunto de dados maior; as ferramentas usadas para coleta e análise; e por que certos dados e métricas foram usados para a pesquisa". Com base nesses pontos, serão examinados alguns estudos com ênfase para as etapas de coleta, seleção e análise de dados, bem como as limitações e implicações.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto ao objetivo proposto, a presente pesquisa é exploratória, pois, segundo Gil (2010), a pesquisa exploratória tem como finalidade propiciar um conhecimento mais abrangente do problema, com o intuito de torná-lo explícito, levando em consideração aspectos diferenciados relativos ao fenômeno estudado.

Com relação à forma de abordagem, a pesquisa é considerada qualitativa, pois, de acordo com Silva e Menezes (2005, p. 20), o que caracteriza as pesquisas qualitativas é a "interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados". Nesta abordagem, a coleta de dados implica o contato direto entre o pesquisador e o objeto de estudo, e dispensa a utilização de métodos estatísticos para análise.



A seleção da amostra foi intencional, pois, de acordo com Lakatos e Marconi (2010, p. 38), uma amostra é intencional quando "o pesquisador está interessado na opinião de determinados elementos da população, mas não nos representativos dela".

Os critérios adotados para a composição do corpus foram: contemplar análise de dados visuais; estudos que são referência na literatura específica e abordagens diferenciadas em relação a temáticas e parâmetros. O corpus não contempla todos os estudos existentes, mas apresenta, de forma breve e através de exemplos, algumas abordagens metodológicas da pesquisa com a plataforma Instagram, sobretudo, para aprendizado e inspiração.

Os estudos selecionados foram:

Estudo	Parâmetro	Temática
Phototrails	localização	Atividade popular
Selfiecity	localização	Selfies
On broadway	localização	A vida na cidade do século XXI
Fitspiration	hashtag	Fitness
Cigarros eletrônicos	hashtag	Saúde Pública
Churrasco no Instagram	hashtag	Atividade social

Destes estudos, serão apresentados os tópicos: o objetivo do estudo (para melhor entendimento do leitor); o processo coleta de dados; a definição da amostra; o processo de codificação; e as limitações encontradas em cada pesquisa.

A PESQUISA NO INSTAGRAM: PRÁTICAS METODOLÓGICAS

A explanação sobre os estudos ao longo deste tópico será de acordo com o detalhamento exposto pelos autores, logo, quanto mais explicativos forem os procedimentos metodológicos adotados, maior a probabilidade de trazê-los para a reflexão.

No entanto, como bem colocado pelas pesquisadoras Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 19), "não existem fórmulas prontas para fazer pesquisa: cada problema, cada método, cada amostragem e tratamento dos dados devem ser encarados como uma construção única".

A ideia aqui é ampliar as possibilidades de aplicação e trazer referências para inspiração, de maneira que cada detalhamento da análise possa contribuir na construção de um projeto futuro.

PHOTOTRAILS

Idealizado por Lev Manovich, um dos principais teóricos da cultura digital, o Phototrails[3] foi o projeto pioneiro da aplicação de Big Data na análise de dados visuais no Instagram, com o objetivo de estudar padrões sociais e culturais em múltiplas escalas espaciais e temporais, utilizando-se de análise computacional e visualização de mídia (imagens).

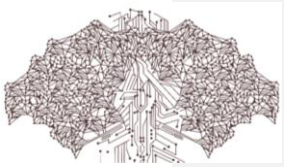
Quanto aos procedimentos metodológicos, o parâmetro utilizado para a pesquisa foi a localização e a coleta dos dados foi feita via API oficial do Instagram que, no ano de início do estudo (2013), estava aberta à acesso por terceiros. A localização foi utilizada para coletar as fotos e seus metadados (ID do usuário, localização, comentários, likes, data e timestamp, tipo de filtro aplicado e tags atribuídas pelo usuário) de 13 cidades ao redor do mundo, usando os dados de latitude e longitude fornecidos (HOCHMAN; MANOVICH, 2013).

A seleção dos dados começou com cerca de 2 milhões de fotos das 13 cidades que compõe o estudo. Em seguida, as fotos carregadas por usuários de Tel Aviv (Israel) - 212.242 - foram escolhidas para exploração durante um período de três meses. A partir disso, eventos nacionais nesta cidade foram analisados durante duas semanas e, por fim, os dias individuais. Nota-se que esta fase foi composta por 3 etapas: iniciou-se com uma amostra grande e mais genérica (fotos da cidade), seguido do refinamento para exploração de eventos desta cidade e findou com a análise por dia. Na tabela 1, é possível observar esse detalhamento:

Tabela 1: Detalhes do conjunto de dados do Instagram coletados para este estudo

Cidade	Número de fotos	Número de usuários	Datas	Usuários com > 30 fotos
São Francisco	344.070	49.129	7 dez 2011 – 21 abr 2012	4,3%

[3] http://phototrails.net/

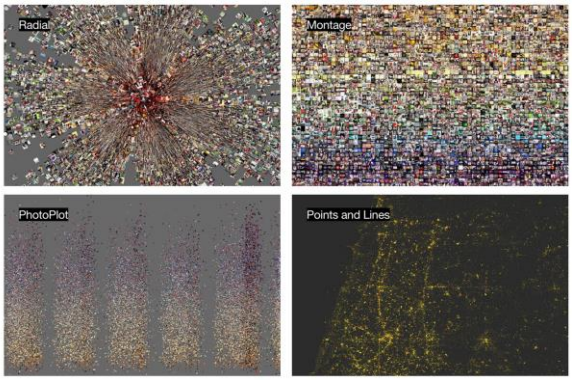


Tóquio	298.484	38.704	11 out 2011 a 20 jun 2012	4,7%
Londres	236.289	33.837	23 dez 2011 a 10 abr 2012	4,1%
Moscou	234.289	23.716	3 fev 2012 a 14 abr 2012	6,7%
Tel Aviv	212.242	15.773	24 jan 2012 a 26 abr 2012	10,9%
Nova York	245.248	40.673	28 dez 2011 a 6 mai 2012	2%
Bangkok	146.272	33.612	27 fev 2012 a 12 abr 2012	1,6%
Sydney	136.057	20.414	27 out 2011 a 16 abr 2012	3,7%
Instambul	134.338	13.903	26 jan 2012 a 24 abr 2012	6,8%
Cingapura	128.509	19.642	27 fev 2012 a 18 abr 2012	3,7%
Paris	93.135	17.555	6 jan 2012 a 16 abr 2012	2,5%
Berlim	78.979	9.736	12 fev 2012 a 27 abr 2012	5,3%
Rio	64.952	11.361	27 jan 2012 a 26 abr 2012	3,1%
Total	**2.353.017**	**312.694**		

Fonte: HOCHMAN; MANOVICH, 2013).

É possível perceber a variação do percentual de compartilhamento de fotos por usuários em cada cidade, o que possibilitou concluir que cada cidade possui sua própria personalidade. E para identificar as diferenças entre as cidades, amostras aleatórias de 50.000 fotos foram selecionadas dos conjuntos de fotos maiores de várias cidades (entre as 13) e para explorar os recursos visuais como brilho, a tonalidade e a saturação, o número de bordas, o contraste e as medidas de textura dessas fotos. Cálculos estatísticos como média, mediana, desvio padrão, histogramas etc. foram utilizadas na análise destas características. Os metadados dessas fotos também foram comparados (HOCHMAN; MANOVICH, 2013).

No processo de análise, foram desenvolvidas técnicas próprias de "visualização de mídia", como "*radial, montage, photoplot e points and lines"* para explorar padrões visuais em grandes conjuntos de fotos do Instagram, com o objetivo de mostrar como mídia e metadados compartilhados globalmente podem ser usados para estudar padrões em escalas múltiplas.



Técnicas de visualização de mídia (HOCHMAN; MANOVICH, 2013)

Os pesquisadores destacam que:

> Este trabalho combina perspectivas de computação social, humanidades digitais e estudos de software para "ler" e analisar dados de redes sociais visuais. Semelhante aos pesquisadores no campo da computação social, estudamos amplos conjuntos de mídia social gerada pelos usuários contemporâneos e usamos abordagens computacionais em nossa análise. Respondemos à questão-chave das humanidades digitais - como combinar "leitura distante" de padrões com "leitura íntima" de artefatos particulares, propondo uma leitura em várias escalas. Para realizar isso na prática, usamos técnicas especiais de visualização (gráfico de imagens radiais e montagem de imagens), que mostram todas as imagens em um grande conjunto organizado por metadados e / ou propriedades visuais. Finalmente, seguimos paradigma de estudos de software olhando muito de perto as interfaces (HOCHMAN; MANOVICH, 2013).

Entretanto, algumas particularidades são destacadas pelos autores para este tipo de pesquisa, principalmente, na fase de coleta de dados: 1) o contexto da rede social, em que enfatizam a popularidade do Instagram na época devido à instalação de novos recursos, à compra pelo Facebook em abril de 2012 juntamente com o lançamento para Android e a evolução de concorrentes nestes aspectos, fatores que aumentaram a percepção deste serviço; 2) a demografia dos usuários do Instagram que estaria ligado ao perfil dos usuários da Internet, na época, mais limitado (HOCHMAN; MANOVICH, 2013).

Podemos entender essa particularidade quando olhamos para o perfil de usuários brasileiros no Instagram. Em 2012, devido ao crescimento da faixa etária do Facebook, com mais participação de pais e avós nesta rede, houve a migração dos jovens para o Instagram, o que contribuiu para a faixa etária predominante iniciar entre 18 a 24 anos. Em 2015, Snapchat atraiu

a atenção destes jovens e houve um novo movimento migratório, com impacto na faixa etária predominante do Instagram, que passou a ser mais de 18 a 35 anos.

Logo, é importante considerar que o contexto momentâneo da sociedade influencia nos resultados de um estudo, tanto a nível tecnológico quanto social. As descobertas não representam a realidade de uma parte da população como um todo, mas sim, de uma parte dela. "A homogeneidade de uma amostra não autoriza a generalização dos resultados na escala do universo inicial da pesquisa [...], que é bastante heterogêneo. Isso é válido independentemente da dimensão da amostra com a qual se pretenda trabalhar". (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 75). Essa questão vai ao encontro de um dos pontos que devem ser considerados na análise de dados digitais na pesquisa social e humanidades, enfatizado por Montardo et al. (2017): a relação dos dados selecionados com o conjunto de dados maior.

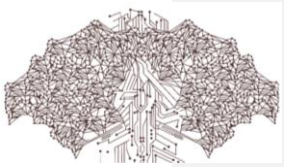
SELFIECITY

O Selfiecity[4] emergiu da experiência do projeto Phototrails, comentado no tópico anterior, com o objetivo de explorar a demografia, poses e expressões em uma amostra de 3.200 fotos de selfies coletadas da rede social Instagram de regiões centrais de cinco cidades: Bangkok, Berlim, Moscou, Nova York e São Paulo. Segue quase os mesmos procedimentos metodológicos que o Phototrails: quanto à construção da amostra, inicia-se com uma amostra com grande volume de dados, para posteriores refinamentos e definição da amostra final; e quanto à análise, possibilita a visualização de dados de modo a descobrir padrões bem como investigar a individualidade das imagens.

Diferentemente do projeto anterior, para a coleta de dados foi utilizada uma ferramenta terceira, a Gnip[5]. Para colecionar fotos de diferentes locais a equipe desenvolveu um software que pudesse fazer integração com a Gnip, assim, as áreas centrais das cinco cidades foram escolhidas, mantendo estas áreas aproximadamente do mesmo tamanho.

Um período de coleta específico (4 a 12 de dezembro) foi escolhido a fim de garantir a coleta de dados e imagens em condições iguais. Assim, chegou-se a um número inicial de 656.000 imagens coletadas do Instagram, com todo tipo de enquadramento (selfie, auto-retrato, foto em grupo etc) para que pudessem ser localizadas fotos de selfies. Para localizar tais selfies, 120.000 fotos foram selecionadas aleatoriamente, cerca de 20.000 a 30.000 por cidade.

[4] http://selfiecity.net
[5]GNIP: http://support.gnip.com/apis/



Com a amostra definida por cidade, inicia-se a seleção dos dados com a classificação das imagens com o enquadramento de selfie, realizada por uma equipe de 2 a 4 *Mechanical Turk* [6]. Após essa classificação, uma segunda amostra foi selecionada: 1000 fotos para cada cidade, em que pelo menos 2 profissionais tivessem categorizado como uma selfie. Essa 2ª seleção foi enviada novamente ao *Mechanical Turk*, pedindo a três profissionais, agora mais qualificados, para validar as fotos de "selfie pessoa única", como também, inferir a idade e gênero da pessoa.

Contudo, essa dinâmica de trabalho é considerada exploratória por alguns estudiosos, e assim, esta escolha é confrontada com a perspectiva dos valores acadêmicos (LOSH, 2015).

O software *rekognition.com*, da Orbeus. Inc, foi utilizado para a análise de rosto, gerando uma série de medidas, incluindo tamanho do rosto, orientação, emoção, presença de óculos, presença de sorriso, olhos fechados ou abertos e outros. O software também adivinhou o gênero e a idade de uma pessoa em cada foto para estabelecer um comparativo com o trabalho dos profissionais *Mechanical Turk*. Como resultado, dados de gênero foram consistentes enquanto que dados de idade foram discrepantes. Vale salientar que apenas o gênero binário (masculino e feminino) foi utilizado para esta análise, contestada por Losh (2015):

> Gender is presented in strongly binary terms, with "female" and "male" as the main categories separated by a territory demarcated by a question mark. Looking through the archive of photos, it was clear that the subjects who self-represent as butch or femme might choose to identify themselves differently and to resist to anatomical determinism that is strongly heteronormative[7] (LOSH, 2015, p.6).

Como etapa final, pelo menos um membro da equipe do projeto examinou todas essas 1.000 fotos manualmente, chegando a uma amostra final igualitária de 640 fotos para cada cidade, com o propósito de permitir visualizações comparativas, totalizando 3.200 imagens.

Ao longo das etapas percebe-se que a coleta e análise dos dados são realizadas simultaneamente: "são processo que devem acontecer juntos durante todo o período. A análise dos dados vai, assim, auxiliando a refinar o próprio processo de coleta dos mesmos. Trata-se de um processo de retroalimentação [...]" (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2017, P. 92). Chama a atenção também a utilização de análise automatizada juntamente com análise manual no processo de categorização, já que, a inferência de variáveis como gênero e idade é complexa para

[6] Mechanical Turk: https://www.mturk.com/

[7] O gênero é apresentado em termos extremamente binários, com "feminino" e "masculino" como as principais categorias separadas por um território demarcado por um ponto de interrogação. Olhando através do arquivo de fotos, ficou claro que os sujeitos que se auto-representam como "butch" ou mulheres podem escolher se identificar de forma diferente e resistir ao determinismo anatômico que é fortemente heteronormativo.

a visão biológica, e mais ainda, para a visão computacional. Ademais, o cuidado com a validação do serviço terceirizado, pois, um tipo de serviço com a qualidade questionável (LOSH, 2017), e que, mesmo com um plano de classificação com diretrizes e exemplos, pode ocasionar erros.

ON-BROADWAY

Posterior ao Selfiecity, a equipe de Manovich deu origem ao projeto On Broadway[8], que segue a linha metodológica dos estudos comentados anteriormente (Phototrails e Selfiecity), também voltado para a análise cultural de dados no Instagram. Consiste em uma instalação interativa que representa a vida na cidade do século XXI através de uma compilação de imagens e dados coletados ao longo dos 13 quilômetros da Broadway. A base inicial continha 10 milhões de imagens (uma área de NYC) e 660.000 foram selecionadas da área da Broadway ao longo de 158 dias (26 de fevereiro a 3 de agosto de 2014) no Instagram.

O parâmetro utilizado foi a localização, com o apoio da ferramenta Gnip, em que foi monitorada uma área um pouco maior que a própria rua, para ampliar a capacidade de captura às atividades nas proximidades. As coordenadas foram: pontos a intervalos de 30 metros que atravessavam o centro da Broadway e faziam fatias de 100 metros de largura centradas em cada ponto, para filtrar os dados obtidos para toda a cidade de Nova York. Em conjunto com o Instagram, outras fontes de informação foram inseridas no projeto como Twitter, Foursquare, dados de uso de táxis e o indicador econômico de renda familiar média.

Nos três estudos, a análise de dados visuais foi aplicada para a identificação de aspectos culturais, sociais e políticos, trabalharam com um grande volume de dados de modo que fosse possível explorar tanto generalizações (escala) quanto singularidades (local) por meio da visualização de imagens. Laestadius (2017) destaca que “esses projetos ilustram as maneiras pelas quais os pesquisadores podem empurrar os limites das principais abordagens de Big Data para usar mais plenamente os dados visuais do Instagram”.

Em outras palavras, a visualização de dados “grandes” na pesquisa quantitativa não substitui as análises qualitativas, elas são complementares e podem ser combinadas para trazer insights mais relevantes (HAND, 2017). “Embora comumente os métodos quantitativos e qualitativos sejam vistos como incompatíveis e mutuamente excludentes, é possível entendê-los como abordagens complementares, a serem mobilizadas conforme os objetivos de cada pesquisa” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, pag. 67).

[8] http://www.on-broadway.nyc/

Não menos importante, chama-se a atenção para a cautela com a construção da amostra que ficou evidente nestes projetos, os quais iniciaram com a seleção de um conjunto de dados maior, seguindo com as filtragens de modo a preservar a validade amostral. Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 54) destacam que:

> a amostragem é o momento em que os sucessivos processos de simplificação e subdivisão que têm lugar durante as empreitadas científicas são mais evidentes. Por isso mesmo, é o estágio em que a ideia de "construção" que norteia nossa noção de pesquisa é mais clara. Ao enfatizar essa ideia de construção da amostra (e da pesquisa), queremos alertar tanto para a artificialidade dos recortes inerentes à prática científica quanto para sua importância. Ter consciência desse processo é essencial para a realização de uma pesquisa coerente e bem articulada. É fundamental atentar para as características do universo que se pretende problematizar, bem como para a compatibilidade entre os critérios de amostragem e o problema e objetivos da pesquisa. Além disso, é preciso também levar em conta as condições em que a investigação será realizada (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, P. 54).

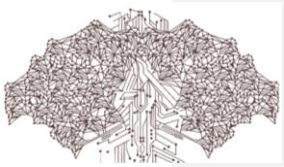
STRONG IS THE NEW SKINNY: A CONTENT ANALYSIS OF #FITSPIRATION IMAGES ON INSTAGRAM[9]

O fato motivador desta pesquisa foi a observação, por parte das pesquisadoras Marika Tiggemann e Mia Zaccardo, de uma tendência no segmento fitness: a propagação da hashtag #fitnspiration (a junção da palavra *fitness* com *inspiration*), como inspiração para as pessoas sobre um estilo de vida mais saudável, voltado para a prática de exercícios e alimentação sadia, com foco em saúde e bem-estar e avesso a magreza e perda de peso.

No entanto, ao observar algumas imagens aleatórias, as autoras perceberam que, embora a fitspiration fosse projetada para ter um efeito positivo e inspirador, a ênfase geral na aparência com algumas imagens contendo características claramente objetivadoras, como poses particulares ou foco em partes específicas do corpo, poderia ser problemática (TIGGEMANN; ZACCARDO, 2016).

Assim, o objetivo geral do estudo foi examinar mais amplamente as características das imagens de fitspiration postadas no Instagram; e teve como objetivo mais específico, investigar se as imagens possuíam elementos de objetificação. Para tal, a análise

[9] Forte é o novo skinny: a análise de conteúdo de imagens de #fitspiration no Instagram



concentrou-se em três aspectos: forma do corpo, atividades exibidas e conteúdo e valência das citações sobrepostas nas imagens (mensagens motivacionais, por exemplo).

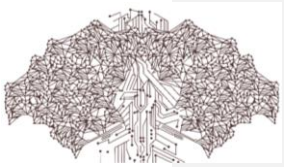
Quantos aos procedimentos metodológicos: o parâmetro adotado foi a busca por hashtag com a semática #fitinspiration, em que foram selecionadas as 600 primeiras imagens retornadas na busca do Instagram. Vale ressaltar que o Instagram disponibiliza as imagens mais recentes publicadas.

Nessa etapa de seleção da amostra, é necessário considerar algumas implicações como: o período de coleta será suficiente? Avaliar o comportamento de um dia traz o mesmo cenário que granular a coleta durante o período de um mês? Existe sazonalidade no segmento que estou pesquisando? A quantidade de publicações está equivalente entre os usuários ou alguns usuários se destacam com muitas publicações? Ou ainda, quanto tempo a equipe tem para se dedicar a tal projeto? Estas questões são de fundamental importância para não gerar conclusões tendenciosas ou resultados rasos. No próprio segmento fitness, por exemplo, existe a sazonalidade de frequência nas academias com o crescimento de clientes nas estações mais quentes e evasão nas estações mais frias. Logo, é preciso cautela ao definir o período de coleta, ponto abordado na exploração do estudo anterior.

O método escolhido para a análise dos dados foi a análise de conteúdo, em que foram estabelecidas categorias com base na exploração inicial das imagens e estão expostas no quadro 1:

Quadro 1: descrição das categorias de análise

CATEGORIAS GENÉRICAS	Pessoas	Alimentos	Outros
CATEGORIAS ESPECÍFICAS	Gênero (gênero e número)	Saudáveis	Conteúdo da citação (inspiracional fitness e inspiracional diversos)
	Adiposidade (corpo)	Não-saudáveis	Citação disfuncional (incentiva comportamentos excessivos)
	Musculatura (corpo)		



	Ação (atividade)		
	Objetificação (parte do corpo, pose e Ausência de cabeça/rosto)		
	Objetificação (parte do corpo, pose e Ausência de cabeça/rosto)		

Fonte: adaptação da autora.

Para a categorização das imagens, houve o cuidado de fazer um plano de classificação com instruções e exemplos para uso durante esse processo. Usando este plano, outro analista analisou 10% (60) das imagens de forma independente. Para garantir a confiabilidade da categorização foi utilizado o coeficiente de Kappa[10], em que é medido o grau de concordância entre os resultados obtidos da categorização de cada profissional envolvido.

Com as imagens categorizadas, a análise do estudo destacou aspectos quantitativos dos resultados cruzando as categorias biotipo e gênero; na aparição da prática da atividade física versus auto-objetificação; alimentação; e citações inspiracionais.

Entre as limitações, destacadas pelas próprias autoras, estão: 1) uma análise de conteúdo não pode determinar se os aspectos relativos das imagens de fitinspiration identificadas realmente têm o efeito presumido (ou qualquer) sobre aqueles que as vêem; 2) amostra condicionada a um determinado momento no Instagram; 3) apesar do detalhamento de categorias, outras dimensões poderiam ser codificadas como etnia, expressão facial, idade etc; 4) não foi analisada a interatividade nas publicações, o que poderia ajudar na identificação do efeito por meio de uma análise de sentimento; e 5) as imagens foram categorizadas em dimensões únicas, em vez de em combinação de categorias (TIGGEMANN; ZACCARDO, 2016).

[10] Coefieciente Kappa: http://apps.einstein.br/revista/arquivos/PDF/2715-165-166.pdf

A CASE STUDY CONSIDERING ELECTRONIC CIGARETTE CONTENT ON INSTAGRAM[11]

Pesquisadora dedicada ao tema de saúde pública, Linnea Laestadius desenvolveu esta pesquisa com o objetivo de entender como os cigarros eletrônicos foram retratados e abordados no Instagram em vez de criar generalizações para todos os usuários do Instagram ou para a temática de cigarros eletrônicos.

A partir da hashtag #ecig foi feita uma exploração inicial, com uma amostra pequena de publicações para que surgissem novos dados a partir dos dados. Paralelo a isso, o uso da hashtag foi monitorado ao longo do tempo para identificar as tendências gerais do conteúdo de cigarro eletrônico (LAESTADIUS, 2017).

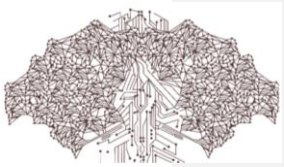
Na exploração inicial, emergiram hashtags adicionais como: #ecigarette, #vape, #vaping, #vapelife, #vapelyfe, #vapeporn e #ejuice. Nesse conjunto de hashtags, a autora destaca a #vaping definida como um "termo de gíria para uso de cigarros eletrônicos". Essa investigação é um ponto crucial para este tipo de estudo, pois, além das hashtags para um tema ou uma marca, os usuários criam outras hashtags como caracterização de uma comunidade online ou demonstração de pertencimento a ela até então desconhecida para esta fora desse universo. Assim, é fundamental mapear estas categorias "nativas" na exploração inicial e entender o significado delas na construção da amostra de modo a evitar perda de dados ou retrabalho.

As oito hashtags foram rastreadas ao longo do tempo e o número de postagens atribuídas a cada uma foi acompanhado pelo próprio aplicativo Instagram e gravado semanalmente entre 2014 e 2015. A partir disso, as hashtags foram definidas para a construção da amostra: #ecig (mais genérica) e a hashtag afiliada mais popular, #vape.

Para o processo de coleta de dados foi contratada uma ferramenta de terceiros, a Iconosquare[12], pois, permite aos pesquisadores visualizar postagens completas sem fazer login com uma conta do Instagram. Assim, foram coletadas 120 postagens (60 posts para cada hashtag) mais recentes em ordem cronológica de marcação.

No refinamento, postagens duplicadas de um mesmo usuário e links inativos de usuários que excluíram postagens ou mudaram o perfil para privado foram removidas, assim como as publicações que fogem do objetivo do estudo, como as referentes ao uso de maconha, exclusivamente. Esse cenário é recorrente neste tipo de pesquisa: em meio a consultas de imagens o pesquisador se depara com links inválidos, ou ainda, com publicações irrelevantes denominadas

[11] Um estudo de caso considerando o conteúdo de cigarro eletrônico no Instagram
[12] https://pro.iconosquare.com/



"lixo". Após os ajustes, a amostra final ficou com 85 posts (43 #ecig, 42 #vape), bem abaixo da amostra inicial. Nesse sentido, o ideal é fazer o planejamento da amostra inicial com um acréscimo de postagens, considerando estes impactos na amostra final (LAESTADIUS, 2017).

A etapa de análise dos dados contemplou a classificação do conteúdo das postagens e do status de usuário. Para isto, foi criado um plano de classificação, com descrição e exemplos, baseado na discussão de 20 postagens com a hashtag #ecig para identificar temas comuns. Com isso, o plano incluiu as categorias relacionadas à: tipos de dispositivos, uso do produto em conjunto com maconha, hashtags de identificação de comunidade ou social (#vapefam ou #vapebabe), temas persuasivos em mensagens de cigarros eletrônicos e temas comuns na publicidade sobre o assunto. Além destas, o número de *likes* e comentários, gênero, país de origem, marcas visíveis ou mencionadas em postagens e qualquer e-cigarro identificável ou e-cigarro líquido ('E-juice') também foram incluídas para codificação. Cada publicação foi categorizada considerando conteúdo de imagens / vídeos e qualquer texto descritivo, emoji e hashtags na legenda da postagem. O conteúdo dos comentários não foi codificado, pois o foco estava no post original. Quanto à classificação do usuário ou emissor, foram determinados os status de (LAESTADIUS, 2017, tradução nossa):

> 1) um membro individual do público que não foi filiado à indústria de cigarros eletrônicos,
> 2) um entusiasta do cigarro eletrônico (ou seja, o membro do público cujo nome de tela ou perfil referia os cigarros eletrônicos de alguma forma,
> 3) uma marca de e-cigarro ou e-juice,
> 4) um fornecedor de e-cigarro ou e-juice,
> 5) representante formal da marca ou fornecedor (ou seja, a conta pessoal de alguém que trabalha no campo). (LAESTADIUS, 2017, tradução nossa).

Após a finalização do plano de classificação, um teste de categorização foi executado por duas pessoas (uma pesquisadora e um estudante de doutorado treinado em codificação) classificando 30 postagens, que resultou na definição de 28 categorias de análise. A amostra final foi codificada de forma independente usando o Microsoft Excel. Um teste de confiabilidade entre os classificadores também foi realizado, usando o STATA 14[13]. As discrepâncias ainda

[13] https://www.stata.com/

encontradas na codificação e sem consenso foram resolvidas com a participação de um terceiro revisor.

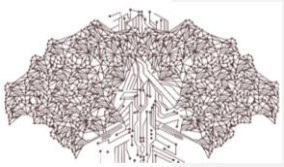
ANALYSIS OF INSTAGRAM IMAGES ABOUT THE LARGEST FAST FOOD COMPANIES[14]

Este estudo traz um problema de pesquisa familiar a um profissional de comunicação, especialmente, àqueles que trabalham com monitoramento de mídias sociais: o gerenciamento de crise. Pesquisadores analisaram os feedbacks negativos publicados por usuários na rede social Instagram sobre as 10 principais empresas de fast food do mundo bem como as respostas dadas por estas empresas e seu uso geral do Instagram. As questões que guiaram o estudo foram (GUIDRY; JIN, 2015, tradução nossa):

> 1.Como as informações de crise da empresa de fast food foram comunicadas pelo público no Instagram, com base no volume de posts e temas de postagens?
> 2. Qual foi a influência da informação de crise da empresa de fast food postada por públicos em Instagram no número de comentários e "likes"?
> 3. Como foram as emoções de crise transmitidas pelo público no Instagram, em termos de sentimento?
> 4. Existem diferenças entre as empresas de fast food em suas respostas à informação de crise no Instagram?
> 5. Existem diferenças entre as empresas de fast food em seu compromisso global com Instagram?

Para determinar as dez maiores cadeias de fast food do mundo as autoras recorreram a uma fonte de informação confiável, o índice Forbes (2013): McDonald's, KFC, Subway, Pizza Hut, Starbucks, Burger King, Domino's Pizza, Dunkin Donuts, Dairy Queen e Papa John's Pizza. Cabe ressaltar que, quando for necessário identificar rankings, a exemplo deste caso, ou ainda, “quais os produtos mais vendidos em e-commerce no segmento eletrônico” ou “qual as marcas que mais investiram em publicidade no ano de 2017”, recorrer a fontes de informação confiáveis para fundamentar esta decisão é mais assertivo e traz credibilidade ao estudo.

[14] De #mcdonaldsfail para #dominssucks – Uma análise de imagens no Instagram sobre as 10 grandes maiores empresas de fast food



A coleta dos dados contou com o monitoramento por hashtags negativas como mcdonaldsfail e #dominossucks usadas nas publicações. Outras hashtags mais específicas foram identificadas pela observação das postagens dos usuários sobre os dez restaurantes de fast food e foram selecionadas de acordo com a frequência de uso e com associação direta aos nomes das cadeias de fast food: restaurantname-FAIL, restaurantname-FAILS, nome do restaurante-FAILURE, nome do restaurante-PROBLEMAS, nome do restaurante-PROBS, nome do restaurante -PROBZ, restaurantname-SUCKS e restaurantname-SUX. As postagens das empresas foram coletadas diretamente de suas contas oficiais do Instagram (GUIDRY; JIN, 2015, tradução nossa).

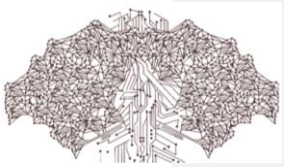
O tempo e o período de coleta dos dados foram delimitados da seguinte forma: ao longo de duas semanas, entre 14 de outubro e 14 de dezembro de 2013, foram selecionados aleatoriamente 14 dias não consecutivos para a construção da amostra, isto é, os dias 14, 17, 22, 27; 2, 5, 11, 14, 17, 25, 27 de novembro; e 6, 11, 14, dezembro. Tanto as publicações espontâneas contendo as hashtags negativas quanto as postagens pelos canais oficiais das empresas foram coletadas em cada um desses dias. Observa-se nesta etapa a preocupação dos pesquisadores com a granularidade da coleta dos dados e com a análise comparativa das publicações espontâneas pelos usuários com as postagens das marcas. No entanto, não foi mencionada qual a ferramenta utilizada para a coleta de dados.

Um plano de classificação foi desenvolvido, testado e implementado para as duas fontes de dados, publicações dos usuários com hashtags negativas e postagens feitas pelas contas das empresas.

Todas as postagens foram codificadas para as variáveis independentes e dependentes. As variáveis independentes se referem ao sentimento do post, ao tema principal da publicação, ao usuário (emissor) e à mídia da publicação (foto ou vídeo). As variáveis dependentes representam as duas principais formas pelas quais os públicos podem se envolver com posts do Instagram: através de likes e comentários (GUIDRY; JIN, 2015, tradução nossa).

As postagens do Instagram foram categorizadas com os temas (comida / bebida, serviço, reputação da marca, ambiente de trabalho e outros); o sentimento (positivo, negativo e neutro), emoção negativa (raiva / frustração, medo, ansiedade, tristeza e outros) e a identidade do usuário (cliente / cliente potencial, empregado, indeterminado) (GUIDRY; JIN, 2015, tradução nossa).

A fim de garantir a confiabilidade de classificação, o método seguiu como nos estudos anteriores: uma amostra de 10% das postagens foi classificada por um profissional treinado enquanto um outro profissional classificou todas as imagens. Os coeficientes π de Scott (1955)



[15]foram utilizados para o teste de confiabilidade, ou seja, realizar um comparativo entre as classificações e chegar a um resultado aceitável.

Entre as limitações de pesquisa, destaca-se a análise de hashtags negativas, que pode ser expandida para todas as postagens, ou ainda, aplicada a outros segmentos. E quanto às implicações práticas, as autoras fazem um apelo aos profissionais de relações públicas para que se envolvam com seus públicos no Instagram, construam um guia com diretrizes de boas práticas nas redes sociais para os funcionários e usam ativamente o aplicativo como uma ferramenta de monitoramento e resposta de prevenção e gerenciamento de crise em seus planejamentos para mídia social (GUIDRY et.al. 2015).

CHURRASCO NO INSTAGRAM: COMPORTAMENTO, MARCAS E ANÁLISE DE IMAGENS

Realizado pela Social Figures[16], uma consultoria em inteligência de mídias sociais, este estudo retrata a atividade social de "churrasco" no Instagram. As questões que guiaram a pesquisa foram: como as pessoas usam o Instagram ao falar de churrasco? Como as pessoas fotografam, se mostram e decidem o que deve ser visto ao publicar fotos sobre churrasco?

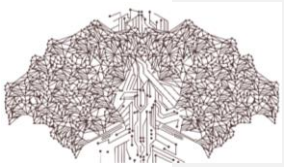
Para responder este problema de pesquisa, foi utilizada a ferramenta de monitoramento de mídias sociais desenvolvida pela própria consultoria, a Brandcare, porém, inativa atualmente. A busca foi realizada por hashtags com a semântica #churrasco e #churras, durante dois dias em que esta atividade é mais recorrente: sábado e domingo. A construção da amostra iniciou com a coleta de 2.722 imagens, com publicações de pessoas de todos os estados brasileiros, e finalizou com a amostra de 408 imagens selecionadas. O cálculo amostral foi com uma margem de erro de 4%.

Na análise, foi utilizado o método de análise de conteúdo com o seguinte detalhamento de categorias:

Quadro 2: Categorias utilizadas para a classificação

Gênero	Atividade	Enquadramento da foto	Comentários	Tipos de bebida
Feminino	Amigos	Retrato individual	Beleza	Cerveja

[15] Scott, W.A. (1955), "Reliability of content analysis: the case of nominal scale coding", Public Opinion Quarterly, Vol. 19 No. 3, pp. 321-325.
[16] Social Figures: https://www.socialfigures.com.br/



Masculino	Família	Retrato em grupo	Desejo	Refrigerante
	Aniversário	Selfie individual	Conversacional	Sucos
	Namoro	Selfie em grupo		Uísque
		Close comida		Vinho
		Close bebida		Vodca

Fonte: SILVA, 2015.

Com este estudo foi possível perceber como análise de imagens traz informações além do de métodos básicos. Codificar características das próprias imagens, como itens representacionais (pessoas e marcas) ou formais (enquadramentos) traz informações não expostas de forma textual e mais entendimento de contextos (SILVA, 2015).

Além disso, a metodologia utilizada possibilita ser pode ser aplicada prontamente na investigação de outras atividades sociais.

CONSIDERAÇÕES

Quanto ao objetivo proposto, este artigo mostrou como a análise de dados visuais vem se desenvolvendo, por meio de aspectos teóricos e casos de aplicação. O conhecimento das abordagens metodológicas utilizadas na prática da pesquisa com o Instagram mostrou como a análise de imagens pode trazer insights valiosos sobre comportamento nos seus aspectos sociais e culturais, que por métodos tradicionais este resultado poderia ser limitado. Os estudos apresentados podem ser aplicados em outras proporções de acordo com cada problema de pesquisa, tanto usando o parâmetro de localização, a exemplo de monitoramento de eventos; quanto com o parâmetro de hashtag. Ademais, os métodos utilizados por estudiosos auxiliam na fundamentação das descobertas de um projeto de pesquisa com viés mercadológico, um dos desafios atuais dos profissionais de comunicação.

O potencial do Instagram para estudo de comportamento é evidente, já que a dinâmica da plataforma incentiva o compartilhamento de registros de atividades diárias por perfis de usuários a todo o momento. Como observado, são diversas as possibilidades de exploração desta rede para pesquisas futuras, como: o aprofundamento em estudos de usuários na compreensão dos motivadores e características para a publicação de imagens; atuação das marcas na rede, tanto para no âmbito de crise quanto de sua exposição; atuação de influenciadores; integração de

diferentes recursos de análise, como visual e textual; entre outros. Ampliar o escopo das pesquisas vai contribuir para a evolução dos moldes de melhores práticas para o campo.

Referências

CARAH, N.; SHAUL, M. 'Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance', Mobile Media & Communication, 4(1): 69-84, 2016. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2050157915598180> Acesso em: 13 out. 2017.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. Métodos de pesquisa para internet. **Porto Alegre: Sulina**, v. 1, 2011.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo (SP): Atlas, 2010. 184p.

GUIDRY, J. D. et al. From# mcdonaldsfail to# dominossucks: An analysis of Instagram images about the 10 largest fast food companies. **Corporate Communications: An International Journal**, v. 20, n. 3, p. 344-359, 2015.

HARD, M. Instagram. IN: "A. Quan-Haase et L. Sloan (org.) "The SAGE Handbook of Social Media Research Methods", Sage Publications: Thousand Oak (2017) pp.199-214.

HU, Y.; MANIKONDA, L.; KAMBHAMPATI, S. What we Instagram: a first analysis of Instagram photo content and user types. **Proceedings** of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Arizona, 2014, pp. 595-598. Disponível em: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118>. Acesso em: 10 set. 2017.

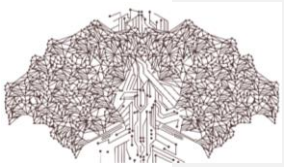
HOCHMAN, Nadav. MANOVICH, Lev. CHOW, Jay. Phototrails. Disponível em: http://phototrails.net/. Acesso em: 25 jan. 2018.

HOCHMAN, Nadav; MANOVICH, Lev. Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media. **First Monday**, [S.l.], june 2013. ISSN 13960466. Available at: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4711/3698>. Date accessed: 26 jan. 2018.

LAESTADIUS, L. Instagram. IN: "A. Quan-Haase et L. Sloan (org.) "**The SAGE Handbook of Social Media Research Methods**", Sage Publications: Thousand Oak (2017) pp.199-214.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo (SP): Atlas, 2010. 297p.

MONTARDO, S. et al. Estudando a cultura através de selfies: implicações do aspecto digital dos dados em sua análise. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos**...Curitiba: Intercom, 2017.



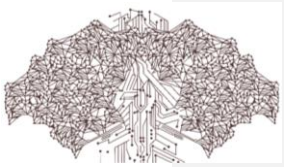
Disponível em: < http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1143-1.pdf >. Acesso em: 23 set. 2017.

ROGERS, R. O fim do virtual: os métodos digitais. **Lumina**, Juiz de Fora, v.10, n. 3, dez. 2016. Disponível em: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/644/468> Acesso em: 25 set. 2017.

SILVA, Edna Lucia da.; MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2005.

SILVA, Tarcízio. Atuando em monitoramento de mídias sociais. Secomunica, Universidade Católica de Brasília, 2015. Disponível em: < https://pt.slideshare.net/tarushijio/atuando-em-monitoramento-de-midias-sociais-secomunica >. Acesso em: 30 jan. 2018.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ANÁLISE COMPARATIVA DE PLATAFORMAS PARA DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE EM NUVEM[1]

Thiago Martins Pereira[2]; Adani Cusin Sacilotti[3]; José Roberto Madureira Júnior[4]

Introdução

A computação em nuvem é um assunto relativamente novo devido o avanço tecnológico que em curto período apresenta novidades relevantes. Na medida em que os conceitos de acesso a dados em rede têm evoluído rapidamente, o conceito de nuvem também evoluiu. As organizações, mais do que nunca, têm a necessidade de redução de custos em Tecnologia da Informação (TI). Para isso, além de outras medidas de natureza administrativa e financeira, a contratação de servidores em nuvem está se tornando cada vez mais frequente, contribuindo significativamente para a redução dos custos em infraestrutura de TI. Este artigo tem o objetivo de exemplificar na prática o conceito de computação em nuvem. Foram avaliadas e comparadas algumas plataformas em nuvem específicas para desenvolvimento de software.

Nessa era de rápida evolução digital, cada vez mais as organizações necessitam de atualização constante, principalmente na área de TI. A computação em nuvem é a TI como serviço, e contribui para que os objetivos estejam alinhados com as organizações. A empresa pode se focar mais nos resultados de negócio e tomadas de decisão, apoiadas nos processos de TI. Esse modelo de computação contribui para redução de custos em TI, pois são substituídos pelos custos de prestação de serviços. Paga-se pela utilização dos serviços e não por toda a infraestrutura necessária para suportá-los. Os custos sob demanda são cobrados pelo tempo de utilização dos recursos disponibilizados pelo fornecedor ou provedor de serviços em nuvem.

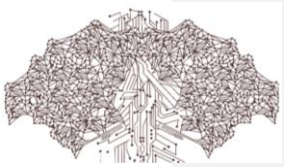
---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 13: Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas e aluno do curso de Gestão de Tecnologia da Informação na Faculdade de Tecnologia de Jundiaí. E-mail: tmpsbt@gmail.com.

3 . Pesquisadora é Professora Mestre da Faculdade de Tecnologia de Jundiaí. E-mail: prof_adani@yahoo.com.br.

4 . Pesquisador é Professor Mestre da ETEC Vasco Antônio Venchiarutti. E-mail: madujr@gmail.com.



A metodologia utilizada neste trabalho foi a pesquisa bibliográfica de livros, artigos científicos e sites específicos de tecnologia. A pesquisa é de caráter exploratório e análise de natureza qualitativa. Por meio do referencial teórico, é apresentado o conceito geral de computação em nuvem, em seguida, são descritos alguns exemplos de ferramentas de computação em nuvem específicas para desenvolvimento, oferecidas em plataformas como serviço. São apresentados alguns estudos de caso de cada plataforma, descrevendo os cenários, os benefícios e resultados alcançados pelas empresas que adotaram a computação em nuvem. São apresentadas na prática as possibilidades de uso e as possíveis aplicações desse modelo no mundo corporativo. Após os estudos de caso, são descritos os diferenciais de cada uma das plataformas e ferramentas analisadas, e todas as informações do comparativo são compiladas em um quadro resumo.

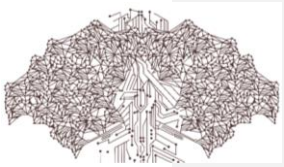
Palavras-chave: nuvem; internet; desenvolvimento.

Computação em nuvem – referencial teórico

A computação em nuvem é o ambiente em que os recursos computacionais são utilizados remotamente através da internet, possibilitando utilizar softwares ou serviços que não estão instalados diretamente no computador local, isentando o usuário de se preocupar com a infraestrutura de rede em que o serviço é suportado. Conforme Elsenpeter (2010), o usuário passa a se preocupar mais com a utilização e disponibilidade do serviço oferecido, voltando seu foco à estratégia do negócio da empresa. As aplicações são executadas em servidores hospedados como serviço.

A computação em nuvem possui um conjunto de recursos computacionais que são agrupados de forma a atender múltiplos usuários. Tais recursos podem ser físicos ou virtuais, que são dinamicamente distribuídos de acordo com a necessidade do usuário. Os serviços em nuvem são oferecidos com rápida elasticidade, ou seja, seus recursos são automaticamente realocados para atender as demandas dos usuários. Isso demonstra uma impressão de que tais recursos são ilimitados. Todavia, é necessário que haja medição dos recursos utilizados para garantir a transparência para o cliente e para o fornecedor. A utilização dos recursos deve ser monitorada e controlada quantitativa e qualitativamente.

Segundo Elsenpeter (2010), a função da computação em nuvem é diminuir custos operacionais de TI, permitindo que a empresa foque em projetos estratégicos em vez de se preocupar em manter o data center funcionando. Os serviços em nuvem permitem que as empresas tenham suas forças concentradas no desenvolvimento de seus negócios específicos.



Taurion (2009) define computação em nuvem como um conjunto de recursos com capacidade de processamento, armazenamento, conectividade, plataformas, aplicações e serviços disponibilizados na internet. Portanto, qualquer serviço oferecido por meio de uma nuvem é dependente de uma conexão com a internet. De acordo com o NIST (2011), existem três principais tipos de computação em nuvem:

• Software como Serviço (Software as a Service – SaaS), um modelo de implantação de software em que a aplicação é utilizada como serviço a clientes sob demanda através da internet.

• Infraestrutura como Serviço (Infrastructure as a Service – IaaS), um modelo de serviço em nuvem que oferece infraestrutura de hardware. Geralmente são utilizados ambientes virtualizados através da internet.

• Plataforma como Serviço (Platform as a Service – PaaS), um modelo de serviço em nuvem que oferece uma plataforma para desenvolvimento, entrega e suporte de aplicações e serviços através da internet.

O NIST (2011) descreve três modelos de implantação de computação em nuvem:

• Nuvens públicas: centros de dados virtualizados fora do firewall da empresa, em que o provedor de serviços disponibiliza pela internet recursos sob demanda para as empresas.

• Nuvens privadas: centros de dados virtualizados dentro do firewall da empresa, também pode ser um espaço privado dedicado a uma determinada empresa dentro de um centro provedor de cloud computing (computação em nuvem) de dados.

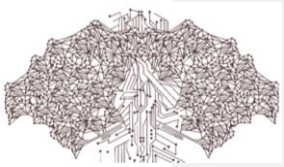
• Nuvens híbridas: combinam os aspectos de implantação das nuvens públicas e privadas.

• Nuvens comunitárias: diversas organizações compartilhando os recursos de uma mesma infraestrutura de cloud (nuvem).

A escolha do tipo de nuvem depende da necessidade do negócio, e a utilização de um ambiente em nuvem não impede a utilização de soluções locais. Por outro lado, os serviços em nuvem complementam os recursos de TI necessários, não substituem totalmente a infraestrutura pré-existente.

Benefícios e atrativos

No momento de avaliar a necessidade real de adotar uma solução em nuvem, é necessário avaliar alguns fatores, por exemplo, custo-benefício, aplicabilidade e viabilidade. As nuvens estão associadas ao conceito de computação sob demanda, em que os serviços são disponibilizados de forma dinâmica. Os recursos são oferecidos conforme as necessidades de cada usuário, que não paga o custo integral da infraestrutura, mas apenas o tempo do serviço utilizado. Taurion (2009)



descreve computação sob demanda como assimétrica, ou seja, a utilização diária não precisa ser uniforme, sendo que o pagamento é calculado de acordo com o total de horas de computação utilizadas.

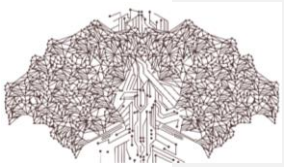
As maiores vantagens em se ter serviços em nuvem estão relacionadas à redução de custos, por outro lado as maiores preocupações estão relacionadas à privacidade dos dados e disponibilidades dos serviços. Serviços em nuvem têm custo mais baixo por conta das implementações de data centers da nuvem que, muitas vezes, são localizados próximos de estações de energia barata e de baixo custo imobiliário, justamente para possuírem custos associados menores. Segundo Bello (2012), o TCO de uma aplicação de planejamento em nuvem chega a ser 77% menor do que soluções de CPM, que utilizam infraestrutura de TI local para instalação e processamento da aplicação.

Um benefício proporcionado pela computação em nuvem é a agilidade. As nuvens permitem aos usuários interagir de forma melhor com o negócio, não se preocupando com a melhoria da infraestrutura, que fica a cargo do fornecedor do serviço. Outro benefício da computação em nuvem é a escalabilidade ou flexibilidade, que é a capacidade de manipular uma porção crescente de trabalho uniformemente, ou estar preparado para crescer. Ela permite que aplicações adquiram mais recursos dinamicamente para hospedar os seus serviços, a fim de lidar com os picos de trabalho e, da mesma forma, liberá-los quando a carga diminui (ZISSIS; LEKKAS, 2012). Escalabilidade sob demanda é importante para ter capacidade de armazenamento e processamento disponíveis quando necessário. Se houver necessidade de armazenar um banco de dados, por exemplo, paga-se apenas o espaço demandado. Tal característica dá impressão de que o espaço em disco é infinito (ARMBRUST, 2009).

Plataformas para desenvolvimento em nuvem

A seguir, são descritas e definidas algumas soluções em nuvem específicas para desenvolvimento. São citadas empresas precursoras da computação em nuvem e algumas ferramentas em nuvem para o desenvolvimento, suporte e entrega de aplicações e serviços disponíveis por meio da internet. Para cada plataforma apresentada, são descritos estudos de caso de negócio reais que obtiveram sucesso em clientes que utilizaram serviços locais e migraram suas soluções para a nuvem.

Google AppEngine

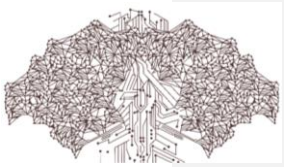


O AppEngine é uma ferramenta de desenvolvimento em nuvem oferecida na plataforma Google Cloud Platform para criação de aplicativos móveis e web dimensionáveis. Isso significa que os softwares desenvolvidos podem alocar dinamicamente os recursos necessários de acordo com a demanda das requisições provenientes do tráfego que recebe na internet. As aplicações têm a capacidade de ser adaptar instantânea e automaticamente de acordo com a demanda. A escalabilidade permite um maior controle sobre o custo do serviço, e a cobrança é calculada somente pelos recursos utilizados. Ao realizar o upload do código, o Google gerencia disponibilidade do aplicativo, dispensando a provisão e manutenção de servidores pelo cliente.

O backend dessa ferramenta é flexível, ou seja, tem a capacidade de ser alterado conforme a necessidade do desenvolvedor. O AppEngine possui acesso a serviços incorporados como balanceamento de carga, verificações de integridade e registro de aplicativos que permite implementar aplicativos web como mais rapidez e eficiência. Também possui APIs comuns para a maioria dos aplicativos, integrando-se a ferramentas de desenvolvimento e linguagens de programação conhecidas no mercado, permitindo criar aplicativos com ferramentas comuns sem necessidade de alterar o fluxo de trabalho já existente.

Uma das características que facilitam a integração com outras ferramentas do é o login nos aplicativos com a conta do Google, não sendo necessário criar outras formas de autenticação de usuário. Com relação ao banco de dados, é utilizado NoSQL Datastore, um armazenamento de dados de objeto sem esquema, com armazenamento dimensionável, uma API avançada de modelagem de dados e linguagem de consulta semelhante ao SQL. Também é possível utilizar o Google Cloud SQL, um serviço web totalmente gerenciado que permite a criação, configuração e uso de bancos de dados relacionais residentes na nuvem do Google. Há um recurso de cache de dados distribuído na memória pode ser utilizado para melhorar significativamente o desempenho do aplicativo.

É possível ter acesso programático a registros de aplicativos e de solicitações a partir do aplicativo desenvolvido. Os aplicativos podem realizar trabalhos além das solicitações do usuário, utilizando filas de tarefas. A cobrança é realizada com base nos recursos utilizados, como: quantidade de instâncias, leitura do banco de dados, limite de armazenamento de dados, tráfego de rede, cache de dados, quantidade de pesquisas, quantidade de destinatários de e-mail, tamanho da API de registro, tamanho da fila de tarefas, quantidade de IPs SSL Virtuais, entre outras funcionalidades específicas cobradas à parte. À medida em que são adicionados recursos a cobrança se incrementa e o cliente recebe um serviço totalmente personalizado, de acordo com suas necessidades de desenvolvimento (GOOGLE, 2008).



Conforme estudo de caso divulgado pelo Google, a empresa de jogos Rovio desenvolveu o jogo Angry Birds em formato online através da plataforma Google App Engine, quando chegou a hora de adaptar seus aplicativos móveis para navegadores da web. A empresa finlandesa precisava de uma plataforma que suportasse uma grande demanda e provesse capacidade robusta para entregar uma experiência de usuário superior. O App Engine fornece essas duas características, exigindo manutenção mínima, que oferece aos desenvolvedores da companhia tempo para se concentrar em melhorar os jogos.

A Rovio sabia que levar seus jogos para a plataforma online seria uma enorme oportunidade. No início de 2011, a equipe de desenvolvimento começou a planejar uma versão de Angry Birds para o Chrome. A empresa queria lançar o jogo na conferência anual do Google na primavera, que seria a apenas alguns meses.

Os desenvolvedores necessitavam de uma plataforma escalável sem esforço: o aplicativo móvel já havia atingido mais de 140 milhões de downloads, e a equipe esperava demanda que versão online gratuita fosse esmagadora. Eles também queriam um sistema de baixa manutenção que tornasse fácil a atualização de recursos e lançar novos títulos online.

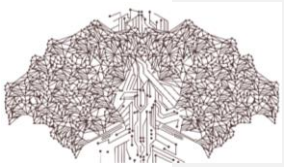
Os desenvolvedores escolheram o App Engine para criar o jogo porque sabiam que isso permitiria trabalhar rápido e fornecer a escalabilidade necessária para suportar uma enorme base de usuários. Angry Birds Chrome terminou no cronograma previsto, seguido por outros títulos como Angry Birds Google e Angry Birds Friends. A Rovio também criou versões personalizadas para empresas, equipes esportivas e outros parceiros.

Stefan Hauk, líder desenvolvedor para jogos web da Rovio, comentou que os jogos da empresa tendem a serem populares imediatamente, portanto eles não tinham a opção de escalá-los ao longo do tempo. Afirmou que o App Engine torna o processo mais rápido, uma vez que é possível iniciar quantos servidores fossem necessários.

Hauk afirmou que o App Engine permitiu lançar jogos muito rapidamente, com equipes de um ou dois desenvolvedores por jogo, pois o Google gerencia todos os servidores, exigindo pouca manutenção. A equipe de Hauk utiliza os seguintes recursos do App Engine: armazenamento de dados de alta replicação, cache de dados de alto desempenho, filas de tarefas em segundo plano, APIs de usuário para autenticação do Google (GOOGLE, 2012).

Red Hat OpenShift

O OpenShift desenvolvido pela RedHat é uma plataforma como serviço para desenvolvimento de aplicativos em contêineres. O OpenShift permite criar, desenvolver e



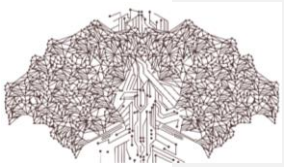
implantar aplicativos de forma simples, rápida e em qualquer infraestrutura, independentemente da arquitetura, seja nuvem pública ou privada. Permite desenvolver rapidamente, hospedar e escalar aplicações em ambiente de nuvem. Essa plataforma oferece diferentes opções: online, local, código fonte aberto. É possível criar, implantar e gerenciar automaticamente contêineres formatados no docker em nuvem pública ou centro de dados local. O OpenShift utiliza kubernetes, adicionando ferramentas de desenvolvimento centralizadas no desenvolvedor que permitem o rápido desenvolvimento de aplicativos. A implantação e escalabilidade são fáceis, e a manutenção do ciclo de vida é de longo prazo, mesmo para grandes aplicativos e equipes.

O OpenShift oferece opções de projeto online, on-premise e open source; sendo oferecido em três tipos de modelo de implantação: Container Platform, Dedicated e Online.

O OpenShift Container Platform oferece kubernetes de nível corporativo integrado à mesma plataforma base para o serviço do OpenShift Online. Os clientes podem implantar essa ferramenta em datacenters públicos ou privados. É possível operar um cluster na própria infraestrutura local e ter controle total sobre o ambiente de contêineres. O OpenShift Dedicated é uma nuvem pública corporativa, que permite desenvolver e gerenciar aplicações em contêineres com OpenShift Cluster oferecido pela RedHat. É construído em torno de um núcleo de contêineres de aplicativos alimentados pelo docker, com orquestração e gerenciamento fornecidos pela kubernetes, em uma base da Red Hat Enterprise Linux. O OpenShift Online permite rapidamente construir, hospedar e dimensionar aplicativos em contêineres na nuvem pública e seu acesso é conforme demanda. É oferecido em dois planos: Starter (grátis e indicado para aprendizado individual) e Pro (cobrado e indicado para projetos profissionais).

Esta plataforma permite que desenvolvedor escolha as linguagens de programação, estruturas, bancos de dados, ferramentas de desenvolvimento e outras funcionalidades que já são conhecidas e têm confiança no mercado. Os desenvolvedores podem desenvolver aplicativos rapidamente utilizando: console da web, interface de linha de comando (CLI) ou ambiente de desenvolvimento integrado (IDE). O OpenShift administra os contêineres de aplicativos e os gerencia garantindo a sua disponibilidade para os clientes finais. Esta ferramenta também disponibiliza uma extensão com funcionalidade, um cartucho personalizável que possibilita aos desenvolvedores adicionarem a linguagem que desejar (REDHAT, 2013).

Um estudo de caso divulgado pela Red Hat descreve a adoção do Open Shift pela Cisco. Para acelerar o desenvolvimento e apoiar um novo modelo de TI que a empresa se refere como “TI rápida”, a Cisco passou de um ciclo de vida de desenvolvimento de software tradicional cascata para uma abordagem ágil no estilo DevOps, que enfatiza a contínua comunicação e colaboração entre desenvolvedores, equipe de TI e partes interessadas.



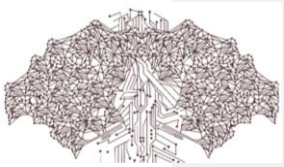
A Cisco precisava mudar a forma como suportava desenvolvedores internos. Anteriormente, quando os desenvolvedores queriam criar novas aplicações, tinham de solicitar infraestruturas e serviços a um grupo de arquitetura de middleware interno. Este grupo mantinha quase 3.000 aplicações que automatizavam ou apoiavam processos críticos de negócios em toda a empresa.

Depois de se reunir com os desenvolvedores para avaliar os requisitos de um projeto, a equipe construía um plano de projeto e fornecia infraestrutura para os desenvolvedores um processo que poderia levar vários meses. Além disso, sempre que o grupo de TI desenvolvia um novo serviço de middleware, levava em média seis meses para colocar em produção para toda a empresa. Michael White, arquiteto de TI, mencionou que que o grupo precisava da capacidade de implantar aplicativos rapidamente a baixo custo para que nossos desenvolvedores pudessem realizar a entrega dos aplicativos.

Para atender a esses requisitos, a Cisco IT trabalhou com especialistas da RedHat Consulting para construir seu Lightweight Application Environment (LAE). A tecnologia de plataforma como serviço (PaaS) da RedHat, que suporta centenas de aplicações que apoiam uma variedade de funções de negócios para a Cisco. Com o LAE, os desenvolvedores da Cisco podem agora projetar e construir aplicativos ao mesmo tempo em que asseguram a administração, segurança e integridade e esperadas de uma infraestrutura empresarial.

Como parte do LAE, os desenvolvedores puderam encomendar todos os seus recursos de TI da loja on-line interna da Cisco. O portal de autoatendimento oferece aos desenvolvedores acesso sob demanda à infraestrutura, ao sistema operacional, middleware e funções do sistema que necessitam para desenvolver aplicativos de ponta a ponta sem qualquer provisionamento manual pela Cisco. Os desenvolvedores puderam identificar o hardware, máquinas virtuais, armazenamento, e outros recursos que usariam para criar uma nova capacidade de negócios. Eles também puderam especificar um banco de dados e ciclos de vida específicos para cada ativo.

Sudha Agrahara, gerente de TI na Cisco, mencionou que o portal é um balcão único de compras, onde todas as complexidades são abstraídas do cliente, tornando o processo de encomenda mais fácil para os desenvolvedores usarem. Através do portal, o middleware, o desenvolvimento e ferramentas operacionais são agrupados, provisionados e disponibilizados em apenas 15 minutos, tudo com o apertar de um botão. Amit Srivastava, arquiteto middleware na Cisco, disse que a loja eletrônica ajudou a reduzir significativamente o ciclo de vida do desenvolvimento, sua equipe organiza os serviços que os desenvolvedores precisam em um catálogo de serviços, trazendo atratividade para os clientes internos.



O LAE também suporta o modelo ágil DevOps. Como o OpenShift Enterprise suporta uma variedade DE tecnologias de código aberto, os desenvolvedores podem trabalhar na linguagem de sua escolha: Java, Node.js, Perl, Python, PHP ou Ruby. Eles também podem escolher entre uma ampla gama de frameworks, bancos de dados e ferramentas de desenvolvimento. White disse que antes do OpenShift, sua equipe se limitava a um pequeno número de tecnologias, e o OpenShift permitiu fornecer as tecnologias que os desenvolvedores necessitavam de forma rápida e automática.

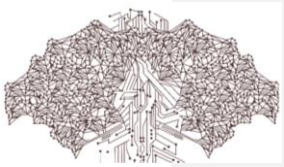
A Cisco possui uma grande variedade de serviços baseados em Java. Com milhares e milhares de máquinas virtuais Java (JVMs), a Cisco precisava de uma maneira melhor de conter esses recursos. Executar uma JVM por máquina virtual não era escalável e não era possível conhecer as necessidades futuras do negócio. Com o OpenShift Enterprise, a equipe de operações poderia consolidar mais JVMs em uma única máquina virtual através do uso de tecnologias de contêiner Linux. E a automação ajudou as operações a existentes.

Como parte da solução, a Cisco também está investigando o uso da plataforma RedHat OpenStack para suportar aplicativos de nuvem nativa no LAE. Conforme Srivastava, o OpenStack ajudou a equipe do aplicativo a pensar em resiliência de forma diferente, pois tradicionalmente acreditavam que a resiliência deveria vir da infraestrutura. Ao criar aplicativos na nuvem, os desenvolvedores podem criar resiliência dentro da aplicação. OpenStack oferece interfaces de programação de aplicativos que as equipes de aplicação podem usar.

Como o OpenShift Enterprise suporta o autosserviço de provisionamento e integração de ferramentas, o LAE da Cisco permite que os desenvolvedores gastem menos tempo protegendo ativos de infraestrutura e mais tempo criando novos aplicativos, que podem ser implantados mais rápido do que nunca. Srivastava mencionou que à medida que a Cisco se movia para o modelo DevOps, era necessário definir um ciclo de vida personalizado. Com o OpenShift e o LAE foi possível introduzir novas capacidades para a plataforma mais rapidamente.

Com seu novo LAE, a Cisco melhorou a eficiência ao implantar mais aplicativos em menos servidores, o que reduziu drasticamente o footprint total da infraestrutura. Como o LAE suporta múltiplas tecnologias, a Cisco reduziu o número de plataformas que hospedava. Hoje a Cisco pode usar contêineres para aumentar a densidade de aplicativos empacotados em um hardware específico, servidor ou cliente. O arquiteto disse que a utilização dos contêineres permite segmentar a memória e os processos, auxiliando a definir os limites para cada tipo de recurso e tornando a movimentação das aplicações mais flexível.

Os desenvolvedores usam recursos de administração autosserviço do LAE para executar ações pós-provisionamento, como iniciar e parar uma instância do aplicativo, visualizar logs e



modificar aplicativos e configurações. Eles também geram relatórios em instâncias provisionadas. Esses recursos reduzem o número de solicitações de serviço para a equipe de TI da Cisco - ao mesmo tempo em que aumenta a produtividade e agilidade do desenvolvedor.

Além disso, o LAE automatiza e agiliza as operações, o que melhora a eficiência. Enquanto aumenta a carga da aplicação, a plataforma fornece escalabilidade automática de aplicação horizontal. Isso elimina a necessidade de a equipe de operações aumentar manualmente o número de instâncias de aplicação. Outras funcionalidades permitem aos aplicativos lidar com carga de trabalho de pico variável automaticamente, o consumo de recursos, e coexistem em um ambiente multi-inquilino sem impacto negativo.

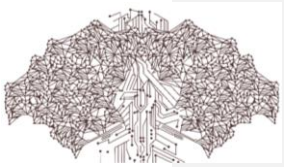
Como o LAE é executado sobre a infraestrutura interna da Cisco como IaaS, a empresa pode escalar a plataforma rapidamente à medida que a demanda aumenta. E devido à extensibilidade do OpenShift Enterprise, a Cisco integrou os serviços de aplicativos oferecidos no LAE com seus roteadores globais. A Cisco aproveitou as zonas e regiões de disponibilidade da solução para expandir locais através de vários datacenters e oferecer aos seus usuários um caminho fácil para a produção.

O LAE da Cisco aprimora a experiência de seus desenvolvedores de aplicativos ao oferecer suporte a DevOps, rápido provisionamento e opções tecnológicas flexíveis, enquanto mantém altos níveis de segurança e disponibilidade. Agrahara, gerente de TI, disse o serviço é entregue aos desenvolvedores em poucos minutos, sendo que a complexidade da camada de infraestrutura é reduzida e entregue uma plataforma como serviço.

O LAE também representa uma mudança cultural de um ambiente de infraestrutura para um ambiente focado nos desenvolvedores e clientes da Cisco. White disse que a plataforma LAE tem sido um catalisador para inovação e progresso dentro da comunidade de TI. De acordo com o arquiteto, foram executados projetos novos e criativos que utilizam tecnologias de aplicativos de código aberto, alinhados com as iniciativas da "TI rápida", que são projetadas para oferecer aos desenvolvedores o que eles precisam para poder servir melhor os negócios, clientes e parceiros (REDHAT, 2015).

IBM BlueMix

O BlueMix oferecido pela IBM é uma oferta de plataforma como serviço (PaaS) baseada em um projeto de código aberto de Cloud Foundry que oferece funções e serviços em nível empresarial com integração com aplicativos em nuvem. É possível aproveitar o ecossistema de frameworks e serviços de tempo de execução em crescimento. O BlueMix fornece um painel para



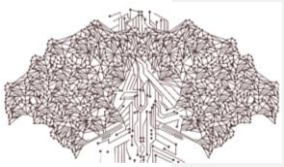
criação, visualização e gerenciamento de aplicativos, tornando possível a monitoração do uso dos recursos. Esse painel também oferece a possibilidade de gerenciar organizações, espaços e acesso do usuário. Como o BlueMix é baseado em Cloud Foundry, é possível aproveitar o ecossistema de frameworks e serviços de tempo de execução em crescimento, fornecendo um painel para criar, visualizar e gerenciar aplicativos e serviços.

Para os desenvolvedores, o BlueMix otimiza consequentemente o tempo gasto na criação do aplicativo da nuvem. Não é necessário preocupar-se com instalação de software o lidar com máquinas virtuais ou hardware. Com poucos cliques é possível proporcionar instâncias dos aplicativos com serviços necessários para oferecer suporte. As horas gastas com instalação, configuração e solução podem ser aproveitadas nas inovações e reações às intermináveis mudanças nos requisitos. Para as organizações, o BlueMix oferece uma plataforma em nuvem que requer pouco conhecimento técnico e reduz os custos com TI. O BlueMix oferece rápido ambiente de desenvolvimento de que as organizações necessitam para reagir às demandas dos usuários para as novas funções.

O BlueMix é alimentado por projetos de código aberto, com modelos de implantação integrados abrangendo nuvens públicas, privadas, locais e híbridas. Também oferece acesso instantâneo a mais de 150 serviços, como IoT e Watson. É possível utilizar tecnologias de software livre em tempo de execução, contêineres e máquinas virtuais para capacitar aplicativos e serviços (IBM, 2014)

A IBM divulgou um estudo de caso da empresa Find Brok, que é uma rede social colaborativa para todas as profissões regulamentadas dos setores de seguros e finanças em todo o mundo. A FindBrok conseguiu acelerar o seu ciclo de desenvolvimento para lançar sua primeira rede social com o BlueMix. O objetivo dessa rede social é facilitar o intercâmbio entre os corretores. Para lançar com sucesso sua rede social e empresarial internacional para profissionais de finanças e seguros, a organização precisava de uma poderosa plataforma de desenvolvimento e de um ambiente de hospedagem segura e confiável baseado na nuvem.

Buscando suporte para sua abordagem estratégica e crescimento de negócios a longo prazo, a FindBrok se juntou ao programa global de empreendedorismo da IBM. A empresa criou sua rede social com a plataforma de desenvolvimento IBM Bluemix, após avaliação de soluções de hospedagem em nuvem, incluindo plataformas Amazon e Google. Determinando que apenas a oferta de nuvem SoftLayer atendeu aos requisitos, a FindBrok utilizou um ambiente de armazenamento de objetos no centro de dados SoftLayer em Paris e antecipou a implantação de infraestrutura adicional à medida que o negócio se expandia.



Conforme o fundador e CEO da companhia, Guillaume Rovère, somente a plataforma em nuvem da IBM ofereceu à sua empresa a confidencialidade e segurança de que precisava no desenvolvimento de seu projeto inovador. Informou que a plataforma suporta expansão global, a velocidade de correção de bugs aumentou em 66%, o processo de desenvolvimento proporcionou lançar o site rapidamente, numa melhora de 40% de aceleração (IBM, 2015).

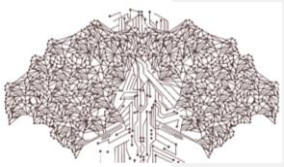
AWS Code Commit

Esta ferramenta provisionada pela plataforma Amazon Web Services é um serviço de controle de fonte totalmente gerenciado que permite a hospedagem de repositórios Git seguros e altamente escaláveis. Para atender à evolução das necessidades de negócio, o serviço oferece escalabilidade automática. O CodeCommit elimina a necessidade de operar um sistema de controle de fonte próprio ou a preocupação com a escalabilidade da infraestrutura. Pode ser utilizado para armazenamento seguro de qualquer código-fonte ou arquivo binário, funcionando integradamente com as ferramentas Git existentes.

O CodeCommit é totalmente gerenciado, eliminando a necessidade de hospedar, manter, fazer backup dos servidores de código fonte. Ele criptografa automaticamente arquivos em trânsito e ociosos, integrado ao AWS IAM (Amazon Web Services Identity and Access Management). Isso permite que sejam atribuídas permissões específicas de usuário aos repositórios de código. Também possui alta disponibilidade, pois tem uma arquitetura altamente escalável, redundante e durável.

O serviço foi criado para manter repositórios altamente disponíveis e acessíveis. Não há limite para o tamanho dos repositórios, permitindo que sejam armazenados e controladas versões de ativos de aplicações como imagens e bibliotecas junto com o código. A ferramenta mantém os repositórios próximos aos ambientes de desenvolvimento, homologação e produção na nuvem AWS. É possível transferir alterações incrementais, em vez da aplicação completa, permitindo que o ciclo de vida de desenvolvimento seja mais rápido. O CodeCommit é compatível com os comandos do Git e com suas ferramentas, possibilitando usar plug-ins de ambiente de desenvolvimento, sistemas de integração e entrega contínua (AWS, 2002).

Conforme estudo de caso divulgado pela AWS, a empresa Edmunds.com modificou o seu desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis utilizando a ferramenta Code Commit. Segundo Ajit Zadgaonkar, diretor executivo de engenharia de software da Edmunds.com, tudo o que é necessário para o gerenciamento da infraestrutura de produtos e operações na sua empresa é armazenado no Code Commit, facilitando a colaboração entre as equipes de desenvolvimento.



Nos aplicativos móveis desenvolvidos pela Edmunds.com, os compradores de carro podem consultar o inventário do revendedor, ler a revisão dos veículos, obter acesso a fotos, vídeos, produtos, dentre outras funcionalidades. Com o aplicativo Price Promise, os compradores podem acessar preços instantâneos e antecipados para carros e caminhões à venda em 13 mil franquias de revendedores nos Estados Unidos.

A empresa utilizava um sistema de gerenciamento de código-fonte local provisionado pelo fornecedor SCM, cuja adição de novos usuários era muito cara, devido aos custos de licença e aquisição de hardware. O SCM tinha um grande fardo operacional, pois era difícil e demorado gerenciar e manter o software e hardware. Os repositórios não possuíam recursos de backup e de cluster, e o serviço ocasionalmente ficava indisponível, afetando todos os usuários.

Depois de avaliar vários serviços de hospedagem do Git, a Edmunds.com começou a usar o AWS CodeCommit como seu serviço de controle de origem para hospedar repositórios privados do Git e migrou mais de 1.000 repositórios e mais de 270 usuários para a AWS.

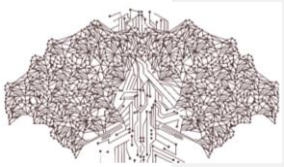
Para a Edmunds, a vantagem dessa migração é que o CodeCommit armazena o código do aplicativo, arquivos XML, meta-dados para vídeos e fotos e arquivos em repositórios privados sem limite de tamanho. Além de trabalhar com entrega contínua.

A Edmunds não precisa mais se preocupar com operação e manutenção de software e hardware, como ocorria com o SCM, reduzindo cerca de 95% do tempo gasto com tarefas de administração. Os repositórios Git têm alta disponibilidade, pois o CodeCommit utiliza o Simple Storage Service (S3) da Amazon para armazenar dados redundantes em várias zonas de disponibilidade espalhadas ao redor do mundo.

A característica da cobrança por demanda torna mais fácil adicionar novos usuários ao serviço, sendo que a Edmunds está economizando US$450 por usuário anualmente. A empresa pode escalar facilmente o número de usuários no SCM porque não precisa mais se preocupar em adquirir licenças e infraestrutura ou configurar softwares em estações de trabalho (AWS, 2012).

Microsoft Visual Studio Team Services

O Azure é uma plataforma como serviço em nuvem criada pela Microsoft, uma coleção crescente de serviços de nuvem integrados: análise, computação, banco de dados, serviços móveis, rede, armazenamento e web. Essa plataforma permite obter mais agilidade, alcançar melhores resultados e economizar com TI. As ferramentas integradas, os modelos pré-compilados e os serviços gerenciados facilitam a compilação e o gerenciamento de aplicativos empresariais, móveis, da web e de IoT mais rapidamente, usando as habilidades e tecnologias já conhecidas no mercado.



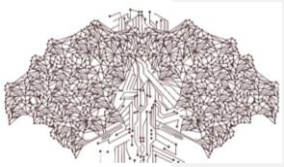
O Visual Studio Team Services é um produto oferecido na plataforma como serviço Microsoft Azure. Possui repositórios ilimitados de código privado gratuito, ferramentas de planejamento ágeis, compilações de integração contínuas. Possibilita acompanhar bus, itens de trabalho, comentários e outros elementos. O Visual Studio e o Eclipse podem ser utilizados como IDE, possibilitando desenvolver em qualquer linguagem. O dimensionamento de serviços empresariais pode ser feito para equipes de qualquer tamanho.

A ferramenta permite planeja, criar e enviar software por diversas plataformas, sem ter de se preocupar com configuração de servidores. É possível criar projetos privados de equipe que podem ser acessados de qualquer lugar. Há uma ferramenta de controle de versão chamada TFVC, ou o Git também pode ser utilizado. Há uma lista de pendências que facilitam a utilização de metodologias ágeis como Scrum e Kanban, murais de tarefas personalizáveis para acompanhar o progresso da equipe.

A ferramenta também permite detectar problemas de qualidade antecipadamente, criando definições que compilam e testam aplicativos de forma automática, possibilitando acompanhar a integridade da compilação com gráficos e painéis personalizáveis. Equipes com até cinco membros são gratuitas, permitindo criar um número ilimitado de projetos privados de equipe com o maior número de repositórios e itens sem nenhum custo adicional. Os custos para clientes adicionais são diretos e os recursos compartilhados têm valores mensais conforme demanda (MICROSOFT, 2010).

A Microsoft divulgou um estudo de caso da Shell, principal empresa de petróleo e gás mundial. A Shell acelerou o desenvolvimento de software com o Visual Studio Team Services na plataforma Microsoft Azure para alimentar a produção global de energia. Para atender à demanda crescente de energia do mundo, a equipe de desenvolvimento de software da Shell trabalha incansavelmente para manter seu software especializado atualizado e aprimorado com novos recursos. De acordo com Henk Middendorp, arquiteto de software da Shell, a empresa necessitava de mais colaboração externa e precisava de entrega contínua para atender clientes que necessitam de soluções rápidas.

Johan Krebbers, diretor de TI da empresa, que afirma que a tecnologia é um componente muito importante da inovação, e a que a Shell possui alto investimento em pesquisa e desenvolvimento. Grande parte desse investimento é destinado a soluções de software para exploração de petróleo e gás.



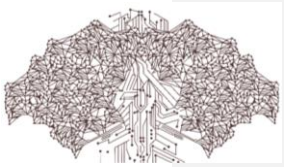
A colaboração é fundamental, mas locais e tecnologias diferentes podem prejudicar a produtividade. A Shell trabalha extensivamente com fornecedores externos e o provisionamento de acesso a contas de rede corporativa pode levar meses. A empresa queria uma solução mais simplificada e centralizada para suportar o desenvolvimento de aplicativos. Lisa Thomas, desenvolvedora sênior de software da Royal Dutch Shell, diz que os softwares que requerem muita manutenção são muito dispendiosos, pois os usuários solicitam muitos recursos e a equipe trabalha constantemente para entrega-los.

A Shell analisou a atualização do ambiente Microsoft Visual Studio Team Foundation Server local. Mas manter o software e os servidores atualizados tornou-se um aborrecimento caro, uma consideração séria em uma indústria que enfrenta baixos preços do petróleo e escalando os custos de produção. A empresa decidiu que a implantação de seu ambiente de colaboração na nuvem era uma escolha melhor. Segundo Krebbers, o foco da Shell é SaaS, pois traz velocidade de mudança. A migração para nuvem é estratégia global da Shell para obter um ambiente mais ágil do que a infraestrutura local.

Como parte de sua nova estratégia, a Shell decidiu migrar seus projetos do Visual Studio Team Foundation Server para o Visual Studio Team Services no Microsoft Azure. O Team Services fornece ferramentas de colaboração em nuvem que trabalham com ambientes de desenvolvimento ou editores de desenvolvimento integrados existentes. Como resultado, os desenvolvedores da Shell podem armazenar e colaborar no código usando suas ferramentas e idiomas favoritos de praticamente qualquer lugar do mundo. A empresa também escolheu o Azure Active Directory para simplificar o gerenciamento de identidades para fornecedores e funcionários. Isso fornece acesso rápido e altamente seguro a fornecedores externos, reduzindo o tempo de integração de novos funcionários de meses para menos de uma semana.

A solução elimina o custo de manutenção e atualização da infraestrutura, possibilitando que novos recursos estejam disponíveis a cada três semanas. Os datacenters redundantes do Azure também asseguram disponibilidade 24/7 para desenvolvedores globais. A transição fez sentido de negócios, mas a equipe de desenvolvimento ainda precisava ser convencida. Thomas estava inicialmente cética sobre o projeto, mas logo mudou de ideia, pois a transição para a nuvem foi rápida: em apenas 24 horas o ambiente já estava online.

O entusiasmo cresceu ainda mais com a evolução de uma abordagem mais ágil DevOps para o desenvolvimento. Agora, todos - incluindo geofísicos, engenheiros de software, especialistas em controle de qualidade e fornecedores externos - podem trabalhar juntos no mesmo projeto de praticamente qualquer local. Igualmente importante, o novo ambiente de colaboração oferece amplo suporte para uma variedade diversificada de tecnologias.

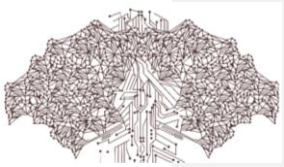


Middendorp afirma que a funcionalidade multi-plataforma do Visual Studio Team Services fez com que a Shell escolhesse essa ferramenta para migrar o ambiente para a nuvem, que já está quase concluída. O novo ambiente ágil já está ajudando a Shell a reduzir o custo e a complexidade do gerenciamento de TI. Dentro de um ano, a Shell transformou seu ambiente tecnológico, uma mudança que credita a uma colaboração estreita com a Microsoft. Middendorp diz que toda a equipe tem acesso central à plataforma, inclusive os engenheiros da Microsoft, que podem solucionar problema muito mais rapidamente do que quando a solução era local.

Agora, os desenvolvedores da Shell podem se concentrar em criar a próxima geração de tecnologia para atender às necessidades energéticas do mundo, seja uma nova simulação de reservatórios, uma melhor solução de engenharia ou aplicativos móveis inovadores para os consumidores. Krebbers diz que o desenvolvimento de um novo recurso foi reduzido de seis meses para poucas semanas, devido ao ciclo de desenvolvimento reduzido. Segundo ele, as partes interessadas do negócio se envolvem mais e as soluções estão mais alinhadas às necessidades do negócio (MICROSOFT, 2016).

Comparativo entre plataformas

O quadro 1 apresenta os resultados do comparativo entre as plataformas em nuvem para desenvolvimento analisadas, com as características específicas de cada plataforma e suas respectivas ferramentas. Cada ferramenta possui diferenciais com relação às outras, que auxiliaram as empresas clientes citadas nos estudos de caso a reduzir os custos, alinhando a TI aos objetivos do negócio e agilizando as mudanças na infraestrutura.



FERRAMENTA	**APPENGINE**	**OPENSHIFT**	**BLUEMIX**	**CODECOMMIT**	**VISUAL STUDIO TEAM SERVICES**
PLATAFORMA	**GOOGLE CLOUD PLATFORM**	**REDHAT OPEN STACK**	**IBM CLOUD FOUNDRY**	**AMAZON WEB SERVICES**	**MICROSOFT AZURE**
LANÇAMENTO DA PLATAFORMA	2008	2013	2014	2002	2010
DISPONIBILIDADE DA PLATAFORMA	99,90%	99,95%	99,90%	99,95%	99,90%
INTERFACE	API	API, linha de comando	API, linha de comando	API, linha de comando	API, linha de comando
LINGUAGEM DE PROGRAMAÇÃO	Java, Python, PHP, Go	Java EE 6, JavaScript, Node.js, Ruby, Python, Perl e PHP	Java, Spring, Ruby, Node.js	Java, PHP, Python, Ruby	Java, Ruby, PHP, .NET, Python, Visual Basic
BANCO DE DADOS	Big table, Google Cloud SQL	MariaDB, MySQL, PostgreSQL, MongoDB, Redis, SQLite.	MySQL, MongoDB, PostgreSQL, Redis, RabbitMQ	MySQL, PostgreSQL, Oracle, SQL Server, MariaDB	SQL Azure, MySQL, SQL Server
SISTEMA OPERACIONAL	Linux, Windows Server	Linux	Linux, Windows Server	Linux, Windows Server	Windows Server
TESTE	Avaliação gratuita	Versão de avaliação gratuita	Gratuito para 30 dias	Básico gratuito para 12 meses	Gratuito para até 5 usuários
SUPORTE	Fóruns, Atendimento online	Atendimento online especialista, portal do cliente	Atendimento online, fóruns	Atendimento online, fóruns	Fóruns, atendimento online, telefone

DIFERENCIAIS	● Integração com ferramentas de desenvolvimento: Eclipse, IntelliJ, Maven, Git, Jenkins e PyCharm ● Login do Google	● Plataforma de software livre ● Contêineres de aplicativos	● Painel de gerenciamento de aplicações e serviços ● Cartuchos personalizáveis para adição de linguagens de programação	● Integração com ferramentas Git e GitHub. ● Integração com aplicativo de armazenamento em nuvem (Amazon S3)	● Listas de pendências e painéis personalizáveis ● Integração com Git e Eclipse

Quadro 1 – Comparativo entre plataformas
(fonte: elaborado pelos autores)

Considerações finais

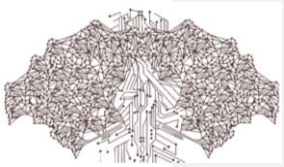
Os serviços oferecidos em nuvem contribuem na necessidade de redução de custos de TI das empresas. Amenizam-se os custos de infraestrutura de TI com os custos de prestação de serviços, pagando-se pela utilização dos serviços e não por toda a infraestrutura necessária para suportá-los. Os custos de TI não se referem somente aos equipamentos, mas também à manutenção e administração da infraestrutura, além da redução do quadro de pessoal. Os custos sob demanda, a escalabilidade e agilidade são benefícios que auxiliam nesse objetivo de redução de custos.

No comparativo, cada plataforma e solução pesquisada possuem diferenciais específicos. Foi constatado que o sucesso de cada solução apresentada nos estudos de caso está relacionado ao atendimento das necessidades específicas do negócio e suas aplicações. É importante ressaltar que a computação em nuvem não substitui totalmente a infraestrutura local de uma empresa, mas pode coexistir com ela em um ambiente misto, complementando as suas possíveis deficiências e falta de recursos. Desta forma, os exemplos de computação em nuvem mostram sua contribuição para os negócios e aplicações nas organizações.

Referências bibliográficas

ARMBRUST, M. **Above the clouds: A Berkeley view of cloud computing**. Technical Report UCB/EECS-2009-28, EECS Department, U.C. Berkeley. Fevereiro 2009.

AWS. AWS **Code Commit** (2002). Disponível em: <https://aws.amazon.com/pt/codecommit/?hp=tile>. Acesso em: 08 mar. 2017.



AWS. **Edmunds.com - CodeCommit Case Study** (2012). Disponível em: <https://aws.amazon.com/pt/solutions/case-studies/edmunds-codecommit>. Acesso em: 23 mai. 2017.

BELLO, E. **Computação em nuvem favorece planejamento de negócios sem estresse**. Disponível em: <http://imasters.com.br/tecnologia/seguranca/computacao-em-nuvem-favorece-planejamento-de-negocios-sem-estresse>. Acesso em: 10 mar. 2017.

ELSENPETER, R., Velte, A. T., & Velte, T. J. (2010). **Cloud Computing: A Practical Approach**. Fl, United States: Osborne-mcgraw-hill.

GOOGLE. '**Angry Birds' Soars Online with Google App Engine** (2012). Disponível em: <https://cloud.google.com/files/Rovio.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2017.

GOOGLE**. Google App Engine** (2008). Disponível em: <https://cloud.google.com/appengine>. Acesso em: 08 mar. 2017.

IBM. **Speeds development and launches a first-of-its-kind social network with an IBM Bluemix and SoftLayer solution** (2015). Disponível em: <https://www-03.ibm.com/software/businesscasestudies/us/en/corp?synkey=H698003U01214O33>. Acesso em: 25 mai. 2017.

IBM. **O que é IBM Bluemix?** (2014). Disponível em: <https://www.ibm.com/developerworks/br/cloud/library/cl-bluemixfoundry>. Acesso em: 25 mai. 2017.

MICROSOFT. **Visual Studio Team Services** (2010). Disponível em: <https://azure.microsoft.com/pt-br/services/visual-studio-team-services>. Acesso em: 08 mar. 2017.

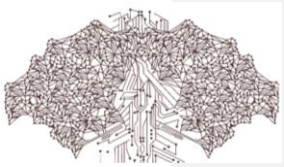
MICROSOFT. **Top oil & gas firm accelerates software development to fuel global energy production** (2016). Disponível em: <https://customers.microsoft.com/pt-br/story/top-oil-gas-firm-accelerates-software-development-to-fuel-global-energy-production>. Acesso em: 23 mai. 2017.

NIST – National Institute of Standard and Technology. **The NIST Definition of Cloud Computing** (2011). Disponível em: <http://www.nist.gov/itl/cloud/upload/cloud-def-v15.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2017.

TAURION, Cezar. **Cloud Computing - Computação em nuvem: transformando o mundo da tecnologia da informação**. 1ª. ed. São Paulo: Brasport, 2009. 228 p.

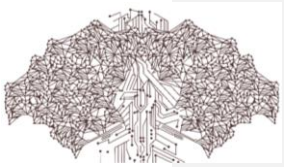
RED HAT. **Cisco improves software and product development with Red Had OpenShift Container Platform** (2015). Disponível em: <https://www.redhat.com/en/resources/cisco-improves-software-and-product-development-red-hat-openshift-container-platform>. Acesso em: 08 mar. 2017.

RED HAT**. Cloud Computing – Red Hat OpenShift** (2013). Disponível em: <https://www.redhat.com/pt-br/technologies/cloud-computing/openshift?intcmp=70160000000wwPXAAY>. Acesso em: 25 mai. 2017.



ZISSIS, D.; LEKKAS, D. **Addressing Cloud Computing Security Issues**. Future Generation Computer Systems, Elsevier B.V., v. 28, n. 3, p. 583 - 592, mar. 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ANÁLISE DAS NARRATIVAS DAS DIETAS PARA EMAGRECER NA INTERNET: DELINEADAS POR MEIO DAS OBRAS DE MICHEL FOUCAULT E SUAS MULTIPLAS CONFIGURAÇÕES SOBRE O CORPO

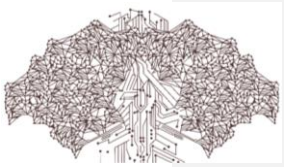
Alexandre Fillietaz[1]

Este artigo tem por objetivo investigar as múltiplas configurações e representações sobre o corpo e a sua relação com as práticas encontradas nas narrativas dos textos de dietas para emagrecer disponíveis na Internet. Para a construção de nossa linha de pensamento, foi utilizada a obra Vigiar e Punir de Michael Foucault (2008), contextualizando alguns conceitos-chave daquele autor para o âmbito da Cibercultura.

A troca de saberes em rede apresenta-se como uma prática emergente de comunicação e interação entre as pessoas na Internet, é moldada por meio de sistemas suportados nas novas arquiteturas ecológicas digitais que indicam uma relação interativa e complexa. Para estudar estas relações de mediação entre os internautas, visando abordar estas questões utilizamos os conceitos de Jesus Martin Barbero (2009 pág. 304) em sua obra "Dos meios as mediações" ao afirmar que dentre os planos de significação construídos por meio da noção de reconhecimento, o racionalismo só atribuí sentido ao negativo, sendo que o conhecer e reconhecer apresenta-se em uma ação de redundância, haja vista que a jornada do reconhecer em uma sociedade alienada, significa desconhecer por meio dos questionamentos acerca dos sujeitos, abordando as suas especificidades e constituição ao invés de se abordar apenas os sujeitos individuais, mas os sujeitos coletivos e os sociais. Visando abordar a questão da complexidade envolvida na relação dos internautas em suas performances em rede na troca e construção de conhecimentos e saberes utilizamos a obra de Edgard Morin, Ciência com Consciência em sua verão em língua portuguesa impressa em 2005, na qual o autor aponta que o uso do pensamento complexo busca analisar o que é deixado de lado pelos "tipos de pensamento mutilante" e indica que os seres humanos são físicos, biológicos, sociais, culturais, psíquicos e espirituais. Evidenciando que o desafio da complexidade é articular estas dimensões e saberes sem a prática da "redução mutilante" das outras metodologias (MORIN, 2005 pag. 176).

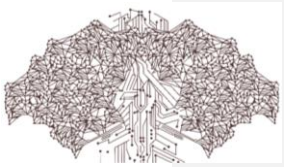
Os participantes dos fóruns de discussão nos websites que a partir deste momento serão denominados internautas das dietas para emagrecer, que abordam o tema de dietas para emagrecer trocam opiniões e apontam o que funciona e não funciona nas dietas para emagrecer, indicando

1 . Pesquisador é professor da Instituição de Ensino Superior. É Mestre em Administração (USCS) E-mail: afillietaz@gmail.com.br



que existe nas práticas destes fóruns o compartilhamento dos sentires e a construção das performances em rede. O estudo dessas relações representa uma importante abordagem para a compreensão da dimensão dos fenômenos construídos nestas interações midiáticas e a sua relação com as teorias de representação e a aplicação dessas na compreensão deste campo de ação, com enfoque na ocupação dos espaços delimitados pela imposição de limites relacionados ao "corpo perfeito" na visão da publicidade e da mídia, sendo que neste artigo utilizamos a expressão "corpos dóceis" da obra "Vigiar e Punir" de Foucault (2008) por meio do expresso no trecho: [...] "a submissão dos corpos pelo controle das ideias; a análise das representações como princípio, numa política dos corpos bem mais eficaz que a anatomia ritual dos suplícios" (FOUCAULT, 2008 p.122). Visando delimitar os sistemas de representação utilizamos os conceitos da obra "A presença e a ausência" de Henri Lefebvre (2006) para articular a abordagem cultural e social na ocupação do espaço geográfico e a representação filosófica deste espaço para os públicos de interesse das dietas para emagrecer.

A rede de computadores (internet) possui uma imensidão de informações que necessitam ser classificadas por ordem de relevância, por este motivo na metodologia adotamos o uso dos algoritmos do buscador da internet denominado "Google" (Google.com.br) para a classificação dos textos de maior relevância a partir das palavras chave "dietas para emagrecer". Os links de websites patrocinados foram desconsiderados, haja vista a ferramenta de busca os coloca nas primeiras posições levando em conta o investimento em publicidade. Entretanto, apesar do reconhecimento da complexidade dos algoritmos para classificar a relevância dos websites não patrocinados, neste artigo não haverá a análise dos principais aspectos que são considerados por essa ferramenta de busca para ordenar a relevância dos textos e sim a simples ordem de digitação das palavras e a indicação da relevância dos textos sugeridos em relação às palavras chave e a delimitação das características dos autores dos textos e o tipo de publicidade veiculada, no intuito de reproduzir a procura realizada pelos públicos de interesse das dietas para emagrecer e a relação com o conteúdo apresentado nos websites. Após a análise das características dos websites, visando delimitar os autores dos textos, ferramentas de comunicação com os internautas, o tipo de publicidade veiculada no website, a empresa responsável pela veiculação de anúncios nos links patrocinados no interior das páginas pesquisadas e o critério para oferecer os anúncios. Realizamos a análise das performances em rede por meio da leitura dos fóruns de dietas para emagrecer, visando a análise das narrativas e das performances em rede dos internautas participantes destes grupos. A análise das narrativas dos conteúdos veiculados obedeceu a seguinte ordem: a leitura do material por meio de uma análise exploratória; submetendo ao delineamento junto às obras de Foucault (1999); os sistemas de representação de Lefebvre (2006).



Delimitação das categorias das narrativas para análise segundo Todorov, relacionando a interação dos internautas e os conceitos da obra "Dos meios as mediações" de Martin Barbero (1997) e a delimitação da narrativa da superação por meio da abordagem da complexidade sugerida por Edgard Morin.

Ao analisarmos as sugestões de dietas dos dez primeiros websites ordenados pelo Google durante o período do mês de outubro e novembro de 2017, pudemos separar algumas semelhanças entre eles:

a. Das dez primeiras posições, dez continham, além das palavras dietas para emagrecer as palavras saúde e rápido;

b. Todas as dietas apresentadas eram restritivas por meio da baixa ingestão calórica ou restrição de alimentos;

c. Todos os websites ofereciam suplementos alimentares para moderar o apetite e suplementos termogenicos para auxiliar a perda de peso de forma mais rápida sem sofrimento (inseridos na forma de anúncios patrocinados);

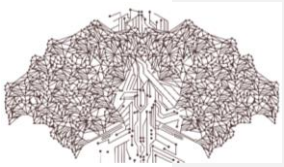
d. Todos declaram que os moderadores de apetite e os termogenicos são de origem natural e sem efeitos colaterais.

e. Todos os websites recomendavam a prática de exercícios para auxiliar na perda de peso.

f. Todos indicavam a adesão a bons hábitos (dormir bem, ingerir água e diminuir o estresse).

Ao analisar as narrativas apresentadas nos websites, elas abordam a questões semelhantes a abordagem da "penúria" de Foucault (para se obter o "corpo dócil" rapidamente e sempre com a promessa da sensação de voltar a ter a confiança de ocupar os espaços sociais e espaço geográfico destinados as pessoas com boa aparência e saúde, fato que nos remete a presença e ausência descritas nas obras de Lefbreve (2006), outra narrativa frequente refere-se a disciplina em seguir exatamente a dieta recomendada.

Ao longo dos meses de outubro e novembro, em média na primeira e segunda posição simultaneamente encontramos um mesmo Website denominado "Tua saúde", o website possui um nutricionista que coordena os conteúdos veiculados ao entrarmos no link "Quem somos" pudemos observar uma equipe multidisciplinar de profissionais de saúde, além da já citada nutricionista a equipe é composta por um fisioterapeuta, oftalmologista, enfermeiro, ginecologista, pediatra, cardiologista, dentista, clinico geral, "personal trainer", Dermatologista, cirurgião e fonoaudiologista. Os anúncios publicitários do próprio site em geral tem ligação com a área médica. As ferramentas de comunicação com os internautas foram o "Facebook", "Google Plus", "Twitter" , "Pinterest" e e-mail. No final da página existe um espaço de links patrocinados



administrados pela empresa Taboola, ao procurar o critério para a apresentação dos anúncios encontrei o seguinte texto: "Este conteúdo por Taboola foi escolhido para você porque pode gostar com base em seus interesses e/ou visitas a sites anteriores. O conteúdo é pago por nossos clientes anunciantes e editores"(TABOOLA, 2017), o texto indica que esta empresa monitora a navegação dos internautas e, envia conteúdos publicitários diversos baseados na navegação do internauta. Outro destaque no website Tua Saúde foi a preocupação em obter um certificado de uma associação internacional denominada Health on the net foundation (HON foundation) e o certificado "HONCode", cujo objetivo é prover certificação para os websites que seguem os oito princípios éticos da HON, a saber: Primeiro: Autoria das informações; segundo Complementariedade (No exemplo do Tua Saúde, Compromisso de não substituir a consulta ao profissional de medicina); Terceiro: Política de privacidade; Quarto: citar as fontes de informação; Quinto: Justificativa (Referencial teórico dos medicamentos citados); Sexto: Transparência (meios de contato com os administradores); Sétimo: Fonte de financiamento do website; Oitavo: Política de publicidade.

Na terceira posição no período de estudo encontramos o website "Boa forma e saúde", os textos são assinados por "Redação", não identificamos a equipe que escreve os textos no período pesquisado, o link nossa equipe não funcionou no período da pesquisa. Os anúncios do website têm vários produtos para auxiliar na dieta e beleza e narrativas de pessoas que atingiram a sua meta de emagrecimento, estas também são apresentadas janelas Pop up. Junto a estas narrativas observamos fotos das pessoas antes da dieta e depois da dieta. As ferramentas de comunicação com os internautas foram o "Facebook", "Google Plus", "Twitter","Pinterest", e-mail e o fórum. No espaço de links patrocinados encontramos o termo "recomendado para você" e a seção "artigos relacionados" contendo anúncios diversos que, apesar de não haver indicação no website, são carregas de acordo com o histórico de navegação do internauta e por este motivo aborda diversos assuntos. Nesta pagina também há um fórum com o maior número de participações de todos os fóruns que analisamos relacionados a um website. Encontramos uma advertência no início da página afirmando que o conteúdo do blog é apenas de caráter informativo e não pode ser considerado uma consulta.

Na quarta posição o website "Minha Vida", o texto tem assinatura de um autor, mas não encontramos indicação da qualificação profissional do autor, no período pesquisado, no link "Quem somos" há a indicação de oito jornalistas envolvidos na elaboração do website e mais de 700 especialistas em saúde, não encontramos acesso aos nomes e outros dados do perfil da equipe. Os anúncios são na área da saúde e semelhante aos outros websites uma seção de anúncios carregados por meio do histórico de navegação do internauta. As ferramentas de comunicação

com os internautas encontradas foram o "Facebook","Pinterest" e e-mail para falar com a equipe. O website apresenta anúncios voltados ao tema de dietas para emagrecer e os links patrocinados são carregados de acordo com o histórico de navegação do internauta, sendo que não há informação da empresa responsável em comercializar os links patrocinados.

A partir da quinta posição até a décima não identificamos características que pudessem destacar os websites que justificassem a descrição individual por este motivo, descrevemos abaixo as características comuns a todos eles seguindo a sequencia proposta para a exploração das características, conforme segue:

a. De maneira geral os autores não se identificam ou o nome do autor não possibilita pesquisar a sua qualificação.

b. Todos os anúncios são voltados para a venda de produtos para emagrecer e as propagandas se repetem nos websites.

c. A área de publicidade reservada para as empresas que carregam o conteúdo de acordo com o perfil do internauta foi identificada em todos os websites.

d. Todos utilizaram o Facebook e Pinterest para a comunicação com os públicos de interesse e destacam o compartilhamento dos artigos.

e. Todos apresentaram uma política de privacidade, porém não tão detalhada como nos três primeiros.

f. Todos tiveram comentários dos internautas em uma quantidade que superou as quinhentas postagens. Entretanto, poucas foram respondidas.

Na primeira posição pudemos observar um Snippets em destaque na pesquisa (imagem1), segundo o Google (2017):

> "Quando um usuário faz uma pergunta na Pesquisa Google, poderemos apresentar um resultado da pesquisa em um bloco de snippet em destaque especial no topo da página de resultados da pesquisa. Esse bloco de snippet em destaque inclui um resumo da resposta, extraído de uma página da Web, além de um link para a página, o título da página e o URL".

Este destaque em forma de quadro nada mais é que um destaque do conteúdo do website e só é apresentado para o primeiro colocado. No período do nosso estudo o website "Tua saúde" foi o único que apresentou este quadro resumo. A empresa não tem como construir este quadro, apenas a ferramenta do Google por meio dos seus critérios é que o atribui.

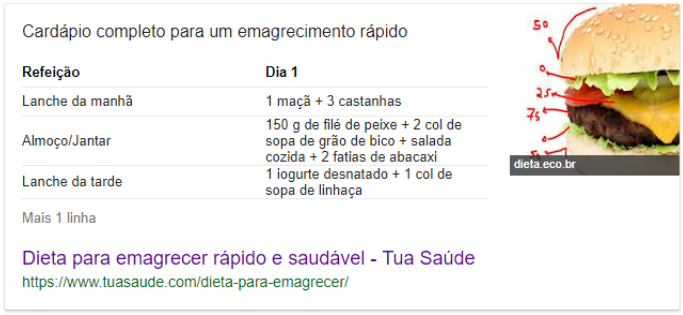
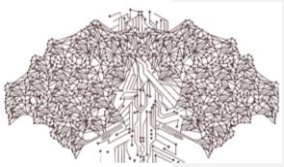


Imagem 1

Ao analisarmos a complexidade das narrativas das dietas para emagrecer por meio das dimensões apontadas por Edgard Morin (2005) nos fóruns e comentários nos websites de dietas para emagrecer, observamos que a dimensão física ficou evidente por meio da preocupação com a aparência e a representação da aparência neste ambiente, as quais se dão por meio do ideal do "corpo dócil" a ser alcançado, sendo que as fotos são de pessoas que aparentam possuir o peso ideal a forma ideal ou ilustrações que representam como a pessoa quer ser vista. A maior parte dos participantes que atingiram a meta das dietas para emagrecer colocou as suas fotos e narraram a sua jornada para superar os desafios, sendo que alguns mesmo narrando o atingimento da meta e a sua superação ainda continuaram representados por ilustrações. Segundo Jesus Martin Barbero (2009), estes resultados podem ser justificados por meio dos planos de significação construídos a partir da noção de reconhecimento. O comportamento dos internautas, na jornada em busca do corpo dócil, por meio do racionalismo, é resultado do sentido negativo que ele atribuiu a sua condição de não possuir um corpo perfeito, sendo que o conhecer e reconhecer no decorrer da jornada deverá enfrentar a punição de uma sociedade alienada. Por este motivo, a projeção de uma imagem idealizada o coloca na condição de ser reconhecido como sujeito pertencente ao coletivo e ao âmbito social.

No âmbito biológico foram identificadas narrativas com certa similaridade afirmando que a reação da pessoa à dieta, varia de organismo para organismo. As narrativas voltadas ao âmbito social majoritariamente pautou-se por meio do desejo de ocupar os espaços sociais que valorizam a questão física da aparência do corpo, sendo que os espaços mais citados foram eventos sociais, sendo que as palavras mais recorrentes foram festas, casamentos e formaturas e devido ao período da pesquisa (outubro e novembro) locais, sendo que os mais citados foram as viagens, praias, clubes e piscinas. Estas narrativas vão ao encontro dos sistemas de representação utilizamos na obra Henri Lefebvre (2006), sendo que a ocupação do espaço geográfico e a representação



filosófica deste espaço, e limitam por meio da insegurança em relação a opinião das pessoas, o acesso dos indivíduos que não se sentem confortáveis em relação ao seu próprio corpo. Esta condição cria uma visão futura distorcida do que o indivíduo experimentará ao frequentar os espaços sociais que exigem um corpo perfeito.

A questão cultural foi recorrente por meio de narrativas que atribuíram a força do hábito do consumo relacionando-os aos valores culturais, os quais atribuem a alguns alimentos qualidade e quantidade e local de consumo, os quais não condizem com as regras das dietas para emagrecer. A questão cultural também permeou a questão da ocupação dos espaços sociais, sendo que outro fato citado são os mitos culturais disseminados nestes espaços do benefício à saúde de certos alimentos. As narrativas que abordavam as questões psíquicas em sua maioria foram representadas pelas palavras, ansiedade, frustação, perseverança e força de vontade, compromisso e superação. Na obra de Michel Foucault (2008) a questão psíquica esta representada nas quatro partes da obra "Vigiar e Punir" e gera a condição observada nas narrativas nos participantes das dietas para emagrecer. Não identificamos, no período de estudo, narrativas nos fóruns e nos comentários que pertencessem ao âmbito espiritual.

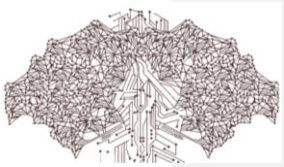
A partir da análise das dimensões propostas por MORIN (2005) e as narrativas nos artigos dos websites, fóruns e comentários, Michel Foucault (2008) colabora para o delineamento deste artigo ao discorrer a respeito das práticas condicionantes visando delimitar a construção de um sistema de opressão e a sua representação junto ao corpo do condenado. A obra de Foucault é dividida em quatro partes (o suplício, a punição, a disciplina e a prisão), sendo que os preceitos abordados em cada uma das partes da obra de Michel Foucault (2008) permite por meio de aproximações sucessivas traçar um paralelo representativo da força e vontade do soberano e a nova força presente na sociedade de consumo por meio da publicidade e da mídia. Por exemplo, ao imprimir o suplício ao corpo dos condenados, o corpo representava o "papel" central na jornada ritualística no cumprimento da pena, prática comum no século XVIII e que desaparece dos registros por volta do século XIX. Esta prática pode ser identificada no suplício imposto por meio da sociedade de consumo utilizando-se da publicidade e da mídia para "condenar" as pessoas que não possuem o estereótipo do "corpo dócil", exposto nas campanhas publicitárias e difundido nas mídias, a espaços geográficos bem delimitados levando os indivíduos mais sensíveis a estas narrativas em situações extremas, ao isolamento social.

A segunda parte da obra de Foucault (2008) aborda a opinião dos reformadores do século XVIII, ao indicar dois comportamentos considerados perigosos relacionados a este tipo de prática. O primeiro ocorria por meio dos excessos cometidos no exercício do poder, resultando em tirania e em oposição a tal, a revolta. Para evitar essas atitudes, a justiça criminal precisava punir ao invés

de se vingar. A solução adotada pelo direito criminal foi a redistribuição de forças, para tornar a punição mais eficaz por meio do detalhamento das penas e a indicação de seus efeitos e ao mesmo tempo diminuir o custo econômico do sistema.

Semelhante a tal prática observamos nas narrativas das dietas para emagrecimento, aplicações semelhantes ao indicar os benefícios de um "corpo dócil" surpreendentemente similar ao detalhamento das "penas" (submissão do "condenado" as restrições) e os efeitos econômicos, detalhados por meio da melhora da saúde, o aumento da oportunidade de obtenção de renda por meio do crescimento da disposição para as atividades do dia a dia englobando a vida sexual, afetiva e consequentemente, por meio de um estado de realização, o aumento da produtividade. Nos textos explorados na internet houve a predominância de característica da narrativa primordial, na qual segundo Todorov (2006) ao utilizar a Odisseia como exemplo deste tipo de narrativa afirma: "A Odisseia não comporta nenhuma surpresa; tudo é dito de antemão"; também se encontram elementos da narrativa significante nos textos que uma vez narrados, recebem observações dos internautas embasadas em outros textos oriundos de fontes questionáveis, estas performances são semelhantes à figura do eremita ao disseminar informações que geram uma reflexão dos participantes da jornada e muitas vezes também à figura do sábio (administrador do fórum), que interpreta a fala do eremita descrita na obra de Todorov (2006) e aconselha sabiamente os integrantes da jornada. Analisadas as características destas narrativas verificam-se elementos que indicam que os textos pesquisados, devido a sua interatividade em rede e elementos textuais que indicam a superação de obstáculos, dão origem a uma abordagem com elementos suficientes para ser denominada neste artigo como a "Narrativa da superação", haja vista o sujeito "condenado" à "pena" da dieta para emagrecer, submete-se a esta jornada junto a um grupo de sujeitos que apesar das individualidades e subjetividades, reconhecem os princípios objetivos que os unem, baseados na promessa de que o sucesso do estereótipo do "corpo dócil" e da disciplina para a mudança, de comportamento, representam a superação, a qual por meio de uma "mente treinada" descrita na obra de Foucault (2008) abre caminho para mudanças em todos os âmbitos sociais do indivíduo.

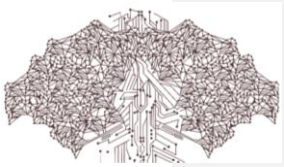
O debate da questão da punição por meio dos reformadores do sistema prisional na obra de Foucault (1975) abriu espaço para destacar o fato de punir melhor no processo de transformação do corpo do condenado em um corpo do delinquente, mas jamais abandonar a punição, sendo que semelhante aos reformadores na obra de Foucault (1975) a punição, nas "dietas para emagrecer", baseia-se em uma representação que aponte que a "pena", restrição de alimentos calóricos e gordurosos, e a penúria do corpo, imposta pelas "dietas para emagrecer" restritivas em relação aos tipos de alimentos a serem consumidos, seja mais vantajosa do que o ato de se entregar a



alimentação desregrada e livre e aos seus prazeres insaciáveis que representa o delito às boas regras da reeducação alimentar. Semelhante ao citado na obra de Foucault (1975), a consequência mais importante aos indivíduos que aderem aos grupos de discussão das dietas para emagrecer na internet, é a troca de informações restritas ao ambiente e condicionamento imposto na jornada prevendo a obtenção do "corpo dócil" e a construção de saberes nesses grupos que vivenciam os mesmos limites no âmbito dos relacionamentos no ambiente virtual, porém interpretando a evolução segundo a sua experiência individual de convivência social, da limitação física e biológica, da experiência cultural, das características psíquicas e das crenças espirituais. Apesar da obra de Foucault (1975), considerar o âmbito político e a possível correlação da influência do sistema capitalista na construção das narrativas de superação nas dietas para emagrecer, neste artigo esta questão não será abordada, haja vista representar um novo tema a ser explorado.

A terceira parte da obra de Foucault destaca uma nova forma de poder, a disciplina. Incluir como era Semelhante à época clássica, os participantes dos grupos de discussão submetem os seus corpos à rígida doutrina da dieta para emagrecer e estes passam a ser o objeto e alvo do poder expresso nas narrativas de superação, levando-os a crer no potencial do corpo a ser submetido, treinado e modelado, sendo que esta crença é expressa na obra de Foucault: "que se treina, que obedece, responde, se torna hábil ou cuja as forças se multiplicam." (FOUCAULT, M., 2008 p.117). A questão da disciplina depende do reconhecimento do sujeito coletivo e social, Matin Barbero (2009 pg. 304) indicando que todos se constroem e reconstroem na trama simbólica das interações e dos reconhecimentos, ou seja, todo sujeito está sujeito a outro e está sujeito à alguém na dimensão do "pacto social". As interações mediadas pelos websites e suas arquiteturas, permitem uma evolução da condição do sujeito à condição de um sujeito que questiona e apoia-se no grupo para tomar as decisões.

Na quarta parte da obra "Vigiar e Punir" de Michel Foucault (2008) a prisão por meio de abordagens para tornar as pessoas dóceis e úteis por meio de um trabalho meticuloso em seus corpos, é apresentada. A prisão viabiliza, ao separar o indivíduo da sociedade, um treinamento para adequar o condenado ao retorno do convívio social por meio do corpo dócil. Este comportamento pode ser estendido a todo o corpo social. Por este motivo, nos vários modelos de prisão há um processo de doutrinação do pensamento semelhante às escolas tradicionais e aos regulamentos dos regimes militares nos quartéis. Dentre os sistemas prisionais na obra de Foucault (1975) tem destaque o Panóptico de Bentham, formado por uma construção civil em forma de anel com um pátio interno e ao centro deste pátio havia uma torre. A construção em forma de anel era dividida em pequenas celas (salas), sendo que a parte desta cela que dava para o exterior e para o interior era fechada com grades que possibilitavam a passagem da luz,



garantindo ao vigia localizado na torre uma visão de todas as celas. Na torre havia uma estrutura nas janelas semelhante a uma persiana impedindo aos ocupantes das celas enxergarem o vigia. Passando a sensação aos ocupantes da sela de serem vigiados continuamente.

O panóptico na sociedade em rede herdou a estrutura arquitetônica proposta por Jeremy Bentham[2], porém, na década de 2010 as interações em rede promovem uma sensação de segurança aos internautas, mas a realidade é bem diferente, sendo que os administradores dos fóruns e os moderadores cumprem o papel de vigiar e a sociedade o de punir. A arquitetura das redes a cabo, por exemplo, também é em forma de anel, porém o que ocorre em cada "cela" perfil de usuário é o aprisionamento, semelhante aos regimes semiabertos no sistema prisional moderno, o controle se dá por meio do armazenamento dos hábitos de consumo em bancos de dados relacionais criando uma vigilância assíncrona. O controle chega a tal ponto que é possível prever o comportamento das pessoas e oferecer produtos e serviços para que elas possam superar o desafio de conquistar um corpo perfeito ou corpo dócil amenizando a penúria.

Nas prisões descritas na obra de Foulcault (1975), por meio de fundamentos baseados em conceitos jurídico-econômicos e técnico-disciplinares, davam a sensação da prisão parecer o modelo mais adequado para o cumprimento das penas, visando transformar o infrator em um delinquente. Estas abordagens tornavam o condenado objeto de estudo para o aprimoramento do sistema penitenciário por meio do objetivo de devolvê-lo recuperado para a sociedade. Entretanto, as sujeições do corpo dos condenados nos ambientes prisionais sofrem influências das distorções advindas da criação de um sistema de representação das atividades que devem sujeitar o corpo na busca pelo "corpo dócil" e, ao final, não atingem o seu objetivo e tornam o antigo corpo do prisioneiro (infrator) marcado e supliciado em uma nova forma incorpórea do "delinquente", considerada a forma economicamente menos perigosa do infrator. De forma semelhante às abordagens jurídico-econômicas, as dietas para emagrecer utilizam as abordagens médico-econômicas e técnico-disciplinares, contidas no âmbito da nutrição para a construção das dietas para emagrecer por meio da expressão popular fazer dieta. Entretanto, estas dietas para emagrecer segundo Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade (ABESO) sofrem a interferência das "imprudentes dietas ditadas pela moda" e "falham sempre". Estas dietas da moda, citadas pela ABESO, desviam os públicos de interesse em dietas dos princípios da medicina, e criam uma "prisão sem paredes"; um sistema prisional filosófico-cultural e social para doutrinar o

[2] Filósofo, jurista e iluminista, propôs a elaboração de um sistema de filosofia moral, para solucionar a prática exercida pela sociedade de sua época. Fonte: BARROS MOTA, Louise Menegaz. Tese de mestrado em Direito pela UFMG: Jeremy Bentham: Entre o esquecimento e o retorno às ideias de um visionário.

pensamento dos indivíduos que se submetem às normas rígidas da representação da dieta para emagrecer.

Os profissionais de saúde elaboraram o termo reeducação alimentar, esta expressão tem sua origem na década de noventa e segundo a ABESO a reeducação alimentar cria um hábito saudável, sendo que a dieta para emagrecer representa um período com início e fim, normalmente com alimentação restrita, ao final o indivíduo retorna a sua dieta anterior e recupera as caraterísticas corporais que o levaram a dieta. Já a reeducação alimentar, por meio da mudança de hábitos de maneira saudável leva o publico de interesse em dietas para emagrecer a uma jornada longa, mas com resultados duradouros. Entretanto, semelhante ao ambiente físico, as narrativas em rede, delineadas pela arquitetura do sistema prisional filosófico-cultural, estas são distorcidas por práticas questionáveis de submissão e suplício do corpo na ânsia de atingir os resultados do "corpo dócil" e fogem ao controle dos administradores dos espaços de debate para que em um curto espaço de tempo os participantes das dietas para emagrecer possam ocupar os espaços sociais físicos restritos aos indivíduos que possuem as características descritas pela publicidade e as mídias em relação ao corpo perfeito ou corpo dócil. Na visão de representação do pensamento filosófico de Lefebvre (2004), o urbano constitui um objeto abstrato, ao admitir a ausência e a presença: "O urbano (abreviação de 'sociedade urbana') define-se [...] não como realidade acabada, situada em relação à realidade atual [...] mas, ao contrário, como horizonte, como virtualidade iluminadora" (Lefebvre, 2004, p. 28). Por este motivo a obra de Lefebvre debate a epistemologia de representação e em um segundo momento a escolha das representações que serão usadas na construção do conhecimento e, em particular, da delimitação dos espaços geográficos, ou seja, espacial e temporalmente.

Semelhante ao sistema prisional, na maior parte do público de interesse em dietas para emagrecer, o sistema prisional filosófico-cultural e social destas dietas, ao doutrinar as pessoas na conquista do "corpo dócil" marcam o corpo do "infrator" da "reeducação alimentar" desviada por dietas populares, e o transformam em um "delinquente" da boa alimentação, ao não ter a disciplina necessária para atingir as características do "corpo dócil" descritas pela publicidade e pela mídia, por meio do conceito da reeducação alimentar. Estas práticas criam um ciclo de esperança e frustação, e abrem a oportunidade para o oferecimento de produtos e serviços anunciados nos websites de dietas para emagrecer, para submeter à vontade de delinquir por meio da satisfação dos desejos de uma alimentação calórica, desregrada e pouco saudável por meio do uso de medicamentos moderadores de apetite, que prometem submeter o comportamento à disciplina, atenuando o suplício, o cumprimento da pena e o sentimento de estar aprisionado. Entretanto, a performance em rede dos internautas (incluindo os moderadores e administradores

dos websites), abre um espaço de compartilhamento de sentires e saberes, que permeiam a narrativa da superação, guiando os "infratores" em uma jornada de descobertas e transformação, por meio desta interação os internautas elaboram a narrativa da superação saindo da condição de delinquentes das dietas para emagrecer, para pessoas que superaram o desafio de mudar os seus hábitos e praticar uma dieta saudável ou a reeducação alimentar. Este processo é sustentado por Jesus Martin Barbero (2009), por meio do conceito de que um indivíduo em uma sociedade alienada no processo de reconhecimento necessita primeiro desconhecer para depois por meio de interações e performances com os públicos em rede, na busca de seu lugar na sociedade, possa construir a sua identidade.

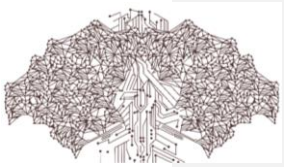
Há indícios no estudo destas narrativas, de que a falta de uma intervenção condicionante nos websites, abre espaço para a superação da condição de iniciado (infrator), para a condição de moderador e reeducado. Indicando a possibilidade da mudança de representação no ambiente, por meio das performances em rede, com a real possibilidade de romper o ciclo de penúria e frustação por meio do compartilhamento dos saberes. No âmbito da narrativa da superação as chances de sucesso em uma sociedade do consumo marcada por estereótipos passam a delinear a narrativa primordial descrita por Todorov (2006), no sentido da certeza de não haver surpresas quando tudo é dito de antemão. No estudo das narrativas das dietas para emagrecer ficou evidente a tensão da força da mudança no decorrer dos acontecimentos por meio da narrativa da "vida" e a complexidade que a segunda força esforça-se para organizar, sendo que podemos observar nas narrativas a ordem por meio da repetição. E completando a ideia, segundo Foucault (2008), haja vista este corpo estar pronto para ser submetido e transformado pela "mente treinada" para se adaptar ao modelo cultural e social imposto pela sociedade capitalista de consumo, por meio da publicidade e da mídia. Na narrativa da superação também podemos encontras elementos da narrativa psicológica, sendo que a ação dos internautas em suas performances em rede no âmbito das dietas para emagrecer traz características pessoais e elementos da personalidade permeados por valores culturais e sociais. Estas características ficam evidentes nas narrativas que afirmam que os internautas que atingiram a sua meta na dieta foram persistentes e superaram as barreiras.

Referências Bibliográficas

BARROS MOTA, Louise Menegaz. **Tese de mestrado em Direito pela UFMG:** Jeremy Bentham: Entre o esquecimento e o retorno às ideias de um visionário.

BARBERO, Jesus Martin. **Dos meios às mediações.** Editora UFRJ-RJ, 2009.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir.** 35ª. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2008 – 288p.



LEFEBVRE, H. **La presencia y la ausencia:** contribución a la teoría de las representaciones. México. Fundo de Cultura Econômica, 2006.

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência.** Tradução de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. Ed. revista e modificada pelo autor - 8 Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

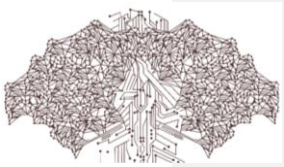
TODOROV, Tzvetan. **As Estruturas Narrativas.** Editora Perspectiva, São Paulo-SP, 2006.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PARA O ESTUDO DA OBESIDADE E SÍNDROME METABÓLICA (ABESO)
<http://www.abeso.org.br/>. *Acesso em 11 de dezembro de 2017*

SNIPPETS EM DESTAQUE NA PESQUISA. SUPORTE GOOGLE.
<https://support.google.com/webmasters/answer/6229325?hl=pt-BR>. *Acesso em 20 de novembro de 2017.*

TABOOLA FOR ADVERTISERS
<https://www.taboola.com/advertisers> . *Acesso em 12 de dezembro de 2017.*

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ANÁLISE DOS SOFTWARES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL UTILIZADOS PELO MARKETING POLÍTICO NO BRASIL E SUAS IMPLICAÇÕES [1]

Carla Oliveira Santos[2]

Resumo: Este artigo visa refletir sobre o uso da Inteligência Artificial (IA) pelo marketing político e suas implicações. Tem como objeto de estudo o software *War Room*, da empresa brasileira, Stilingue. Com base neste software serão levantados os métodos de IA utilizados, suas funcionalidades e aplicações. Para tanto serão analisadas as informações disponibilizadas no site desta empresa. De posse dessas informações serão identificadas as implicações do uso da IA pelo marketing político tendo como referencial teórico, as práticas discursivas (Foucault) e o debate sobre a sociedade de controle e a modulação do comportamento humano (Deleuze).

Palavras-chave: marketing politico; inteligência artificial; sociedade de controle.

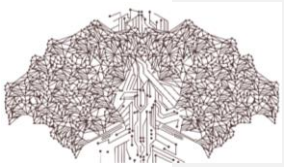
Introdução

O rápido desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação (TICs) nos últimos anos modificou significativamente a vida social. Os dados tornaram-se menos palpáveis, passando do papel, ao disquete e à nuvem. A Internet conectou o mundo, os processos tornaram-se instantâneos e a vida dinâmica. As mudanças nos meios e nas técnicas alteraram as relações entre as pessoas, desencadeando transformações na esfera política, nos comportamentos e desejos, nas diversas áreas do conhecimento e profissões (CAVALHEIRO e BRANDÃO, 2017).

De acordo com Cavalheiro e Brandão (2017) através dessa rede, se expressam atores coletivos e circulam mensagens sem burocracia ou hierarquia favorecendo o surgimento de movimentos autônomos. As novas tecnologias desempenham um papel importante na independência individual e coletiva, em que as relações hierárquicas de transmissão de informações, antes restrita a grandes veículos, dão lugar a situações de igualdade, nas quais todos

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 15: Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Mestranda em Ciência Humanas e Sociais na Universidade Federal do ABC. E-mail: carla.olivei@gmail.com



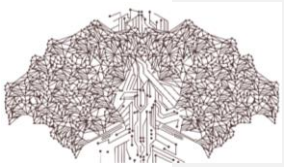
podem ser receptores e atores. No entanto, Wolton (2010 apud CAVALHEIRO e BRANDÃO, 2017, p.88) argumenta que o processo tecnológico é ambíguo, pois ampliou a interatividade e a circulação de mensagens, porém não aumentou a comunicação.

A rapidez com que mensagens circulam na rede provoca alterações nos comportamentos e torna nossas diferenças ainda mais visíveis, principalmente no campo político. Diante dessa pluralidade de vozes diversas estratégias são construídas para que determinadas ideais se sobressaiam em detrimento de outras. Essas técnicas de persuasão utilizadas ao longo da história ganham outras formas com o novo cenário tecnológico, como por exemplo, o uso de algoritmos para alavancar tópicos de debate e disseminar noticias e ideias. Essas táticas aplicadas à venda de produtos e promoção de marcas também vêm sendo utilizadas para influenciar a opinião pública (CAVALHEIRO e BRANDÃO, 2017).

A instantaneidade com que mensagens são visualizadas, editadas, apagadas, comentadas ou compartilhadas cria um cenário de incerteza, já que erros jornalísticos e notícias falsas adquirem ampla e rápida repercussão e geram, sobretudo no campo político, verdadeiros confrontos de informações. Os avanços da tecnologia da informação, na virada do século XIX para o século XX, trazem um aspecto novo para o desempenho retórico do ambiente político: o surgimento de ferramentas de ampla utilização global capazes de coletar e sintetizar dados comportamentais e estruturar um alicerce jamais visto para a construção de tudo que diz respeito à dimensão emocional e retórica. É a paixão que passa a comandar, amparada nos fluxos de desejo captados pelas novas tecnologias e aplicadas na infinidade capilar dos canais de comunicação atuais, fazendo valer os interesses de poucos, dando a impressão de é o desejo de muitos (CAVALHEIRO e BRANDÃO, 2017).

O mundo cada vez mais se assemelha a um exercito de pessoas presas e conectadas. Nesse "novo panóptico pagamos para que nos vigiem". Não querendo ser alarmista, ou apocalíptica, mas, como podemos aceitar a transformação das pessoas em combustível para algoritmos, empregados para inúmeras finalidades, sem qualquer conhecimento e permissão? (GUARESCHI et al, 2017).

É necessário refletir sobre essas questões no contexto atual em que as novas tecnologias instituem mudanças de comportamento, agilidade para a propagação de mensagens e um cenário em que se tem mais acesso a informações, mas que também emergem novas estratégias para sobrepor interesses. As marcas desse processo exigem a refletir sobre os seus efeitos, uma vez que as novas mediações podem ampliar o acesso a outras nuances e modos de narrar o mesmo fato ou reduzir nossa compreensão à bolha da mentira, que repercute, se amplifica e nos cega. A comunicação e a retórica podem ser empregadas visando à dominação ou a libertação, para impor



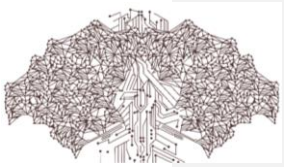
ideias e interesses ou para a construção de um agir comum orientado ao bem social (CAVALHEIRO e BRANDÃO, 2017).

Para refletir sobre essas questões este artigo foi estruturado da seguinte forma: **Práticas Discursivas, Criação de Verdade e Poder**: Discorre sobre as práticas discursivas, a relação entre criação da verdade e poder e como isso tem influência na política e na vida em geral; **Sociedade de Controle e Modulação**: Dialoga com o item anterior apresentando o conceito de sociedade de controle, modulação e as diferenças entre tecnologias de manipulação e tecnologias de modulação; **Psicometria, *Big Data* e Algoritmos**: Explica o conceito de psicometria, *Big Five* e como essas práticas psicológicas estão sendo usadas por algoritmos como formas de modulação; **Inteligência Artificial no Marketing Político e suas Implicações**: Apresenta exemplos de utilização de IA e psicometria nas campanhas eleitorais americanas, define marketing político e sua evolução e faz uma breve abordagem sobre a IA e suas aplicações no marketing político; Apresenta a Stilingue, empresa brasileira, que desenvolveu o *War Room*, assim como as características e aplicações desse software de IA; e por fim, é tecida uma **Conclusão**.

Práticas Discursivas, Criação de Verdade e Poder

De acordo com Foucault (1997) é possível reconhecer um nível singular que permite analisar os sistemas de pensamento - o nível das práticas discursivas - que são caracterizadas pelo recorte de um campo de projetos e pela fixação de normas para a elaboração de conceitos e teorias. No entanto, as práticas discursivas não são apenas modos de fabricação de discursos. Elas ganham corpo em conjuntos técnicos, em instituições, em esquemas de comportamento, em tipos de transmissão e de difusão, em formas pedagógicas, que ao mesmo tempo as impõem e as mantêm.

O discurso liga o que está dentro (crenças, valores, intensões, sentimentos, desejos) ao que está fora. Essa troca de sentidos acontece diariamente na comunicação cotidiana e constrói, a cada diálogo, uma situação que pertence ao mundo compartilhado do eu e do outro. Entretanto, na vida social, percebem-se as distorções desse processo nos discursos orientados para influenciar ou enganar. A forma como a mídia destaca temas e trabalha seus modos de dizer colabora para determinadas construções de imagens que formamos de organização, acontecimentos e personalidades. Partidos políticos, na busca pelo poder, se utilizam de estratégias para sobrepor as suas versões dos fatos (CAVALHEIRO e BRANDÃO, 2017).

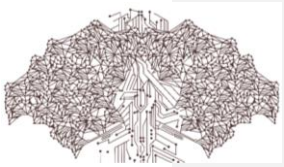


Foucault (2015) explica que em nossa sociedade, a "economia política" da verdade tem cinco características: 1) a "verdade" é centrada na forma do discurso científico e nas instituições que o produzem; 2) está submetida a uma constante incitação econômica e política; 3) é objeto de uma imensa difusão e de um imenso consumo; 4) é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos; 5) por fim é objeto de debate politico e de confronto social.

Para Foucault (2015) a questão da filosofia política poderia ser formulada nos seguintes termos: Como pode o discurso da verdade fixar os limites do poder? De que regras as relações de poder lançam mão para produzir discursos de verdade? Em uma sociedade como a nossa, existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que essas relações de poder não podem se estabelecer nem funcionar sem uma produção e uma acumulação do discurso.

De acordo com Foucault (2015), temos que produzir a verdade para poder produzir riqueza. Também estamos submetidas à verdade no sentido que ela é lei e produz o discurso verdadeiro que decide, transmite e reproduz, ao menos em parte, efeitos de poder. Afinal somos julgados, condenados, classificados, obrigados a desempenhar tarefas e destinados a certo modo de vida em função dos discursos verdadeiros que trazem consigo efeitos específicos de poder.

> Por mais tortuosos que tenham sido os caminhos traçados pela retórica ao longo da história, a presença do discurso persuasivo permeia de forma vívida as práticas sociais contemporâneas. Da publicidade e propaganda à política, se sobrepõe aos fatos e tece uma nova cortina de realidade que é embelezada com elementos que são pertinentes àqueles que escutam. Se antes a construção daquilo que deveria ser dito partia das intensões discursivas do enunciatário, hoje essa modulação temática e estética conta com poderosas ferramentas para serem desenvolvidas. Na publicidade, a profusão de dados produzidos pela vida em rede digital permite um mapeamento complexo e eficiente dos interesses, gostos e hábitos dos indivíduos, segmentados em grupos e denominados como consumidores. Na comunicação política, esta realidade está em pleno voo (CAVALHEIRO e BRANDÃO, 2017, p.90).



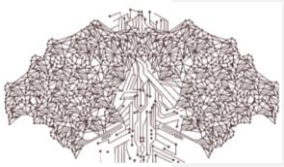
Estamos vivenciando o complexo emprego discursivo da verdade, da não-verdade e da pós-verdade. Por este motivo é importante e necessário tentar identificar os interesses que animam as mediações nos embates sociais e nas práticas discursivas. Em uma sociedade conectada, em rede, a opinião pública circula e se forma em ondas sem os velhos filtros da *mass media*. Curiosamente, o controle da opinião foi enfraquecido, mas as possibilidades de modulação e manipulação aumentaram. (SILVEIRA, 2017 apud GUARESCHI at al, 2017a, p.10).

Sociedade de Controle e Modulação

Em post-scriptum sobre as sociedades de controle, Deleuse (1992, p. 219) descreve que Foucault situou as sociedades disciplinares nos séculos XVIII e XIX e seu apogeu no século XX. A grande marca desse tipo de sociedade são os meios de confinamento, onde os indivíduos passam de um meio fechado para outro, por exemplo: de casa para a escola, da escola para a fábrica. Além, dos hospitais e presídios. De acordo com Deleuze (1992) Foucault fez uma análise desses meios de confinamento, especialmente na fabrica, onde era preciso concentrar; distribuir no espaço; ordenar no tempo; compor no espaço-tempo uma força produtiva. No entanto, Foucault sabia da brevidade desse modelo e do surgimento de um novo tipo de sociedade.

> "São as sociedades de controle que estão substituindo as sociedades disciplinares. "Controle", é o nome que Burroughs propõe para designar o novo monstro, e que Foucault reconhece como nosso futuro próximo. Paul Virilio também analisa sem parar as formas ultrarrápidas de controle ao ar livre, que substituem antigas disciplinas que operavam em um sistema fechado". (DELEUZE, 1992, p. 220).

Os diferentes modos de controle, os "controlatos", são variações inseparáveis, formando um sistema de geometria variável cuja linguagem é numérica (o que não quer dizer necessariamente binária). Os confinamentos são moldes, moldagens distintas, mas os controles são uma modulação que muda continuamente, a cada instante como uma peneira cujas malhas mudam de um ponto a outro. Nas sociedades de controle o essencial não é mais uma assinatura e uma matricula como ocorria nas sociedades disciplinares, mas sim, uma cifra que é uma senha. Os indivíduos tornaram-se "dividuais", divisíveis, e as massas tornaram-se amostras, dados, mercados, "bancos" (DELEUZE, 1992, pp. 221-222).

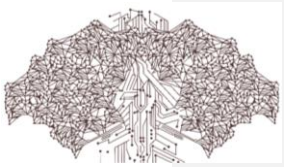


Mas afinal o que é modulação como modalidade de exercício de poder? Quais são as forças que a modulação controla e captura (LAZZARATO, 2006)? Para Lazzarato (2006) nas sociedades de controle, as relações de poder se expressam pela ação a distância de uma mente sobre outra, pela capacidade de afetar e ser afetado dos cérebros, midiatizada e enriquecida pela tecnologia. As instituições das sociedades de controle são assim caracterizadas pelo emprego das tecnologias de ação à distância, mais do que pelas tecnologias mecânicas (sociedades da soberania) ou termodinâmicas (sociedades disciplinares). A captura, o controle e a regulação da ação a distância das mentes entre si se faz através da modulação dos fluxos, de desejos, de crenças e das forças (a memória e atenção) que as fazem circular entre os cérebros. As máquinas de modular o tempo são dispositivos capazes de intervir no acontecimento, na cooperação entre os cérebros, através da modulação das forças envolvidas nessa cooperação, tornando-se assim a condição necessária de todo processo de constituição de uma subjetividade.

Assim como é preciso compreender as diferenças entre as sociedades disciplinares e as sociedades de controle, no cenário contemporâneo, dominado pelas TICs, é necessário distinguir os dispositivos de manipulação dos dispositivos de modulação. De certo modo, as empresas de comunicação jornalística são expressões dos mecanismos e instâncias da prática dos "jogos de verdade". A verdade é em si poder. Uma verdade é construída manipulando elementos da realidade, unindo em determinado sentido os fatos, selecionando o que relatar e o que desconsiderar ou omitir (SILVEIRA, 2017).

Para Silveira (2017) as tecnologias de modulação são distintas das tecnologias de manipulação ou de formação de verdade pelo discurso. Os moduladores são *actantes*, humanos e não humanos, cuja missão é a intermediação de pessoas, de signos ou de máquinas, são sutis e se apresentam como facilitadores do cotidiano. A modulação do comportamento é o objetivo final da análise de dados pessoais coletados no mercado. Os processos de modulação não são meramente de distribuição de publicidade, implicam na construção de situações sociais, de interações específicas, criando ambientes distintos daqueles em que a propaganda é realizada nos intervalos dos programas de televisão. As tecnologias de modulação permitem agir de modo eficaz sobre nossa atenção por serem quase sempre baseadas em nossa subjetividade revelada e em nosso potencial afetivo.

> É fácil fazer corresponder a cada sociedade certos tipos de máquina, não porque as máquinas sejam determinantes, mas porque elas exprimem as formas sociais capazes de lhes darem nascimento e utilizá-las. As antigas sociedades de soberania manejavam máquinas simples, alavancas, roldanas, relógios; mas as sociedades disciplinares recentes tinham por equipamento máquinas energéticas, com o perigo passivo



> da entropia e o perigo ativo da sabotagem; as sociedades de controle operam por máquinas de uma terceira espécie, máquinas de informática e computadores, cujo perigo passivo é a interferência, e o ativo a pirataria e a introdução de vírus. (DELEUZE, 1992, p. 223).

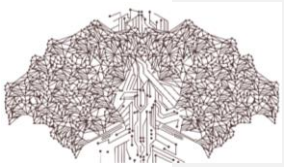
O capitalismo, ao reviver a "megamáquina", alterou profundamente as formas de servidão. Reduziu progressivamente o número de operadores humanos "recalcitrantes e não confiáveis" e multiplicou os "agentes confiáveis e eletrônicos". A história do neoliberalismo é marcada por uma "servidão generalizada" que constitui a "megamáquina" contemporânea. Seus dispositivos vão além da fábrica. As novas máquinas sociais e técnicas tomaram posse do comportamento e das atitudes não apenas no trabalho, mas também na vida diária (LAZZARATO, 2014).

Com o avanço da propaganda e posteriormente com o advento da televisão, uma máquina cada vez mais bem-organizada se desenvolveu, da qual o *Google* e o *Facebook* podem ser considerados o coroamento: imensos "bancos de dados" (*Big Data*) e softwares de IA que funcionam como dispositivos de reconhecimento de padrões, comportamentos e de marketing, reúnem, selecionam e vendem milhões de dados sobre nossas aquisições, hábitos de leitura, filmes favoritos, gostos, roupas, bem como o modo como passamos nosso tempo livre. Essas informações concernem os "dividuais" (LAZZARATO, 2014).

> O marketing é agora o instrumento de controle social, e forma a raça impudente dos nossos senhores. O controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado, ao passo que a disciplina era de longa duração, infinita e descontínua. Será que já se pode apreender esboços dessas formas por vir, capazes de combater as alegrias do marketing? (DELEUZE, (1992, ps. 224 e 226).

De acordo com Silveira (2017) a modulação também pode servir para nominar a última das quatro camadas do mercado de dados pessoais, vital para o marketing. Depois de capturar e armazenar os dados para processamento e mineração, as empresas definem amostras de perfis similares que servem aos dispositivos de modulação. A partir dos gostos, do temperamento, das necessidades, das possibilidades financeiras, do nível educacional, entre outras categorias, as empresas oferecem soluções, definições, produtos e serviços para suas amostras, ou melhor, para um conjunto potencial de consumidores que tiveram seus dados tratados e analisados. O sucesso da modulação depende da análise precisa das pessoas que serão moduladas.

Modular o que passará a ser imprescindível ou útil para o cotidiano de uma pessoa ou grupo social é muito complexo. Está relacionado com a capacidade preditiva que se busca cada vez mais com as tecnologias de *Big Data* e com os estudos que estão sendo feitos pelas ciências cognitivas



e IA. Podemos observar o uso cada vez maior das neurociências e da psicologia na composição das equipes de marketing e de ação em redes de modulação e no campo político. O que as pessoas estão interessadas em saber pode denotar uma preocupação social e gerar possibilidades de modular caminhos, restringir escolhas e incentivar opções (SILVEIRA, 2017).

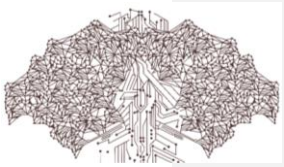
Psicometria, *Big Data* e Algoritmos

A psicometria é uma área da Psicologia que procura analisar e medir características psicológicas e a personalidade individual. Um dos instrumentos empregados é o *Big Five* (cinco dimensões centrais da personalidade dos seres humanos). Esses estudos foram elaborados por diferentes psicólogos na década de 1980 através de uma análise fatorial das informações fornecidas pelas pessoas pesquisadas a partir de inventários de personalidade e de extensos questionários. Todas as informações eram sintetizadas em cinco principais fatores: 1) abertura ao novo, 2) consciência, 3) sociabilidade, 4) extroversão e 5) traços neuróticos. Pesquisas baseadas nesse modelo foram feitas pelo mundo inteiro, consumindo muito tempo e dinheiro (GUARESCHI, 2017).

Michael Kosinski, durante seu doutorado em Cambridge, juntamente com um colega, criaram o aplicativo *MyPersonality*, que disponibilizava uma série de questionários psicométricos, a partir de perguntas retiradas do *Big Five*. O objetivo deles era que alguns amigos preenchessem os questionários, mas surpreendentemente centenas, milhares e depois milhões lhes revelavam suas crenças, sentimentos e comportamentos. E assim eles se viram diante do maior banco de dados de personalidade da história (GUARESCHI, 2017).

No início, o interesse dos pesquisadores era apenas colocar os responsáveis numa das dimensões do *Big Five*. No entanto, aos poucos eles começaram a comparar os resultados com outros dados digitais, como o que os participantes curtiam, o que postavam no *Facebook* e depois passaram a comparar também em outras mídias, como pesquisas no *Google*, mensagens no *Twitter*. Além disso, eles também podiam identificar o gênero, a idade, o endereço, até a profissão e outras informações dos respondentes. Assim começou a surgir a possibilidade de fazer perfis inesperados e comparações entre esses perfis (GUARESCHI, 2017).

Sem dúvida essa foi uma das descobertas mais impressionantes para o campo da psicologia da persuasão e da psicologia da propaganda, da publicidade, da política, da economia. Dependendo da quantidade de pessoas investigadas nas redes sociais e das manifestações dessas pessoas, foi possível elaborar perfis extremamente minuciosos e detalhados de grande número de



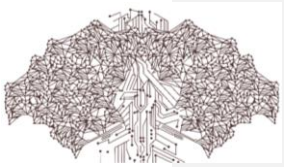
pessoas que podiam estar à disposição para estudos de todo o tipo, além, de se tornarem clientes para fins de propaganda e publicidade (GUARESCHI, 2017).

Pode-se perceber a enorme eficácia dos que trabalham com tecnologias no campo da psicologia. O poder que está em fazer uso de enormes quantidades de informações e dados (*Big Data*) propiciados pelas mídias sociais. Não há problema nenhum para as máquinas computacionais em recolher milhares, até milhões de dados sobre o comportamento de grupos e pessoas e extrair leis tendenciais suficientes para que se possa conhecer o que uma pessoa ou um grupo pensa, acredita, gosta, quais os valores que aprecia ou defende, quais as motivações que os move. É evidente que sempre haverá pessoas que discordam de determinadas opiniões ou valores; mas isso não tem importância para quem sabe que suas comunicações e seus anúncios vão atingir milhões, e grande número desses milhões poderá ser influenciado por essas mensagens (GUARESCHI, 2017).

É evidente que não se pode ter certeza sobre qual a tendência política de determinada pessoa. Mas, para quem deseja saber qual o político preferido, ou quais as qualidades exigidas pelas pessoas para votarem em determinado candidato, lança-se mão da lei das proporcionalidades, onde tudo depende do tamanho da amostragem. E o tamanho não é problema para as grandes máquinas e estratégias de IA (GUARESCHI, 2017).

À medida que as diferentes manifestações de um usuário do *Facebook*, *Whataspp*, *Twitter*, e-mail, ou de inúmeros outros programas de relacionamento, vão sendo postadas, sem que as pessoas tenha consciência disso, o algoritmo de IA, um princípio ativo que identifica e concentra um imenso banco de informações "livremente" oferecidas, vai sendo construído. São todas as informações necessárias para que uma determinada pessoa seja acessada, contatada, informada, solicitada. Além disso, ela vai fazer parte de uma categoria, de uma classe de pessoas mais ou menos homogêneas, com características semelhantes, que irão formando as categorias que os interessados em determinados projetos vão acionar para levar adiante seus propósitos (GUARESCHI, 2017).

As evidências de que isso já está sendo feito são comprovadas por exemplos que vivemos diariamente. Ao postar algo nas redes sociais, pesquisar informações, adquirir alguma mercadoria, dentro de instantes já começamos a receber informações relacionadas com a atividade/ação que foi realizada. Evidente que não são pessoas que estão verificando as postagens e respondendo com informações relacionadas. Há algoritmos que fazem isso, cuja programação pode ser mais ou menos direta, oferecida com mais ou menos frequência, com maior ou menor intensidade, de forma estática ou em vídeos (GUARESCHI, 2017).



Atualmente, podemos considera a postagem como sendo a maneira de responder ao questionário, ou uma entrevista dirigida. A curtida é a informação mais carregada de valor. "Se em português essa manifestação de valor é mais disfarçada, em inglês ela é direta: like (gosto, desejo)". Outras estratégias de oferecimento gratuito de informação é o compartilhamento e o comentário. Não é à toa que o *Facebook* pergunta: "No que você está pensando 'Carla'?". A primeira vista, parece que o algoritmo está nos tratando com gentileza e intimidade, pois ao fazer a pergunta nos chamam pelo primeiro nome. Mas, por trás disso está escondido o desejo de nos observar e obter a maior quantidade possível de informações a nosso respeito (GUARESCHI, 2017).

Alguns exemplos mostram a variedade e a eficácia das estratégias que podem ser usadas com o uso das informações das mídias. Em 2012, a equipe de Kosinki mostrou que com uma média de 68 curtidas por usuário, era possível prever sua etnia com 95% de precisão; e sua orientação sexual com 88% de precisão. Para o caso dos Estados Unidos, podia-se prever em 85% dos casos se era democrata ou republicano (GUARESCHI, 2017).

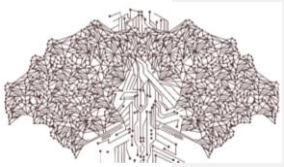
O emprego das informações midiáticas presentes na mídia torna-se muito importante para previsões no campo da política. O tratamento de massas de dados com o suporte de algoritmos específicos garantem uma previsibilidade cada vez mais confiável dos acontecimentos. Eles podem ter falhas, mas é uma disposição técnica, que no caso da IA ela mesma vai se aperfeiçoando (GUARESCHI, 2017).

Inteligência Artificial no Marketing Político e suas Implicações

No campo da política, o uso das TICS criou novos mecanismos de atuação política para além dos canais institucionais, assim como possibilitou a entrada de novos atores, inserindo uma dinâmica inovadora dentro do jogo político contemporâneo, introduzindo práticas e adaptando as antigas ao contexto digital (PENTEADO, 2011).

Três importantes eventos políticos ocorridos nos Estados Unidos foram marcados pela intensa utilização das TICs. O primeiro foi referente à vitoriosa campanha de Barack Obama para a presidência dos Estados Unidos em 2008. O segundo corresponde à reeleição de Barack Obama em 2012. Já o terceiro, foi a polêmica vitória de Donald Trump que utilizou os serviços de *Big Data* e psicometria prestados pela empresa *Cambridge Analytica*.

De acordo com Domingos (2017) foi o *Machine Learning* que elegeu o presidente dos Estados Unidos em 2012. Segundo ele, a campanha de Mitt Rommey seguiu uma abordagem convencional de consulta, agrupando eleitores em amplas categorias e atendo-se ou não a cada



uma delas. Por outro lado, Obama contratou Rayid Ghani, um especialista em *Machine Learning*, como cientista-chefe de sua campanha. Ghani deu inicio à maior operação de análise da história política. Eles consolidaram todas as informações sobre eleitores em um único banco de dados; combinaram o que conseguiram obter em redes sociais, marketing e outras fontes; e previram quatro coisas para cada eleitor: 1) qual a probabilidade de apoiar Obama, 2) de comparecer às pesquisas, 3) de reagir aos lembretes da campanha para fazer isso e 4) mudar de opinião a partir de uma troca de ideias sobre um assunto especifico. Com base nesses modelos de eleitores, toda noite a campanha executava 66.000 simulações da eleição e usava os resultados para direcionar seu pelotão de voluntários munidos com as informações de quem deveriam chamar, em quais portas deveriam bater e o que dizer (DOMINGOS, 2017).

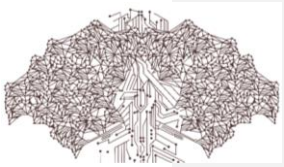
Para Domingos (2017) na política, como nos negócios e na guerra, não há nada pior que ver seu oponente realizar movimentos que você não entende e sobre os quais não sabe o que fazer. Foi isso que aconteceu na campanha de Romney. Eles podiam ver o adversário comprando anúncios em determinadas emissoras a cabo de cidades especificas, mas não sabiam o motivo. No final, Obama ganhou a preferência de todos os estados decisivos, menos da Carolina do Norte, com margens maiores que o previsto até pelos mais confiáveis peritos em opinião pública.

De acordo com o site CNseg (2017)[3], Donald Trump, com pouca experiência digital, parecia, inicialmente, não ter a seu dispor todo o aparato tecnológico do qual Hillary dispunha e que já havia ajudado Obama a se eleger e se reeleger, com base em conceitos demográficos, listas de endereços e o trabalho de analistas de *Big Data* e *Machine Learning*. No entanto, a tecnologia que ajudou a Obama já não era o que havia de mais moderno e eficiente, ao contrário da que foi apresentada a Trump por seu conselheiro de campanha e atual estrategista-chefe da presidência, o dono de um site de extrema direita, Steve Bannon, também membro do conselho da *Cambridge Analytica*.

A *Cambridge Analytica* é uma empresa de marketing político que utiliza a psicometria, compra dados pessoais de um conjunto de fontes diferentes e dados online para calcular um perfil *Big Five* de personalidade com a finalidade de classificar os eleitores psicometricamente (CNseg, 2017).

Esta empresa dividiu a população dos EUA em 32 tipos de personalidade, focando em apenas 17 estados e descobriu, por exemplo, que a preferência por carros fabricados nos EUA era um grande indicador de um potencial eleitor de Trump. No dia do terceiro debate presidencial

[3] http://cnseg.org.br/cnseg/servicos-apoio/noticias/como-o-big-data-e-a-psicometria-ajudaram-trump-a-vencer-as-eleicoes-norte-americanas.html



entre Trump e Hillary, a equipe do candidato testou 175 mil variações diferentes de anúncios publicitários de modo a encontrar as versões mais certeiras via *Facebook*. Em sua maioria, as mensagens diferiam umas das outras por detalhes microscópicos, de modo a apontar para os destinatários com a melhor abordagem psicológica possível: diferentes títulos, cores, legendas, com uma foto ou vídeo (CNseg, 2017).

Em julho de 2016, os cabos eleitorais de Trump receberam um aplicativo para identificar a visão política e tipo de personalidade dos habitantes de uma residência. Era o mesmo aplicativo usado na campanha do Brexit. As equipes de Trump tocavam a campainha das casas que o aplicativo classificava como receptivos a suas mensagens e os cabos eleitorais estavam preparados com orientação para conversas adaptadas ao tipo de personalidade do residente (CNseg, 2017).

De acordo CNseg (2017) após a vitória de Trump, a *Cambridge Analytica* vem fazendo diversas conferências pela Europa, onde cresce o apoio da população a partidos populistas de extrema direita, como na França, Holanda, Grécia, Áustria, Dinamarca e Hungria, entre outros, inclusive o Brasil.

Todos esses exemplos visam reforçar e deixar claro o poder que está sendo gerado por meio do uso de psicometria, IA e *Big Data* pelo marketing político e o quanto isso precisa ser analisado e compreendido.

Marketing Político

Para Penteado (2011) o marketing político também está se reconfigurando e se adaptando às novas possibilidades que o desenvolvimento das tecnologias digitais introduz, principalmente com o uso da Internet. As rápidas transformações do campo da comunicação digital permitiram a criação de novas formas de articulação que começam a ser exploradas dentro das ações do marketing político contemporâneo.

Penteado (2011) destaca dois importantes elementos para compreender o desenvolvimento do marketing político: a formação de uma nova visibilidade política pelos canais da Internet e uma nova estrutura de comunicação que encontra no meio digital um espaço de convergência das novas tecnologias e formas de comunicação interativa. Na sua visão a comunicação política está atravessando uma nova fase, caracterizada pela incorporação das TICs em suas práticas. Essas inovações oferecem novas possibilidades de interação entre os partidos e candidatos com a população por meio de canais diretos da rede de comunicação, sem a necessidade da

intermediação das práticas eleitorais consolidadas (uso dos cabos eleitorais) e dos meios de comunicação tradicionais.

Penteado (2011) identifica três fases do marketing político, sendo que a terceira ele divide em dois momentos. Considerou o Brasil como referência para efetuar esta análise.

A primeira fase pré-moderna (1945-84) foi definida como um estágio de pré-criação do marketing político. Não existia a profissionalização dos participantes das campanhas, as ações eram caracterizadas pelo uso do instinto dos candidatos na condução de sua comunicação com o eleitorado que centralizavam as ações em torno de sua rede de relações pessoais. Nesse primeiro estágio, a comunicação com o eleitorado era intermediada pelos cabos eleitorais, pelo contato corpo a corpo entre eleitor e candidato, pelas ferramentas de comunicação do partido e pelo uso de discursos no rádio, principal meio de comunicação desta época (PENTEADO, 2011).

A segunda fase, considerada moderna (1985-2002), foi marcada pela profissionalização da atividade do marketing político, com a entrada de profissionais da área de comunicação nos núcleos de campanha, antes dominados por partidários políticos. Nesse período, a comunicação ganha maior destaque dentro das campanhas, principalmente pela consolidação dos meios de comunicação de massa, em especial a televisão. A grande penetração desse meio fez com que o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) se tornasse o centro das ações da campanha. As peças divulgadas nesse horário passaram a ser produzidas por especialistas, muitos deles da área de propaganda comercial, encarecendo as campanhas. A consolidação da atividade do marketing profissional gerou inúmeras críticas quanto à alienação do eleitorado e desqualificação do debate político (PENTEADO, 2011).

Na terceira fase considerada como pós-moderna passou-se a utilizar o espaço digital como um novo canal de comunicação para circulação das mensagens de propaganda eleitoral. As primeiras experiências são marcadas pela criação dos websites oficiais das campanhas dos candidatos, onde os usuários podiam encontrar material de campanha. Com o desenvolvimento da atividade, sob influência do modelo norte-americano de campanha, cria-se um mercado de informações sobre o eleitorado que permite a elaboração de mensagens personalizadas distribuídas via e-mail (PENTEADO, 2011).

Penteando (2011) destaca um desdobramento desse estágio com a Web 2.0, que introduz outras formas de utilização das novas tecnologias na estratégia de campanha, colocando novos desafios para os profissionais da área que ainda estão aprendendo o uso mais eficiente desses dispositivos. Os aspectos interativos e colaborativos da Web 2.0 despontam como a última novidade que as campanhas eleitorais estão buscando incorporar nas ações eleitorais, com ações descentralizadas de militantes e simpatizantes que usam a rede e seus dispositivos, em especial as

redes sociais para mobilizar os eleitores e, principalmente, atacar os adversários. Outra ferramenta muito utilizada são os blogs, que funcionam como espaços de divulgação e circulação de informação política, colocando-se como alternativas de comunicação aos meios jornalísticos tradicionais.

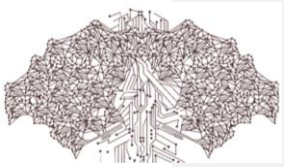
Considerando o estágio atual que estamos vivendo vale acrescentar mais um desdobramento que é a utilização da psicometria, IA e *Big Data* nas campanhas eleitorais. Esse estágio ainda está em desenvolvimento e são poucos os estudos que abordam esse tema. Para Penteado (2011) as novas práticas não virão em substituição às antigas, pelo contrário, elas tendem a ser coordenadas e alinhadas para atuar em sinergia com as técnicas tradicionais. Nesse contexto de constantes transformações, o marketing político vai se configurando como uma prática dentro das campanhas eleitorais, despertando diversas questões que precisam ser analisadas e compreendidas. O Quadro 1 mostra de forma resumida as fases do marketing político.

Quadro 1– Fases do Marketing Político

Nome	Características	Tipo ideal de comunicação	Meio de comunicação
Fase 1. Pré-moderna	Marketing político intuitivo, ligação próxima entre candidato e eleitor; ênfase na mobilização de grupos sociais.	Corpo a corpo (pessoal)	Jornal do partido, panfletos e rádio
Fase 2. Moderna	Marketing político de massa; profissionalização das campanhas; ênfase na persuasão dos eleitores.	Comercial de televisão, spots	Rádio e televisão
Fase 3.1. Pós-moderna	Marketing político segmentado; uso de banco de dados; ênfase em mensagens personalizadas	Website de campanha	Internet: portais e e-mails
Fase 3.2. Colaborativa	Marketing político colaborativo; descentralização das ações de campanha; ênfase na mobilização virtual pelas redes sociais.	Redes sociais	Internet: redes sociais e blogs
Fase 3.3 Inteligência Artificial e Big Dada	Identificação de padrões; monitoramento das redes sociais; vigilância robotizada; reconhecimento facial (memes) e psicometria.	Redes sociais, Whatsapp	Internet, redes sociais, fake news e bots

Inteligência Artificial

A Revolução Industrial automatizou o trabalho manual e a Revolução da Informação fez o mesmo com o trabalho mental. Assim como a Internet, o computador pessoal, o automóvel e o



motor a vapor, a revolução da Inteligência Artificial causará extensas mudanças econômicas e sociais (DOMINGOS, 2017).

Tradicionalmente, a única forma de fazer um computador executar uma operação era desenvolver um programa, ou seja, escrever um algoritmo. No entanto, os algoritmos de *Machine Learning*, também conhecidos como aprendizado de máquina descobrem tudo sozinhos, fazendo inferências a partir de dados. E neste caso quanto mais dados melhor. A sociedade está mudando ao ritmo do aprendizado de máquina que está recriando a ciência, a tecnologia, os negócios, a política e a guerra. No caso da política, o candidato com os melhores modelos de eleitores vence. (DOMINGOS, 2017).

A Inteligência Artificial é uma prática discursiva que reúne em seu discurso diversas disciplinas e áreas da ciência. De acordo com Domingos (2017) há cinco escolas rivais dentro do *Machine Learning*, que é um subconjunto da Inteligência Artificial. São elas: 1) os simbolistas que consideram o aprendizado como o inverso da dedução e pegam ideias da filosofia, psicologia e lógica; 2) Os conexionistas usam o cérebro em sua engenharia reversa e são inspirados pela neurociência e física; 3) os evolucionistas simulam a evolução no computador e se baseiam na genética e na biologia evolutiva; 4) os bayesianos acreditam que o aprendizado é um tipo de inferência probabilística e têm suas raízes na estatística e 5) os analogistas aprendem fazendo extrapolação a partir de julgamentos de semelhanças e são influenciados pela psicologia e otimização matemática.

É importante enfatizar que muitas vezes *Machine Learning* e *Deep Learning* são definidos como sendo Inteligência Artificial. Domingos (2017) esclarece que tecnicamente ambos são subconjuntos da Inteligência Artificial. Podemos considerar a IA como sendo um grande guarda-chuva para diversos métodos.

Robôs (Inteligência Artificial) e *Big Data* serão as armas do marketing político para as eleições de 2018, no Brasil. Desde as eleições de 2014 que a disputa política por influência digital vem ganhando espaço no Brasil e preparando o terreno para a batalha que será travada nas eleições de 2018. Esse grande arsenal virá de empresas como a brasileira **Stilingue** e da ***Cambridge Analytica***, a polêmica consultoria que trabalhou na campanha de Donald Trump e que desembarcou no Brasil no final de 2017 (MOTA, 2017, online).

A Stilingue

Esta empresa varre a internet com um software de IA capaz de ler textos em português (já usado para fazer previsões sobre as votações no Congresso). Este software é o ***War Room***. Ele



utiliza o que a Ciência da Computação chama de "processamento de linguagem natural" (*Natural language processing* - NLP). Uma equipe de 35 desenvolvedores, localizados em Ouro Preto (MG), alimenta o computador com textos em português para ensiná-lo a entender e interpretar a língua, identificando padrões comuns. Com essa tecnologia, eles monitoram redes sociais, influenciadores e fazem análise do que é publicado na imprensa. No campo da política, as aplicações dessa vigilância robotizada vão desde gestão de imagem do candidato (a ferramenta consegue inclusive fazer reconhecimento facial para identificar memes) a psicometria (análise de personalidade dos eleitores, útil na formulação do discurso político), e ao chamado "*community management*" (MOTA, 2017, online).

Em janeiro de 2017, Daniel Braga, da Promove Comunicação criou com outros dois sócios a **Social QI**, empresa independente que além de ter João Dória (pessoa física), como cliente, cuidou do marketing digital do governo Temer até julho de 2017. A **Social QI** trabalha com uma integradora que reúne softwares de monitoramento, cujos nomes mantém em segredo. Em paralelo, utiliza o *War Room*, da Stilingue (MOTA, 2017, online).

De acordo com o site[4], a Stilingue possui o arsenal necessário na batalha por inteligência e influência digital. O software desenvolvido por esta empresa é completo para embasar tomada de decisões, com dados de conversas, opiniões e influenciadores dos principais meios online. Com o uso de IA, mais precisamente *Machine Learning*, a Stilingue capta dados não estruturados e os transforma em conteúdos, como relatórios, que podem ser vistos em “tempo real”. Um programa analisa a web, reúne todos os dados sobre um assunto e os exibe de maneira intuitiva (AGRELA, 2015).

Segundo o site da Stilingue, são capturados milhões de publicações ao vivo (em tempo real). Eles não só utilizam (*Big) Deep Dat*a, como levam isso muito a sério. São analisadas, notícias, redes sociais, blogs, fóruns, *revéis*, buscadores e diversas outras fontes de coleta conforme mostra o Quadro 2.

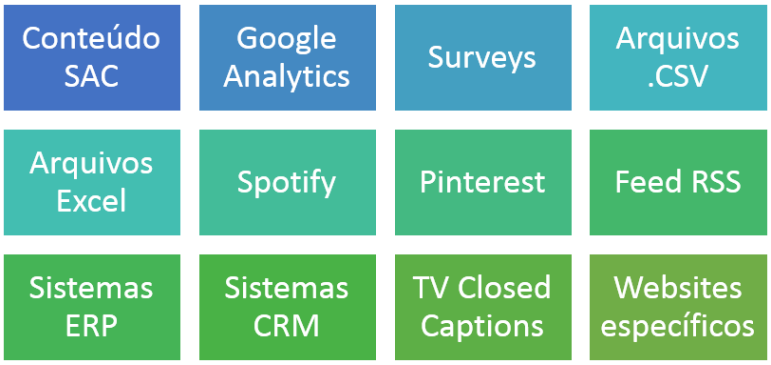
Quadro 2 – Sites analisados pelo software da Stilingue

[4] https://stilingue.com.br/

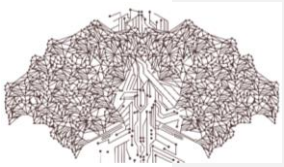


Além dos sites descritos no Quadro 2, a Stilingue também disponibiliza, sob pedido, acesso a dados históricos e integração com uma variedade de outras fontes, conforme mostra o Quadro 3.

Quadro 3 – Sites analisados sob pedido



O software de Stilingue tem por objetivo analisar conteúdos e filtrar tendências via IA. Eles não fazem apenas coleta de palavras. Aplicam automaticamente análises sintáticas e semânticas nos textos com a finalidade de encontrar *insights* e eliminar sujeiras. Usam a velocidade da IA para fazer o melhor uso da inteligência humana. Para isso eles investem nos recursos mais sofisticados de computação linguística e análise de dados não estruturados existentes para a língua portuguesa. Entre eles: a) Processamento de Linguagem Natural (PLN); b) Mineração de Dados; c) Aprendizado de máquina (*Machine/Deep Learning*); d) Visão Computacional e Processamento de Imagem (PDI); e) Interligação de datasources públicos e



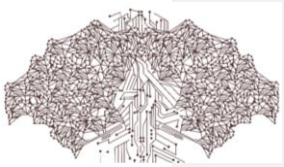
proprietários (Linked Data) e f) Cruzamento com dados de BI, CRM, ERP e outros sistemas terceiros.

Outra caraterística do War Room é que este software detecta influenciadores por tópico de discussão, em ranking inédito. De acordo com o site da Stilingue, eles oferecem o que há de mais avançado em análise de influência. Combinam tecnologia, sociologia e marketing para aportar a profundidade que este assunto demanda. O método abrange variáveis sofisticadas, muito além do número de seguidores e outros scores genéricos. É feito o Ranking AAA de influência. O score de influência considera 3 importantes aspectos para compor o grau de influência de um usuário: 1) Atratividade ao conteúdo: Identificam a atividade relevante de cada perfil social, ou seja, mensuram o potencial de viralização na rede; 2) Afinidade: Dentre as publicações virais consideradas, observam quais tem maior afinidade com o universo amostral da análise e 3) Alcance: Por fim, ponderam com a vazão máxima de cada perfil social.

De acordo com o site da Stilingue o *War Room* tem as seguintes aplicações: Marketing; publicidade; relações públicas; vendas; pesquisa e desenvolvimento; *compliance* e jurídico; SAC e pós-vendas; inteligência de mercado e recursos humanos. O Quadro 4 mostra de forma detalhada as principais funcionalidades deste software.

Quadro 4 – Detalhamento das aplicações do War Room

FUNCIONALIDADE	DESCRIÇÃO
Share of voice e benchmark de marcas	Quão frequente produtos de um determinado cliente são mencionados e/ou comparado aos seus competidores? Em quais canais? Os investimentos estão surtindo efeito na boca do povo?
Percepção de marca	O que as pessoas estão dizendo sobre uma determinada marca? Quais atributos são elogiados e criticados? Esta marca está bem posicionada no mercado?
Pesquisa de audiência, hábitos e atitudes	Quais são as características demográficas, atitudes, opiniões e interesses de pessoas que conversam sobre um determinado assunto?
Influenciadores e trend-setters	Quem está impulsionando positivamente e negativamente a opinião pública? Em quais assuntos específicos? Quem está criando tendências com publicações de alta repercussão? Quais movimentos culturais e memes estão em voga? Como descobrir o que a população está interessada em ouvir?
Repercussão de ações e campanhas	O que as pessoas acharam sobre uma determinada campanha de marketing? Esta campanha teve sucesso em comunicar a mensagem?
Gestão de crise e reputação de marca	Como se antecipar a crises e manifestações que podem prejudicar a imagem de uma determinada marca? Como antever movimentos, detectar detratores e defensores?

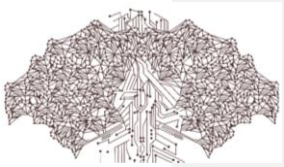


FUNCIONALIDADE	DESCRIÇÃO
Clipping	Quer monitorar +1100 veículos simultaneamente? E contar com o apoio da Inteligência Artificial para destacar o que há de mais relevante sobre clientes e segmentos?
Avaliação da experiência de compras e jornada de consumo	Como o consumidor ou *shopper* trafega pelos pontos de contato com uma determinada marca e funil de decisão de compra? Quais percepções publica na nuvem? Positivas, negativas e com qual intensidade?
Geração de leads e inbound marketing	Quer identificar de forma cirúrgica pessoas interessadas em comprar seu produto? Quer criar uma lista de prospects qualificados para abordar ou disparar mídia direcionada? Quer descobrir conteúdos efetivos para potencializar seu inbound marketing?
Content analytics para inteligência de mercado	Como acompanhar simultaneamente diversas mídias e canais importantes para meu setor? No que estão concentrados? Algum fator que me traga oportunidades ou ameaças?
Auditoria em compliance e regulatório	Precisa garantir que uma grande quantidade de publicações online estão em conformidade com as diretrizes legais e éticas da empresa? Quer ser alertado de postagens que infrinjam o código de conduta e imponham riscos para a companhia?
Recrutamento e gestão de pessoas	Como antever movimentos de executivos com base em suas ações online? Como está o termômetro de satisfação de empresas conforme publicações de seus funcionários? Como a cultura de sua empresa é percebida na internet?

Conclusão

Todo esse maquinismo abre possibilidades e potencialidades para emancipação ou eles conduzem de modo inelutável à catástrofe (LAZZARATO, 2014, p. 39)? Da privacidade ao futuro do trabalho e à ética da guerra robotizada, veremos onde estão os problemas e como resolvê-los (DOMINGOS, 2017)?

A tecnologia em si é neutra. O que lhe confere valor e a faz deixar de ser neutra é a regra de negócio implementada em um determinado algoritmo e sua finalidade. A Inteligência Artificial, em especial, requer nossa atenção e reflexão pelo fato de que a mente humana cria um modelo de IA (algoritmo) e faz os testes necessários utilizando uma grande quantidade de dados (*Big Data*) para que esse algoritmo aprenda, uma vez que o aprendizado ocorra, o algoritmo não depende mais da interferência humana para continuar aprendendo e se auto ajustando para tomar



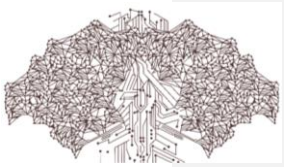
decisões e fazer escolhas. Além de não ser neutro, este tipo de algoritmo é vivo, ou seja, ele não depende mais da ação humana para ser alterado. Isso dificulta o acompanhamento e controle sobre como as ações são executadas por este tipo de algoritmo.

Para Silveira (2017) os algoritmos contêm uma normatividade que delimita nossas ações e definem o que teremos acesso. Por isso, existe um ramo importante da pesquisa interdisciplinar que se chama governança algorítmica. Algoritmos serão cada vez mais os verdadeiros legisladores de nosso cotidiano. Por isso, estes algoritmos deveriam ser abertos, ou seja, seus usuários deveriam ter acesso ao encadeamento das rotinas que compõe seu código. Uma sociedade democrática exige algoritmos abertos. No caso da IA, os algoritmos também devem ser abertos, porém é necessário encontrar formas que possam acompanhar e controlar estes tipos de algoritmos.

Para o empresário Elon Musk a Inteligência Artificial é nossa maior ameaça, apesar dele mesmo investir nesse tipo de tecnologia. O "Tony Stark da vida real", como ficou conhecido, está cada vez mais inclinado a achar que deve haver alguma espécie de regulação para o uso da IA. Para ele o desenvolvimento da Inteligência Artificial representa um alto risco para a humanidade e isso dá grande responsabilidade às empresas e desenvolvedores. Segundo ele, "as máquinas poderiam começar uma guerra publicando notícias falsas, roubando conta de e-mails e enviando comunicados falsos, apenas manipulando a informação. A caneta é mais poderosa do que a espada. Até que as pessoas vejam robôs matando gente na rua, não entenderão os perigos da Inteligência Artificial".

Outra questão bastante importante é uso indiscriminado dos dados pessoais (*Big Data*), pois não existe Inteligência Artificial sem uma grande quantidade de dados, somado a isso o uso de psicometria com o intuito de modulação. Até que ponto isso extrapola questões éticas, de privacidade e segurança dos dados pessoais? Em relação ao marketing político o quanto isso pode afetar o processo democrático? Como serão as eleições de 2018 aqui no Brasil sob a influência dos algoritmos da *Cambridge Analytica* e da Stilingue? Será uma disputa justa para aqueles que não possuem todo esse arsenal? Esse tema é complexo e o seu estudo está apenas começando. É preciso acompanhar e refletir sobre as consequências de uso desses algoritmos nas eleições de 2018 para poder ter um entendimento mais aprofundado de como podemos amenizar os efeitos negativos e usufruir dos positivos.

Obter as respostas e ações efetivas para estes questionamentos é uma tarefa árdua. Um caminho possível requer como primeiro passo, um exaustivo trabalho de conscientização das pessoas. É preciso que elas saibam o valor de cada curtida, post e comentário e o quanto isso revela sobre suas vidas e principalmente a influência que isso implica nas suas escolhas diárias,



desde o ato de votar até a simples compra de um livro. Concluído o primeiro passo, vem a parte mais difícil que é definir uma regulação e regras que permita a governança desses algoritmos e principalmente a definição de uma forma de acompanhamento e controle dos algoritmos de Inteligência Artificial.

Referências bibliográficas

ACTANTES. Como as campanhas eleitorais sabem de nossos segredos mais íntimos. 2017. Oline: https://actantes.org.br/como-as-campanhas-eleitorais-sabem-de-nossos-segredos-mais-intimos/ Acesso 29/01/2018.

AGRELA, Lucas. Empresa brasileira lança ferramenta para resumir a internet. 2015. Online: https://exame.abril.com.br/tecnologia/empresa-brasileira-lanca-ferramenta-para-resumir-a-internet/ Acesso 12/12/2017

BIMBER, Bruce. Digital media in the Obama campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the personalized political communication environment. Journal of Information Technology & Politics, 2014, 11.2: 130-150.

CAVALHEIRO, Glauco e BRANDÃO, Carolina Gandon. Ensaio 3, Comunicação e retórica: Um contexto teórico para pensar a pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A; AMON, Denise e GUERRA, André. Psicologia, Comunicação e Pós-verdade. Porto Alegre: Abrapso, 2017. P. 83-100.

CNseg: Como o big data e a psicometria ajudaram Trump a vencer as eleições americanas. 2017. Online: http://cnseg.org.br/cnseg/servicos-apoio/noticias/como-o-big-data-e-a-psicometria-ajudaram-trump-a-vencer-as-eleicoes-norte-americanas.html Acesso 26/01/2018

DELEUZE, Gilles. Conversações. São Paulo: Editora 34. 1992.

DOMINGOS, Pedro. O algoritmo mestre. São Paulo: Novatec. 2017.

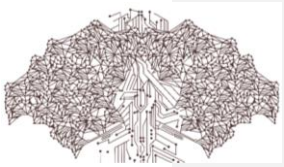
FOUCAULT, Michel. Microfísica do Poder. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2015.

FOUCAULT, Michel. Resumo dos Cursos do Collége de France (1970-1982). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

GARCIA, Gabriel. Inteligência artificial é nossa maior ameaça, diz Elon Musk. 2014. Online: https://exame.abril.com.br/tecnologia/inteligencia-artificial-e-nossa-maior-ameaca-diz-elon-musk/ Acesso 29/01/2018

GUARESCHI, Pedrinho A; AMON, Denise e GUERRA, André. Psicologia, Comunicação e Pós-verdade. Porto Alegre: Abrapso, 2017a.

GUARESCHI, Pedrinho. Ensaio 5 – Psicologia e Pós-Verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A; AMON, Denise e GUERRA, André. Psicologia, Comunicação e Pós-verdade. Porto Alegre: Abrapso, 2017. P. 161-193.



GUARESCHI, Pedrinho A; AMON, Denise e GUERRA, André. Ensaio 12, Psicologia, comunicação e pós-verdade: Uma dimensão crítica, ética e propositiva. Abrapso, 2017b. P. 337-356.

GUERRA, André e BARBOSA, Cláudia. Ensaio 4, Crítica e Pós-Verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A; AMON, Denise e GUERRA, André. Psicologia, Comunicação e Pós-verdade. Porto Alegre: Abrapso, 2017. P. 101-160.

GOMES, W., FERNANDES, B., REIS, L., & SILVA, T. " Politics 2.0": Barack Obama's on-line 2008 campaign. Revista de Sociologia e Política, 2009, 17(34), 29-43.

LAZZARATO, Maurizio. As revoluções do capitalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LAZZARATO, Maurizio. Signos, Máquinas, Subjetividades. São Paulo: Edições Sesc, 2014.

MOTA, Camilla Veras. Robôs e 'big data': as armas do marketing político para as eleições de 2018. 2017. Online: http://www.bbc.com/portuguese/brasil-41328015 Acesso 11/10/2017.

MOTA, Camilla Veras. Dória usa cinco softwares de 'big data' para aumentar seu alcance nas redes. 2017. Online: http://www.bbc.com/portuguese/brasil-41406420 Acesso 11/10/2017.

NICKERSON, David W.; ROGERS, Todd. Political campaigns and big data. The Journal of Economic Perspectives, 2014, 28.2: 51-73.

PENTEADO, Claudio. Marketing político na era digital: perspectivas e possibilidades. Revista USP, 2011, 90: 6-23.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Prefácio. In: GUARESCHI, Pedrinho A; AMON, Denise e GUERRA, André. Psicologia, Comunicação e Pós-verdade. Porto Alegre: Abrapso, 2017. P. 9-11.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Tudo sobre todos. Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais. São Paulo: Edições Sesc, 2017.

STILINGUE: https://stilingue.com.br/ Acesso 19/12/2017

ANÁLISE E REFLEXÃO SOBRE DADOS UTILIZANDO A LINGUAGEM R: OS NATIVOS DIGITAIS E SUAS CORRELAÇÕES[1]

Priscilla Aparecida Santana Bittencourt[2]; João Pedro Albino[3]

Eixo Temático 2: Big data, ciência dos dados, dados abertos, algoritmos;

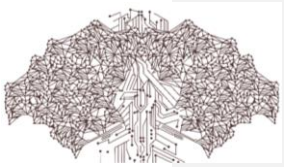
RESUMO:
Este artigo analisou os dados sobre a utilização das novas tecnologias na educação de escolas da cidade de Bauru/SP. Com o desenvolvimento acelerado das tecnologias ao longo dos anos os jovens tendem a ter maior e mais possibilidades de acesso as tecnologias e então faz-se necessário que o processo de ensino-aprendizagem se adeque à essa realidade do mundo atual. Contudo, esta investigação apresenta as correlações encontradas utilizando-se a linguagem R com os dados da pesquisa realizada no programa de pós-graduação em mídia e tecnologia da FAAC Unesp de Bauru/SP. Com isso realizou-se uma análise de como se dá a utilização da tecnologia dentro das salas de aulas destas escolas da cidade de Bauru/SP, uma escola pública e outra escola privada. O principal objetivo deste trabalho foi de demonstrar as correlações encontradas utilizando a linguagem R para tal fim e verificar como são os hábitos de uso da tecnologia digital dentro destas duas escolas e no processo de ensino-aprendizagem. Para isso utilizou-se os dados de uma pesquisa quantitativa e qualitativa que foi aplicado para a comunidade acadêmica (professores e alunos) de duas escolas de nível médio. Os resultados das correlações foram analisados afim de reproduzir informação sobre a realidade do uso da tecnologia dentro das escolas da cidade de Bauru/SP, afim de colaborar para o aperfeiçoamento da educação brasileira. Com este estudo, portanto, infere-se que a utilização da tecnologia na educação conduz vantagens para dentro das salas de aula, evidenciando a facilidade de entendimento do conteúdo apresentado e a contribuição da tecnologia para o processo do ensino-aprendizagem dos jovens estudantes.
Palavras-chave: Ciência de dados; Linguagem R; Análise de dados; Tecnologia.

ABSTRACT:
This article analyzed data on the use of new technologies in school education in the city of Bauru / SP. With the accelerated development of technologies over the years young people tend to have more and more possibilities of access to the technologies and then it is necessary that the process of teaching and learning adapt to this reality of the world today. However this research presents the correlations found using the R language with data from the research carried out in the

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 02 – Big data, ciência dos dados, dados abertos, algoritmos;, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é Mestra e Doutoranda em mídia e tecnologia - PPGMit da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Campus Bauru. E-mail: prisantana@faac.unesp.br

3 . Pesquisador é professor da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Campus Bauru. É Doutor em Administração, área Métodos Quantitativos e Informática, pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - FEA, da Universidade de São Paulo - USP. E-mail: jpalbino@fc.unesp.br



postgraduate program in media and technology of FAAC Unesp of Bauru / SP. This led to an analysis of how technology is used within the classrooms of these schools in the city of Bauru / SP, a public school and another private school. The main objective of this work was to demonstrate the correlations found using the R language for this purpose and to verify how are the habits of digital technology use within these two schools and in the teaching-learning process. For this, we used the data of a quantitative and qualitative research that was applied to the academic community (teachers and students) of two secondary schools. The results of the correlations were analyzed in order to reproduce information about the reality of the use of technology within the schools of the city of Bauru / SP, in order to collaborate for the improvement of Brazilian education. In this study, therefore, it is inferred that the use of technology in education leads to advantages within the classroom, evidencing the ease of understanding of the content presented and the contribution of technology to the teaching-learning process of young students.

Keywords: Data science; Language R; Data analysis; Technology.

INTRODUÇÃO

Nunca se gerou tamanha quantidade de informação como na atualidade, afirma Marr (2015). Não temos nem como imaginar a quantidade de dados que são geradas a cada minuto, seja por dispositivos móveis como o *smartphone*, na internet, através das redes sociais, ou por qualquer outro dispositivo conectado de alguma forma.

Ainda de acordo com Marr (2015), a disponibilidade dos dados está crescendo mais rápido do que nunca e, até o ano 2020, cerca de 1,7 megabytes de novas informações serão criados a cada segundo para cada ser humano no planeta.

Dada a massiva quantidade de dados disponíveis, nas mais variadas formas e plataformas, os mesmos podem ser definidos como ‘grandes dados’ (*big data*), afirma Albino (2016). A quantidade de dados gerados é tão grande que é mesmo difícil de capturar, gerenciar e processá-los através de meios convencionais. Os grandes dados estão mudando a forma como as decisões são tomadas em diversos lugares e a educação não é exceção, afirma Rabella (2016).

A ciência de dados chega, portanto, com métodos e tecnologias que podem ser úteis para ajudar a organizar toda esta informação e que com isso, sejam realizadas análises e tomadas decisões a partir da visualização dos dados organizados. [Albino, 2016].

Os sistemas educacionais, de acordo com Rabella (2016), produzem uma grande quantidade de informações sobre os alunos e as escolas. Estas informações são importantes para

a administração dos sistemas educacionais, mas também pode ser muito útil para analisar o funcionamento do sistema e apoiar sua melhoria.

Por causa do modo como o cérebro humano processa a informação, o uso de gráficos ou gráficos para visualizar grandes quantidades de dados complexos é mais fácil do que examinar planilhas ou relatórios. A visualização de dados é a apresentação de dados em formato gráfico ou gráfico. Ele permite que os tomadores de decisão vejam as análises apresentadas visualmente, para que possam entender conceitos difíceis ou identificar novos padrões.

Neste contexto, a linguagem R se apresenta como um ambiente estatístico que permite a realização de análises de dados e estatísticas, além de permitir também a preparação de gráficos, afirma Yukihara (2014). Além de ser gratuito, outra vantagem do R é a sua ampla base de usuários, o que resulta em grande quantidade de informação disponível na internet para ajudar no uso e no aprendizado da linguagem. Além disso, vários pacotes disponíveis em repositórios (denominado de *ecossistema R*) podem ser facilmente carregados, e novos pacotes podem ser criados pelo usuário para o uso eficiente desse ambiente de trabalho.

Com estas questões em mente, este estudo buscará utilizar a Linguagem R e seu ecossistema para realizar uma análise dos dados de uma pesquisa que realizada em 2016 com 46 alunos da rede pública e privada.

Com isso, espera-se visualizar resultados e descobertas a partir das análises estatísticas e suas correlações, afim de gerar informações úteis para a comunidade acadêmica sobre a utilização das tecnologias pelos nativos digitais.

OBJETIVO

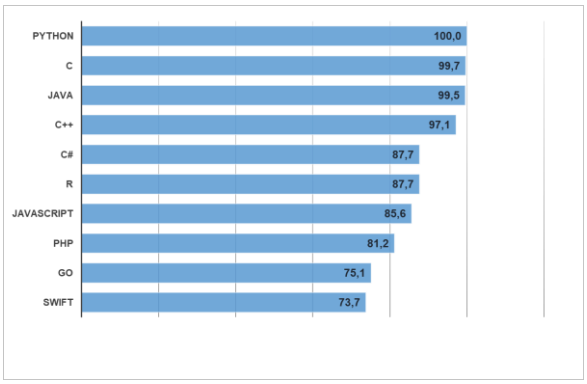
O principal objetivo deste estudo é o de utilizar o *ecossistema* R e os conceitos de ciência de dados para executar análises e correlações de dados de uma pesquisa realizada com alunos com idade entre 14 e 19 anos de duas escolas, uma da rede privada e outra da rede pública da cidade de Bauru/SP. O intuito é o de visualizar os resultados e descobertas a partir destas análises estatísticas, gerando gráficos e discussões acerca do assunto.

BASES TEÓRICAS DA REFLEXÃO

Pesquisas demonstram que a linguagem R está entre as principais ferramentas utilizadas por cientistas de dados.

De acordo com Albino (2016), dentre as linguagens mais utilizadas atualmente, as linguagens C, Java, Phyton e C++ permanecem no topo do *ranking* da IEEE. Entretanto dentre as dez mais utilizadas, como se pode verificar no Gráfico 1, o grande salto na classificação foi o da Linguagem R, uma linguagem de computação estatística útil para a análise e visualização de dados e que se encontra, segundo Diakopoulos e Cass (2016), em quinto lugar.

Gráfico 1: Linguagens mais utilizadas em TI



Fonte: Diakopoulos e Cass (2017), adapatado pelos autores.

Outro fator interessante a ser observado nos dias atuais diz respeito à quantidade de dispositivos móveis existentes. Segundo pesquisas realizadas pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), o número de aparelhos celulares no mundo passou de 7 bilhões no ano

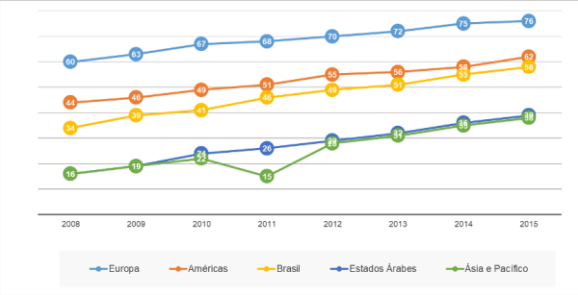
de 2015. Outro dado importante que o relatório da UIT mostra é que 3,2 bilhões de pessoas no mundo têm acesso à internet, sendo que a maioria nos países em desenvolvimento.

Outra informação importante é a proporção de usuários de internet em regiões do mundo e no Brasil, conforme demonstrado no Gráfico 2. Com estes dados percebe-se que o número de usuários de internet tem aumentado a cada ano no mundo e no Brasil.

Esses dados demonstram que quanto mais cresce o número de indivíduos com *smartphones* e outros dispositivos, e quanto mais cresce os usuários de internet, mais dados serão gerados a cada dia.

De acordo com Lins e Silva (2014), é nesse cenário que vão crescer as gerações que viverão até o final do século 21. Nasceram numa realidade mediada pelas tecnologias digitais, que permitem acesso abundante à informação, comunicação e lazer a qualquer momento e de qualquer lugar. Não conhecem outros parâmetros e não compreendem cerceamentos, na escola, em casa ou em qualquer outro lugar, ao uso dos *smartphones* e outros dispositivos digitais que facilitam suas vidas.

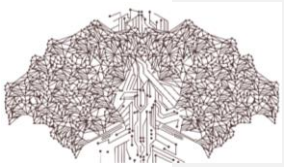
Gráfico 2 – Proporção de usuários de internet em regiões do mundo e no Brasil (2008 a 2015), percentual sobre o total da população



Fonte: TIC Domicilios 2015, adaptado pelos autores.

INTRODUÇÃO À LINGUAGEM R

R é uma linguagem e um ambiente para desenvolvimento de computação estatística (R PROJECT, 2018) derivada da linguagem S, desenvolvida por John Chambers e colaboradores nos laboratórios Bell, em 1976 (NOKIA BELL LABS, 2018).
Seu ecossistema fornece uma grande variedade de ferramentas estatísticas (modelagem linear/não linear, testes estatísticos clássicos, análise de séries temporais, classificação,



agrupamento, entre outros) e técnicas gráficas e é altamente extensível. Foi escolhida para este projeto por fornecer uma rota de código aberto e funcionar em diferentes sistemas operacionais como, por exemplo, Windows, macOs, Linux, entre outros. A relação curva de aprendizagem e produtividade foi outro fator relevante para a escolha:
O aprendizado do R é difícil no início devido à necessidade de se adaptar à sua lógica de funcionamento, se acostumar com a estrutura dos seus documentos de ajuda e memorizar alguns comandos básicos. É preciso bastante perseverança e motivação para aprender os comandos básicos, e disposição para ler as páginas de ajuda e os manuais. Entretanto, depois de um certo tempo, ele possibilita que se trabalhe com grande produtividade e, o que é mais importante, eficácia (AQUINO, 2014).

A linguagem R possui também uma enorme quantidade de procedimentos estatísticos, em pacotes livremente disponíveis na internet e que podem ser carregados opcionalmente.

Possui também grande variedade de interfaces como, por exemplo, o R Studio, utilizado neste projeto. O R Studio permite a criação de códigos em R com relativa facilidade, funciona em vários sistemas operacionais e é de uso gratuito.

INTRODUÇÃO À CIÊNCIA DE DADOS

O que é ciência de dados afinal?

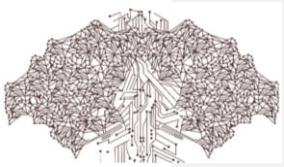
Para que possamos entender o conceito de ciência de dados, primeiramente acredita-se que se faz necessário entender os conceitos e compreender a sua matéria prima: dados, informação e o conhecimento.

Segundo Amaral (2016, p. 3), “dados são fatos coletados e normalmente armazenados. Informação é o dado analisado e com algum significado. O conhecimento é a informação interpretada, entendida e aplicada para um fim”.

O autor também relata em sua obra sobre o conceito de ciência de dados e mesmo que o termo “Data Science” venha dos anos 1960, a ciência de dados em si, é uma ciência nova, e, portanto, eventualmente pode ser controversa e mal compreendida.

Antes, portanto de tentar entender sobre o conceito e o termo em si “ciência de dados”, se faz preciso entender um pouco mais sobre o que vários autores chamam de ciclo de vida do dado.

Conforme Amaral (2016, p. 6),



> o ciclo de vida do dado é composto por várias fases, que são: a produção de dados, o armazenamento, a transformação, a análise e o descarte dos dados formando assim um ciclo de processos e cada processo deste ciclo possui suas particularidades como falaremos brevemente abaixo.

A produção de dados acontece de várias formas e mais variados dispositivos, por exemplo por meio da internet, redes sociais, *smartphones*, *tablets*, banco de dados seja de pessoas físicas ou jurídicas.

O armazenamento dos dados pode ser: relacional (SQL Server, Oracle, DB2), NoSql (Conchdb, Mongo), Não estruturado ou Semiestruturado e outras estruturas (planilhas, mainframes).

O armazenamento analítico ou transformação de dados acontece por meio de *DataWarehouse*, data Mart ou HDFS.

A análise dos dados pode ser, exploratória, explícita ou implícita.

E a visualização dos dados podem ser por meio de Cubos, *dashboards*, relatórios ou *KPIs*.

Contudo pode-se então chegar a definição de ciência de dados que segundo Amaral (2016, p. 6) definiu sendo como os processos, modelos e tecnologias que estudam os dados durante todo o seu ciclo de vida: da produção ao descarte, conforme falamos de seu ciclo anteriormente.

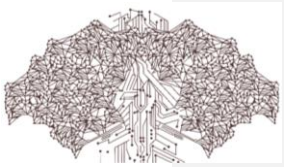
A EVOLUÇÃO DA TECNOLOGIA E A EDUCAÇÃO

A televisão, por exemplo, é um meio de comunicação em massa, que teve sua primeira transmissão no Brasil no ano de 1948 e a internet começou a ser utilizada no Brasil na década de 1990, a partir desta data, a internet se tornou uma grande rede de comunicação e acredito que é a preferida dos nativos digitais.

Com o passar dos anos, as mudanças ocorreram ao redor de nós, isso é fato. A televisão, a tecnologia e a educação evoluíram, as pessoas mudaram, se transformaram e se capacitaram.

No mundo todo, milhões de pessoas assistem às suas séries prediletas em *smartphones* a caminho do trabalho, buscam conteúdos em linha na televisão da sala de estar e colocam os seus próprios conteúdos em linha.

Existe mais de 40,4 milhões de televisões conectadas (com acesso à internet) na Europa. No Brasil, dados do IBGE demonstram que 97% da população possui TV em casa. Estas mudanças de paradigmas quebram as fronteiras tradicionais entre os consumidores, as mídias digitais e a internet.



Para Perrenoud (1999), a melhoria do processo de aprendizagem e familiarização dos jovens com as novas tecnologias exigem a necessidade de se desenvolver *competências*. Estabelecendo que uma destas competências é o uso da mídia digital na educação, Perrenoud sugere que em situações-problema, os professores utilizem, de preferência, *softwares* didáticos ou aplicativos que auxiliem diariamente as mais diversas tarefas intelectuais.

Pode-se afirmar que historicamente, a televisão é a tela de maior influência nos lares brasileiros, e há algum tempo se tornou a tela dinamizadora, principalmente na área da educação. Atualmente existem vários canais e programas de televisão no Brasil que tratam da educação, por exemplo: Telecurso Tec, Globo Educação, TV Escola, TV Cultura, Futura, entre outros.

No Brasil, ao longo da história, nunca houve um momento em que a vida é tão exposta na rede, e com tantas pessoas envolvidas. A cultura digital cresce a cada dia e com isso também os nativos digitais.

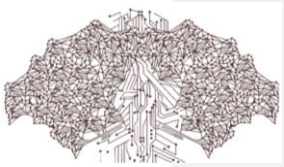
A internet está transformando essa nova realidade, e a vida das pessoas. Mas será que isso é bom ou ruim?

Conforme afirma Martino (2014, p. 204), a tecnologia "mais do que um suporte para mensagens, é um elemento decisivo na formação da mente, dos modos de sentir, perceber e compreender a realidade".

Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2015 (CGI.br, 2016), nos revela que, 84% da população de 10 anos ou mais possuíam celular e 56% acessaram a Internet pelo dispositivo.

Já os dados da pesquisa TIC Educação demonstra que o celular foi o equipamento mais citado pelos alunos para acessar a internet (91%). Esse número vem crescendo sucessivamente. Em 2014, a proporção de alunos que acessaram a internet por meio do telefone celular era de 80%. Em 2015, o celular foi o principal equipamento utilizado para acessar a internet para 73% dos alunos.

OS NATIVOS DIGITAIS



No cenário atual que vivemos, há espaço para as tecnologias digitais que existem e as que ainda estão em desenvolvimento.

Deparamo-nos a todo o momento com as tecnologias em toda a parte. Adolescentes com dispositivos móveis, *smartphones* e *tablets*, digitando velozmente textos de mensagens. Um garoto de apenas 7 anos consegue facilmente acessar jogos, ensinar outras pessoas a utilizarem tal ambiente virtual, e também manipular tais dispositivos de forma mais rápida do que podemos inferir.

Segundo Palfrey e Gasser (2011, p. 11) assinala que, "todos [estes garotos e garotas] são *nativos digitais*. Todos nasceram depois de *1980*, quando as tecnologias digitais, chegaram. Todos [eles] têm acesso às tecnologias digitais e todos têm habilidades para usar essas tecnologias".

Já para Prensky (2001) o termo nativo digital foi sugerido para designar os nascidos a partir de 1990 e que apresentam características como familiaridade com o computador, com os recursos da internet e a capacidade de receber em informações rapidamente, processar em vários assuntos simultaneamente e desempenhar em múltiplas tarefas.

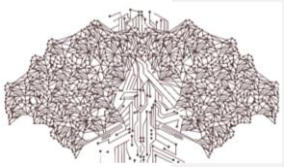
Como nem todos têm fácil acesso ao computador e aos recursos da internet, pode-se falar em usuários nativos digitais sem associá-los diretamente a uma faixa etária específica.

Diante de todas as constatações, segundo Mattar (2010, p. 13) demonstra as características de aprendizagem dos nativos digitais e dos chamados imigrantes digitais. As características relevantes, citadas pelo autor, referente a nomenclatura Imigrantes Digitais são caracterizadas da seguinte forma: aprendem uma coisa de cada vez; aprendem individualmente; usam mais os livros; e são mais textuais.

Já as características relevantes dos chamados nativos digitais, citadas pelo autor, são: eles são multitarefas, ou seja, conseguem fazer várias coisas simultaneamente; aprendem em conjunto; utilizam mais a internet, TV e *games*; e são mais visuais.

Lemos (2009, p. 40) afirma também que,

> "os sujeitos que nasceram imersos no mundo digital interagem simultaneamente com as diferentes mídias, isto é, ouvem música, jogam videogames, veem DVD, conversam com os amigos nos softwares de



> comunicação instantânea ou em telefones, fazem às atividades escolares, tudo isso ao mesmo tempo".

Uma pesquisa realizada pelo cetic.br (2013), com 2.261 entrevistados, teve como objetivo investigar as oportunidades e riscos associados ao uso da internet por crianças e adolescentes brasileiros, com idade entre 9 a 17 anos. A pesquisa mostra que, em 2013, o local de acesso à internet foi de 37% nas escolas.

Castells (2005, p. 11) relata sobre a os usos de *softwares "open source"* afirmando que,

> [...] se não houver um acesso universal da população ao amplo mundo dos computadores em rede com tecnologias não teremos domínio e conteúdos, não teremos garantias nem da democratização digital nem da generalização da economia e dos benefícios sociais pelos avanços tecnológicos.

Uma pesquisa publicada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) (DANIEL, 2013, p. 25), observou-se a preocupação e a relevância das tecnologias de informação e comunicação para a educação, tal como os desafios e oportunidades que as tecnologias nos conduz:

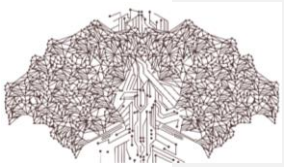
> As tecnologias de informação e comunicação (TIC) são o ponto de partida para a construção de uma sociedade da informação. O avanço do acesso a essas tecnologias – sobretudo à Internet, aos dispositivos móveis e a um imenso número de aplicações baseadas nesses dispositivos – traz, ao mesmo tempo, grandes oportunidades e desafios para pais, educadores e gestores públicos. (UNESCO apud DANIEL, 2013, p. 25)

Conforme Almeida[4], "a série histórica produzida por esses dados possibilita acompanhar as mudanças ocorridas no país ao longo do tempo no que diz respeito ao acesso e ao uso dessas tecnologias digitais nas escolas brasileiras e pelas crianças e adolescentes brasileiros".

Levando em consideração a inclusão ou exclusão digital das TICs na educação, Lima (2013, p. 31) observa quais os desafios que as mídias digitais apresentam ao mundo de hoje. Segundo o autor:

> O desafio de preparar pessoas para o mundo hoje inclui não apenas melhorar a educação formal, mas também articulá-la a uma educação digital. As tecnologias de informação e comunicação podem promover o

[4] Virgílio Almeida - Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br –Disponível em: http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-educacao-2013.pdf



> acesso a informação e a direitos, ou podem atuar como mais um fator de exclusão e limitação. Assim, hoje faz todo o sentido analisar educação formal e educação digital juntas.

No entanto, Lima (2013, p. 31) finaliza seu estudo com uma frase de Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) que apresenta os desafios que estão surgindo e, de certa forma, a situação que grande parte das pessoas enfrenta referente ao uso das mídias digitais. O autor afirma que "a exclusão digital não versa mais somente sobre ter acesso físico a um computador e à internet em casa e na escola. [...] Uma segunda exclusão digital está emergindo entre aqueles que possuem as habilidades para se beneficiar do uso das TICs e aqueles que não as possuem (OCDE)".

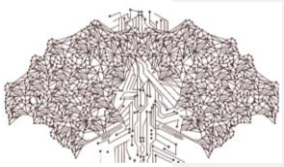
Segundo o Dannemann (2013, p. 40),

> É o professor quem compreende os alunos e sabe reconhecer as melhores maneiras de se aplicar este ou aquele recurso em sala de aula. Para tanto, é essencial que ele domine os conteúdos, as metodologias e as ferramentas, e conheça suas turmas de perto. Vale observar também que, por mais que estejam disponíveis, as informações da rede global de computadores não se transformam em conhecimento útil sem a participação de uma pessoa orientando e mediando para que aconteça o ensino, cujo propósito é a aprendizagem. Ou seja, parece repetitivo, mas é necessário voltar a valorizar a importância e a competência de um bom professor e a relevância de prepará-lo para utilizar novos recursos.

Um assunto importante relatado por Dannemann (2013, p. 40) versa sobre a atuação humana como mediadora no uso das tecnologias digitais em sala de aula para que, de fato, aconteça o propósito do ensino-aprendizagem, bem como a capacitação dos professores para a utilização das novas tecnologias digitais.

JUSTIFICATIVA

Pensando na quantidade de dados que é gerado por cada pessoa a cada dia, acredita-se que um dos desafios que a sociedade, as organizações entre outros órgãos enfrentam nos dias atuais está relacionado em como gerir todo esse volume de dados e o que fazer com tanta informação.



O rápido crescimento da utilização de *smartphones* pelas pessoas tem contribuído para a criação exponencial de dados, produzidos por um fluxo constante e até exaustivo de informação digital.

Portanto este trabalho se faz importante para a disseminação de conhecimento da linguagem R e seu ecossistema para o tratamento, análise e visualização dos resultados, na comunidade acadêmica e pesquisas cientificas acerca do assunto.

Além disso esta pesquisa poderá contribuir com a demonstração dos resultados e análises de gráficos de uma pesquisa que foi realizada com 46 nativos digitais de idade entre 14 e 19 anos da cidade de Bauru e estudantes de duas escolas, sendo uma pública e outra privada, sobre o uso das tecnologias digitais em sala de aula e na educação contemporânea e suas correlações.

METODOLOGIA DE PESQUISA

Esta proposta foi atraída com o estudo por meio de interpretação de casos de realidade concreta, observados nas instituições de ensino médio da cidade de Bauru/SP.

Conforme já citado anteriormente, este estudo tem como objetivo estabelecer correlações entre os resultados obtidos na pesquisa realizada no ano de 2015, caracterizando quais os fatores influenciam o uso das tecnologias pela comunidade acadêmica (professores e alunos). Busca-se estabelecer equivalências ou discrepâncias por meio de comparação entre os resultados obtidos, procurando encontrar as semelhanças e/ou diferenças entre estudos de épocas e países diferentes.

Como objeto desta pesquisa, foi realizada a pesquisa para a coleta de dados, aplicou-se uma pesquisa quantitativa e qualitativa para a comunidade acadêmica (professores e alunos) de duas escolas de nível médio, uma privada e outra pública da cidade de Bauru, localizada no interior do Estado de São Paulo.

As escolas participantes foram escolhidas em função do acesso que a autora possui a elas, já que lecionou na ETEC Rodrigues de Abreu e no Liceu Noroeste, ambas em Bauru/SP.

O público-alvo da pesquisa é composto por uma escola estadual e uma escola particular, e foi aplicado nos níveis de ensino médio para o 1º ano do Ensino Médio (EM-1) e 3º ano do Ensino Médio (EM-3). Participaram os alunos matriculados e os professores envolvidos com as turmas dos níveis de ensino considerados na pesquisa. O instrumento de coleta utilizado foi um questionário estruturado e específico para cada grupo de participantes. Estes questionários foram de autopreenchimento e abrangeram assuntos de mídias digitais e seu uso no dia-a-dia. Os dados

foram coletados por meio de questionários com perguntas estruturadas e predefinidas (respostas únicas ou múltiplas). As questões que compõem o questionário aplicado foram desenvolvidas pela autora durante o trabalho do mestrado.

Para os alunos com idade menor que 18 anos foi entregue, uma semana antes da aplicação da pesquisa, um termo de livre consentimento para que os pais assinassem, autorizando a participação destes alunos na pesquisa.

Todos os questionários foram aplicados em papel impresso, e durante o período de aula normal da escola, pois dificultaria a retirada do aluno e dos professores da sala de aula para um laboratório de informática somente para responder a pesquisa.

A pesquisa em questão foi realizada no mês de novembro de 2015, com a participação de 66 respondentes, sendo 20 professores e 46 alunos.

Para este estudo utilizou-se parte dos dados que foram coletados na pesquisa citada, foi utilizado somente os dados relacionados aos 46 alunos respondentes.

CORRELAÇÕES ENTRE AS VARIÁVEIS

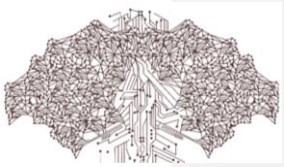
Este tópico tratará das correlações que foram encontradas entre os dados da pesquisa aplicada nas escolas conforme já citado.

Porém para a primeira análise desta correlação foi criado um gráfico tipo *box plot*, este tipo de gráfico tem o objetivo de analisar a distribuição dos dados, a amplitude dos dados, a simetria ou assimetria do conjunto de dados e a presença de *outliers* (que são representados com pontos no começo do gráfico. Com isso pode-se chegar a conclusão da média, do máximo e do mínimo e também a variação dos dados.

1ª correlação analisada:

Com relação às variáveis “tipo de escola” e “tempo de acesso à tecnologia” pode-se perceber uma correlação interessante e instigante. Quando cruzado os dados, o que se percebeu foi uma inversão.

A correlação demonstrou que os alunos que estudam na escola pública que participaram da pesquisa passam em média de 4 a 6 horas acessando algum tipo de tecnologia, já os alunos da escola privada passam em média de 7 a 10 horas acessando a tecnologia. E também se percebeu que a distribuição dos dados na escola particular foi maior do que na escola pública e a relação destas variáveis é assimétrica, conforme analisado o gráfico do tipo *box plot* que pode demonstrar essa assimetria entre as variáveis.



2ª correlação analisada:

Para a relação tipo de escola e frequência no laboratório de informática destas duas escolas pesquisadas, também foi utilizado o tipo de gráfico *box plot*. A correlação demonstrou que na escola pública a frequência no laboratório em média é mensal, enquanto que na escola privada os alunos nunca frequentam o laboratório. Com estas variáveis também se percebe uma assimetria entre as variáveis.

3ª correlação analisada:

Houve uma correlação interessante sobre os dados censitários e os tipos de acesso à tecnologia. Por exemplo, se deu uma correlação forte entre o sexo e o uso de música, e outra correlação forte entre as variáveis "tipo de escola (pública ou privada)" e "tempo de acesso".

Contudo pode-se inferir que dependendo do tipo da escola, seja ela pública ou privada, a relação com o tempo de acesso à tecnologia por dia possui alguma semelhança. E também possui assimetria com o sexo e o uso da música.

4ª correlação analisada:

Outras correlações interessantes que se conseguiu com a utilização do *software* foi entre as variáveis "tipo de escola (pública ou privada)" e a "utilização do laboratório pelo professor". Entre essas variáveis obteve-se uma forte correlação, o que se infere que dependendo da escola, o professor frequenta mais ou menos os laboratórios de informática. Outra correlação encontrada, porém, uma correlação moderada, foi entre o "tipo de escola" e o "uso das redes sociais", e também na utilização de músicas como recursos.

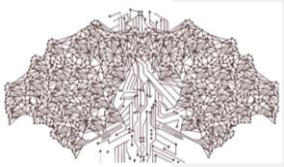
Contudo pode-se inferir que as escolas e os professores estão sim utilizando as tecnologias a favor da educação em algum momento.

5ª correlação analisada:

Na próxima correlação foi encontrada uma correlação moderada entre as variáveis "idade" e "uso das redes sociais", e também ente os "tipos de escola (pública ou privada)" e o "uso das redes sociais".

Outra correlação identificada foi entre o "tipo de escola" e "recursos extras utilizados para fim pedagógico". Também foi identificado uma correlação moderada, porém negativa, entre as variáveis "sexo" e "*softwares* pedagógicos".

Por fim, essas correlações entre variáveis são importantes para as análises deste estudo. Podemos inferir várias possibilidades e desafios encontrados na utilização da tecnologia dentro das salas de aula pela comunidade acadêmica.



Com essas correlações é possível realizar inferências e traçar as características dos alunos referente a utilização das tecnologias no ensino aprendizagem, podendo colaborar com a evolução da educação brasileira, porém este não é o objetivo principal deste estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo e utilização das correlações foi possível analisar as variáveis sobre um novo olhar, porém algumas características já identificadas foram confirmadas.

Este estudo foi fundamental para que chegasse à conclusão de que com as correlações e análises realizadas, é inferido que se faz preciso o aprofundamento do conceito de novas tecnologias e nativos digitais na educação contemporânea, para auxiliar e apoiar os profissionais e estudantes desta área.

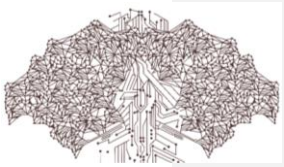
Também é possível perceber que com a utilização da linguagem R, pode-se conseguir a visualização de correlações que antes não conseguimos sem a utilização desta ferramenta.

Uma das características que ficou bem definida é que os jovens estudantes utilizam a tecnologia com frequência e em grande quantidade de horas por dia, seja para conversas, trabalhos escolares, notícias, ouvir músicas ou assistir filmes.

Também foi capaz de ponderar sobre as características dos nativos digitais e identificar alguns comportamentos relacionados as tecnologias digitais e a educação contemporânea, tais como: aprendem mais facilmente jogando, utilizam mais *games* e internet, são mais visuais, possuem facilidade na utilização das tecnologias disponíveis, passam grande parte do dia conectados, entre outros.

Portanto compreendeu-se que é necessário investigar e se aprofundar mais sobre a reflexão diante desta breve análise, pois a profundidade desta reflexão seria capaz de nos oferecer uma visão mais ampla sobre as características e usos dos nativos digitais relacionado as novas tecnologias e a educação atual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



ALBINO, J. P. **Uma abordagem para criação de valor em dados abertos para pequenas e médias empresas utilizando o ecossistema r.** Anais [recurso eletrônico] / III Encontro Internacional Dados, Tecnologia e Informação: perspectivas e interdisciplinaridades em Ciência da Informação: 4 a 6 de outubro de 2016 / [organização: Maria José Vicentini Jorente, Silvana Aparecida Borsetti Gregório Vidotti]. – Marília : Unesp, 2016.

AMARAL, F., **Introdução à Ciência de Dados, Mineração de Dados e Big Data**, Alta Books, 2016.

AQUINO, J. A.. **R para cientistas sociais**. Ilhéus (BA): UESC, 2014.

BITTENCOURT, P.A.S, **O uso das mídias digitais como apoio ao processo didático e pedagógico:** uma abordagem exploratória, Bauru, SP. Dissertação de mestrado. 82f. 2016.

CASTELLS, M.; CARDOSO, G. DEBATE: **A Sociedade em rede - Do conhecimento à ação política.** 2005, Centro Cultura de Belém. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2016

Comitê Gestor da Internet no Brasil – cgi.br. **TIC Domicílios 2015 - Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros.** Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Dom_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf. Acesso em: 30 set. 2017.

DANNEMANN, A. C. (2013) In*:* **O desafio do uso da tecnologia na prática da sala de aula.** São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-educacao-2012.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2014.

DANIEL, J. (2013) **Educação e tecnologia num mundo globalizado**. Brasília: UNESCO.

DANIEL, J. **Educação e tecnologia num mundo globalizado**. Brasília: UNESCO, 2013.

DIAKOPOULOS, N., CASS, S., The 2017 **Top Programming Languages**. Disponível em: <https://spectrum.ieee.org/computing/software/the-2017-top-programming-languages>. Acesso em: 25/09/2017 22:55.

Edgard Júnior. **UIT diz que número de celulares no mundo passou dos 7 bilhões em 2015**. EBC - Rádio ONU. 27/05/15. [On line]. Disponível em: http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/05/uit-diz-que-numero-de-celulares-no-mundo-passou-dos-7-bilhoes-em-2015. Acesso em: 13/10/2017.

LEMOS, S. **Nativos digitais x aprendizagens: um desafio para a Escola**, **Boletim Técnico do Senac**: a R. Educ. Prof., Rio de Janeiro, v. 35, n.3., set/dez, 2009. Disponível em: <http://www.senac.br/BTS/353/artigo-04.pdf>. Acesso em: 06 de jun. 2016.

LIMA, A. L. I. (2013) In: **Uso das TIC na educação: inclusão ou exclusão digital? TIC Educação 2012**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-educacao-2012.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2014.
LINS E SILVA, P. K. **O Mundo dos Nativos Digitais**. Biblioteca Viva. Texto parcial da palestra apresentada durante o 7º Seminário Internacional de Bibliotecas Públicas e Comunitárias em novembro de 2014. [On line]. Disponível em: http://aprendersempre.org.br/arqs/INT_O_MUNDO_ALEM_DOS_NATIVOS_DIGITAIS_Patricia%20Konder%20Lins%20e%20Silva.pdf. Acesso em: 13/10/2017.

MARR, B. **Big Data: 20 Mind-Boggling Facts Everyone Must Read, Forbes**, Sep 30 2015. [On line]. Disponível em: https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2015/09/30/big-data-20-mind-boggling-facts-everyone-must-read/#58ee44e017b1. Acesso em: 13/10/2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
NOKIA BELL LABS. Stages in the Evolution of S. Disponível em: <http://ect.bell-labs.com/sl/S/history.html>. Acesso em: 23 jan. 2018.

PALFREY, J. GASSER, U. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais**. tradução: Magda França Lopes; revisão técnica: Paulo Gileno Cysneiros. Porto Alegre: Artmed, 2011
PERRENOUD, P. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PRENSKY, Marc. **Digital Natives, Digital Immigrants**. MCB University Press, 2001. Disponível em: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Acesso em: 25 fev 2015.

RABELLA, M. F. **How does big data impact education?.** OECD Centre for Educational Research and Innovation. 7 november 2016. [On line]. Disponível em: http://oecdinsights.org/2016/11/07/how-does-big-data-impact-education/. Acesso em: 13/10/2017.

SCHUTT, R., O'NEIL, C. **Doing Data Science: Straight Talk from the Frontline**, O'Reilly Media, California, USA 2014. 408 p. **SAS Overview and 2013Annual Report**, **SAS Institute**., North Caroline, USA, 2013. 9 p.

YUKIHARA, E.R – **Um ambiente de trabalho gratuito para análise e visualização de dados**. Ciência Prática. 2 de dezembro 2014. [On line]. Disponível em: https://cienciapratica.wordpress.com/2014/12/02/r-uma-linguagem-gratuita-para-analise-e-visualizacao-de-dados/.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

APONTAMENTOS ACERCA DOS MODOS DE PRODUÇÃO E VIGILÂNCIA NA SOCIEDADE 24/7: POÉTICAS DO PROJETO *O ARTISTA EM GREVE*[1]

Clayton Policarpo[2]

O Artista em Greve, trabalho que integra a série *Global Strike*, desenvolvida em parceria com Sergio Basbaum, consiste na elaboração de instruções para instantes de desconexão, a partir de ações performativas realizadas diariamente durante o ano de 2016. São objetivos do trabalho questionar a ambiguidade do conceito de greve em meio a pressão produtiva em que vivemos imersos, e a incapacidade de usufruirmos de liberdade e desconexão. O presente texto propõe uma reflexão acerca dos aspectos de vigilância nas redes digitais, e o surgimento de uma sociedade de produção e cobrança ininterruptas – 24/7/365 – propiciadas pelo avanço das tecnologias e dispositivos comunicacionais. Tido que ambas questões são problemáticas transversais ao projeto artístico desenvolvido, a exploração do percurso de criação e múltiplos desdobramentos de *O Artista em Greve* tornam-se complementares a abordagem teórica apresentada.

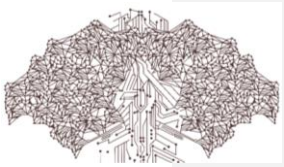
Palavras-chave: *Arte em rede*; *vigilância*; *24/7*; Global Strike; O Artista em Greve.

1. Preâmbulo para uma ação em rede

As revoluções tecnológicas proporcionadas pelas mídias digitais são sem dúvida muito mais profundas do que as das gerações que as precedem, o que permite evoluções não só no âmbito da linguagem, como também em diversos campos, dado o complexo universo sígnico que tais tecnologias proporcionam. Passados mais de vinte anos desde de sua criação, a rede web extrapola a perspectiva idealizada em seus primórdios. Para além de um ambiente de distribuição de conhecimento e possibilidades de ruptura de uma estrutura hierárquica na aquisição de conteúdos e informação, a internet tornou-se um modelo de negócio altamente rendável e que não pode ser ignorado. Em um artigo publicado na revista *Wired*, Chris Anderson e Michael Wolff postulam uma eminente "morte da internet" (2010). Longe de ser uma perspectiva saudosista ou apocalíptica, que prega um inevitável retorno ao analógico, os autores colocam o atual estado da

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Privacidade, vigilância, controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Doutorando (bolsa CAPES) e mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD), PUC-SP. integrante dos grupos de pesquisa TransObjetO (TIDD – PUC-SP) e Realidades (ECA – USP). E-mail: clayton.policarpo@gmail.com



rede global de computadores como uma consequência natural do capitalismo. No texto de 2010, Anderson e Wolff apontam como uma das mais importantes mudanças do mundo digital foi a transferência de conteúdo da web aberta para plataformas semifechadas que usam a internet como transporte mas não o navegador para exibição. Quase dez anos após tais constatações, acompanhamos a ascensão de grandes empresas do setor, que se especializam na produção de conteúdo direcionado e estratégias para identificar e suprir as necessidades dos consumidores. Relacionamo-nos mediados por tecnologia pós-HTML: aplicativos, dispositivos móveis de software proprietário, páginas de transmissão via *streaming*, redes sociais, conexões *peer-to-peer*. A praticidade oferecida e a multiplicidade de serviços disponibilizados tendem a ampliar as possibilidades de acesso a rede, ao tempo que dilui as fronteiras entre conexão e desconexão.

Segundo Bruno (2013), atividades de vigilância envolvem três elementos: *observação*, *conhecimento* e *intervenção* (ibid. p.18). "Assim, em linhas gerais, uma atividade de vigilância pode ser definida como a observação sistemática e focalizada de indivíduos, populações ou informações relativas a eles, tendo em vista produzir conhecimento e intervir sobre os mesmos, de modo a conduzir suas condutas" (*ibid.*). Tal descrição, de caráter mais amplo, deve ser acrescida com as particularidades contemporâneas da vigilância distribuída, uma rede composta de processos que só podem ser compreendidos ao levarmos em conta que as ações que os constituem são distribuídas por diferentes setores cujos interesses e perspectivas são múltiplos e não obedecem a nenhum princípio unificado. "Os territórios moventes da comunicação distribuída se confundem com os da vigilância distribuída, ou melhor, esta última está incorporada nas engrenagens e critérios de funcionamento e eficiência da primeira" (*ibid.* p. 25).

O aperfeiçoamento das tecnologias em rede ocasionou um aumento das maneiras de se gerar informações sobre um indivíduo, bem como selecioná-las e recuperá-las. A vigilância há muito não se restringe a uma prática aplicada a poucos ou uma sanção do Estado que exige a instalação de sistemas sofisticados. Por consequência, em um meio onde estado de conexão e desligamento se fundem, e o ambiente passa a concentrar um potencial comunicativo, o rastreamento por mídias pervasivas e meio é ubíquo e pulverizado. Lugares conectados entre si são pontos de um fluxo contínuo de vigilância.

O controle é menos um meio de monitorar os desvios, crimes ou terrorismo, e mais uma forma de gerir o consumo e um fluxo regular de bens e desejos, produzindo bons consumidores. Em *Vigiar e Punir*, Foucault descreve uma vigilância disciplinar, que se exerce em ambientes circunscritos, baseando-se no modelo panóptico. Enquanto a base do panóptico consistia na impossibilidade de sabermos se estávamos ou não sendo observados, de forma a agirmos como se estivéssemos sendo constantemente vigiados, incorporamos com as tecnologias de rede uma

série de variáveis que governam esse mesmo cenário. O celular hoje é um olho panóptico em nossos bolsos (HEMMENT, 2010), e nos insere em circuitos que não só ampliam o alcance da fiscalização, como também mudam sua forma. Os conhecimentos captados a partir de mecanismos de vigilância, por meio dessa emaranhada rede de atores que os compõem, oferece uma série de informações sobre os usuários. Hábitos, preferências, rotinas, relações sociais, adquiridos por meio do controle de dados pessoais e informações geolocalizadas enviadas pelos dispositivos móveis, metadados em publicações nas redes sociais, proporcionam informações que atuam como agentes propulsores para geração de sistemas capazes de intervir de modo significativo em nossas escolhas diante da rede. "Nessas tecnologias do consumo produtivo, o ato de consumo torna-se uma parte decisiva da produção, numa reconfiguração e singularização no massivo" (BENTES, 2007, p. 3). Assim, acionamos uma rede de produção incessante que passamos a integrar.

Se a exposição de dados e o risco decorrente do controle que as tecnologias proporcionam nos parecem assustadores, incorporam também um discurso de segurança que justifica a ação dos agentes ocupados em rastrear nossas vidas. Em seu caráter distribuído, a vigilância fez com que determinadas áreas adquirissem em si um estatuto consentido de monitoramento.

O rastreamento gerado pela evolução e ampla adesão de dispositivos móveis, a sofisticação de algoritmos, o espectro exibicionista que emana das redes sociais e a computação pervasiva concebem um estado de conexão ininterrupta nos novos ambientes intersticiais que se moldam pelas práticas e usos do espaço.

Há uma relação estreita entre a dimensão cultural da sociedade e uma mobilização produtiva, ao que vem sendo chamado de *capitalismo cognitivo* ou *capitalismo cultural* (NEGRI, 2001). O modo de produção contemporâneo tem se centrado na fabricação de bens imateriais, conteúdos simbólicos, afetivos, linguísticos, estéticos. O afeto torna-se um valor diferencial no capitalismo (*ibid.*).

A construção da subjetividade contemporânea é um elemento fundamental para o entendimento do *modus operandi* da web. Por vezes a composição de uma subjetividade sobressai ao pensamento social. A tecnologia em rede se disseminou pelas mais diversas áreas. O crescimento das redes sociais, e a apropriação de tais plataformas pelo marketing, jornalismo e arte, aponta para um fenômeno característico do momento em que vivemos. O capital simbólico é um fardo do sujeito pós-moderno.

Tal abrangência evidenciou seu aspecto multifacetado, ao tempo que viabilizou sua apropriação, enquanto ferramenta e conceito, por grandes grupos que gerem a rede. Na sociedade de vigilância distribuída, repleta d*e vouyers* e exibicionistas, o suposto engajamento a causas de

interesse comum, e a construção e manutenção de um modelo de subjetividade aceitável, são objetos de desejo que concedem a adesão a micro-sociedades e grupos.

2. A sociedade 24/7 e os fins do sono

Em janeiro de 1964, os jovens estudantes americanos Randy Gardner e Bruce McAllister, na ambição de entrar para o *Guinness Book of Records*[3], iniciam um ousado experimento. O objetivo da dupla era superar a marca que até então um DJ de Honolulu sustentava: 260 horas sem dormir. Com auxílio do cientista William Dement, hoje professor emérito da Universidade de Stanford, Randy superou o recorde, permanecendo acordado o período de 264 horas e 25 minutos (pouco mais de onze dias). A história que teve bastante repercussão na época, garantiu que o nome dos jovens ficasse registrado para sempre no *Guinness Book*, uma vez que depois disso a empresa decidiu não computar novas tentativas de bater tal recorde.[4]

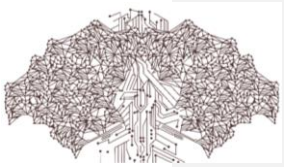
A privação do sono pode acarretar uma série de distúrbios neurológicos; piora das funções perceptivas e cognitivas; dificuldades de metabolização; falhas no sistema imunológico; podendo haver alucinações em alguns casos.[5] Em tempos de sociedade de produção e cobrança ininterruptas, o sono é, talvez, a única necessidade vital do ser humano que não pode ser convertida em um produto. Uma limitação do corpo biológico e incompatível com as exigências do tempo em que vivemos.

Conectados, permanecemos em uma continuidade entre o tempo da vida, o tempo do trabalho, do lazer e do consumo. O slogan de uma sociedade 24/7 impõe uma aparência de mundo social, enquanto na verdade omite o custo humano necessário para sustentar sua eficácia. A sociedade do século XXI já não é a sociedade disciplinar de Foucault, mas uma sociedade de desempenho (HAN, 2010, p. 23). Enquanto a vigilância panóptica determinava um modelo social baseado na restrição, pautado pela negatividade da proibição, a vigilância distribuída não age por coerção, mas impele o sujeito de poder ilimitado, iniciativa e motivação: *Yes, we can*. A

3 . O *Guinness Book of Records* é uma publicação anual que reúne uma coleção de recordes reconhecidos internacionalmente. Mais informações na página: <http://www.guinnessworldrecords.com.br/>. Acessado em janeiro de 2018.

4 . Informações sobre o recorde de Randy Gardner e Bruce McAllister disponíveis em: <http://www.bbc.com/portuguese/geral-42684381>. Acessado em janeiro de 2018.

5 . Mais informações em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/29/ciencia/1432898039_628070.html>. Acessado em janeiro de 2018.



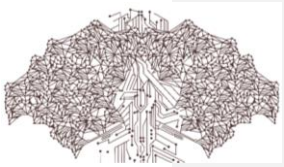
negatividade da sociedade disciplinar gera loucos e delinquentes, o excesso de positividade da sociedade do desempenho, ao contrário, produz depressivos e fracassados (*ibid*. p. 25).

Jonathan Crary (2014), em sua leitura da presente evolução tecnológica e científica, traça algumas conjecturas que nos parecem pertinentes. O autor coloca algumas pesquisas que vêm sendo desenvolvidas, em âmbito científico e militar, e suas possíveis aplicações na sociedade atual. Segundo Crary, o Departamento de Defesa dos EUA tem financiado estudos acerca de uma determinada ave migratória típica da costa oeste da América do Norte, conhecida como pardal de coroa branca, que, em suas migrações sazonais, traça uma rota do Alasca ao norte do México. O que chama a atenção dos pesquisadores é sua capacidade incomum de permanecer alerta mesmo durante vários dias sem dormir. Diversas universidades, em especial Madison, no estado de Wisconsim, investigam a atividade cerebral de tal ave durante longos períodos em que é privada de sono. O objetivo é adquirir um conhecimento que seja aplicável aos seres humanos, ao ponto de criar um soldado insone, que, mesmo depois de dias acordado, mantenha-se produtivo e eficiente (CRARY, 2014, p.11).

O desenvolvimento científico é motivado por uma série de vetores, de modo que, tais pesquisas podem chegar ao mercado caso correspondam a uma necessidade efetiva da sociedade. A estrutura de trabalho ininterrupta, que se intensifica há pelo menos duas décadas, carece de um sujeito humano que coincida com ela de maneira contígua. A luz artificial e a cafeína já nos libertaram do ditame do nascer e pôr do sol, um próximo passo pode estar na privação do sono. "O tempo para o descanso e a regeneração dos seres humanos é simplesmente caro demais para ser estruturalmente possível no capitalismo contemporâneo" (*ibid.* p.24).

Se antes, atividades como ir ao trabalho, conectar-se a internet, demandavam de rituais demorados e se atualizavam em locais específicos, hoje o que observamos é o inverso: a conexão é a regra. Submetidos à exaustão, permanecemos escravos de nós mesmos. O volume de informações e demandas que nos é apresentado amplia a ansiedade e sensação de impotência. Na necessidade de corresponder a um padrão cada vez mais inatingível de produtividade, os trabalhadores/consumidores 24/7 estão dispostos a recorrer a drogas e tecnologias que minimizem suas necessidades fisiológicas. "A sociedade do cansaço, enquanto uma sociedade ativa, desdobra-se lentamente numa sociedade do *doping*" (HAN, 2010, p. 69).

Por outro lado, da mesma forma que observamos uma fetichização de mídias tidas como obsoletas, que com o passar do tempo adquirem um *status* de *cult*, a desconexão dos meios de produção, e a recusa de um sistema predominante, parece identificar uma certa autenticidade. "Num mundo do sucesso e do glamour como o nosso, nunca será pouco buscar a fuga deste



mesmo mundo".[6]

Na atuação em rede alternamos entre os papeis de consumidores e produtos. Em um meio onde toda ação pressupõe geração de bens de consumo simbólicos, o acesso às redes de comunicação nos transforma em produtos vendáveis. A desconexão torna-se não só é um ato de protesto, mas uma (quase) impossibilidade.

É talvez no universo das artes, em especial em obras que prezam pelas aproximações entre poética e ativismo digital, que emergem debates acerca das tecnologias de conexão contínua a partir da reapropriação de dispositivos, que subvertem as funcionalidades iniciais e lançam questionamentos acerca do contemporâneo.

Em *Wages for Facebook*, 2014, a artista americana Laurel Ptak se propõe questionar o modelo de interações nas redes sociais. Tido que o acesso dos usuários na rede web gera conteúdo, e por consequência uma base de dados, frequentemente utilizada para catalogação e sistematização dos seus hábitos e preferências, a atuação nas redes sociais está mais próxima de um trabalho do que mero entretenimento. Através de um texto manifesto, Ptak exige do Facebook uma remuneração pelas horas que passa conectada na rede.

> Eles dizem é amizade. Nós dizemos é trabalho não remunerado. Com cada curtida, chat, tag ou cutucada nossa subjetividade torna-se o lucro para eles. Eles chamam de compartilhamento. Nós chamamos de roubo. Nós estamos ligados por seus termos de serviço há muito tempo. É hora dos nossos termos.[7]

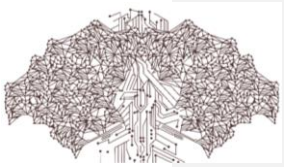
A obra de Ptak está disponível em uma página web, e foi exibida na Galeria de Arte da Universidade da Califórnia, em San Diego. O projeto, de caráter experimental, adquiriu uma dimensão contestatória e até utópica. Em seus desdobramentos, *Wages for Facebook* participou de diversos eventos acadêmicos, como também resultou em publicações na área, debatendo tecnologia e liberdade frente ao crescimento do capital cognitivo na web, onde relações sociais são transformadas em relações de produção.

---

[6] . O filósofo Luiz Felipe Pondé, coordenador do Núcleo de Estudos Contemporâneos, NECMIS, onde o *Global Strike* esteve em residência durante o ano de 2016, escreveu sobre o projeto em sua coluna no jornal *Folha de São Paulo*.

PONDÉ, Luiz Felipe. O afastamento do mundo e a busca da solidão resvalam em valores positivos. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 set. 2016. Disponível em: < http://www1.folha.uol.com.br/colunas/luizfelipeponde/2016/09/1816756-o-afastamento-do-mundo-e-a-busca-da-solidao-resvalam-em-valores-positivos.shtml>. Acesso em novembro de 2017.

[7] Sobre o trabalho *Wages for Facebook*, 2014, de Laurel Ptak: <https://www.dissentmagazine.org/article/wages-for-facebook>. Acessado em janeiro de 2018.



3. O projeto *Global Strike*

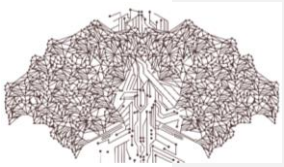
Em *A Utilidade do Inútil – Um manifesto*, Nuccio Ordine argumenta que "as oscilações do mercado que não podem justificar a destruição sistemática de tudo o que é considerado inútil". O autor cita Diderot ao argumentar que "tudo o que não é útil é desprezado", porque "o uso do tempo é precioso demais para perde-lo com especulações ociosas." Em uma sociedade que busca o máximo desempenho, nossa rotina segue subordinada ao domínio do mercado. "No universo do utilitarismo, um martelo vale mais que uma sinfonia, uma faca mais que um poema, uma chave de fenda mais que um quadro" (ORDINE, 2016, p. 12).

> É nas dobras daquelas atividades consideradas supérfluas que, de fato, podemos encontrar o estimulo para pensar um mundo melhor, para cultivar a utopia de poder atenuar, se não eliminar, as injustiças que se propagam e as desigualdades que pesam (ou deveriam pesar) como uma pedra em nossa consciência... é preciso compreender que exatamente aquelas atividades que não servem para nada podem nos ajudar a escapar da prisão, e salvar-nos da asfixia, a transformar uma vida superficial, uma não vida, numa vida fluida e dinâmica, numa vida orientada pela *curiositas* em relação ao espírito e às coisas humanas. (*ibid.* p. 24)

Em tempos de conexão contínua, desconectar torna-se uma quase (im)possibilidade. Toda ação, em rede ou não, tende a corresponder a um objetivo prático, não há espaço para o ócio, para o inútil, para a curiosidade. Diversos experimentos pregam um afastamento e desconexão de circuitos de consumo e produção. Rituais de caráter religioso, a exemplo o *National day of unplugging*[8], um movimento que busca aproximar jovens de tradições judaicas, onde é proposto um dia anual de desconexão, em que os participantes compartilham fotos de adesão ao projeto; e algumas ações de protesto por direitos, como a ocorrida em março de 2016, onde motoristas que prestam serviço para o aplicativo *Uber*, como forma de protesto às condições de trabalho e ao crescimento do número de prestadores inscritos, decidem desligar o aplicativo, e não atender chamadas pelo *app* durante o período de 24 horas.[9] Contudo, a ideia de causar uma "pane no

[8] .Mais informações disponíveis em <http://www.sabbathmanifesto.org/unplug/>. Acessado em janeiro de 2018.

[9] .Sobre a paralização dos motoristas do aplicativo *Uber*, realizada em março de 2016: < https://goo.gl/CqA15M> . Acessado em dezembro de 2017.



sistema" da empresa, ocasionou o desligamento dos prestadores que aderiram à "greve".

Constatada a dificuldade de se dedicar a ações pautadas pelo momento presente, o projeto *Global Strike* intensifica sua relevância e pertinência. O trabalho vem sendo elaborado desde 2004, e entre os anos de 2014 e 2016 recebeu atualizações nas páginas que o compõem fase em que trabalhamos mais ativamente, assumindo a autoria com Sergio Basbaum, idealizador do *GS*[10].

Com a disseminação do uso de dispositivos cada vez mais conectados entre si, a ubiquidade se torna regra, e a desconexão quase inviável. O *GS* surge das reflexões acerca dos modos contemporâneos de produção nas sociedades tecnológicas pós-industriais, além de se apropriar de ferramentas digitais e conectadas em rede para efetivar-se enquanto experiência estética.

São propostas ações pontuais, como resposta a uma cobrança crescente de geração de capital a que somos submetidos. Greves de cinco minutos de duração, organizadas por meio de ferramentas de rede. Em dias e horários preestabelecidos, os participantes que aderem à proposta, se predispõem a desconectar-se do sistema de relações de produção nos quais estamos imersos. É sugerido aos participantes que o período de pausa seja dedicado a ações poéticas focadas no momento presente, invertendo ou subvertendo as relações figura-fundo que constituem a estrutura hierárquica das disposições do real.

O trabalho está estruturado em três etapas, sendo estas intercambiantes: uma *convocatória*, com intuito de expor os propósitos e questões contidos no projeto, bem como arregimentar novos participadores; *greves* estabelecidas em dias e horários pré-determinados pelo proponente; *criação e compartilhamento de relatos*, recebimento e divulgação dos registros enviados pelos grevistas/participantes que remetem aos períodos de desligamento, bem como a criação de registros fictícios. A organização das etapas não se dá de maneira sequencial, é através dos diálogos que se formam na confrontação dos materiais produzidos que se reorganizam as necessidades do projeto.

A efetivação do *GS* compreende participações diversas, em diferente níveis e camadas de interação que se permeiam. Dada a utilização de tecnologia digital e mecanismos de ação conectados em rede, podemos constatar, em um primeiro momento, que a proposta se refere a uma obra em *mídia arte*, muito embora categorizar manifestações artísticas possa ressoar de maneira constrangedora. Ao estabelecer-se em um meio com tamanha fluidez e constante expansão, o trabalho adquire um caráter provisório e por vezes ambíguo quanto aos seus propósitos. Tecnologias digitais ao atuarem em um ambiente repleto de ambivalências não são restritas a parâmetros de dicotomia, ou posicionamentos específicos e tendem, por vezes, a

[10] .Durante o texto optamos por utilizar a abreviação *GS* para G*lobal Strike.*

reforçam aspectos da ambiguidade característica da arte contemporânea. As experiências que se geram não se limitam em mensagens simplistas, que não fariam justiça à complexidade envolvida. Uma vez que as performances de abstenção dos modos de produção pressupõem uma desconexão das redes, o que inclui a plataforma web, podemos distribuir, ainda que a classificação do projeto em um limiar entre *web art*, instalação e happenings.

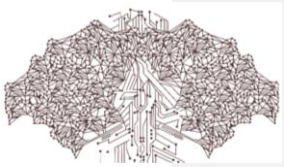
O projeto em suas fases de conceitualização, desenvolvimento e divulgação das ações, permite que estas coexistam e se perpassem em uma trama intrínseca, que abrange entidades provindas de diferentes naturezas. Enumeramos alguns pontos em cada estágio, verificamos as conexões documentando as aproximações possíveis de forma a contextualizá-las dentro da rede, conforme os padrões que se formam, visto que são instáveis e mutantes.

Durante o ano de 2016 o projeto teve acompanhamento no programa de residência do Núcleo de Estudos Contemporâneos do Museu da Imagem e do Som, NECMIS. Todo o trajeto, as ações realizadas e as mensagens recebidas estão documentados na rede de plataformas desenvolvidas. No decorrer da residência, foram exploradas algumas das camadas do GS, de modo que o projeto adquiriu o status de uma série de O *Manifesto* e a plataforma *globalstrike.net*, enquanto proposições já presentes na primeira fase do *GS*, guiaram toda a produção em expansão, dada a pertinência de se pensar a dinâmica das conexões contemporâneas. Também integram a série o Simpósio *Global Strike*: arte e ativismo em rede, o projeto *O Artista em Greve*, objeto de estudo do presente artigo, e uma instalação a ser realizada no MIS-SP.

3.1. O Manifesto

> O que nós temos de fazer é parar de viver na ressaca historicista do pós-histórico, pós-humano, pós-moderno, pós-industrial, pós-tudo, e passarmos a viver o porre utopista do pré-qualquer-outra-coisa que sejamos capazes de conceber – de preferência a partir do presente poético.
>
> Ressaca: eu sou você amanhã, um remédio amargo para a ilusão desmedida. Porre: êxtase infinito enquanto dura.
>
> Não nos afastemos muito / Vamos de mãos dadas. [11]

[11] . “Mãos Dadas: Não serei o poeta de um mundo caduco./Também não cantarei o mundo futuro./Estou preso à vida e olho meus companheiros./Estão taciturnos mas nutrem grandes esperanças./Entre eles, considero a enorme realidade./O presente é tão grande, não nos afastemos./Não nos afastemos muito, vamos de mãos dadas. /Não serei o cantor de uma mulher, de uma história,/não direi os suspiros ao anoitecer, a paisagem vista da janela,/não distribuirei entorpecentes ou cartas de suicida,/não fugirei para as ilhas nem serei raptado por serafins./O tempo é a minha matéria, o tempo presente, os homens



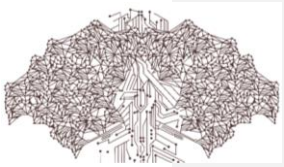
> O que faremos então? Que tal uma greve global? Articulada via internet, via e-mail *fwd*, sem líderes – e disparada por SMS massivo. A ideia é mostrar que há um volume razoável de pessoas no planeta interessadas em questionar o mundo tal qual se está instalando (e não em parar para comer chocolates, como diz hoje um outdoor espalhado em São Paulo). Burocracia digital, controle, vigilância, compulsão produtiva, concentração abusiva de renda, realidade nas mãos de corporações, culto à ciência, à precisão, ao tecnológico, desrespeito ao espaço público, esvaziamento do significado existencial do êxtase sinestésico em tecnotranse, institucionalização corporativa da arte por via do impacto de marketing da tecnologia, que vai por si etc... Marcaremos um horário: no dia tal, em tal horário, pararemos todos por cinco minutos. Isto não deverá comprometer nossas vidas por um fio – nossos projetos, nossos empregos, nossos compromissos, o assédio moral do sistema sobre todo mundo. Mas dar-nos-emos cinco minutos de liberdade. Para voltarmos a acreditar na liberdade, juntos. Então, enviamos para um site vídeos, relatos, imagens, descrições destes cinco minutos, tal qual vividos pelos grevistas em quaisquer lugares do planeta. Depois, marcaremos outros cinco minutos. E quem sabe depois dez... Quando completarmos uma hora, estaremos na mira do FBI. [12]

O Manifesto *Global Strike* reúne os principais pontos que norteiam a conceitualização do projeto. Disponibilizado em nossa plataforma, em áudio e texto (português e inglês), o manifesto recebeu atualizações desde sua criação em virtude da evolução tecnológica e alterações de práticas sociais. Tecnologias em rede estão cada dia mais presentes em atividades de nosso cotidiano. A virada tecnológica da última década e o atual estado de produção da sociedade em rede reafirmam o discurso do projeto, e a introdução de novas plataformas e ferramentas viabilizaram sua materialização enquanto proposta artística.

A evolução de dispositivos de comunicação, atrelada ao crescimento de mecanismos de cobrança e consumo, são temas transversais às questões aqui levantadas. Tecnologias em rede, em um sistema de conexão contínua, propiciam uma hiperconexão e uma vigilância distribuída, gerando uma sociedade de trabalho e consumo constantes. A vida humana entra em sintonia com um horário global homogêneo, sem tempo para inatividade, um ambiente incessante, de

presentes,/ a vida presente." In: ANDRADE, Carlos Drummond de. *Alguma Poesia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

12 . Manifesto *Global Strike*. Disponível em: < http://www.globalstrike.net/#manifesto>. Acessado em outubro de 2017.



funcionamento ininterrupto. Nesse cenário, surgem questões que norteiam o manifesto e, por consequência, o desenvolvimento e participação dos demais agentes que contribuem no trabalho.

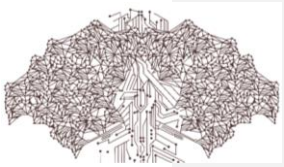
- a pressão produtiva imposta pela ubiquidade da mediação digital em suas múltiplas formas;
- questões de vigilância e controle, bem como da liberdade, nas sociedades tecnológicas;
- a dissolução das fronteiras identitárias entre realidade e ficção, bem como a própria noção de "real";
- os paradoxos levantados pela relação entre as superfícies experienciáveis e os códigos de programação;
- a questão da percepção digital – a instalação do campo percebido por meio de incessantes infossensações – e a partilha deste campo percebido como ambiente vivido;
- o não lugar reservado à arte contemporânea;
- as fronteiras entre práticas poéticas como ativismo político e do ativismo político como arte;
- o emprego de tecnologias de mediação móveis como metáforas de processos cognitivos numa perspectiva não localizacionista (BASBAUM, 2009).

3.2. Simpósio *Global Strike*: arte e ativismo em rede

Como parte das ações do *GS*, foram propostos encontros presenciais no auditório do MIS, a fim de explorar questões concernentes as problemáticas levantadas no decorrer do processo. O evento *Global Strike:* arte e ativismo em rede integra a etapa de convocatória, e teve como alguns dos objetivos agregar novas camadas de discussão, ampliar o debate e somar novos participadores e parceiros. Ressaltamos assim, a importância das práticas discursivas na construção do projeto elaborado no período da residência.

O evento contou com três mesas de discussão, com especialistas de diversas áreas, e aconteceu no dia 05 de outubro de 2016. A programação foi organizada tematicamente, de modo a enfocar os eixos de articulação propostos no evento, e a área de pesquisa de cada palestrante. Os temas levantados são transversais à nossa pesquisa no *GS*, bem como suscitam questões pertinentes à análise do sujeito contemporâneo, tais como: a ambiguidade e o paradoxo da ideia de greve no contexto pós-industrial; as aproximações entre manifestações estéticas e políticas; a dissolução de fronteiras entre o digital e o analógico; a espetacularização do registro, e dos mecanismos de controle e vigilância.

A primeira mesa, sob o título de *Manifestações Multitudinárias* contou com a participação da arquiteta Luana Geiger, que apresentou intervenções urbanas no centro de São Paulo, dentre



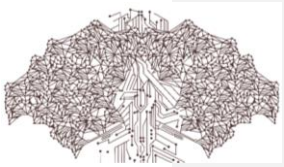
elas a *Piscina no Minhocão*, que integrou a 10ª Bienal de Arquitetura de São Paulo, e o *Festival Baixo-Centro*; Maria Collier de Mendonça, doutora em Comunicação e Semiótica, pela PUC-SP, trouxe sua pesquisa sobre o *Ocupe Estelita*, um dos mais bem sucedidos exemplos de ocupação de espaço público para reivindicações; e Tulio Malaspina, integrante do coletivo *Update* (http://updatepolitics.cc), que falou da experiência da plataforma que faz um levantamento e catalogação das ocupações e manifestações sociais em toda América Latina.

Às 14h30, demos início à mesa *O Não Lugar da Arte: Arte e Ativismo Político*, que reuniu artistas e pesquisadores que apresentaram suas pesquisas, e as diferentes relações que estas apresentam para o binômio arte e política. Rafael Pagatini falou do processo criativo para o trabalho *Bem-vindo presidente!*, exibido na mostra de residência do Paço das Artes de 2016, e no 20º Festival de Arte Contemporânea Sesc_Videobrasil, em 2017. Sergio Basbaum apresentou algumas correlações possíveis entre manifestações estéticas e políticas, e o projeto *Global Strike*. Claudio Bueno trouxe diversos trabalhos, e em diferentes formatos, que pontuam sua trajetória como artista, dentre eles a plataforma *Explode!* (http://explode.life/), desenvolvida em parceria com João Simões. Marcelo Denny, professor da Escola de Arte Dramática da ECA-USP, exibiu um panorama da performance, enquanto linguagem contestatória, e falou sobre sua experiência com o grupo *Desvio Coletivo*, em especial nas ações *Cegos*, que percorreu diversas cidades pelo mundo e *Máfia*, realizada em São Paulo, em 2016.

O evento encerrou com a mesa *Ambivalência das Mídias: Participação social, controle e vigilância*, iniciada às 19h. Os convidados expuseram as contradições provindas do entendimento da web como uma rede não hierarquizada e homogênea. Tido que o aspecto mercadológico da internet é um de seus principais vetores de evolução e crescimento, interessa-nos debater as ambiguidades presentes no sistema de vigilância que se gera. Participaram dessa mesa o pesquisador e professor Diogo Andrade Bornhausen, doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP; Lucia Santaella, professora titular nos programas de Comunicação e Semiótica e Tecnologias da Inteligência e Design Digital, ambos na PUC-SP, e Luiz Felipe Pondé, coordenador do Núcleo de Estudos Contemporâneos do Museu da Imagem e Som, NECMIS.

As falas dos palestrantes foram organizadas com uma duração média de 30 minutos, sendo que no final de cada mesa aberto foi um espaço para debate e perguntas. Todo o evento foi registrado em vídeo pela equipe do Museu, e está disponível na rede de plataformas do *Global Strike*.

3.3. O espaço instalativo



Uma vez que as ações, documentação e divulgação, acontecem além da interface desenvolvida. As práticas que conformam as greves atualizam-se em meio a trações entre o físico e o digital, o que configura uma territorialidade ao projeto, de forma que propomos também que o *Global Strike* seja exibido em um espaço instalativo, rompendo com eventuais dicotomias entre plataformas digitais e meio físico que o trabalho possa suscitar.

A instalação *Global Strike* propõe reunir parte das pesquisas realizadas e que estão disponibilizadas nas plataformas do projeto: trechos dos debates realizados no Simpósio *Global Strike*: arte e ativismo em rede; relatos enviados pelos "grevistas" que aderiram às paralizações realizadas; áudio do *Manifesto*; e as ilustrações realizadas para o projeto *O Artista em Greve.*

4. *O Artista em Greve*: instruções para instantes de desconexão

Dada a necessidade de recrutar o maior número possível de participantes para as ações de paralização em rede, o material de divulgação torna-se um elemento fundamental do projeto *GS*. Para tanto desenvolvemos peças gráficas que foram encaminhadas via listas de e-mail e páginas nas redes sociais (Facebook e Instagram). Como parte do material de divulgação, e integrando a série desenvolvida, foram criados desenhos no trabalho *O Artista em Greve*, 2016-2017. Na ocasião, enquanto residente do NECMIS, me propus a realizar greves diárias dos meios de produção, consumo e vigilância (a exemplo, trabalho, internet e qualquer outra ação que pressuponha uma necessidade de resultados) com duração de cinco minutos, tais como as ações apresentadas no *GS*. O período de desconexão foi utilizado para criação de ilustrações com sugestões de atividades para momentos off-line. Ao todo foram produzidas 366 ilustrações com instruções para instantes de desconexão ao longo do ano de 2016, que estão indicadas com data, horários de início e término. Por meio dos desenhos, são vislumbradas possíveis situações de estar em greve, e romper com o sistema de cobrança de resultados a que somos submetidos diariamente. São propostas ações banais que tentam desvencilhar de propósitos utilitários e focar a atenção no momento presente, tais como criar uma coreografia, observar o céu, contar os azulejos de um banheiro, etc.

O material produzido integra a etapa de convocatória do *GS* e está disponível online, além de contribuir para a criação de cartazes para difusão do projeto. As ilustrações começam a ser realizadas frente a dificuldade de identificar situações que não estivessem inseridas no circuito de produção e consumo da sociedade 24/7/365, e na tentativa de explorar as possibilidades de desconexão na sociedade contemporânea.

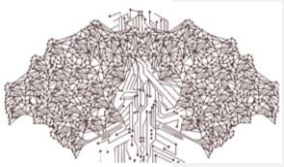
A criação de instruções para desconexão se estrutura em quatro etapas: realização dos desenhos diários em intervalos com cinco minutos de duração; o compartilhamento das ilustrações em uma página na rede social *tumblr*; o desenvolvimento de cartazes, a partir da seleção de algumas das instruções produzidas, que são fixados em locais públicos; a criação de um folheto impresso, que além das orientações desenvolvidas na performance diária contém textos explicativos, tornando-se uma espécie de manual de instruções para situações de ócio. Todas as etapas podem ser exibidas de maneira isolada, o que atribui características específicas às mesmas.

O Artista em Greve também participou do programa de residência Contato Universitário, organizado pelo grupo Nomads-USP, do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo – IAU-USP, apresentado no 10º Festival Contato, na cidade de São Carlos - SP, em 2016. Foram selecionadas algumas instruções/ilustrações, dentre as já realizadas durante o ano, para compor 6 modelos de cartazes, impressos em papel Colorplus com gramatura de 120gm2. O material desenvolvido para a residência do festival foi exibido durante o evento no Parque do Bicão e imediações, local onde foi realizado o Festival Contato, e na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP de São Carlos. Dado o caráter performativo do projeto, este também integrou a programação da XIV Semana de Artes do Corpo, na PUC-SP, em 2017.



Figura 1. Registro da exibição dos cartazes do projeto *O Artista em Greve* no Contato Universitário, que integrou o 10º Festival Contato, em São Carlos, SP. Foto: Isabella Matos / divulgação Festival Contato <https://www.facebook.com/pg/festivalcontato/photos/>. Acessado em janeiro de 2018.

É inerente um caráter irônico do projeto, ao nos submetermos a uma rede de desconexão para realizar um trabalho, evidenciamos contradições que estão presentes em toda produção que se faz valer de aparatos digitais. A exemplo situações de lazer que parecem impelidas ao



compartilhamento nas redes, onde passam a integrar um extenso banco de informações que tende a beneficiar apenas as grandes empresas que detém o domínio sobre a web.

Através da ambiguidade de se utilizar de uma linguagem analógica para debater questões pertinentes as tecnologias de rede evidenciamos a indiscernibilidade entre espaços físicos e virtuais. Não há refúgio em tempos de conexão contínua.

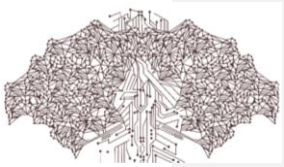
O projeto também se utiliza das tecnologias em rede e se alimenta de suas contradições. Para materializar uma crítica a produção e consumo desenfreados. Apoiamos em ferramentas de conexão, tais como redes sociais, e-mails e criação de plataformas. Tido que um dos principais vetores de crescimento da web situa em seu potencial mercadológico, um dos objetivos da internet é nos tornar produtos vendáveis; atuamos, assim, em um limiar de ambiguidades. A identificação da ambivalência no mundo contemporâneo é uma constante, de forma que é inevitável que o projeto não incorpore contradições em sua essência. Assumimos estas, em um caráter irônico intrínseco ao discurso presente em toda a série *GS*.

5. Algumas considerações acerca de uma produção em rede

A questão inicial do projeto *O Artista em Greve*, que era elencar uma lista de atividades possíveis para os momentos em que não estamos conectados, se vira para um questionamento acerca de uma quase impossibilidade de desconexão. Frente ao estado ininterrupto de conexão em que nos encontramos, via dispositivos, objetos, mecanismos de monitoramento, todas atividades desempenhadas no dia-a-dia parecem confluir para uma rede que aspira produtividade e eficiência. Ao elencar atividades a serem realizadas em situação de total isolamento das redes, e de ações ligadas a finalidades utilitárias, evidenciamos alguns agentes presentes na desempenho de nossas ocupações e que também permeiam o cotidiano.

A dificuldade em lidar com a ambivalência das relações nas redes digitais, por vezes remete a uma concepção modernista, que traz como premissa a busca da ordem, e uma tentativa de classificar, separar e segregar ao ponto de suprir aparentes contradições. Bauman (1999) denomina a ambivalência pela dificuldade que enfrentamos de nomear, ordenar, dar sentido ao mundo. Estes sintomas de desordem, estes paradoxos expressos em situações ambivalentes na base do modelo civilizatório ocidental, nos trazem um profundo desconforto na medida em que somos incapazes de nos posicionar "adequadamente" a partir de uma determinada ordem que nos possibilite a segurança, fazer opções com garantias diante das inúmeras possibilidades de ação colocadas à existência.

O resultado observado, diferente de um objeto acabado, é um processo em constante



movimento. Desenvolver projetos neste meio é assumir uma postura que permite romper com a rigidez de quaisquer parâmetros classificatórios. A pesquisa, que se faz valer de uma fundamentação teórica e um projeto artístico, se instaura em um território em permanente exploração, de modo que os estudos aqui apresentados podem contribuir na análise e definição de roteiros para as diversas etapas de trabalhos que utilizem tecnologias em rede, e que busquem debater questões acerca do tema.

Referências bibliográficas

ANDERSON, Chris; WOLFF, Michael. The web is dead. Long live the internet. In.: *Wired Magazine* (2010). Disponível em < https://www.wired.com/2010/08/ff-webrip/>. Acessado em setembro de 2017.

BASBAUM, Sérgio. "Manifesto Global Strike." In: **Revista Vector. Na Cibersala de Aula sem Paredes da Aldeia:** Arte, Utopia, Cultura Digital. Edição n. 10. Julho de 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BENTES, Ivana. "O Devir Estético do Capitalismo Cognitivo." In: *Encontro Anual da Associação Nacional de Programas em Pós-Graduação em Comunicação (Compós).* Curitiba, 2007. Anais eletrônicos. Disponível em: <http://www.compos.org.br/ data/biblioteca_228.pdf?PHPSESSID=631ff6cc9 50a4e6c74eb433163b2f73e>. Acessado em maio de 2016.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de Ver, Modos de Ser:** Vigilância, Tecnologia e Subjetividade. Rio de Janeiro: Sulina, 2013.

CRARY, Jonathan. **24/7:** Capitalismo Tardio e os Fins do Sono. Tradução: Joaquim Toledo Jr. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

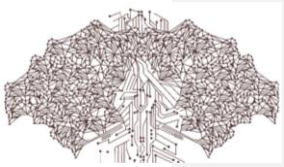
FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir:** Nascimento da Prisão. Tradução: Raquel Ramalhete. 20 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1999. Acessado em agosto de 2013.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço.** São Paulo: Editora Vozes, 2014.

HEMMENT, Drew. "Apontamentos sobre as Mídias Locativas." In: BAMBOZZI, Lucas; BASTOS, Marcus; MINELLI, Rodrigo. **Mediações, Tecnologia e Espaço Público:** Panorama Crítico da Arte em Mídias Móveis. São Paulo: Conrad Editora, 2010.

SANTAELLA, Lucia. **A Ecologia Pluralista da Comunicação.** São Paulo: Paulus, 2010.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



APONTAMENTOS SOBRE O IMAGINÁRIO DA CIBERCULTURA[1]

Pablo Fabião Lisboa[2]

Resumo

A partir de cotejamentos, trabalhamos neste artigo algum elementos que fazem parte do que se entende por o "imaginário da cibercultura". O imaginário, que surge no final do século XX a partir da crise dos paradigmas normativos de realidade, se estabelece como uma metodologia e abordagem onde convivem certezas e incertezas numa complexidade relativista. Nosso estratagema partiu da discussão do conceito de imaginário seguida da abordagem do imaginário da cibercultura. Nas linhas que se seguem podemos observar discussões variadas abarcando o imaginário, o mito e suas perspectivas históricas e metodológicas destes, e a cibercultura. Ao final, realizamos análise da relação do sujeito atual com a ideia de mito e da popularização do termo "mito" na rede social Instagram.

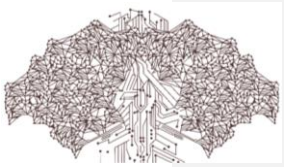
Palavras-chave: imaginário; cibercultura; interatividade; conectividade; tecnologia.

Introdução

A humanidade criou e cria toda sorte de signos e símbolos para abstrair o mundo a sua volta. A representação enquanto um paradigma normativo teve seu esvaziamento no final do século XX abrindo espaço para uma diversidade de temáticas e abordagens onde o imaginário se inclui. Nesse contexto, nos debruçamos aqui, especificamente, sobre o imaginário da cibercultura que é tributário da presença cada vez mais constante, a partir da década de 1980, das tecnologias interativas digitais na vida das sociedades. Nesta esteira, nos parece plausível considerar como substancial o caldo de significados que reverberam dos fluxos informacionais, das trocas simbólicas entre os indivíduos de uma

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisador é professor da Universidade Federal de Goiás. É Doutorando em Arte e Cultura Visual (UFG) e Mestre em Memória Social e Patrimônio Cultural (UFPEL). E-mail: pablo.lisboa@gmail.com



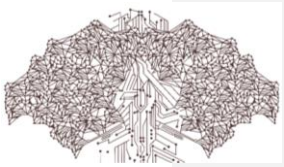
determinada coletividade, que vão se dar em um campo do imaginário e partir de um campo imaginário. O sonho é o que nos move.

Lancemos, então, um olhar para trás afim de reconstituir a caminhada do imaginário frente a razão. João Ribeiro Júnior (1992), afirma que desde o século VI a.C. a racionalidade e a razão estabeleceram-se com primazia sobre o mito no pensamento ocidental. A verdade só era encontrada por meio da racionalidade e da razão, restando ao mito um lugar hierarquicamente inferior. A racionalidade fortaleceu-se a partir do Iluminismo e teve sua consagração na ciência do século XIX. Vejamos o que Pesavento (1995) fala sobre isso:

> se o século XIX marcou um ápice do pensamento racional, tal como vinha se desenvolvendo desde o século XVIII, esta mesma sociedade, norteada pelo cientificismo e pelas imagens produzidas pelos avanços da técnica, voltou-se contra os seus pressupostos. Esta postura, de uma certa forma iconoclasta com relação aos valores, foi capaz de resgatar a importância das imagens na vida mental através da contribuição da psicanálise e da etnologia. Na opinião de Gilbert Durand, as duas vertentes, apesar de romperem com largos séculos de coerção contra o imaginário, instauraram uma hermenêutica redutiva: Freud, ao estabelecer o determinismo da libido sobre o psíquico, e a antropologia social, com Malinowski, Dumezil, Lévi-Strauss, ao cingir os símbolos à estrutura social (PESAVENTO, 1995, p. 11-2).

Logo, mesmo que identifiquemos certa redução imposta pela psicanálise e pela antropologia, tão importante será reconhecer nas mesmas, instrumentos onde o imaginário teve abertura, foi trabalhado com ênfase e se consolidou enquanto tema possível. O presente trabalho justifica-se pela necessidade de identificarmos os temas que orbitam em torno do imaginário da cibercultura, que é nosso tema de estudo e está relacionado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber. Aqui cotejamos noções e conceitos que reclamam a cibercultura, também, enquanto uma produção do imaginário.

A pertinência de tal discussão está situada na necessidade de o imaginário prosseguir com sua guerrilha de convencimento dos quadros teóricos do campo das ciências sociais aplicadas por intermédio de sua sociologia compreensiva que não se quer reveladora de verdades, tampouco premonitória de futuros, mas sim, quer cumprir com a



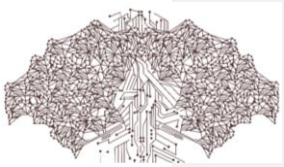
tarefa de, sob um determinado ângulo de visada, que não postula ser o único, relatar e descrever com maestria o atual. "Mescla de antropólogo, de fotógrafo, de repórter, de cronista e de romancista, necessita captar e narrar a fluência, o extraordinário e a complexidade do vivido" (SILVA, 2012, p. 73). A abordagem imaginária estava na ordem do dia já no final do século passado se apresentando como uma tendência de pesquisa crescente e de forte apelo: "a crise dos paradigmas de análise da realidade, o fim da crença nas verdades absolutas legitimadoras da ordem social e a interdisciplinaridade" (PESAVENTO, 1995, p. 9) constituíram o contexto de abertura para outras abordagens onde o imaginário encontrou espaço para se desenvolver.

Mesmo aquele sujeito mais racionalista não está inerte aos gatilhos e freios da imaginação e das seduções e medos do imaginário de uma época. Em específico, mesmo aquele sujeito mais comedido em relação ao mundo interativo digital da atualidade não estão inerte às seduções e medos do imaginário da cibercultura. Em que pese um hipotético não-uso das ferramentas digitais no dia a dia de alguns indivíduos, o imaginário da cibercultura é semeado e se frutifica através dos mitos sociais, são transmitidos e problematizados pelos meios de comunicação, filmes, livros e outros, e circulam nas relações interpessoais mesmo daquele que crê não ser afetado e estar protegido dos pecados originários da tecnologia.

Imaginário

Toda pessoa precisa do imaginário coletivo para forjar seu próprio imaginário individual pois, somos um produto sociocultural de nossas relações, um artefato negociado ao longo do trajeto. Ao defender essa prerrogativa é inevitável a lembrança do quanto foi representativo da necessidade que as pessoas têm de sociabilização, a criação imaginária de "Wilson" (merchandising inteligente e muito eficaz) no filme Náufrago estrelado por Tom Hanks. Ao se ver sozinho em alguma parte não habitada da terra, Chuck Noland, interpretado por Tom Hanks, anima uma bola de vôlei da marca Wilson que estava ao seu alcance como maneira de "sociabilização". Na ausência de pessoas, a imaginação de Chuck criou Wilson com fins de sociabilização. Estupendo!

O imaginário é o motor da vida humana. A incapacidade imaginativa das máquinas nos revela a impossibilidade de qualquer tipo de tese que nivele sujeito e

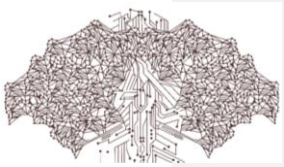


tecnologia pela mesma régua, pois são coisas distintas mas que, contudo, podem ser complementares. Antes de tudo, cabe uma distinção básica entre o entendimento convencional e mais popular de uso do termo imaginário e sua concepção antropológica.

> Num sentido mais convencional, o imaginário opõe-se ao real, na medida em que, pela imaginação, representa esse real, distorcendo-o, idealizando-o, formatando-o simbolicamente. Numa acepção mais antropológica, o imaginário é uma introjeção do real, a aceitação inconsciente, ou quase, de um modo de ser partilhado com outros, com um antes, um durante e um depois (no qual se pode interferir em maior ou menor grau). O imaginário é uma língua. O individuo entra nele pela compreensão e aceitação das suas regras; participa dele pelos atos de fala imaginal (vivências) e altera-o por ser também um agente imaginal (ator social) em situação (SILVA, 2012, p. 9).

Constatamos então que, o sujeito passa por uma aculturação onde ocorre a absorção das regras sociais e nisso o imaginário de uma época é introduzido. Peter Berger conceituou duas etapas de socialização: A socialização primária adquirida pelo individuo na infância onde torna-se membro da sociedade. A socialização secundária que introduz um individuo já socializado em novos setores no mundo objetivo (BERGER, 2004, p. 175). Na segunda etapa de socialização, já de posse de repertório social, o sujeito dialoga com e pelo imaginário compartilhado pelos seus pares em uma determinada época.

Existe um campo temático específico que trata do imaginário que é vinculado a cibercultura, que promoveu a discussão de um subcampo dentro do imaginário a partir de seus pesquisadores. Assim, antes de adentramos no tema específico do imaginário da cibercultura, devemos identificar as linhas mestras de entendimento e de aproximação do tema mártir imaginário. Juremir Machado cumpriu com o expediente de inventariar alguns conceitos e noções que antecederam sua incursão teórica sobre o imaginário. Lacan, Gibert Durand, Michel Mafesolli, Bachelard, Debord, Baudrillard e Morin foram citados e indiciados como autores de uma noção precária de imaginário, "um vazamento", diz ele, contudo, precursores do tema e quadros importantes na pavimentação do terreno que viria a subsidiar as abordagens contemporâneas. Seu primeiro pacto com o imaginário vai ser baseado na declaração de que "não há centro na teia do imaginário. Todas as entradas desembocam na mesma altura da malha simbólica. Tudo é nó e conexão no



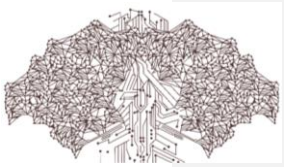
tecido imaginal. Cada link, feito um ponto, é ponto de chegada e de partida" (SILVA, 2012, p. 11).

Mas se "imaginário emana do real, estrutura-se como ideal e retorna ao real como elemento propulsor" (SILVA, 2012, p. 12), como poderemos enquadrar aqui, a noção de complexidade do real? Se o real é impulsionado e formatado como complexo, onde existem representações e resultam em diversos reais a partir de distintos pontos de vista, o imaginário irá, pelo filtro exposto acima, emanar de uma diversidade de realidades, estruturar-se como ideal e retornar a uma diversidade de realidades como elemento propulsor. Nisso, o ideal como algo a ser estruturado vai ser pressionado tanto pelo "contagioso" imaginário coletivo como pelo imaginário já construído por e em cada individuo.

O imaginário pode ser concebido como um dispositivo (Michel Foucault) ou como uma tecnologia (Juremir Machado da Silva). "As tecnologias do imaginário são dispositivos de fabulação/mitificação que semeiam possibilidades criativas, grãos de percepção e concentrados existenciais a partir de choques perceptivos" (SILVA, 2012, p. 73). Já para Michel Foucault, o imaginário é concebido como um dispositivo,

> um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre estes elementos (FOUCAULT, 2000, p. 244 APUD MARCELLO, 2004, p. 200).

Juremir Machado nos explica que, "a sociologia compreensiva, sistematizada por Weber, propõe-se a compreender o par sujeito/objeto. Em lugar de demonstrar, mostrar. Em vez de definir, proceder por 'aproximações sucessivas' (Castoriadis). Compreender/explicar, como defende Edgar Morin. Compreender a explicação; explicar a compreensão. Relativizar: pôr em relação. Relacionar" (SILVA, 2012, p. 74).

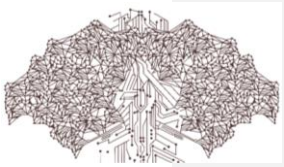


Mitos

No contexto do imaginário, identifica-se o mito como âncora referencial num mar de mares dinâmicas de significantes e significados. Os mitos são formulações que guiam sonhos e medos das coletividades. Já vimos que Juremir Machado da Silva (2012) entende que o imaginário emana do real, passando por um filtro de estruturação ideal para retornar ao real. E é por esse crivo do ideal que os mitos serão mais pragmaticamente utilizados. João Ribeiro Júnior (1992) contribui com esse axioma transicional quando concebe o mito como uma estrutura emanada da experiência humana. Diz ele, "expressa um mundo ideal, às vezes uma aspiração não conseguida" (JÚNIOR, 1992, p. 18). Mas como o mito, essa âncora de significados das nossas reflexões irá elevar-se a categoria de organizadora do imaginário? Vejamos que o mito, antes de mais nada, na sua filtragem ideal precisa se tornar asseado, descontextualizado, despolitizado, purificado, simplificado, sintetizado, virtualizado.

> O mito é, portanto, constituído pela eliminação da qualidade histórica das coisas: nele, elas perdem a lembrança da sua produção. É por isso que Barthes considera o mito uma fala despolitizada: pois ele não nega as coisas, a sua função é antes falar delas, purificando-as, fundamentando-as em natureza e em eternidade - e suprimindo, nesse processo, toda a complexidade dos atos humanos, toda e qualquer dialética, para "recriar" um mundo onde não há contradições nem profundezas; um mundo plano, que se ostenta em sua evidência e onde as coisas parecem significar sozinhas, por elas próprias. E como o real é sempre político, podendo manifestar-se pela linguagem-objeto (a que fala as coisas), não se expressará pela via do mito, que é a da metalinguagem (a que fala das coisas) (SCHEINER, 2008: p. 58-9).

É nessa despolitização e supressão do real, no mito, que Scheiner finca a impossibilidade do mito dialogar com as contradições do cotidiano. Existe uma imposição do mito sobre as coisas mundanas e justamente por isso que, qualquer coisa elevada a mito, estava acima do bem e do mau. "O mito, brotando da projeção imaginativa que o homem faz das máximas funções da vida, como nascimento, amor e morte, rege-se pelas regras próprias do símbolo" (JÚNIOR, 1992, p. 27). Se todo discurso necessita de símbolos e um discurso é ideológico, podemos constatar que, o símbolo busca sempre direcionamento, esvaziamento do contraditório. Com isso não estamos dizendo que os símbolos não sejam produto de uma correlação de forças e por isso podemos mudar. O

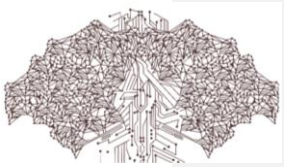


mito funciona como símbolo, mas é mais forte do que o símbolo. O símbolo ou conjunto de símbolos, estão na base dos mitos. “Na nossa civilização tecnológica encontramos ritos, costumes, comportamentos que remontam aos conceitos míticos, particularmente, no que se refere à evasão do momento presente, e a aspiração para uma idade ideal” (JÚNIOR, 1992, p. 22).

Contudo, todo símbolo necessita de um significado, de um entendimento, de uma imprescindível interpretação como forma de fazer valer a potência que existe em si. O mito empresta do símbolo a sua morfologia e dinâmica. Então, para que ocorra o processo de decodificação do qual falamos, João Ribeiro Júnior (1992) apresenta quatro categorias de interpretação dos mitos: racionalista, psicanalítica, simbólica e fenomenológica.

Na interpretação racionalista o mito é representado como inferior e por isso deve ser ultrapassado pois, a linguagem mítica não é da ordem do real e portanto é falsa. A interpretação psicanalítica tem em Freud e Jung os seus expoentes. Freud assemelhou os conteúdos dos sonhos às criações da imaginação, contudo delimitou a infância como o tempo onde traumas acontecem e para o tratamento do trauma, recorre-se a recordá-los para eliminá-los. “A psicanálise freudiana situa o tempo ideal dentro da história do indivíduo” (JÚNIOR, 1992, p. 33), ao passo que Jung concebe o inconsciente coletivo como uma matriz comum à todos. “O conteúdo do inconsciente coletivo são os arquétipos: tipos originários, formas e imagens da natureza coletiva presentes e ativas em todos os homens” (ibidem), entretanto, a não possibilidade de, na perspectiva junguiana, saber a que esses mitos se referem, limita o alcance da psicanálise.

Se Jung afastou a ideia de penetrar no conteúdo do mito, Paul Ricoeur, irá considerar o mito enquanto símbolo, e consequentemente como algo interpretável no que Júnior conceitua como a interpretação simbólica do mito. “De acordo com Ricoeur, o símbolo é a base de tudo” (idem, p. 37). E por último, a interpretação fenomenológica, que prescinde de um profundo conhecimento do mito onde deve se conhecer os comportamentos humanos e sociais a partir dos contextos humano-sociais que os produziu. “O método fenomenológico representa, pois, um progresso sobre as interpretações racionalista e psicanalítica” (idem, p. 39). O método fenomenológico não



deve apenas atingir os fatos objetivos, mas também, encontrar a essência do mito, daí sua amplitude sobre os demais métodos.

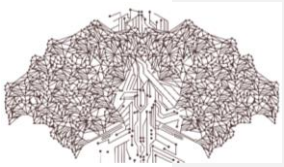
Cibercultura

André Lemos pontou 15 tópicos para compreender a cibercultura. Um deles fora o "Imaginário da época" onde o autor descreve:

> Na cibercultura insistimos mais uma vez na ancestral querela entre pessimistas e otimistas. Na verdade, toda a questão que visa neutralizar discursos e identificar inimigos óbvios. Mostramos em outro artigo como essa relação é originária da própria tecnicidade e atualizada nos discursos sobre as novas tecnologias de comunicação e informação em sua relação com a vida social (LEMOS, 1998). Na se trata de identificar pessimistas, otimistas ou "realistas", até porque ser otimista ou pessimista é uma prerrogativa individual. O que importa é evitar uma visão de futuro que seja utópica ou distópica e nos concentramos em uma fenomenologia do social, ou seja, nas diversas potencialidades e negatividades das tecnologias contemporâneas. Devemos, mais uma vez, evitar determinismos que estão presentes tanto nos que enxergam as mazelas quanto nos que constatam as maravilhas das tecnologias. Devemos nos concentrar nas diversas oportunidades que se abrem e desconstruímos discursos alicerçados em preceitos que não se comprovam nas atuais estruturas técnico-sociais contemporâneas (LEMOS, 2003, p. 12).

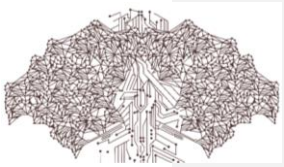
Em seu "Cibermapa", Denize Correa distingue "cluster geográficos" e "cluster temáticos" num mapeamento da produção acadêmica em torno do tema da cibercultura. O tema do imaginário da cibercultura foi indicado por Correa (2006) como um dos cinco temas centrais dos estudos em cibercultura no Brasil. Os outros temas são: Cibercidades e Mobilidades; Imersão e Interfaces; Jornalismo Digital; Web Sociabilidades-Subjetividades. Neste último é que nos cabe maior inserção.

Cremos que uma das principais marcas da cultura contemporânea é a interatividade que emerge da relação estabelecida entre percepção humana e máquina tecnológica na sua vertente digital. Essa relação interativa dá um passo a mais no que a humanidade conhece por interatividade e se estabelece processualmente modificando as partes e adaptando-as em um novo regime relacional mais complexo, que além de outras percepções, cria um imaginário específico: o imaginário da cibercultura.



Se de um lado temos os dispositivos tecnológicos digitais através dos quais as pessoas ou coisas são conectadas, de outro temos as pessoas, que lançam mão dos sentidos para que essa relação seja possível. Como um cego que acaba por desenvolver uma audição extraordinária, o sujeito atual se vê desafiado a rearranjar seu pensamento em relação ao mundo que lhe abarca. Se o mundo é mundo pela capacidade imaginativa dos que assim lhe conceberam mundo, nos parece plausível dar a devida distinção ao legado proporcionado pela relação homem x tecnologia: agilidade, complexidade e capacidade de imersão e abstração do pensamento humano. A história da humanidade é a história da técnica.

Vejamos que, há mais de duas décadas que se investiga a cibercultura como um novo espaço antropológico onde paulatinamente fomos aprendendo a "navegar" e a sair de um texto e rapidamente acessar uma foto a partir da ligação de informações. Do uso de um hiperlink passamos a nos conectar com pessoas por mensagens de e-mail, mensagem SMS de telefones celulares e depois, por intermédio das redes sociais. Hoje a cibercultura é considerada como conceito consolidado no campo da ciência e dessa forma é muito presente na vida da maioria das pessoas e de maneira generalizada estamos imersos nela. De início, cabe ratificar que a palavra cibercultura é permeada por diversos significados, mas genericamente é entendida como "a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70" (LEMOS, 2003, p. 12). Em Lisboa (2010, p. 24), está descrito sinteticamente duas das categorias vinculadas ao imaginário da técnica a partir da oposição entre "apocalípticos e integrados", que na visão de Eco (1968) é um enquadramento injusto por conta da não observância das diversidades e matizes das atitudes humanas. Tomando a cultura de massa como objeto de análise, explica ele, apocalípticos acreditavam que a mesma constituía-se na "anticultura", enquanto integrados criam que ela ampliava o campo cultural para que os bens culturais se democratizassem e à todos chegassem. Tudo isso se deve ao mito de oposição entre homem e tecnologia. A técnica como controladora do homem é um mito rejeitado por muitos autores ao longo da história.



> Heidegger poetiza a discussão com seus exemplos telúricos. O Moinho que abria suas pás ao vento não provocava a natureza, no sentido da acumulação e da transformação do meio onde estava situado. Já a extração de minérios provoca, altera, submete e devasta o ambiente interpelado. O espaço é transformado inexoravelmente, pela técnica, que passa de instrumento a demiurgo de um novo e imprevisível universo (SILVA, 2012, p. 29)

Otimistas e pessimistas tem dado relevante demonstração simplista e simplória (de dedo em riste) ao polarizar de maneira rasa homem e tecnologia. Na visão de Eco (1968) o *double* apocalípticos e integrados não revela antagonismo, mas sim, a predicação de dois adjetivos complementares, adaptáveis aos mesmos produtores de uma crítica popular da cultura popular (ECO, 1968, p. 13). Ampliando essa noção polarizada, apocalípticos e integrados estarão presentes, não sozinhos, mas como facetas de uma diversidade de sentimentos, pois, "a imaginação nos leva, permanentemente, a recriar o mundo a nossa imagem, mas amplificando-a, deformando-a, tornando-a imaginária. Nossos sonhos, nossas histórias, nossas imagens são as manifestações deste ato primeiro e vital" (LEGROS ET. AL., 2007, p. 233) que é o imaginário. Mesmo não gostando, pessimistas e otimistas estão a nossa volta e nos resta aceitar e trabalhar no sentido de tornar complexa uma discussão que para muitos parece simples e polarizada.

Para identificarmos a existência da categoria "imaginário", precisamos reconhecer os vínculos entre os que a utilizam. Em "Cultura da Convergência", Henry Jenkins é enfático em defender que "a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros" (JENKINS, 2009, p. 30). Outrossim, podemos identificar certa divergência tecnológica se justapormos, para dar um exemplo, dois aparelhos de celular de fabricantes distintos como Apple e Samsung. Veremos que os carregadores das baterias serão divergentes, veremos que suas interfaces quererão distinguir-se, mesmo que tenham similaridades em sua maior parte, a navegação será divergente.

Antes de prosseguir, permito-me uma breve pausa para, rapidamente, proferir uma análise crítica específica do campo do design. Tendo um "torcicolo" para o entendimento

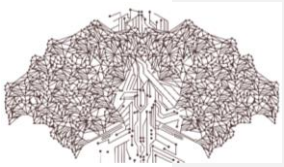
de que os dispositivos tecnológicos digitais são o mais importante na era digital, a arte da capa do livro Cultura da Convergência apresenta de forma icônica e centralizada um aparelho de celular que remete à ideia de que a convergência se dá nos dispositivos tecnológicos digitais. Ora, a convergência se dá é no imaginário coletivo, e isso é de forma convincente apresentado por Jenkins na escalada textual produzida no decorrer do livro, o que se encontra em dissonância com a mensagem da capa do mesmo.

Prosseguindo, utilizemos um caso que exemplifica a imaginação como recurso: vejamos que o termo cibercultura fora imaginado por seu criador como uma alucinação consensual, William Gibson em seu livro Neuromancer de 1984.

> Como alucinação, o ciberespaço ensejava a ideia de um espaço criado na mente das pessoas. Era, assim, uma projeção, um local imaginado, e não exatamente um espaço físico, visto que as redes computacionais não configuram um espaço, mas um fluxo de códigos que trafegam em cabos, ar e equipamentos. Nos cabos, no ar e nos equipamentos existem códigos, e não espaço (ROCHA, 2016, p. 102).

Esse "lugar imaginado" criado por Gibson, foi possível graças à imaginação de algo que ainda não existia, mas que através de um sistema de representações foi viabilizado enquanto fantasia. "A tecnologia, portanto, esse concreto mais extremo, é produto do nosso imaginário. Assim, pode-se afirmar que tanto o imaginário é real quanto o real é imaginário (BARROS, 2014, on-line). Interessante caso aconteceu com Kekulé, que teve em 1866 um sonho onde imaginara átomos de carbono sob a uma serpente que mordia a própria cauda. Essa abstração imaginária resultou na ideia da estrutura em anel da molécula de benzeno (C6H6) (THUILLIER, 1988 APUD LEGROS ET. AL., 2007, p. 225). Aqui podemos perceber a riqueza que o imaginário pode criar. O sonho serviu de intervalo imaginal para, em sua plasticidade adormecida, sintetizar e canalizar um conjuntos de visualidades científicas até a consolidação de um diagrama modelo.

O sonho de Kekulé beneficiou sua contribuição científica em uma bacia semântica construída na pulsação do imaginário que fora plasticamente formulada e apresentada no sonho. Fora sintetizada no sonho de um indivíduo, mas emergiu e foi difundida e compartilhada no espectro coletivo das imagens a partir de um simbolismo geral: "a comunidade é parte integrante de um vasto conjunto cósmico, do qual não passa de um



elemento. De fato, no sentido mais simples do termo, é próprio da paixão comum sentir com outros, experimentar-se com outros." (MAFFESOLI, 1997, p. 38). Maffesoli concebe a partilha da paixão como essência da comunhão de sentimentos. Essa característica não individual da partilha de sentimentos, conscientes ou inconscientes, encontra na psicologia sua explicação mais plausível dentro da ciência.

Vejamos que, Freud acreditava no inconsciente como sendo de natureza pessoal, composto de um espaço onde residem conteúdos esquecidos e recalcados. Jung fez uso dessa noção, mas ampliou a condição estritamente pessoal do inconsciente ao conceber uma camada superficial do inconsciente, como sendo de natureza pessoal, mas identificando uma camada mais profunda do inconsciente, como sendo coletiva. À este inconsciente coletivo, Jung chamou de arquétipos.

> O inconsciente coletivo é uma parte da psique que pode distinguir-se de um inconsciente pessoal pelo fato de que não deve sua existência à experiência pessoal, não sendo, portanto, uma aquisição pessoal. Enquanto o inconsciente pessoal é constituído essencialmente de conteúdos que já foram conscientes e, no entanto desapareceram da consciência por terem sido esquecidos ou reprimidos, os conteúdos do inconsciente coletivo nunca estiveram na consciência e, portanto, não foram adquiridos individualmente, mas devem sua existência apenas à hereditariedade. Enquanto o inconsciente pessoal consiste em sua maior parte de complexos, o conteúdo do inconsciente coletivo é constituído essencialmente de arquétipos (JUNG, 2014, p. 51).

Portanto, os arquétipos partem do inconsciente coletivo, considerados como reservatórios de imagens latentes, ou como bacia semântica. São as "imagens primordiais" que herdamos de nossos antepassados. Os arquétipos são incontáveis pois são referentes às situações típicas das nossas vidas. Jung (2014) considera que as repetições das experiências acaba por deixar um rastro de formas sem conteúdo, onde há percepção e ação. "Quando algo ocorre na vida que corresponde a um arquétipo, este é ativado e surge uma compulsão que se impõe a modo de uma reação instintiva contra toda a razão e vontade, ou produz um conflito de dimensões eventualmente patológicas, isto é, uma neurose. (JUNG, 2014, p. 57)

Segundo Juremir Machado da Silva, a partir das ideias de Michel Maffesoli, podemos entender o imaginário como "uma força, um catalizador, uma energia e, ao mesmo tempo, um patrimônio de grupo (tribal), uma fonte comum de sensações, de lembranças, de afetos e de estilos de vida." (SILVA, 2012, p. 10) Inspirado em Maffesoli, Silva (2012) defende que, o imaginário seria como uma aura que envolve e ultrapassa a obra. É antes uma atmosfera que não se vê mas se sente. (SILVA, 2012, p. 12) "O imaginário é uma bacia semântica que orienta o 'trajeto antropológico' de cada um na errância existencial." (SILVA, 2012, p. 12).

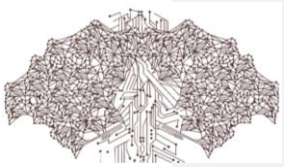
De forma variada, as ciências humanas concebem sentimentos, sensações, concepções, lembranças, modos de ação e comportamento a partir de espectros coletivos. O que nos interessa é identificar variadas maneiras de entendimento das concepções coletivas e cotejar apontamentos que sirvam de aporte teórico para o entendimento do imaginário enquanto elemento mártir da cibercultura.

Imaginário da Cibercultura

A aderência a cibercultura se deu, entre outras questões, também devido ao sentimento de pertencimento que seus seguidores fizeram a algo que é inovador, sofisticado, tecnológico. Aqui podemos perceber um tempero ideológico amalgamado na tecnologia, e que de maneira alguma deve ser escondido ou negligenciado. Vejamos:

> Estar-se-ia, pois, diante de um novo ingrediente: o da manipulação, que jogaria com os sonhos coletivos e com as forças da tradição herdadas de um cotidiano imemorial, forjando mitos, crenças e símbolos. Não se que reduzir, em hipótese alguma, o imaginário social à ideologia, nem opor a este jogo de intenções e socialização de ideias deliberadas o potencial libertador e subversivo da utopia. Não cabem posições maniqueístas que, inclusive, reduzem a complexidade do contexto social e a riqueza das representações possíveis que ele comporta (PESAVENTO, 1995, p. 23)

Inclusive devemos estar atentos ao assunto aplicando certa precaução a uma hipotética ditadura do digital e a favor da preservação da diversidade de linguagens (analógicas e digitais). Como um investidor moderno que não coloca todos os seus recursos em um só negócio, devemos utilizar e experienciar o maior número de



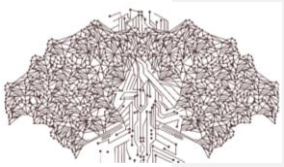
instrumentos e ferramentas possíveis. Ou seja, uma "anti" cibercultura, não nos seria de todo ruim.

Avançando mais um pouco, se aplicarmos a noção de "gosto estético" de Bourdieu, podemos dizer que quem reivindica o tema da cibercultura pode ser reconhecido ou querer uma identidade de alguém que tem espiritualidade nobre e avançada. De outro modo, seria antiquado e conservador aquele que não adere ao mundo tecnológico. O gosto estético em Bourdieu é uma ferramenta de distinção onde uns são superiores e outros inferiores, onde se experimenta a partilha social do gostar. Uma construção coletiva que visa, antes mesmo de acrescentar conhecimento, distinguir entre os que estão e os que não estão no espectro de determinada cultura, no nosso caso, da cibercultura.

A chave de entrada da cibercultura é a tecnologia. Por meio dela distinguimos maior ou menor penetração na cibercultura. Se aplicarmos a fórmula as nações, podemos observar que, nos países onde se tem maior acesso a tecnologia, se tem maior adesão a cibercultura, e vice-versa. Europa, América do Norte e Japão, a tecnologia é produzida e utilizada de maneira mais elástica, logo, teremos maior adesão da população a cibercultura. No Brasil, com 30% de excluídos totais, altíssimo custo na compra de aparelhos e serviços, logo, temos menor adesão. Olhando por esse prisma podemos dizer que a cibercultura é um produto imaterial que se acessa pela indústria da tecnologia. Participar da cibercultura é agregar valor simbólico e um "senso de gosto" (Bourdieu). De outra maneira, a aquisição e uso de tecnologias mais avançadas e itens de mercado mais caros, implica em maior distinção social e o status de maior imersão na cibercultura.

No contexto do imaginário da cibercultura, temos como um dos principais conceitos míticos, o desvio do tempo presente e o ideal de idade, corpo e performance. Por mais que sejamos regidos na modernidade pela linearidade do tempo, a ideia de supressão do tempo presente ou do desvio da linearidade e da regularidade de uma vida mecanizada é driblada pelas pessoas a partir de artifícios diversos.

> Encontramos ainda no seio da civilização tecnológica, ritos, costumes e comportamentos que remontam aos conceitos míticos do tempo, particularmente no que se refere a evasão do momento presente e a aspiração para uma idade ideal. Toda forma de divertimento moderno:

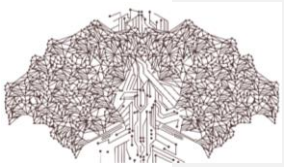


> cinema, vídeo, jogos, festas populares, experiências provocadas por meios artificiais, como o uso de drogas alucinógenas, refletem uma determinada posição tomada perante o momento presente, uma posição que procura suprimir o tempo histórico (JÚNIOR, 1992, p. 71-2).

Do final da década de 1980, é exemplar a canção da banda de rock Titãs que diz: "Às vezes qualquer um faz qualquer coisa/ Por sexo, drogas e diversão/ Tudo isso às vezes só aumenta/ A angústia e a insatisfação". É a narrativa da tentativa de supressão do mundo presente em sua mais escancarada versão, onde há um julgamento moral por parte da letra da música.

Já, a internet incrementou a ocupação do tempo presente com o tempo desviado. O desvio do tempo presente é evidenciado na vida pós-moderna nos usos das redes sociais, na conexão generalizada, nas academias de ginástica, nas festas eletrônicas e nos demais ritos e comportamentos que vinculam-se com a ideia de suspensão do tempo presente. A aspiração a uma idade ideal é possível nas performances e principalmente nas imagens que minuciosamente são preparadas e publicadas nas redes sociais. A idade verdadeira é mais bem contornada e manipulada por intermédio das redes sociais que funcionam como filtros do rejuvenescimento. Não rejeitamos aqui outros tipos de usos que são aplicados nas redes sociais, mas elas o local onde a simulação encontra fertilidade. Nas redes sociais todo mundo é lindo. A performance dos perfis sobrepõem-se as performances das pessoas, fundindo ambas na construção de uma realidade nata das redes digitais e toda maneira bastante eficiente no jogo simbólico cibernético. O mito do tempo suspenso, estancado, congelado, remonta ao desvio das civilizações primitivas que realizavam ritos de suspensão do tempo. Nessas civilizações tradicionais, o desvio do tempo presente se dava na intenção de encontrar o verdadeiro sentido das coisas, em outra direção o que acontece nas sociedades modernas é fuga como forma de proteção e defenderei o direito de dizerem, também, que se trata de outras coisas.

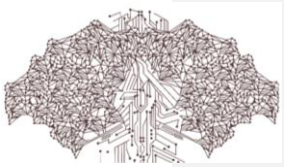
Com a proliferação da internet no contexto da cibercultura, tivemos o aprofundamento da mito de liberdade que na sua versão cibernética comovia as pessoas para a liberdade de acesso as informações do mundo. Se o computador é a rede, tem-se, ao alcance da tela, todas as informações da internet. Esse mito tem sido desgastado mas se encontra vivo. No filme biográfico "Snowden: herói ou traidor (2016)", fica claro que



a rede tem donos e é monitorada com certa facilidade pelas empresas de comunicação. Edward Snowden se tornou conhecido depois de divulgar a jornalistas uma série de documentos sigilosos que comprovam atos de espionagem praticados pelo governo estadunidense contra cidadãos comuns e lideranças internacionais. Snowden foi funcionário terceirizado da Agência de Segurança dos Estados Unidos. Se a internet é monitorada para fins políticos, como fica evidente no filme, logo, a liberdade na internet é um mito que nasceu com o exercício da liberdade mas que nos tempos atuais permanece apenas como mito. Contudo, o ato de Snowden configura um bloqueio ao sistema elevando o sujeito a categoria do mito do herói. Nessa conjuntura cibernética, pode-se dizer que o mito do herói disputa como mito da liberdade.

Por último, cito um fenômeno singular que vem ocorrendo nas redes sociais nos últimos tempos. Acompanhando publicações nas redes sociais, evidencia-se que o termo "mito" virou elogio, popularizou-se em comentários que, ao conferir distinção, eleva uma postagem (que revela uma atitude ou acontecimento) a condição mítica. É a popular "mitagem" que é determinada por comentários de quem elogia. "Mitar" consiste em estar acima do bem e do mal, realizar ato de extrema primazia sobre os demais atos, ser elevado a uma categoria que necessita de tempo para se constituir mas que, mesmo assim, de tão relevante que aparenta ser, já deve ser reconhecido por mito. Na maioria das vezes esse elogio é proferido através da etiqueta "#mito".

Numa rápida pesquisa feita no fechamento deste trabalho, buscou-se por "#mito" na rede social Instagram. Foram computadas 601.996 postagens com o termo e tantas outras milhares de postagens onde este era acompanhado de outros termos como por exemplo: #mitomania. As três (3) principais publicações de #mito merecem descrição como forma de observarmos as relações do termo "mito" nesta rede social: 1. Postagem de fotografia dos jogadores do São Paulo Futebol Clube, Rodrigo Caio e Rogério Ceni, na conta "rodrigocaio_" em 22 de janeiro de 2018. Rodrigo saúda Rogério que parte para ser treinador em outra equipe (42.572 curtidas); 2. Postagem de vídeo que mostra uma pessoa em um aeroporto abordando de maneira hostil o Senador do Partido dos Trabalhadores pelo Rio de Janeiro, Lindbergh Farias, na conta "gilmarmbotelho" em 29 de janeiro de 2018. (31.870 curtidas); 3. Postagem de imagem com três (3) fotos, seguida de três (3) mensagens textuais: A. (campo superior) Ilustração de Cleopatra: "mitologia

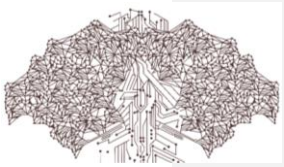


egípcia", B. (campo médio) Ilustração de Zeus: "mitologia grega", C. (campo inferior) foto do político Jair Bolsonaro: "mitologia brasileira", na conta: "ojacaredetanga" em 29 de janeiro de 2018. (1.363 curtidas).

Assim, constatamos que os temas futebol e política são, neste momento, os que mais recebem o incremento do termo "mito". Interpretando os dados podemos constatar que, foi considerado mito: 1. Um jogador em final de carreira que deixou um legado importante para um clube de futebol. Essa consideração não é polêmica pois, até membros de outros clubes consideram Rogério Ceni um jogador que deixou importante contribuição pelos feitos fora e dentro de campo. Goleiro, Rogério além de ter sido bem sucedido ganhando muitos títulos, é atualmente o jogador que mais vestiu a camisa de um mesmo clube na história do futebol mundial. Outro feito memorável é a marca de 132 gols feitos ao longo da carreira, que lhe deu o título de maior artilheiro goleiro da história do futebol mundial; 2. um ato cotidiano, em que pese sua ênfase, realizado por uma popular mas em relação a uma figura política pública de estatura nacional. Muitos significados podem ser extraídos desta postagem, mas a mais evidente é a da expressão de certo ódio aos políticos, principalmente aos políticos do Partido dos Trabalhadores que vem ganhando destaque pela mídia nacional. Desta postagem podem surgir diversos pontos de vista, não sendo nosso objetivo aprofundar esta questão aqui; 3. Uma relação entre as mitologias egípcia e grega e o político Jair Bolsonaro, que tem ganhado destaque nacional a partir do momento em que este, aparece nas pesquisas de opinião como postulante ao cargo de Presidente do Brasil. Jair Bolsonaro é também conhecido nas redes sociais como "Bolsomito", como estratégia de elevar o humano ao mito. Bolsonaro é militar da reserva e deputado federal pelo Rio de Janeiro. Este político tem se destacado pelo ataque aos direitos humanos o que pode ser observado nos seus discursos, nas matérias de órgãos de imprensa e outros.

Considerações Finais

O imaginário enquanto temática de estudos passou por processos históricos nos quais a razão levou vantagem. Rebaixado, descreditado e desacreditado, o imaginário trilhou vias não convencionais e teve na psicanálise sua maior abertura com as contribuições de Freud e Jung. Não deixemos de constatar que o Iluminismo ainda paira sobre nós. Contudo, o imaginário tem seu nicho e nele pode-se atuar de maneira mais



aceita pelos quadros teóricos contemporâneos. Como ato de insubordinação, pesquisadores do imaginário aplicam aqui e ali, suas metodologias provocadoras onde não a linearidade tenta ser desfeita em detrimento de leituras mais caóticas e rizomática.

Este breve ensaio buscou cotejar ideias, apresentar e comentar conceitos e noções, evidenciar cenários do mito e do imaginário da nossa época e na relação com a cibercultura, tudo de forma provisória e num tom de aproximação. Sem considerações totalizantes, apontamos para um caminho com muito terreno para a pesquisa onde as possibilidades são largamente férteis. O sonho é o que nos move!

Referências bibliográficas

BARROS, Eduardo Portanova, "Aspectos de uma sociologia do imaginário na pós-modernidade: a razão sensível", **Fórum Sociológico** [Online], 25, 2014. Publicado em: 10 Nov. 2014. Acesso em: 18 Abr. 2017. Disponível em: http://sociologico.revues.org/920

BERGER, Peter. **A construção do social e da realidade:** Tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção.** Crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CORREA, Denize. Estudos sobre Comunicação e Cibercultura no Brasil: Conceitos, Tendências e Clusters. In: **Razón y Palabra**. No 53. 2006. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n53/dcorrea.html>. Acesso em: 22 dez. 2017.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. Espanha: Lumen, 1968.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNG, Carl. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** Petrópolis: Vozes, 2014.

JÚNIOR, João Ribeiro. **As Perspectivas do Mito**. São Paulo: Pancast Editoral, 1992.

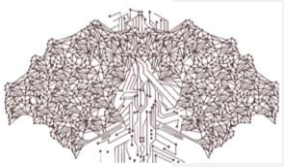
LEGROS, Patrick; MONNEYRON, Frédéric; RENARD, Jean-Bruno; TACUSSEL, Patrick. **Sociologia do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEMOS. Andre. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2003a.

LEMOS, André. Notas sobre a Cibercultura. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003b.

LISBOA, Pablo Fabião. **Rede de Pontos de Cultura do Município de Pelotas**: processos de digitalização de acervos na era das tecnologias da informação e da comunicação. Dissertação. Memória Social e Patrimônio Cultural. Pelotas, PPGMSPC UFPel/ICH, 2010.

MARCELLO, Fabiana de Amorim. O conceito de dispositivo em Foucault: mídia e produção agonística de sujeitos-maternos. In: **Revista Educação & Realidade**. v. 29, n. 1. jan/jun. 2004.



Disponível em: < http://www.seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/download/25426/14752>. Acesso em: 31 jan. 2018.

MAFFESOLI, Michel. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

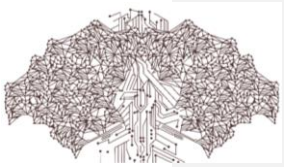
PESAVENTO. Sandra Jatahy. Em busca de uma outra história: Imaginando o Imaginário. In: **Revista Brasileira de História**. V. 15, N.o 29. São Paulo, 1995.

ROCHA, Cleomar. **Pontes, janelas e peles** – cultura, poéticas e perspectivas das interfaces computacionais. - 2ª ed. - Goiânia: MediaLab / CIAR UFG / Gráfica UFG, 2016.

SCHEINER, Tereza Cristina. Museu, a palavra, o retrato e o mito. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio** – PPG-PMUS Unirio | MAST, 2008, p. 57-73.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



APROPRIAÇÃO, MEMES DE INTERNET E PRÁTICAS DE FANDOM NA PÁGINA *LOUCAS PELO FAUSTÃO*[1]

Maiana Abi[2]; Thereza Nardelli[3]; Luís Felipe Garrocho[4]; Joana Ziller[5]

Este artigo trata da construção de memes através de apropriações características de *fandoms* feita pela página de Facebook *Loucas Pelo Faustão.* Frente à ambiguidade observada nas postagens e interações entre usuários na página – onde não é viável distinguir assertivamente entre ironia e veneração – procuramos traçar uma conexão entre os estudos de *fandom* e de memes de internet, e a maneira distinta como esses se tensionam através da produção imagética e dos comentários publicados, concluindo que trata-se de um espaço que favorece um *brincar de fã*, ou seja, em que as interações giram em torno de portar-se como fã, dando destaque para as próprias práticas dos *fandoms*.

A página *Loucas Pelo Faustão* foi criada em 2014 e, atualmente, apresenta pouco mais de 62 mil curtidas. As publicações da página são compostas majoritariamente por imagens, em grande parte montagens digitais, que justapõem fotos de Fausto Silva a outros personagens e estruturas de memes de internet. No período entre 8 de fevereiro de 2015 e 15 de agosto de 2016 foram feitas 18 publicações[6], que alcançam números entre 279 e 4.400 curtidas, sendo que 39% dessas postagens têm entre 1.000 e 2.000 curtidas e 39% têm mais de 2.000 curtidas. O volume de compartilhamentos e comentários varia bastante ao longo dessas postagens. Compartilhamentos vão de 2 a 8.222 (974, em média) e comentários oscilam entre 16 e 1.000 (245, em média). Essa variação de repercussão pode se dar por fatores variados além da aprovação dos seguidores da página, como horário de postagem, pagamento para exibição da publicação e número de marcações de outros usuários.

---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é mestre em Comunicação Social pela UFMG. E-mail: maiana.abi@gmail.com

3 . Pesquisadora é mestranda em Comunicação Social pela UFMG e participa do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon). E-mail: therezanardelli@gmail.com.

4 . Pesquisador é mestre em Comunicação Social pela UFMG e professor no curso de Jogos Digitais da PUC Minas. E-mail: lfgarrocho@gmail.com.

5 . Pesquisadora é professora da UFMG. É Doutora em Ciências da Informação (UFMG) e participa do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon). E-mail: joanaziller@gmail.com.

6 Postagens, números de curtidas, compartilhamentos e comentários verificados em <https://www.facebook.com/loucaspelofaustao/> em 18 de agosto 2016.

Boa parte das postagens da página apresentam montagens em que são justapostas ou mescladas imagens de fontes diversas com a figura do apresentador Fausto Silva, muitas vezes utilizando a estrutura de memes de internet conhecidos. Além disso, os criadores das postagens e participantes frequentemente fazem menção a episódios específicos na carreira de Faustão. Referências ao filme de 1991, *O Inspetor Faustão e o Mallandro*, e ao seu tema musical, *O Rap do Ovo*, são repetidas em conjunto com momentos memoráveis do programa de TV *Domingão do Faustão*, como a ocasião em que uma churrasqueira em demonstração pegou fogo no palco – evento referido através de imagens e da frase "tá pegando fogo, bicho" – e o episódio em que nenhum dos participantes de uma competição consegue acertar a resposta de uma pergunta – de onde surgem as falas "errou", “dica número um”, "ninguém acertou" e "é um país da Europa", frequentemente citadas pelos usuários ativos na página. Nos comentários, usuários dão continuidade ao assunto proposto pela postagem, publicam suas próprias edições de imagens e mencionam seu apreço por Faustão. Em uma postagem sobre interesse romântico voltado ao apresentador, comentários como "O amor é um país da europa" e "O nosso amor tá pegando fogo" demonstram o tipo de utilização dessas estruturas meméticas, que são replicadas e adaptadas para incluírem também a admiração destinada ao ídolo Fausto Silva. São recorrentes também os comentários nos quais participantes convocam outros contatos de Facebook, marcando seus nomes de usuário na plataforma, como um chamado para que vejam a publicação em questão ou a página como um todo.

A página *Loucas Pelo Faustão* se constitui a partir de práticas similares às de *fandoms* – conceito que detalharemos mais adiante – a começar pelo nome da página, que evoca um tipo de fã-clube. Muitos participantes se portam nesse espaço como admiradores do apresentador Fausto Silva, sendo essa postura aspecto fundamental das apropriações e interações ali presentes. A admiração manifestada toma forma através de elogios à qualidade do entretenimento produzido pelo apresentador em seu programa de TV, mas também de elogios a qualidades morais e físicas de Fausto Silva, mostrando-o muitas vezes sob a luz de modelo ideal de par romântico.

Contudo, nas postagens da página *Loucas Pelo Faustão*, é possível observar posturas humorísticas e de zombaria concomitantes à admiração demonstrada, o que tensiona as práticas estabelecidas de fãs. Uma das postagens, por exemplo, se utiliza de um meme de internet que mostra o personagem de quadrinhos Wolverine deitado em sua cama, acariciando um porta-retrato[7]. No quadro seguinte, o porta-retrato ocupa a ilustração, e emoldurada por ele está uma

[7] . Disponível em: https://www.facebook.com/loucaspelofaustao/photos/a.825252260848496.1073741828.824211330952589/1083088748398178/?type=3&theater. Acesso em 27 set 2016.

foto do Faustão, de modo que o meme coloca em foco a ternura direcionada a um ídolo, prática associada aos fãs. Essa imagem gera humor através da quebra de expectativa ao juntar universos narrativos distintos, e pelo contraste da figura máscula, hostil e combativa de Wolverine com a de Fausto Silva, abrindo margem para a ambiguidade sobre a seriedade da atividade dos fãs na página.

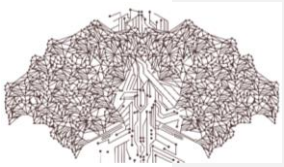
Outra postagem[8] apresenta o rosto de Faustão mesclado com o personagem de animação Shrek. Essa publicação apresenta o ídolo da página como o ogro Shrek, um personagem apresentado em seu filme como feio, hostil e indesejável, mas que acaba por mostrar qualidades morais e conquistar os que o cercam. A associação com a figura de Shrek apresenta ainda um aspecto importante, pois o ogro também conta com status de meme de internet, que se propaga através de remixes de suas músicas, imagens e do vídeo *Shrek is love, Shrek is life*, que apresenta uma narrativa dramática sobre idolatria excessiva e absurda. Nessa imagem, a junção de Fausto com Shrek não cumpre uma função claramente elogiosa, e parece, antes, um tipo de deboche devido ao rosto de faustão se encaixar bem na figura do ogro.

Tendo em vista a presença de postagens como as citadas à guisa de exemplo, percebe-se que a tentativa de analisar a página como uma manifestação regular e típica de *fandoms* (onde a idolatria e muitas vezes a idealização romântica ocupam o foco das atividades) colocaria em suspenso a ambiguidade observada. Desse modo, devido à presença de humor e às fortes dinâmicas de remixagem e circulação em rede social das postagens, torna-se interessante considerar a página *Loucas Pelo Faustão* primordialmente como um espaço de propagação de memes de internet, que se dão a partir da junção entre a figura de Fausto Silva, a cultura de fãs e os estranhamentos, incertezas e efeitos de humor gerados a partir dessa conjunção.

Dinâmicas de memes de internet perceptíveis na página *Loucas Pelo Faustão*

Ao falar sobre memes, parece quase inevitável retomar a definição do termo apresentada por Richard Dawkins no livro *O Gene Egoísta*, de 1976. O termo foi cunhado em torno de uma analogia com os genes: enquanto estes são as unidades fundamentais de replicação e perpetuação de características biológicas, os memes são unidades básicas de replicação de cultura. Como indica Recuero (2007), essa definição e suas derivações próximas traçam paralelos entre cultura

[8] . Disponível em: https://www.facebook.com/loucaspelofaustao/photos/a.825252260848496.1073741828.824211330952589/1015816701792050/?type=3&theater. Acesso em 27 set 2016.



e biologia, fazendo referência à teoria seleção natural e assim dando proeminência a características ligadas à funcionalidade de replicação, como longevidade, fecundidade e fidelidade das cópias.

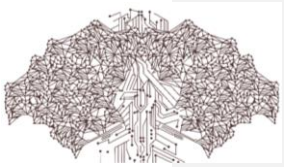
A proposta inicial de Dawkins sobre os memes tem se mostrado controversa ao longo dos anos por caminhar para um olhar evolucionista sobre processos culturais. Porém, como aponta Shifman (2014), a discussão sobre memes ganha um novo fôlego nos estudos contemporâneos de comunicação devido à intensa adoção do termo por usuários da internet, e, com isso, a possibilidade de identificação de certas práticas midiáticas digitais. Assim, a autora propõe uma distinção entre a ideia de meme como proposta por Dawkins e o conceito de *memes de internet*, fazendo coro com diversas outras pesquisas (BAUCKAGE, 2011; BORZSEI, 2013; BURGESS, 2008; HUNTINGTON, 2013) nas quais o meme de internet é usado "como prisma para compreender certos aspectos da cultura contemporânea sem que se adote o conjunto inteiro de implicações e significados atribuídos ao termo ao longo dos anos" (SHIFMAN, 2014, p.6)[9].

O conceito de meme de internet reunido por Shifman (2014) se apresenta como uma fundamentação com pontos interessantes de contribuição para a análise aqui proposta:

> Meme de internet: **(a)** Um grupo de unidades de conteúdo digital compartilhando características em comum de conteúdo, forma, e/ou atitude. Por exemplo – fotos exibindo gatos engraçados com legendas compartilham o tópico (gatos), a forma (foto + legenda), e a atitude (humor). **(b)** Essas unidades são criadas com consciência uma da outra - a pessoa postando a imagem de "gato com legenda" se baseia em gatos anteriores nessa série. **(c)** Essas unidades são circuladas, imitadas, e/ou transformadas via internet por diversos usuários. Memes de internet são expressões criativas de múltiplos participantes através das quais identidades culturais e políticas são comunicadas e negociadas." (SHIFMAN, 2014, p. 177)[10]

[9] . Tradução livre para: "(…)as a prism for understanding certain aspects of contemporary culture without embracing the whole set of implications and meanings ascribed to it over the years."

[10] Tradução livre para: "Internet meme: **(a)** A group of digital content units sharing common characteristics of content, form, and/or stance. For instance—photos featuring funny cats with captions share a topic (cats), form (photo + caption), and stance (humor). **(b)** These units are created with awareness of each other— the person posting the "cat with caption" image builds on the previous cats in the series. **(c)** These units are circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users. Internet memes are multiparticipant creative expressions through which cultural and political identities are communicated and negotiated."



Ao utilizar a ideia de "unidades de conteúdo digital", a autora abre espaço para uma noção mais ampla de meme, afastando-nos de definições limitadoras quanto ao seu formato, que se restringiriam, por exemplo, a dizer que memes de internet são apenas imagens com texto curto ou vídeos.

Quanto ao primeiro aspecto mencionado por Shifman (2014) na definição acima (a repetição de características de conteúdo, forma e/ou atitude), na página *Loucas Pelo Faustão*, apesar de haver alguma variação na forma das postagens (são primariamente imagens estáticas, mas sua estrutura varia, não sendo constante, por exemplo, o uso de legendas), o conjunto traz como conteúdo em comum a presença de Faustão em conjunto com atitude de admiração de fãs e atitude de humor.

Já em relação ao segundo aspecto da definição trazida pela autora (a criação de unidades de conteúdo com consciência de sua inclusão num conjunto de outras criações), convém apontar que as postagens na página *Loucas Pelo Faustão* não estão isoladas. Elas se inserem num ambiente formado também por outras páginas que, similarmente, produzem material partindo da justaposição da figura do Faustão, outros elementos midiáticos e/ou postura de idolatria. Alguns exemplos são as páginas de Facebook *Domingão do Faustão é o Melhor Anime Que Passa No Domingo* e *A Mesma Foto do Faustão Sombrio Todos os Dias*, o canal de YouTube *Faustão Dando Criançada*, e algumas fanfics[11] (sendo uma das primeiras e mais proeminentes, a fanfic "*You are my love, my destruction*", em que é narrada uma história romântica entre Faustão e a cantora Selena Gomez[12]). Essa inserção em um conjunto mais amplo de outras produções pode ser claramente vista, por exemplo, em uma postagem na qual a página *Loucas Pelo Faustão* publica o registro de uma das telas do jogo eletrônico *Faustão Dating Sim*[13], um jogo no estilo de simulador de encontros, onde o objetivo é fazer escolhas de diálogo e ações ao longo da partida que resultem em um encontro romântico com Faustão. Esse produto foi desenvolvido de modo não comercial e foi jogado por várias pessoas, gerando menções diversas e contando inclusive com registros das partidas no YouTube (um deles com mais de 1.700.000 visualizações[14]). Neste exemplo, então, vemos apropriações sendo feitas a partir do reconhecimento de diversas outras

[11] . Fanfics, ou fanfitcions, são narrativas ficcionais produzidas por fãs de algum produto midiático, que se apropriam de personagens, cenários ou enredos e criam novos desdobramentos em suas histórias, usualmente publicando essas produções em plataformas online voltadas para esse fim.

[12] . Disponível em: https://socialspirit.com.br/fanfics/historia/fanfiction-fausto-silva-faustao-you-are-my-love-my-destruction--faustao-e-selena-2369005. Acesso em 22 mai 2016.

[13] . Jogo disponível para download em http://www.rawrflash.com/2015/08/namorar-com-faustao-dating-sim.html (consultado em 22/05/2016)

[14] . Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=uHXkw6bDzsQ (consultado em 22/05/2016)

produções que formam um conjunto e conformam a existência de um meme de internet ligado à figura de Fausto Silva.

O exemplo dado, da publicação que retoma o jogo *Faustão Dating Sim*, aponta também para a terceira característica citada na definição de Shifman (2014), que diz respeito à circulação e transformação das unidades de conteúdo feitas por usuários na internet: ao compartilhar o registro de um outro produto midiático (o jogo), a página *Loucas Pelo Faustão* abre espaço para que outros participantes ampliem a circulação da imagem através de compartilhamentos e que o conteúdo ali apresentado seja apropriado e incrementado através dos comentários.

O *fandom* de Fausto Silva e a ambiguidade gerada entre admiração e zombaria

A mistura de um tradicional apresentador da TV aberta com universos de outras mídias e idolatria de fãs pode se mostrar conflitante, ou, ao menos, inusitada. É possível ver essa incongruência entre os elementos apropriados como um catalisador para o humor na página. Porém, marcando toda a construção de misturas entre Faustão e outros elementos midiáticos (como celebridades, personagens ficcionais, jogos digitais e estruturas de outros memes de internet), existe um esforço por parte dos criadores da página e dos participantes interagentes em explicitar a admiração voltada ao apresentador que dá nome a essa comunidade de Facebook. As postagens são direcionadas a exaltar a imagem de Fausto Silva, caracterizando-o como um ídolo que desperta desejo e enorme apreciação, como é possível ver na FIG. 1. Nessa captura de tela, um usuário comenta "Sei que esse comentário já é velho, mas isso só pode ser zoeira", ao que a própria página *Loucas Pelo Faustão* responde: "Amar não é brincadeira"; e é reforçada por outro usuário que complementa: "Se todos os homens fossem assim, todas as mulheres estariam casadas".

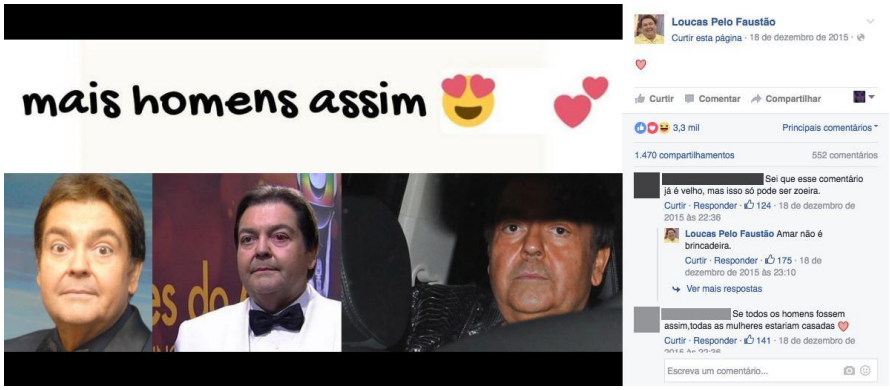


Figura 1 - Manifestações de idealização romântica e interpretações de usuários focadas na ironia. Captura de tela da postagem disponível em: https://www.facebook.com/loucaspelofaustao/photos/a.825252260848496.1073741828.824211330952589/1125211897519196/?type=3&theater. Acesso em 27 set. 2016.

Observamos que as postagens e participações na página compartilham de características encontradas normalmente em comunidades de fãs, ou *fandoms*. *Fandom* é um termo usado para se referir a um coletivo de fãs: pessoas que se associam em grupos engajados em torno da admiração por pessoas ou produtos do universo cultural, que normalmente carregam uma forte noção de laço comunitário (JENKINS, 2009, p. 39). Henry Jenkins (2009) utiliza os termos "cultura participativa" e "audiências interativas" para dizer da produção cultural dessas comunidades. Sua percepção acerca da qualidade da interação proporcionada por essas audiências de fãs se relaciona fortemente com o trabalho de Michel de Certeau (2011) acerca das práticas de consumo cotidianas: "longe de ver o consumo como significados impostos sobre um público, de Certeau sugere que o consumo envolve a reivindicação de material textual para si, 'tornando-o seu, apropriando ou reapropriando.'" (JENKINS, 1988)[15]. Jenkins (1988) procura entender o fã, inspirado pela noção de apropriação de Certeau (2011), como "caçadores de significados textuais", que produzem "textos que modulam o conteúdo do programa com sua própria experiência social" (JENKINS, 1989, p. 103). Nesse sentido, desloca-se a ideia de produção textual como algo exclusivo dos conglomerados midiáticos, e atribui-se à audiência um papel central em sua utilização e reverberação: "o texto único se despedaça e torna-se vários textos ao ser encaixado nas vidas das pessoas que usam-no, cada qual para seus próprios propósitos" (JENKINS, 1988, p. 103)[16]. Esse movimento de consumo apropriativo é particularmente visível nas culturas de fãs, que têm como prática ativa a amplificação e ressignificação dos conteúdos culturais canônicos.

A fanpage *Loucas pelo Faustão* dá vários exemplos de como o conteúdo televisivo e, mais especificamente, a figura pública do apresentador Fausto Silva, são recontextualizados em remixes meméticos. Esse gesto apropriativo não ocorre, nos *fandoms*, de uma maneira qualquer:

15 . Tradução livre para: "Far from viewing consumption as imposing meanings upon the public, de Certeau suggests, consumption involves reclaiming textual material, 'making it one's own, appropriating or reappropriating.'"

16 . Tradução livre para: "The one text shatters and becomes many texts as it is fit into the lives of the people who use it, each in her or his own purposes."

há uma espécie de "economia moral", conforme identifica Jenkins (1988), existente nas comunidades de fãs, que configuram disposições de regras internas de apreciação e produção, informais e consensuais, sobre as quais se assenta uma noção compartilhada de lealdade em relação ao conteúdo oficial (*ibidem*). A *fanpage Loucas pelo Faustão* coloca em jogo justamente tal entendimento compartilhado do que seria um "comportamento de fã": as postagens e interações com os participantes, formam um texto que fala *como* um *fandom*, ao mesmo tempo em que parece falar *sobre* ele – lugar onde também reside a qualidade humorística da página.

No exemplo da imagem abaixo (FIG. 2) – uma montagem com o rosto do Faustão como noivo, com um texto de declaração de amor ao apresentador – ao mesmo tempo em que se retoma um formato e uma narrativa de admiração, trabalha-se com a estereotipização da cultura de fã e com o humor no limite da ambiguidade. A ambiguidade vem da declaração de amor eterno, que soa hiperbólica em contraste com a foto de Fausto escolhida para compor a montagem, na qual ele apresenta uma expressão facial jocosa e alheia à noiva que o toma pelo braço.

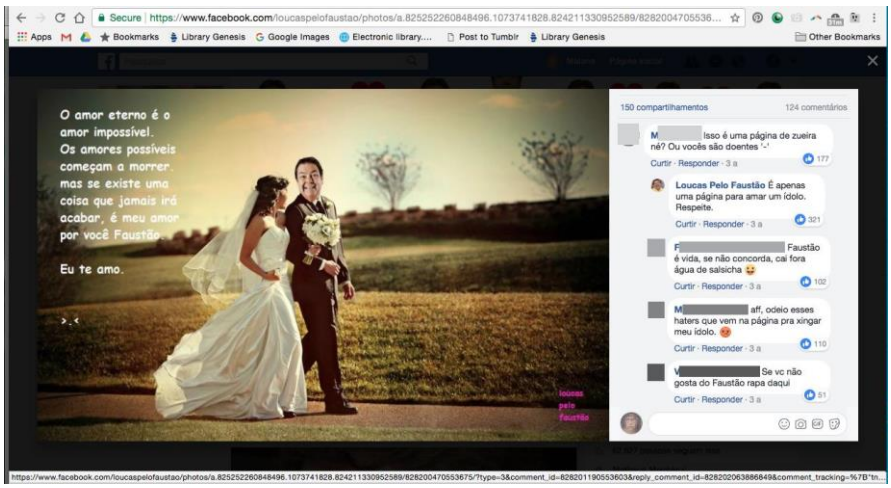


Figura 2 - Estereotipização da admiração de fãs. Captura de tela da postagem disponível em: https://www.facebook.com/loucaspelofaustao/photos/a.825252260848496.1073741828.824211330952589/828200470553675/?type=3&theater. Acesso em 27 set 2016.

Podemos perceber que a ambivalência de possibilidades interpretativas motivadas pela imagem é comprovada pela a interação dos fãs em seus comentários. Aqui, cabe explicitar este tipo de engajamento recorrente na página *Loucas Pelo Faustão* e sua relação com seu público. A maior parte de comentários e participações é de usuários que tendem a partilhar da proposta de *fandom* da página ou que, independente disso, se comportam como se partilhassem. Dentro dos

comentários das postagens, podemos observar desde mensagens textuais que se mantêm no universo proposto, até novas imagens e remixes memético feitos pelos próprios seguidores da página, que reiteram uma postura de fã, conforme proposto nesse *lócus*. No entanto, é também notável a recorrência de incredulidade de alguns usuários, que questionam se sua proposta é "séria" ou não. Na FIG. 2, então, vemos um usuário que questiona com certa hostilidade: "Isso é uma página de zueira né? Ou vocês são doentes", ao que a própria página responde: "É apenas uma página para amar um ídolo. Respeite." e recebe suporte nos comentários dos usuários seguintes, que defendem o *fandom*.

Um dos comentários na FIG. 2 menciona o desagrado com os "*haters* que vem na página pra xingar meu ídolo." A dinâmica entre *haters* (odiadores) e fãs é notória nas interações de *fandoms*, onde travam-se embates de ataque e defesa a ídolos e suas comunidades de suporte. Jonathan Gray (2009) dá particular atenção ao que denomina de "não-fãs" e "anti-fãs" como peças fundamentais nos estudos de audiência: ao contrário do que os grandes canais de distribuição gostariam, nem todos os consumidores são fãs e, de formas diferentes, engendram diversas textualidades em relação diferentes níveis, ou nenhum nível, de engajamento. Através de vários comentários na página, é possível ver que o argumento principal mobilizado pelos anti-fãs é o da inverossimilhança do suposto *fandom* de Faustão, porém, ao serem confrontados e provocados, a página e outros participantes reagem reiterando sua idolatria.

Observamos que essa categorização, que distingue audiências por modos de apreciação de conteúdos, não é tão pertinente ao nosso estudo de caso da página *Loucas Pelo Faustão*. Parece pouco efetivo avaliar a proposta dessas apropriações da imagem de Fausto Silva categorizando os envolvidos entre fãs "verdadeiros" ou não da celebridade. Aponta-se que, aqui, a ação de apropriação da função do fã não depende da veracidade de *ser um fã* mas, principalmente, se baseia em acepções da maneira de agir que é esperada de um *fandom* e do tipo de texto reconhecido como relacionado a esses espaços. A ambiguidade latente, presente nas postagens, parece reconfigurar esse *agir como fã* ao atrelar ironia e admiração no âmago de suas práticas. A potência da proposta de fã que a página articula reside em brincar consigo mesma (com a própria postura de fã a que se propõe) e com a imagem do apresentador, de forma a voltar-se sobre si mesma no ato dessa admiração um pouco ao avesso – um tanto intensa, um tanto irônica, levando a um questionamento contínuo do *ser fã*, e de como fazê-lo. Na sustentação dessa ambivalência é que encontramos o interesse dessa postura de fã atípica nos estudos sobre o tema.

A partir dessas observações, propomos que esses princípios de conduta e interação da página como similares às regras de um jogo, ou, mais especificamente, uma brincadeira, onde não é preciso ser fã, mas, centralmente, é necessário agir com um.

Sicart (2014) argumenta que brincadeiras são ações apropriativas. O autor entende que a ação de alterar ludicamente espaços não criados para o objetivo de serem campos do brincar é um processo de apropriação. Aqui, a apropriação ocorre para transformar a experiência da qual se está participando em situações mais interessantes, ou, como o autor coloca: "a maneira mais comum de transformação é de uma orientação objetiva ou funcional para uma prazerosa e que engaja emocionalmente. A apropriação transforma o contexto através da atitude que lhe é projetada" (SICART, 2014. p. 28)[17]. Utilizamos de apropriação num sentido próximo ao que pode ser relacionado ao trabalho de Michel de Certeau (2011), no qual o autor trabalha com uma refutação da ideia de um consumidor passivo e apático. Trabalhamos aqui com a ideia de "repertórios de esquema de ação entre parceiros" (DE CERTEAU, 2011, p. 84), procurando entender as apropriações que observamos como pertencentes a uma produção conjunta e constante entre os diferentes participantes do jogo visível na página.

Como observamos, as apropriações vistas na página *Loucas pelo Faustão* concentram elementos de diferentes memes, de cultura *online*, assim como de programas de variedade da TV aberta brasileira. Não somente, uma maneira específica de se portar na apresentação e construção dessas apropriações aparece como mais um referencial a ser considerado durante a construção do que Sicart descreve como *contexto*.

Aqui, a brincadeira de agir como fã é composta por lógicas operacionais acionadas pela constante apropriação de um espaço originalmente não feito para essa forma de ludicidade. Isso é o que Sicart (2014) qualifica como a questão contextual do brincar:

> Em um entendimento coloquial do brincar, o contexto de uma brincadeira é o espaço determinado e formalmente ligado a regras e a uma unidade lúdica. Porém, contexto é algo mais complicado: uma rede confusa de pessoas, regras, negociações, localidades e objetos. O brincar acontece em um mundo interligado por pessoas, coisas, espaços e culturas (SICART, 2014. p. 6)[18].

Com isso, entendemos que as postagens analisadas neste artigo devem ser compreendidas num contexto de ações apropriativas determinadas por regras de conduta em uma comunidade específica. Contudo, na situação de contexto da página *Loucas Pelo Faustão*, pode ser impossível

[17] . Tradução livre para: "The most usual transformation is from functional or goal oriented to pleasurable or emotionally engaging. Appropriation transforms a context by means of the attitude projected to it."

[18] . Tradução livre apra: "In a colloquial understanding of play, that context of play is the formally bound space determined by the rules and the community of play. But context is more complicated; it's a messier network of people, rules, negotiations, locations, and objects. Play happens in a tangled world of people, things, spaces, and cultures."

uma real diferenciação entre uma postagem com intenção de manifestação fanática ou uma postagem que esteja somente se mantendo nas regras da brincadeira e simulando uma ação de fã.

Em uma sequência de comentários[19], por exemplo, um usuário publica uma dúvida: "FAUSTÃO, CADÊ A DANÇA DOS FAMOSOS? COMEÇA QUANDO?", e obtém algumas respostas de outros participantes, como: "Meu Deus!!! Quando vai começar??????"; "ANSIOSO". Na pergunta inicial – acerca de um dos quadros de sucesso do Domingão do Faustão, onde celebridades apresentam coreografias temáticas – não é possível determinar se o usuário de fato crê estar em um canal de comunicação oficial do programa e busca por informação ou se trata-se de uma performance jocosa, que simula e ironiza a confusão feita por pessoas tentando entrar em contato com seus ídolos pela internet através de canais inadequados. A última resposta obtida, "KKKKKKK tirou a pergunta da minha boca!!", apesar de corroborar a questão, se inicia com uma risada, indicando que pode haver ali algum reconhecimento de humor na postagem inicial.

Esse artigo propõe a existência de um *brincar de fã* promovido pela página, o que indicaria uma lógica de cumplicidade entre criadores e o público da mesma e, principalmente, um reconhecimento do jogo ao qual as partes se dispõem participar.

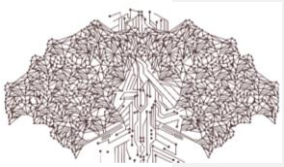
Contudo, ao entrarmos em contato com os criadores da página, tivemos a oportunidade de realizar uma série de pergunta cujas respostas – à primeira vista – conflitaram com o raciocínio que propomos. Os criadores da página se apresentam como um grupo de cinco fãs do apresentador Fausto Silva, garantindo que não endossam as paródias com a figura do apresentador, como colocam nessa resposta: "Vários sites fizeram entrevistas conosco achando que somos pessoas fazendo piada com a imagem dele e realmente não é isso!" (LOUCAS PELO FAUSTÃO, 2016). Quando questionada sobre a utilização de imagens que claramente são brincadeiras com a imagem do Faustão, a página oferece a resposta "Eu acho que Muitos brincam com a imagem dele. Mas mesmo assim postamos pois mais pessoas curtirão a pagina por ele!!" (*sic*. Ibidem).

Essas duas respostas nos mostram uma página que se apresenta como séria, mas cujo conteúdo definitivamente não é. Os criadores da página se indicam como compartilhadores dessas imagens, e não autores, inclusive argumentando que não sabem realizar montagens complexas[20].

---

19 . Comentários feitos da publicação disponível em: https://www.facebook.com/loucaspelofaustao/photos/a.825252260848496.1073741828.82421133095258 9/1015816701792050/?type=3&theater. Acesso em 26 set 2016.

20 . "Esta (montagem)alguns fãs nos mandam!! E nos adoramos!! Nao sabemos nem fazer estas coisas mais complexas kkk!!" (*sic.* Loucas Pelo Faustão, Entrevista, 2016).



Nos parece inconclusivo afirmar se essa colocação da página é real ou não, se são realmente um grupo de fãs, ou apenas se o ato de brincar de ser fã foi mantido durante a entrevista.

Contudo, a partir dessas respostas, nos é possível seguir dois possíveis raciocínios. Uma primeira possibilidade é de que a página é uma grande brincadeira e que seus criadores, mesmo durante entrevistas, optam por manter a fachada de fãs, de maneira a manter o jogo sustentado pela *fanpage*. Uma segunda opção é a de que a página é realmente formada por um grupo de fãs que, na busca de aumentar o número de curtidas e de admiradores de seu ídolo, opta por incluir na sua página imagens e montagens claramente humorísticas devido a seu poder de mobilização de público.

O que propomos aqui é que, para o objetivo desse artigo, as duas opções são iguais em suas consequências. De um lado, teríamos um reforço do que já foi até agora apresentado como o "brincar de fã". De outro, teríamos uma página que é de fato de um grupo de fãs, aceitando diversas produções compartilhadas por participantes que apenas agem como fãs, mesmo não realmente sendo. Ou seja, a página, de toda forma, necessita que seus membros ajam como fãs, incentiva e compartilha produções jocosas para aumentar suas curtidas, não se importando com a veracidade ou não da postura dos participantes. Mais uma vez, o elemento central sustentador dessas relações não está em ser de fato um fã mas, antes, em manter em funcionamento a *brincadeira de ser um fã*.

Dessa maneira, acreditamos que, indiferentemente da intenção dos criadores da página, é oferecido um constante reforço ao funcionamento até aqui discutido desse brincar de fã, consoante com as interações dos participantes nos comentários das fotos.

Considerações finais

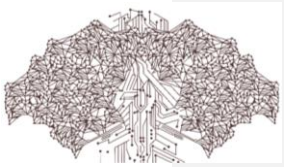
Mesmo não reconhecendo as apropriações presentes em todas as postagens, possíveis comentadores que sejam fãs – sem nenhuma dimensão de ironia ou humor – do apresentador Fausto Silva não rompem as regras esperadas de "se agir como um fã". Estes usuários participam da brincadeira na página de Facebook, ainda que sem o conhecimento de que a brincadeira existe em primeiro lugar, de forma que não ocorre uma ruptura do contexto. Pelo contrário, é possível ver esse tipo de ação como um reforço da ideia desse contexto de um "brincar de *fandom*".

Tal tensionamento se torna ainda mais evidente quando nos deparamos com as montagens imagéticas típicas das publicações página: elas deflagram um caráter humorístico peculiar ao reunir elementos provenientes de nichos da cultura popular muito distintos com o apresentador Fausto Silva, mantendo um tom ambíguo de exaltação à figura do apresentador em todas elas. Daí decorrem questionamentos acerca da caracterização da página enquanto *fandom*, e dos próprios

participante enquanto fãs (ou não), e até que ponto o esforço dessa caracterização seria frutífero no estudo da complexidade do objeto em questão.

Percebemos que a base de sustentação desse "mundo comum" parece se dar a partir das próprias ações comunicativas (publicações, comentários, likes e compartilhamentos), em uma situação de expectativas recíprocas que se estabelecem a partir de sujeitos comunicacionais que se constituem na relação com o outro: os participantes ativos da página se comportam como fãs, e o fazem de maneira peculiar à interação nesse *lócus* – e o reconhecimento mútuo de um horizonte em comum, no caso, a capacidade de decifrar a qualidade humorística em uma linguagem específica compartilhada, demarca reflexivamente a identidade dos sujeitos nessa situação localizada de cumplicidade. Além disso, a comunidade da fanpage *Loucas Pelo Faustão* parece versar em um nível metacomunicativo (BATESON, 2002) no qual, ao comunicar, propõe o tipo de relação desejada, posicionando os agentes no ato interativo a partir do qual emergem em uma condição específica de "fã". Nesse sentido, parece decisivo pontuar que o elemento central que assegura a coesão interativa e textual da página de Facebook aqui analisada é a própria referência, no nível metalinguístico, a falas e práticas que se reconhecem como típicas de cultura de fãs, conformando um grupo de participantes em torno do que poderia ser chamado, como sugerimos aqui de forma inicial, de um *meta-fandom*. Nessa proposta, a reunião de participantes em torno desse espaço se daria não somente pelo compartilhamento da admiração por um produto cultural ou personagem, mas também pelo compartilhamento do reconhecimento de práticas e situações típicas do universo geral de *fandoms* na internet e da propagação de seus hábitos. É possível observar outras fanpages no Facebook que parecem se relacionar à proposta aqui apresentada, (como as páginas *Faustão é o Melhor Anime que Passa no Domingo*, *Loucas Pelo Lula*, *Loucas Pelo Stalin*, *O Que Há Por Trás do Misterioso Sorriso de Bruno Chateaubriand*, *Um Gugu Todo Dia*) e pode-se considerar que a escolha de ídolos aparentemente pouco ortodoxos dá mais destaque nas interações para o reconhecimento e atuação de acordo com os hábitos e modos de operação de fãs e *fandoms*.

A partir da análise do conteúdo e das interações na página *Loucas Pelo Faustão*, é possível observar uma incorporação de elementos inicialmente incongruentes que, funcionando a partir de uma lógica de remix como memes de internet, constróem uma relação com práticas de *fandom*, uma vez que justapostos no contexto aglutinador de brincadeira. A articulação teórica aqui mobilizada visa dar conta de um caso em que a veracidade e a motivação particular de participantes em atividades de fãs se mostram como aspectos dúbios ou pouco efetivos para análise, destacando-se, por fim, a relevância do "portar-se como fã" como acordo que pauta as interações e construções de espaços de *fandoms*.



BIBLIOGRAFIA

BATESON, Gregory. Uma teoria sobre brincadeira e fantasia. In: RIBEIRO, B.;GARCEZ P. (Orgs.). **Sociolinguística interacional**. São Paulo: Loyola, 2002.

BAUCKAGE, Christian. **Insights into internet memes**. Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 2011.

BORZSEI, Linda K. **Makes a Meme Instead***:* A concise history of internet memes. From the selected works of Linda Borzsei, 2013. Disponível em <http://works.bepress.com/linda_borzsei/2>. (Consultado em 23/05/2016).

BURGESS, Jean. 'All your chocolate rain are belong to us?' Viral Video, YouTube and the Dynamics of Participatory Culture. In: LOVINK, Geert et al. (ed). **The VideoVortex Reader:** Responses to YouTube. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008. Disponível em <https://core.ac.uk/download/files/310/10886518.pdf>. (Consultado em 23/05/2016).

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano:** 1. artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2011. 10 ed.

GRAY, Jonathan. New Audiences, New Textualities: Anti-fans and Non-fans. In: **International Journal of Cultural Studies,** v.6, n.1, p. 64-81, 2003.

HUNTINGTON, Heidi E. **Subversive Memes**: Internet Memes as a form of Visual Rhetoric. Denver: Selected Papers of Internet Research 14.0, 2013. Disponível em <https://www.academia.edu/5415739/Subversive_Memes_Internet_Memes_as_a_Form_of_Visual_Rhetoric>. (Consultado em 23/05/2016).

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

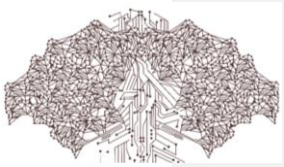
JENKINS, Henry. Star Trek rerun, reread, rewritten: Fan writing as textual poaching. In: **Critical Studies in Media Communication**, v.5 n.2, 1988, p. 85-107.

RECUERO, Raquel. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. In: **Revista FAMECOS**, n.32, Porto Alegre, 2007.

SHIFMAN, Limor. **Memes in digital culture**. The MIT Press, 2014.

SICART, Miguel. **Play Matters**. The MIT Press. Massachussetts. 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ARTE, AÇÕES COLETIVAS E FORMAS DE ATIVISMO EM REALIDADE AUMENTADA[1]

Daniela Torres Lima[2]

RESUMO
A proposta deste artigo incide em apresentar e discutir o afloramento de práticas artístico-ativistas que se debruçam sobre o uso da tecnologia de Realidade Aumentada, e que associados às redes de internet, anunciam novas formas de engajamento político, resistência artística e mobilização social que condizem com os avanços de uma sociedade tecnologizada. Neste breve mapeamento de ações coletivas que será esboçado aqui, as quais abrem margem para a colaboração do público através de aplicativos móveis, postula-se a idéia de que a partir de um potencial de atração e reflexão característico da própria arte, tais intervenções viabilizam uma maior difusão e acolhimento sobre lutas que tem se tornado cada vez mais universais.

Palavras-chave: arte-ativismo; realidade aumentada; colaboração; tecnologia.

Art, collective actions and activism in Augmented Reality

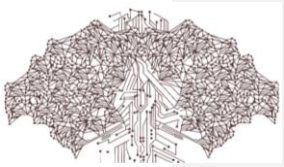
ABSTRACT: The proposal of this article is present and discuss the emergence of artistic-activist practices that focus on the critical use of Augmented Reality technology, which associated with Internet networks, they are advertised as new forms of political engagement, artistic resistance and social mobilization that are in line with the advances of a technological society. In this brief mapping of collective actions that will be outlined here, which open up scope for cooperation through mobile apps, it is postulated the idea that through the potential of attraction and reflection which is characteristic of art itself, such interventions make possible a greater diffusion and reception on themes that have become increasingly universal.

Keywords: art-activism; augmented reality; collaboration; technology.

INTRODUÇÃO

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 - Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é mestranda no programa Arte, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora, atuando na linha de pesquisa Estudos Interartes e Música, tendo como foco o estudo da arte digital. Graduada no Bacharelado Interdisciplinar em Artes e Design na mesma universidade, realizou graduação-sanduíche na State University of New York at Plattsburgh, nos Estados Unidos, onde estudou Digital Media. E-mail: danielatorreslima@yahoo.com.br



Para Lipovetsky e Surray (2010), o final do século passado e início do XXI anunciaram a era do "tudo-tela", e por consequência estaríamos vivendo em uma "ecranocracia"[3], onde a alçada das telas interfere nos aspectos mais banais do cotidiano dos indivíduos comuns, de modo que nossas relações com o mundo e com os outros são cada vez mais mediatizadas através delas. Esse estado generalizado de visualização possibilitado pela tecnologia transformou bruscamente as relações sociais, principalmente a partir da década de 1990 pelo fluxo contínuo de comunicação que se estabeleceu com ascensão da rede mundial de computadores, e hoje nos instiga a refletir sobre um modelo singular de inteligibilidade da própria cultura.

É nesse panorama de vivência de uma ampla espetacularização das imagens e contínua conexão com o mundo através do uso de dispositivos móveis e computadores, que artistas, filósofos, cientistas e tecnólogos se lançam na exploração de um novo conceito de realidade, contrário àquele modelo que remete, em senso comum, a "tudo o que existe", frequentemente associada a materialidade orgânica dos eventos e sua dependência da percepção humana. Nesse sentido, a noção de uma 'realidade ampliada' emerge da tentativa de incluir práticas sociais em suas relações e interações no mundo tecnologizado, abarcando todos os fenômenos do universo em suas características reais ou virtuais, orgânicos ou compostos por linguagem eletrônica-digital, sem restringir o caráter da experiência a partir da condição humana.

Nessa perspectiva, a questão dos limites dualistas entre *real x virtual* passa a ser amplamente revisitada por alguns autores, principalmente no que tange o surgimento do termo "realidade aumentada", o qual extrapola os limites da ciência da computação e funciona também como um conceito que abrange a relação dinâmica dos espaços que habitamos atualmente. Para Milgram e Kishino (1994), por exemplo, "real" e "virtual" existem como dois pólos em um *continuum* de "realidade mista", e o termo "aumento" descreve os espaços intermediários onde os átomos e os bits se misturam. Em contrapartida, Jungerson (2011) propõe uma visão alternativa, no qual a Realidade Aumentada ofereceu um modelo conceitual com o qual discutimos a emergência de um paradigma cultural, e por isso, segundo ele "nossa realidade é tecnológica e orgânica, tanto digital quanto física, de uma só vez. E o nosso *eu* não está separado entre estas duas esferas como um "primeiro" e "segundo" dualístico, mas sim é um *eu* aumentado" (JUNGERSON, 2011: 2), visível através de nossos hábitos de digitalização de imagens e documentos, de comunicação em redes, no uso de smartphones na execução de atividades simples ou complexas, no diagnóstico de doenças por imagens, a citar alguns exemplos.

A partir dessa concepção que sugere um atravessamento de espaços, isto é, de contextos virtuais e orgânicos que se misturam nessa nova discussão de realidade, e na perspectiva de uma ecologia que se funda a partir do uso das tecnologias, que provocamos a reflexão sobre a condição do ativismo na Era da tecnologia. Percebemos então, principalmente nos grandes centros urbanos -historicamente designados como ponto de convergência de ações de ativismo -, o afloramento de ocupações, protestos políticos e performances que transitam entre ações artísticas e atos de resistência nômades, e que estabelecem relações com ambos os espaços que mediam interações sociais e culturais atualmente. Como um

[3] Oriundo do termo ecrã, que significa "tela" em portugues europeu.

exemplo notável dessa nova forma de manifestar-se politicamente encontra-se o protesto *Occupy Wall Street*, organizado através de redes de internet em 2011 nos Estados Unidos, e que contou com a colaboração de artistas e programadores de todo o mundo para seu sucesso. Esse movimento teve estopim na cidade de Nova York em um protesto que reivindicava o fim da desigualdade social e econômica, a corrupção e a grande influência de empresas sobre o governo, particularmente do setor de serviços e o financeiro. No entanto, os manifestantes não tiveram permissão para protestar em Wall Street, onde somente parte da calçada estava acessível ao público sob constante vigilância da polícia. Foi a partir deste impedimento que ativistas de 82 países se organizaram para criar o movimento virtual sob a hashtag #arOCCUPYWALLSTREET[4], visando que utilização de aplicativos de realidade aumentada (ar) levasse o protesto ao coração do distrito financeiro e desse voz aos manifestantes barrados (SKWAREK, 2014:15).

O exemplo apresentado anteriormente, entre outros que discutiremos à frente, indicam como os modos estabelecidos de protesto em uma sociedade tecnologizada necessitam ser discutidos, a fim de compreendermos os novos contornos de atuação social quando os termos política, ativismo e arte se desdobram para dentro de um espaço poroso, sem fronteiras entre o local e o global, e se revelam em uma noção de realidade que expande as possibilidades de experiência humana através da mediação tecnológica.

Nesse sentido, o que se propõe nesse artigo é tentar compreender esta nova forma de exercício da política na contemporaneidade, além de defender que o "artivismo"[5] cunhado no uso da tecnologia não se importa com a materialidade ou a origem da experiência específica, mas como o físico e o digital podem ser usados combinadamente para criar ambientes que mergulham o espectador em uma nova consciência e podem motivá-los a ingressarem em uma reflexão. Destaca-se, então, a tecnologia de realidade aumentada, que permite a sobreposição de camadas virtuais à referências visuais do mundo físico, na linha de frente de movimentos cada vez mais sofisticados que surgirão na tentativa de discutir sistemas políticos, econômicos, ambientais, e poderão colaborar na construção de outras formas de exercer cidadania, viabilizando a ocupação dos diferentes espaços que atualmente se caracterizam como disponíveis para se fazer política.

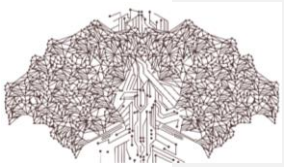
NOVAS RELAÇÕES CULTURAIS E FORMAS DE ENGAJAMENTO ATRAVÉS DA ARTE-TECNOLOGIA

Da modernidade até aquilo que Lipovetsky e Serroy (2010) consideram como hipermodernidade[6], o sistema de visualidade, construção de imagens e recepção delas passaram por diferentes fases e evoluções, e continuarão a transformar radicalmente os indivíduos e as suas formas de pensar, sentir e agir em todo o mundo. Na ecranocracia,

[4] Em uma busca rápida pelo histórico da rede social do Twitter é possível encontrar registros dos diálogos e preparações para o evento que tomou cena no ambiente virtual e criou ondas no mundo real. Ver em: <https://twitter.com/search?q=%23aroccupywallstreet > Acessado em 12 Dez de 2017.

[5] A arte que faz convite à militancia ou faz dela sua forma de ativismo, de reflexão coletiva.

[6] Termo criado para delimitar o momento atual a qual se encontra a sociedade, no qual o prefixo "hiper" é utilizado em referência a uma exacerbação dos valores criados na Modernidade, que atualmente são elevados de forma exponencial.
(Disponível em: <http://colunastortas.com.br/hipermodernidade>. Acesso em 10 Dez 2017).

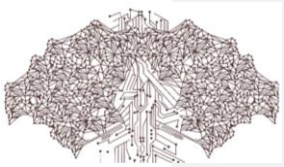


principalmente a partir da multiplicação de dispositivos móveis e sua funções comunicativas e interativas a nível global, as relações sociais são deslocadas de contextos locais de interação e rearranjadas em extensões indefinidas, baseadas em uma noção de espaço-tempo diferenciados, como pontua Pierre Lévy (2010). De acordo com o autor, essas novas conexões aglutinam indivíduos em afinidades de interesses e de conhecimentos, propiciando um processo de cooperação e troca entre eles que independe de proximidades geográficas, mas que evidentemente constitui uma nova forma de organização social (LEVY, 2010:134).

Uma vez situado o indivíduo em um novo lugar cultural, emergem outras abordagens perceptivas sobre ser cidadão e da própria noção de atuação sobre esse novo lugar, percepções essas fundamentais para a construção do sujeito político, como pretexta Anthony Giddens (1991). Dessa nova subjetividade, caracterizada pela união da vida pessoal com sistemas impessoais, imiscui-se um forma de posicionamento político que ultrapassa a prática do ativismo político em partidos, sindicatos e movimentos sociais, quando tais termos passam a circular e se desdobram para dentro do ciberespaço, isto é, pelo espaço virtual que surge da interconexão das redes de dispositivos digitais no planeta, elas deixam de se ater apenas a uma noção de fronteiras locais (e orgânicas) e atravessam um o espaço poroso em sua consistência, e que de acordo com Lemos (2006) é "desterritorializado em si"[7], permitindo a criação de linhas de fuga para as experiências humanas.

É neste sentido que vemos a emergência de protestos que se apoiam em tecnologias cada vez mais avançadas, como por exemplo a realidade aumentada, que viabiliza a aplicação de camadas visuais ou sonoras à "realidade vivída" a fim de construir diálogos e narrativas com um determinado ambiente, instituição, corpo, etc. Essa tecnologia conta com a participação contínua de um interveniente, traduzindo dados obtidos em tempo real para outra informação de saída previamente programada, e que associada ao uso das redes, pode ser difundida mundialmente em questão de minutos (KIRNER, 2004). Ricardo Rosas (2003) sugere que estamos hoje diante de novas formas de ativismo ao construirmos formas de resistência que são indubitavelmente temporárias e nômades, geo-localizadas em toda parte através de ações coletivas de intervenção em

[7] Segundo André Lemos (2006), a noção de território é a ideia de controle sobre as fronteiras, podendo ser físicas, sociais, culturais, simbólicas, subjetivas e até mesmo virtuais. Criar um território é controlar processos que se dão no interior dessas fronteiras. Desterritorializar é, por sua vez, movimentar-se nessas fronteiras, criar linhas de fuga, ressignificar o inscrito e o instituído (LEMOS, 2006).



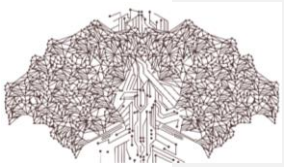
espaços públicos que utilizam-se das redes virtuais e do uso de mídias diversas. De um modo pragmático, esses ativismo em RA passam a abranger diversas províncias de significado e experimentar universos múltiplos em forma de manifestações, o que nos levaria a questionar se os métodos do passado teriam se tornado menos efetivos ou se não se faz necessário a reestruturação de um modelo que condiz com uma realidade hipermoderna e tecnológica.

Sobre antigos modelos de manifestação política e suas funcionalidades, o coletivo americano *Critical Art Ensemble* argumenta sobre a ocupação de espaços públicos em protesto da atualidade. Para o grupo, embora alguns dos monumentos do poder permaneçam fixos, ostensivamente presentes em locais estáveis, o poder já não reside nesses locais, já que a ordem e o controle agora se movem livremente:

"[...] o controle da rua era um item valorizado. No século 19, as ruas de Paris eram os conduítes para a mobilidade do poder, seja de natureza econômica ou militar. Se as ruas fossem bloqueadas e as fortalezas políticas importantes fossem ocupadas, o estado tornava-se inerte e, em alguns casos, colapsava sob seu próprio peso. Este método de resistência ainda era útil até a década de 60, mas desde o final do século 19 produziu rendimentos decrescentes e derivou de ser uma prática radical para uma liberal." (Critical Art Ensemble,1996)

O que o CAE[8] argumenta e propõe em seus manifestos é a apropriação de algo que tenha um valor comum na atualidade, tanto para as instituições de poder as quais se combate quanto para a sociedade de forma geral. Nesse sentido, a ocupação e uso das novas mídias e do espaço político que elas fornecem mostram-se como uma abordagem diferenciada sobre as competências da comunicação, flexibilizando seus usos comuns e trazendo a reflexão sobre as potencialidade de um trabalho colaborativo. Dentro do contexto cultural-midiático existente, isso seria uma forma de combater um sistema através de seus próprios meios, sendo, portanto, uma estratégia válida de enfrentamento, e mostrando um caminho possível para inversões temporárias no fluxo do poder.
Ao refletir sobre a função da arte nesses movimentos de ativismo, é essencial destacar que a arte contemporânea, na sua fusão com as práticas cotidianas, destitui a imagem do artista como gênio e determina o destaque ao processo criativo, e ao artista, se estabelece o olhar de um criador de estratégias de ação. Nesse sentido, nas performances coletivas de ativismo público do século XXI, a arte perde o açambarque do seu contexto e de sua posse temporal, estendendo-se para além de um lugar específico e de uma noção de obra finalizada. Nas aplicações de realidade aumentada tratadas aqui, os projetos são

[8] Critical Art Ensemble é um coletivo de cinco profissionais de mídia tática de várias especialidades, incluindo computação gráfica e web design, filme / video, fotografia, arte de texto, arte do livro e desempenho. Formado em 1987, o CAE é um coletivo de cinco profissionais de mídia tática de várias especialidades, incluindo computação gráfica e web design, filme / video, fotografia, artes textuais, etc. O foco de seus estudos e projetos práticos é a exploração das interseções entre arte, teoria crítica, tecnologia e ativismo político.



constantemente modificadas, por intervenientes e também por outros artistas, como no caso da *AR Occupy Wall Street*, além de se ramificarem pelas redes, onde o *local* passa a fundir-se ao *global*.
A arte, nessas ocasiões, tem a função de mobilizar e despertar engajamento para esse gênero de iniciativas, como pontua Gonçalves (2006), criando um entusiasmo no levantamento de questões e discutindo-as de forma crítica e lúdica ao mesmo tempo, e portanto, tem papel fundamental como um fator de atração e reflexão para questões socioculturais relevantes. Sobre uma possível estratégia artística nessas ações, o autor pontua que:
"O que é interessante notar em relação às novas mídias é que artistas e ativistas vão usá-las não apenas para aumentar a visibilidade de suas ações, mas sobretudo para incrementar seu capital relacional, através do estabelecimento de redes de contatos e de troca que vão reforçar práticas e discursos entre si. Trata-se da produção de toda uma cadeia de solidarização cujos vínculos fracos vão constituir uma multiplicação de vias e circuitos como estratégia de ação". (GONÇALVES, 2006).

Em relação a realidade aumentada e ações em protesto e intervenções artísticas, o que os artistas-ativistas tentam fazer, a seu modo, é utilizarem-se dessa rede que possibilita a intercomunicação de diferentes grupos para atrair força à suas causas. Além disso, neste processo, desloca-se o poder que envolve as disputas espaciais locais para um outro lugar, ou talvez um não-lugar, onde o fluxo de poder ainda não se estrutura de forma definida e rígida, e também por isso, é tão múltiplo de realizações e possibilidades.

APLICAÇÕES DE REALIDADE AUMENTADA EM ARTE-ATIVISMOS

Torna-se cada vez mais notável na atualidade a emergência de grupos de artistas-ativistas e coletivos fundamentados em discursos e práticas tecnológicas diversas: da pura invasão hacker tradicional, bloqueio de acessos de sites e programas, pichações eletrônicas em games online, mensagens escondidas por trás de imagens de realidade aumentada, a citar breves exemplos. De acordo com Mark Skwarek[9] (2014), artista multimídia que tem trabalhado na construção e articulação de atos de resistência em redes, a tecnologia de realidade aumentada ganhou notoriedade há pelo menos 15 anos na mediação de narrativas elaboradas, permitindo que artistas usufruam da potência de visualização e comunicação digital para alcançar propósitos reflexivos e experiências estéticas contemporâneas (SKWAREK, 2014: 17). Segundo Geroimenko (2014), os primeiros ativistas a utilizarem-se desta tecnologia foram inspirados pelo trabalho de *culture jammers* e artistas de grafiti dos anos 80, que apoiados em uma semiótica de guerrilha, colocavam em voga técnicas de anti-consumismo e anti-capitalismo a fim de romper ou subverter a cultura *mainstream.* Esses grupos criavam grosseiramente sobreposições e intervenções sem permissão de um estabelecimento, desafiando a noção do espaço público e privado ao serem aplicadas sobre muros, portas de instituições ou no logotipo

[9] Artista reconhecido mundialmente por explorar a tradução de nossa experiência digital cotidiana para o mundo físico usando realidade aumentada móvel. Participou da organização do coletivo de artistas *Manifest.AR*, conduziu o movimento *arOCCUPYWALLSTREET*, e coorganizou o *We AR* no MoMA, em Nova York, 2014.

de corporações (GEROIMENKO, 2014: 35). Na realidade aumentada, entretanto, essas sobreposições ocorrem de forma virtual, em ações interativas através da digitalização de um código *Quick Response* (QR) ou de reconhecimento de um objeto pré-codificado via câmera de celular, disparando elementos virtuais tridimensionais (frases, desenhos, vídeos e pichações) que aparecem sobrepostos ao mundo cotidiano através da tela do telefone. Para Kirner (2004), em função da melhora do processamento de dados ocorrida nos últimos anos e da eficiência de localizadores via satélites, a interação entre objetos virtuais e materiais tem se tornado muito eficaz na experiência dos usuários dos aplicativos, que podem mover-se através do espaço enquanto as imagens virtuais mudam de perspectiva, sem gerar qualquer deformação no exercício da interação em tempo real (KIRNER, 2004: 16).

Enquanto visualiza elementos virtuais sendo sobrepostos à 'realidade', o usuário tem a possibilidade de registrar sua interação através da câmera fotográfica ou de um *print screen* disponibilizado em algumas aplicações. A etapa seguinte, apesar de não ser o único modo de conferir credibilidade a um movimento (visto que a maioria dos aplicativos interativos computam o número de participantes e os identifica por localização), é a divulgação voluntária e em rede dos materiais visuais obtidos durante a interação. Talvez, este seja o ponto crucial desses atos de ativismo coletivo, uma vez que coloca maior agência e destaque nas mãos de pessoas comuns que se prontificam e se declararam como apoiadoras de um movimento coletivo, expondo suas identidades em uma espécie de fragmentação da cobertura midiática, além de ramificarem um ponto inicial de protesto para diferentes comunidades e pontos do globo de forma instantânea, o que de alguma forma aumentam o reconhecimento de lutas que tem se tornado cada vez mais universais.

Em um exemplo de resistência política, já supracitado, que referencia essas relações foi o caso do *AR Occupy Wall Street*[10]. Quando os ativistas foram impedidos de protestar fisicamente no local desejado, artistas norte-americanos criaram um movimento através das redes sociais, pedindo que pessoas ao redor do mundo enviassem fotos e vídeos de si mesmos em protestos, bem como modelos em 3D geolocalizados e artes digitais que dialogassem com o movimento. Usando o aplicativo de Realidade Aumentada, o artista Mark Skwarek adicionou tudo em uma camada que cobria Wall Street, alterou logotipos de grandes corporações, permitiu a visualização do lucro anual de bancos e a fachada da *New York Stock Exchange* tornou-se uma enorme caixa registradora. Além disso, um "Protesto Flashmob de Realidade Aumentada" também foi organizado, no qual pessoas se encontraram em um local específico para ver e participar do protesto virtual, construindo uma performance coletiva. Ao usar marcadores geolocalizados em suas cabeças, os participantes apareceram na camada de realidade aumentada com máscaras de George Washington (Fig.1). Nesse sentido, *Occupy Wall Street* foi um fracasso construtivo que expôs os limites do protesto aos moldes antigos (baseado em interdições locais e na mobilização oral), ao mesmo tempo em que abriu portas para o uso das tecnologias como um caminho prático para uma mobilização mundial, através do atrativo das aplicações de realidade aumentada que permitiam uma interação visual com os protestos e da divulgação voluntária das imagens obtidas.

O movimento *AR Occupy Wall Street* retrata com clareza o novo panorama de atuação com interações da tecnologia: não se trata, portanto, de uma manifestação que se isenta

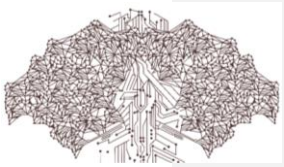
[10] Registro das aplicações: www.youtube.com/watch?time_continue=98&v=HnWTgflYudg

de ocupar os espaços públicos, como é de se imaginar ao pensarmos em manifestações mediadas por tecnologia, mas sim da utilização de diferentes ferramentas de diálogo social que estão disponíveis à intervenção da população. Dessa forma, a oportunidade de interagir com uma "camada" adicional da realidade não só coloca maior poder e agência nas mãos dos manifestantes, como também enfatiza a importância da participação em interações cada vez mais socializadas.



Fig 1. Aplicações de realidade aumentada em uso nas manifestações do *AR Occupy Wall Street*, em 2011. Imagens retiradas do site oficial do evento.

Uma outra manifestação que mesclou passeata e cultura de redes foi o protesto na Cidade do México intitulado *Yo Soy 132*, em 2012. A ação teve início após alguns meios de comunicação locais terem afirmado que os jovens que protestavam contra o então candidato à presidência do México, Enrique Peña Nieto, não estudavam na universidade Ibero-americana, uma das maiores do país. Foi então que 131 alunos da universidade gravaram um vídeo se identificando como estudantes da instituição, protestando contra um sistema político que tentava manipular os espectadores através da mídia, a fim de impor um candidato através do silenciamento dos movimentos opositores. As redes sociais se movimentaram através da hashtag #YoSoy132 (eu sou 132), e rapidamente estudantes e acadêmicos do México se uniram em um dos movimentos estudantis de maior alcance das últimas décadas, no qual escolas privadas e públicas entoavam: *"Ibero aguenta, el Poli se levanta"* - Ibero resiste, [a universidade pública] Poli se levanta. O movimento ganhou forma por meio do Twitter, Facebook e Youtube, onde também foram criadas e divulgadas camadas de imagens virtuais que foram sobrepostas ao mundo físico durante as manifestações. As intervenções em Realidade Aumentada eram visualizadas através do aplicativo "*Paseo de La Reforma*" e permitia a inserção de avatares juntamente



com o nome dos apoiadores da manifestação, que claramente ultrapassou o número inicial de 132 manifestantes. De acordo com María Elena Meneses, pesquisadora de Internet da Universidade Tecnológica de Monterrey, a manifestação do "132" foi uma afirmação, uma reivindicação da identidade do jovem mexicano urbano e instruído, que lutavam pelo direito à informação e utilizaram-se das novas mídias para dissipar seus posicionamentos, até então desbotados pela ação unilateral da mídia televisiva (MENESES, 2015: 114).

Também em 2012, em uma pequena província do Alasca, o artista-ativista Nathan Shafer, a fim de advogar por ações ambientais globais e contra as mudanças climáticas, iniciou uma mobilização via Internet visando arrumar fundos para desenvolver seu projeto de realidade aumentada. O projeto nomeado *Exit Glacier AR,* tinha como escopo criar um suporte para visualização de ambientes que foram bruscamente transformados no último século no Alasca, principalmente nas geleiras em derretimento na região. A mobilização via redes sociais criou uma narrativa coesa e influenciou uma série de compartilhamentos e ações complementares em todo o mundo. O trabalho de Shafer conseguiu sair do papel, e o aplicativo tornou-se referência para estudantes e visitantes dos centros de pesquisa do Polo Norte, enquanto permitia que os telespectadores visualizassem ano a ano o efeito devastador do aquecimento global sobre a região, trazendo uma sensação de urgência quando se depararam, mesmo que virtualmente, com a documentação do artista. Na mesma linha de ativismo ambiental, John Craig Freeman criou o aplicativo *DéchARge de Rebut Toxique* (despejo de resíduo tóxico), adicionando diversas camadas visuais de lixo radioativos em áreas de Paris, Nova York, Boston e Sydney, colocando em discussão a dependência mundial da energia nuclear e as consequências ligadas ao seu uso a longo prazo (SKWAREK, 2014: 56).

Já o projeto de narrativa intermídia[11] *Pryia's Shakit*, originou-se a partir da articulação de artistas feministas e se debruça sobre a questão de gênero, as quais propunha a criação de um *comicbook* contando a história de Priya, uma jovem sobrevivente de estupro coletivo, que fortalecida pela deusa Parvati, luta contra crimes de

[11] Termo cunhado em meados dos anos 1960 para caracterizar obras de arte que se construíam na interseção de dois ou mais meios. No caso do comic book citado, a narrativa se desenvolve através do livro, de interações por aplicativos de realidade aumentada e animações disponibilizadas on-line.

gênero e violência sexual na Índia. As artistas utilizaram-se da mitologia hinduísta por ser a religião de maior aceitação na Índia - mais de 80% das 1,2 bilhões de pessoas do país são hindus e seus mitos e histórias são tecidos na vida cultural. No desenvolvimento do projeto, que se iniciou em 2013 e esteve em vigor até 2017, os produtores do livro buscaram dialogar com artistas de rua, pintores de cartazes de Bollywood, e artistas multimídia, a fim de criar murais na área de Mumbai, a maior favela da Ásia. As pinturas passaram a ter recursos de realidade aumentada, permitindo que os moradores e visitantes vissem animações especiais e os filmes saíssem das paredes quando digitalizados com seus dispositivos móveis. O objetivo do projeto multimídia, assim como na narrativa de *Priya*, é romper com o silêncio e compartilhar experiências, mesmo que de forma virtual a partir do compartilhamento de imagens via Internet, encorajando pessoas de todo o mundo a olhar e agir contra a violência e a injustiça sexual.

Também num propósito de discussões de gênero em articulações feministas, *The Whole Story Project* propõe ocupações simbólicas dos espaços a partir da reformulação de imagens femininas, visando discutir a presença das mulheres na sociedade, inclusive na história, atuando num devir entre arte e ativismo. O projeto foi inspirado na campanha *Monumental Women Campaign*, que teve início em 2016 a partir de uma constatação que apenas 7,5% das 5193 estátuas espalhadas pela cidade de Nova York retratavam mulheres. Desde então este projeto passou a ser articulado por artistas com o objetivo de a arrecadar fundos para colocar as primeiras estátuas em homenagem à história das mulheres no Central Park de Nova York, que além de contribuírem para a maior representatividade feminina na sociedade, promoveria a conscientização sobre as contribuições das mulheres para a história compartilhada. Foi no início de 2017, durante as preparações para a maior marcha feminista já realizada no mundo, a *Women's March*, que artistas multimídias se apropriaram do projeto físico para criarem um aplicativo de realidade aumentada que colocasse diferentes mulheres em monumentos públicos, relatando suas histórias de luta e transformações sobre a cidade. O aplicativo *The Whole Story*, embora virtual, pretendia fazer ondas no mundo físico, chamando a atenção para que mulheres comuns se inspirem com a história de outras grandes realizadoras, empoderando-as politicamente em sua comunidade, além de permitir ao público recuperar a narrativa histórica das grandes cidades. (Fig.2)

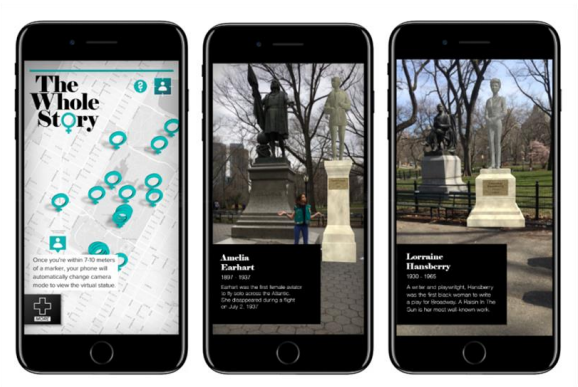
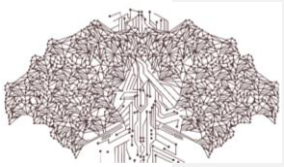


Fig. 2. Aplicativo de realidade aumentada e os discursos de empoderamento feminino (2017). Imagem retirada do site do projeto.

No breve panorama de ações ativistas com recursos em realidade aumentada esboçado aqui, podemos perceber que o uso dessa ferramenta não se trata de uma sujeição sem cautela do uso da tecnologia na vida cotidiana, mas da possibilidade de problematizar as discussões sobre o seu uso, deslocando-a de seu propósito de criação (e que no caso da realidade aumentada inicia-se em pesquisas para áreas de atuação médica) e permitindo a criação de novas referências subjetivas através deles, como uma forma de dominar o que há de mais atual - e ainda restrito - para produzir outros diálogos em prol da sociedade. Nesse sentido, o tipo de ativismo demonstrado aqui também nos permite colocar em reflexão os novos modos de praticar ações ativistas no século XXI, uma vez que esses projetos artísticos, em função de seu processo de construção de linguagem artística, colaboração pública e disseminação em redes, apresentam sua peculiaridade e capacidade de alteridade, tornando essas ações de ativismo passíveis de interação e transformação coletiva através da tecnologia.

CONSIDERAÇÕES E DIÁLOGOS COM O EVENTO

Com o intuito de contextualizar o contributo deste trabalho para o alargar de fronteiras do X Simpósio da ABCiber, proponho a reflexão sobre a proximidade de conceitos destacados no evento como: hibridações, ecologias das redes digitais e novas sociabilidades decorrentes da ascensão da tecnologia e sua constante penetração na vida cotidiana. Como pontuado por palestrantes e estudiosos durante os diálogos no evento, a exploração de aparelhos eletrônicos domésticos, sistemas tecnológicos como meio de organização e mobilização social, criaram práticas e estéticas que tem influenciado e impulsionado a experimentação de narrativas da vida cotidiana (e também dos ativismos),



sendo capazes de reconfigurar a nossas identidades a partir de novas experiências de investigação social e de construção de sentidos.

Neste trabalho procurei mapear a pertinência da tecnologia de Realidade Aumentada como suporte de trabalhos de arte-ativismo em momentos particulares da última década, nos permitindo refletir sobre os graus de mediatização da vida social, nas suas implicações para nossas visões de mundo, e também nas capacidades criativas engendradas por essas novas tecnologias e mídias no que tange a criação artístico-ativista. Nesse sentido, em uma discussão que entendo como sendo de profunda relevância para uma reorientação desta pesquisa, é separação dicotômica entre o "local" e o "global" que tanto falamos ao citarmos as redes virtuais de comunicação. Sobre o campo da arte e dos ativismos políticos, postulo a ideia que o surgimento de novas estratégias tecnológicas, com destaque ao uso da realidade aumentada brevemente esboçada aqui, permite compreender que essa organização em "rede" reúne indivíduos em afinidades e conhecimentos, alimentando um processo de cooperação e troca entre eles que não mais se limita pelas distâncias geográficas, uma vez que a tecnologia condiciona esse contato. Nesse sentido, não pretendo enfatizar a comunicação entre pessoas em si, mas uma união entre afetos, preocupações e sentimentos comuns que permeiam o mundo. Quando digo que esses projetos, protesto e ações de resistência nômades se estabelecerem em um lugar que ainda não é demarcado por fronteiras e limites que controlam condições materiais de existência - e portanto não pertencem ao local ou global, reflito sobre uma grande comunidade que passa a se comunicar através do interesse em temas que são comuns, e tendo em vista que os problemas mundiais também são comuns - como visto nas lutas do *Occupy Wall Street* e no *Yo Soy 132*, nos feminismos da Índia aos Estados Unidos, ou nas lutas ambientais do Alasca à Austrália - deslocamos nossa percepção de responsabilidade local para o "glocal", o lugar sem fronteiras. É por tal razão que os ativismos se expandem e se destacam em toda parte do globo.

Para além dessa flexibilização da observação do processo comunicativo, retirada do foco no indivíduo e passando a ser uma relação de entrosamento entre grupos, essas ações que ocorrem de forma coletiva desafiam pessoas comuns a entrarem na experiência e interagirem com suas próprias histórias de novas maneiras. Nesse sentido, a realidade

aumentada aplicada à arte-ativista torna-se uma ferramenta social para gerar conversas entre e ao redor da comunidade ao mesmo tempo, através de canais de comunicação e sociabilidade que permeiam a relação entre arte e cultura de rede.

Referências bibliográficas

CRITICAL ART ENSEMBLE. Electronic Civil Desobedience and other unpopular ideas. Nova York: Autonomedia, 1996. p. 97-99.

DÉCH-AR-GE DE REBUT TOXIQUE. John Craig Freeman. Déch-ar-ge de rebut toxique. Disponível em: <https://johncraigfreeman.wordpress.com/decharge-de-rebut-toxique>. Acesso em: 12 dez. 2017.

EXIT GLACIER AR TEMINUS PROJECT. Nathan Shafer and The Institute for Speculative Media. Disponível em: <http://nshafer.com/exitglacier/>. Acesso em: 12 nov. 2017.

GEROIMENKO, Vladimir. Augmented reality art. **Switzerland: Springer International Publishing Switzerland**, 2014.

GIDDENS, Anthony. As consequências da modernidade. Editora Celta, Lisboa, 1991.

GLOBAL CALL: AR OCCUPY WALL STREET. Mark Skwarek. Disponível em: <https://aroccupywallstreet.wordpress.com/>. Acesso em: 10 nov. 2017.

GONÇALVES, Fernando do Nascimento. Resistência nômade: arte, colaboração e novas formas de ativismo na Rede. REVISTA COMPÓS, Rio de Janeiro, n.6 p. 85-90, dez. 2007. Disponível em:< http://www. compos. org. br/seer/index. php/ecompos/article/viewFile/158/159>. Acesso em 18, dez. 2017.

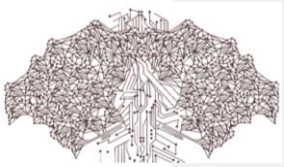
JURGENSON, Nathan. Digital dualism versus augmented reality. Cybergology: The Society Pages, v. 24, 2011.

KIRNER, Claudio; TORI, Romero. Introdução à realidade virtual, realidade misturada e hiper-realidade. Realidade Virtual: Conceitos, Tecnologia e Tendências. 1ed. São Paulo, v. 1, p. 3-20, 2004.

LEMOS, André. Ciberespaço e Tecnologias Móveis: processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura. Cμ³PÓ², Baurú, 2006, p. 6-8.

LÉVY, Pierre. Ciberespaço. Editora 34, São Paulo, 2010. p.133-134.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. O ecrã global: cultura mediática e cinema na era hipermoderna. Lisboa: Edições, v. 70, 2010.



MENESES, M. Ciberutopías, Democracia, Redes Sociales, Movimientos-Red. **Tecnológico de Monterrey y Porrúa**, México, 2015.

MILGRAM, Paul; KISHINO, Fumio. A taxonomy of mixed reality visual displays. IEICE TRANSACTIONS on Information and Systems, v. 77, n. 12, p. 25, 1994.

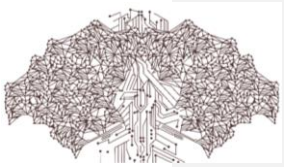
PRIYA'S SHAKTI. Media Center NY. Disponível em: <http://www.priyashakti.com/>. Acesso em: 12 nov. 2017.

ROSAS, Ricardo e WELLS, Tatiana. Que venha a mídia tática. In: Rizoma.net, 2003. Disponível em: <http://www.rizoma.net/interna.php?id=174&secao=intervencao>. Acesso em: 17 Dez. 2017.

SKWAREK, Mark. Augmented reality activism. In: Augmented Reality Art. Springer International Publishing, 2014. p. 3-29.

THE WHOLE STORY PROJECT. Disponível em: <https://thewholestoryproject.com/>. Acesso em: 10 nov. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



AS IMAGENS DA MULTIDÃO: A EMERGÊNCIA DA ESTÉTICA[1]

Vladimir L. Santafé[2]

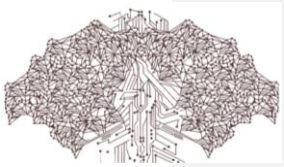
No presente artigo, cujo tema são as imagens da multidão, objeto cuja vinculação com o eixo temático se dá a partir da análise que fazemos do caráter político das imagens supracitadas, isto é, imagens multitudinárias que se processam para além do aparato estatal e suas capturas, inclusive àquelas ligadas à crise representativa da autoridade na democracia liberal, e se perfaz no terreno autônomo das organizações populares, pretendemos investigar, ainda que superficialmente, as relações históricas e ontológicas que o cinema estabeleceu com as ideologias, do socialismo soviético ao horror orquestrado pelo nazismo, e quais os efeitos que elas suscitaram através dessa poderosa "máquina de sonhos", assim como o corte cinematográfico onde as ideologias não faziam mais sentido em si mesmas, separadas das situações concretas que as preenchiam, onde as emergências sociais e políticas já não passavam pela teia de representações da consciência, mas pela dispersão das imagens num mundo fragmentado, saturado de clichês, e a ideologia expressar-se-ia tanto nas formas quanto na trama narrativa dos filmes. O mundo atual abre espaço para uma profusão de filmes articulados às novas mídias e tecnologias digitais, filmes que retomam contrapoderes em sua incessante produção de híbridos, antes restritos aos seus locais de origem, mas que, com o auxílio da internet, ganham o mundo, "ecoando vozes" que antes eram abafadas pela concentração de poder do analógico.

Palavras-chave: multidão; cinema; biopolítica; hibridizações.

O cinema é o enunciável, ele não é linguagem, não pertence aos esquemas semiológicos que separam os significantes próprios da linguagem de sua lógica das imagens e dos signos que formam a *matéria.* A estrutura linguística não suporta os *devires* do cinema. Também não poderia ser considerado uma linguagem primitiva ou instintiva, *construída* e gravada no corpo do homem desde o paleolítico, que suscitaria pulsões e desejos filogenéticos que formariam os significados decorrentes da série de significantes inseridos na trama. O cinema, em sua história, despertou *automatismos* psicomotores que os aproximam do sonambulismo, da vidência, das forças do

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 18 – Tecnopolítica, Estado, crise da democracia representativa, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor substituto da UFRJ. É doutorando em Comunicação e Cultura e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação "Laboratório de Inovação Cidadã". E-mail: vladimirsantafe@gmail.com



inconsciente, como as personagens construídas pelo expressionismo alemão[3]. Automatismos que já estavam latentes desde a sua primeira projeção com os irmãos Lumière em "La Sortie de l'Usine Lumière", ou na impactante imagem do trem em movimento em direção à plateia, que assustada tentava se desviar do impulso da máquina. Não, o cinema não é uma *matéria inteligível* através da qual a linguagem constrói os seus significantes, numa série ininterrupta onde as imagens e os signos são reinvestidos para formar novos significantes. Mesmo em "La Sortie de l'Usine Lumière", e a partir dela, vemos que a matéria presente nos filmes não pode ser codificada nos esquemas linguísticos. Como derivar logicamente a passagem apressada das operárias saindo da fábrica, dos homens empurrando as suas bicicletas, do ziguezaguear dos passantes que não respeitam qualquer tipo de trajeto determinado, com a entrada repentina de um cão em meio à multidão que se assusta e se dispersa como abelhas no campo, formando um novo *enxame* de passantes, desfazendo a organização disciplinar que aos poucos se formava. Como enquadrar esses movimentos sinuosos e oblíquos pelos esquematismos lógicos; se há lógica, ela está nas variáveis, e não na constante. Por ser um sistema enunciativo de imagens e de signos, por não possuir uma linguagem que o adeque, o cinema possui as características de um *autômato espiritual*.

É na relação homem-máquina que o cinema vai instaurar o futuro, formar o presente e transformar o passado. O cinema é como a poesia, lida-se com o inexprimível, com signos que colmatam o sublime e o inenarrável em sua própria expressão, meios e termos que mobilizam tanto a *alma* quanto o corpo, o material e *aquilo* que o engendra e dele não se separa, deixando a imagem fluir:

> Os signos e símbolos que o poeta usa constituem uma das provas mais seguras de que a linguagem é um meio de lidar com o inexprimível e o insondável. Assim que se tornam compreensíveis em todos os níveis, os símbolos perdem validade e eficácia. (...) Aquilo que nos fala de esferas superiores, mais distantes, vem envolto em segredo e mistério. (...) O atestado de seu gênio reside no uso extraordinário do símbolo. Simbologia moldada em sangue e angústia. (MILLER, Henry. *A hora dos assassinos (um estudo sobre Rimbaud)*, p. 46)

Neorrealismo e política:

O tempo, no neorrealismo italiano, é refundado. Um mundo de personagens fugidias que não podiam mais se defender ou se situar nos acontecimentos, de espaços quaisquer

[3] No "Gabinete do Dr. Caligari", de Robert Wiene, o tema do sonambulismo é abordado através da hipnose de um homem que é levado a cometer crimes. Em "Metrópolis", de Fritz Lang, o tema do sonâmbulo também é trabalhado através de sua personagem robô, são "máquinas de sonambulismo". Todos esses filmes têm como pano de fundo a ascensão do nazismo na Alemanha do pós-guerra.

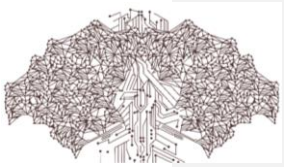
desconectados que desterritorializaram as coordenadas geográficas a tal ponto que não saberíamos se *estamos* na Alemanha ou em meio às ruínas de outra cidade europeia qualquer assolada pela guerra[4]. A *paisagem* tornou-se um grande campo de refugiados. Um novo regime de signos que rompia com o sensório-motor e se abria para a imprevisibilidade da vida, reconquistando a palavra das *minorias*. Não que a vida não estivesse presente nos filmes anteriores, seus vestígios eram visíveis, mas por mais intensos que fossem esses filmes, seu fluxo era *bloqueado* pela imagem indireta do tempo.

A *imagem-movimento* também comportava as suas imprevisibilidades, como nos filmes de Howard Hawks, onde as situações se prolongam em pequenos fios conectados pelas ações, não atribuindo de antemão um desfecho à sucessão dos fatos, ou uma função específica determinada pelo sexo ou pela classe das personagens. Em Hawks, não há diferença de enquadramento ou de tratamento da imagem em relação a homens e mulheres, em seus filmes, essas *funções* estão invertidas. A diferença entre as duas *imagens*[5] está na forma como a relação *espaço-temporal* é tratada – "não uma imagem justa, mas justo uma imagem" (Godard).

A *imagem-movimento* teria o seu limite em Leni Riefenstahl. A arte por excelência da era da reprodutibilidade técnica, como assinalou Walter Benjamin e Krakauer, encontraria a sua plena realização no grande autômato do líder das massas que, a partir das *forças subterrâneas* evocadas pelo cinema, *estetizou* a política e convocou o *sonambulismo* presente na adormecida nação alemã, realizando o maior genocídio planejado, racionalizado e motivado que a recente história da humanidade conheceu – foi a vitória da *razão instrumental* e dos microfascismos secretados durante séculos por todos os povos da Europa.

Seria preciso fundar os automatismos psicomotores em associações novas, onde "o tempo sairia dos eixos e o espaço dele nasceria"[6], em técnicas de *projeção* e *transparência* da imagem, de deslocamento e ruptura com os vínculos sensório-motores, "governador das ações", na produção de imagens que invertessem a subordinação do tempo pelo espaço, que retomasse o *autômato espiritual* perdido nas montagens que cortavam o tempo em instantes móveis do movimento, de um espaço quadriculado pelas relações de poder; que destituíssem o cinema da manipulação fascista ou *hollywoodiana*, o cinema das representações, dos automatismos psicológicos, das massas amorfas hipnotizadas, dos *zumbis* e seus "planos diabólicos". Seria preciso acabar com os mitos criados pelo cinema e suas consequências desastrosas, recolocando o homem comum e seu cotidiano anti-heroico no cenário cinematográfico.

[4] "Alemanha Ano Zero", de Roberto Rossellini
[5] A imagem-movimento e a imagem-tempo.
[6] DELEUZE, G. *A Imagem-Tempo - Cinema 2*, p. 321



A crise da *imagem-ação* só se dá após a 2ª Guerra Mundial. Não poderia ser de outra maneira, os horrores da guerra tinham deixado as suas marcas: cidades destruídas, multidões de amputados e feridos, de mortos e desaparecidos, o extermínio levado ao limite da racionalização dos meios técnicos, o genocídio de judeus, ciganos, homossexuais, de todo o tipo de opositores aos regimes nazista e fascista. Além disso, a vacilação do "sonho americano", a erosão dos valores que constituíam o *american way of life,* sob todos os seus aspectos, precipitaram esse novo cinema, engendrando um novo tipo de narração capaz de captar o elíptico e o não-organizado; as rupturas internas do cinema, aquele "desvio pelo direto", fora dos laços narrativos, que sempre afligiu os grandes cineastas[7].

Na imagem-tempo, o que a personagem perde em *coordenação,* ela ganha em *vidência* - "o que há para ser ver na imagem?", já não há um presente que se passou ou que está por vir, já não devemos esperar pela "próxima imagem", as ações se prolongam em situações óticas e sonoras puras, onde as personagens absorvem todas as intensidades afetivas e todas as extensões ativas do acontecimento que nunca se fecha. A personagem de Monica Vitti em "Deserto Vermelho"[8], perdida em meio a um casamento burguês sem sentido, em meio às cores aberrantes e secas das cidades fabris italianas, também em ruína, em meio aos caminhos desconexos que percorre para se encontrar, mas que nunca chegam a um ponto final, que estão sempre a se fazer e a se refazer de acordo com as mais inusitadas situações, imprevisibilidades que a arremessam de um lugar ao outro sem *religá-la* a um passado que se quer esquecer ou a um futuro que se deseja. Todos os tempos estão presentes no *instante* – não há saídas, mas também não há porque sair. Sua alma está tão deserta quanto a paisagem que a recobre. Instante que não pressupõe um *corte imóvel na duração,* como o instante fotográfico, mas uma simultaneidade de tempos que recortam o espaço. Um *instante* que se prolonga na conservação das pontas de desterritorialização que compõem uma vida: "a unidade mínima de tempo como intervalo de movimento, ou a totalidade do tempo como máximo do movimento no universo: o sutil e o sublime"[9]. A nova imagem, enquanto *vidente,* previa as transformações das relações de trabalho que substituiriam as disciplinas pelo controle, ou o capitalismo fordista pelas relações abertas do capitalismo imaterial ou cognitivo, onde as "fábricas ruíam" e o novo trabalhador emergia.

Seria preciso diluir a rede de informações em pequenos *nichos*, em pequenos insones e sonâmbulos já não mais governados pelas *palavras de ordem* de um líder, mas inseridos numa teia de relações imanentes, num espaço liso onde eles possam se deslocar e se compor em relação

[7] Durante um seminário sobre cinema na Itália, Fellini pergunta a Jean Renoir sobre o que ele achava mais importante num filme, ao que ele responde: "é preciso deixar a vida entrar..."
[8] Il *Deserto Rosso*, de Michelangelo Antonioni.
[9] DELEUZE, G. *A Imagem-Tempo - Cinema 2*, p. 322.

direta com um *fora* – uma máquina de guerra. Em "Alphaville", de Godard, o espião dos países exteriores está sempre quebrando o ritmo dos espaços que ocupa, a cidade e os habitantes de Alphaville não conseguem compreender seus movimentos e suas palavras, pois estão imersos na burocracia totalitária das disciplinas, demarcada pelo grande autômato que governa as suas ações. Cada palavra nova é pesquisada e enviada para avaliação e censura pelas autoridades fantasmas de Alphaville, toda espontaneidade é denunciada como subversiva – é a quebra do *sensório-motor*.

No cinema *moderno* há uma dissociação da *imagem visual* com a *sonora*, ou do político com a *representação*, "o extracampo perde a sua potência de direito", a música ou o som deixam de ser os fios condutores da imagem. No lugar do extracampo, o corte irracional vai criar relações não totalizáveis entre as *imagens*, novas relações onde o *sonoro* terá um enquadramento próprio, remetendo-se à *fala pura* ou à fabulação, a criação de acontecimentos; e o *visual* vai enquadrar os espaços vazios ou desconectados e "enterrar os acontecimentos nas entranhas da terra". Redimensionando as camadas sedimentares da imagem, potencializando os seus acidentes, os seus relevos, as suas dobras, *esculpindo o tempo* a partir das fissuras da alma e da matéria. A personagem de Rossellini em "Europa 51", interpretada por Ingrid Bergman, ao perder o seu filho e cair num profundo abismo existencial, percebia a fábrica de seu marido apenas como uma prisão. Os operários eram prisioneiros *sem rosto* e suas vidas, uma condenação eterna, um *sursis*. A miséria à sua volta não a atingia, seu mundo estava cercado de *clichês* intransponíveis, é só quando o "tempo" se abre a ela que sua percepção da realidade se descora dos hábitos e convenções que não permitiam que ela enxergasse o mundo. No cinema, o tempo não escorre, mas se *conserva*, "a própria imagem deve ser ainda a única possibilidade de guardar o sofrimento" (Godard).

Conservar o tempo é conservar o *suplemento*, é conservar a viagem a mundos inexprimíveis, é verificar o sonho indo a novas terras e desbravar novos horizontes, mesmo quando não se sai do lugar, é engajar-se na aventura perceptiva e desterritorializar a própria terra, é tornar-se *nômade*. As contradições não são superadas, mas conservadas na *duração*, na simultaneidade de suas qualidades e potências, o *novo* vai aparecer através das conexões livres entre as imagens ou personagens, na emergência de uma diferença que assinala uma nova percepção do mundo ou um novo campo de atuação, uma nova sensibilidade simplesmente sugerida ou pressentida, onde as relações antes impossíveis se compõem com o vivido e a biopolítica emerge da produção.

O poder das redes

Nas redes a desterritorialização é absoluta, a rede constitui-se como novo modelo de organização, eco das lutas de guerrilha contra o aparato de poder do Estado, cuja estrutura policêntrica e relações horizontais, com relativa autonomia em relação ao centro de comando, formaram as novas teias do capital - é o poder capturando os excessos e desejos da multidão. A televisão ainda exerce uma função social de controle sem precedentes, mas ela já não age como *centro*, simplesmente, mas a partir do reforço ou da complementariedade das informações que circulam na internet[10]. Seria ingênuo não levar o seu "poder de convencimento" em consideração, mas esses mecanismos ruem com as atividades corrosivas das *multidões* e com a organização social através das redes e *fora delas*[11]. Hoje, o modelo de redes, herdado das lutas de guerrilha das décadas de 60 e 70, lutas policêntricas cujo foco se espalhava pela cidade transformando-a, antes mesmo de tomá-la, foi apropriado pelos circuitos comerciais e financeiros do capital[12]. Tal como, através de uma continuidade que procede mais por salto e rupturas do que por uma linha evolutiva contínua, pelos movimentos de resistência ao capital.

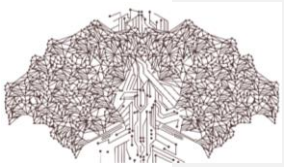
A internet conecta todos os espaços do globo através de *fios* não detectáveis, eles irradiam suas informações preenchendo nossos celulares, computadores, *notebooks*; já não há como esconder-se do "Grande Irmão", este, no entanto, nunca viu uma emanação de contrapoderes tão devastadora. São enunciações coletivas, plurais, que formam nosso mundo dividido, mas coeso (pelo mercado global e os organismos internacionais que nos colmatam). As fronteiras, no entanto, nos escapam à imaginação. O invento que deveria dar conta das disputas territoriais e intersubjetivas na Guerra Fria, tornou-se a *arma por excelência* da multidão, uma arma nômade, virtual e intensiva, que opera por desterritorializações sempre minoritárias. Vê-se a figura do imigrante como vetor de desterritorializações e linhas de fuga que moldam as cidades que os atrai, tal como a física de Demócrito, "onde a plenitude atrai a plenitude", portadores de linguagens diversas que reinventam as teias do capital e a dinâmica das metrópoles. A multidão são os *múltipl@s*, é uma rede de indivíduos e grupos, um conjunto de singularidades contingentes; ela é atravessada por individuações, mais do que por identidades territoriais ou ideológicas, suas ações são intercambiáveis, há trocas no lugar de imposições. A multidão é múltipla e una, à maneira de

[10] As indústrias de comunicação e sua produção simbólica e imagética, parte constituinte da globalização, já ocuparam o espaço das redes, mas não exercem um controle absoluto sobre ele.

3. [11] Sites sobre a Conferência Nacional de Comunicação e contra a criminalização do MST:

4. I Conferência Livre de Comunicação para a Cultura acontece entre 24 e 27 de setembro: http://proconferencia.org.br/textos/clipping/i-conferencia-livre-de-comunicacao-para-a-cultura-acontece-entre-24-e-27-de-setembro/; ECO-UFRJ: http://www.pontaodaeco.org/node/161
Manifesto em defesa do MST: http://www.trezentos.blog.br/?p=3383;

[12] Negri, A. e Hardt, M. *Multidão - Guerra e democracia na era do Império,* pg. 104.



Spinoza, partes de um *todo* em movimento, graus da potência divina que compõem os nossos corpos espiritualizados.

Na contemporaneidade, estamos imersos na *passagem da subordinação formal à subordinação real do trabalho ao capital*, somos todos partícipes, ou potenciais, do *General Intellect* que dita os desdobramentos das relações de produção e de seus efeitos ontológicos[13]. A idéia de um povo fundido à unidade soberana de um Estado já não corresponde às lutas e intervenções da multidão, ela não reflete a forma-Estado, como o povo a refletira, ela não forma uma unidade em torno da democracia representativa, não louva suas instituições. A multidão é o *fora*, são as *máquinas de guerra* que ocupam os espaços sociais e políticos da sociedade de forma horizontal e *ascentrada*. As burocracias inerentes ao Estado são, literalmente, dinamitadas pela multidão - reformadas e transformadas, a luta das "classes subalternas" que a compõem deve ter um *fora* (a insurgência contra as leis e os dispositivos de poder que a exploram e oprimem) e um *dentro* (a luta por reformas que avancem no sentido de sua autonomia econômica e de seu autogoverno). Não há mais porquês *dans la raison d´État.*

As imagens da multidão

Com o advento da internet e suas linhas de fuga, a "sala escura" de Baudry[14], espaço ideal de *ideologização* e formação das subjetividades, perde a sua força. Há filmes que ainda são feitos para ela e, sem dúvida, os seus efeitos continuam devastadores na psique humana. Mas o desenvolvimento das tecnologias digitais simplesmente *desfaz* os seus mecanismos no próprio *ato de sua produção*. Os filmes do "grande cinema" são recortados e manipulados pelos programas de edição mais simples, criam-se paródias e continuidades desejadas a partir de seus pedaços espalhados pela rede. Já não é preciso, como as vanguardas artísticas o fizeram nas décadas de 60 e 70, contrapor uma organização molecular e subversiva à organização molar das narrativas cinematográficas. *A internet é o próprio meio do molecular*.

O que se vê, ao contrário, é uma disseminação de filmes pela *rede*, principalmente, e fora dela. Onde os fatos, diretos e muitas vezes vertiginosos, aparecem e disputam espaço com as informações veiculadas pela grande mídia, pelo menos no que se refere aos movimentos sociais. Há muitos cineastas mundo afora, como o argentino Carlos Pronzato[15], que viajam para as regiões

[13] Com Marx e Negri, acreditamos que o trabalho forma as subjetividades e o nosso *ser social*, ainda que vivamos o *devir* e suas múltiplas faces.
[14] BAUDRY, Jean-Louis. Cinema: efeitos ideológicos produzidos pelo aparelho de base.
[15] Bakunin Digital: http://www.lamestizaaudiovisual.blogspot.com/

em conflito, captando o máximo de *veracidade* possível, o máximo de informações a partir do ponto de vista dos movimentos envolvidos e difunde as suas "verdades", as suas experiências e ideias, apelando às narrativas dos documentários mais clássicos ou mesmo ao formato *televisivo* para comunicar suas "mensagens" de forma direta e o mais amplamente possível[16].

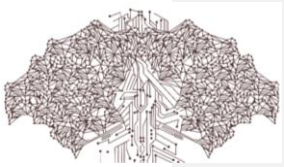
> "Ora o cineasta do Terceiro Mundo encontra-se diante de um público muitas vezes analfabeto, saturado de séries americanas, egípcias ou indianas, filmes de karatê, e é por aí que ele deve passar, é essa matéria que ele precisa trabalhar, para dela extrair os elementos de um povo que ainda falta [Lino Brocka]. (Deleuze, G. *A Imagem-Tempo - Cinema 2*, p. 259.

Já não precisamos escrever em "língua estrangeira" para fugir dos *colonialismos*, a nossa própria língua é um *estrangeirismo* derivado das interconexões do mundo global, o povo já não falta, mas invade as redes e cria suas próprias *linhas de fuga*, ele não precisa mais ser inventado, ele *inventa-se* enquanto *minoria* nos guetos, periferias e favelas das metrópoles mundiais:

> A questão, em muitas dessas propostas, é a partir do concreto se chegar ao conceito, a ética (nunca pensada como abstração, norma, transcendência) chegar à própria história do cinema e da videoarte. Partir dos códigos do melodrama ou da novela para reconfigurar o sensível. Partir do sabido, do consumo, para trazer outras referências. (BENTES, Ivana. *Descolamentos Subjetivos e Reservas de Mundo; Ensaios no real: o documentário brasileiro hoje*, p. 10)

Em "Os Palestinos da Amazônia"[17], Carlos Latuff, que além de cineasta também é cartunista, retrata a vida de um grupo de camponeses que vive no interior da mata amazônica, sofrendo todo o tipo de privações e repressões por parte do Estado e dos latifundiários que contratam jagunços para intimidá-los e até mata-los. O filme segue a tendência da maioria, cortes secos, uma ideia de continuidade próxima ao realismo dos filmes norte-americanos, som direto. Parece que o cineasta não está preocupado com a estética do filme, mas com a "mensagem" passada pelos ocupantes, com as "verdades" ditas pelos próprios participantes da ação, não há intervenções ou manipulações da imagem pelo autor. Ele, ao contrário, parece sentir-se bem *invisível*, construindo, de certa forma, uma bioestética, diretamente extraída da relação que o ativista tem a causa a que adere, ou o registro das vivências dos integrantes do próprio movimento. Quando o cineasta intervém é como integrante da causa, como disseminador da luta, há uma *fusão* do seu ato enquanto realizador com a realização do próprio ato militante, ele faz parte da luta, a luta é uma continuidade do seu filme e *vice-versa*. A sua atuação é como um "grito", é um *contínuo* do movimento. É como se a manifestação, ou todas as manifestações *do mundo*,

[16] Dado que a maioria do seu público cativo reside em ocupações, comunidades ou ainda em sindicatos, e está acostumado com os modos narrativos das séries e filmes de Hollywood ou das novelas da teledramaturgia brasileira e mexicana.
[17] "A luta de um povo forte, que sofre o diabo, mas que não tem medo dele". Carlos Latuff



estivessem presentes no extracampo. Nesses filmes, *un poquito de tanta verdad* se mostra além dos holofotes do *espetáculo,* fabricando um novo *autômato* das ruas, onde as ruas conquistam as redes[18].

É comum que um coletivo se responsabilize pelas filmagens e não um autor. A impressão que dá é que qualquer transformação da narrativa que desvie a atenção do espectador da *fala dos que sofrem a opressão* seria um ato de "traição" com o próprio oprimido ou então a preocupação com a *mensagem* é tão grande que ocupa toda o foco dos cineastas. O cineasta deve ser um facilitador, aquele que guarda as informações e as comunica o mais diretamente possível, sem rodeios, sem *aura*, sem que a singularidade do autor intervenha entre a *fala* do camponês e *nós* que a recebemos dos nossos celulares, notebooks, *PCs,* tablets. É um "cinema direto" difundido por meios *indiretos,* difusos, loucos[19]. Muitas vezes um meio para o registro sem cortes de manifestações criativas e corajosas, a ousadia já não está na forma, mas na realidade captada pelo "olho da câmera", como nos saques simbólicos a supermercados organizados pelo MTST, no depoimento dos atingidos por barragens no Rio Tocantins ou nas manifestações dos blocos de intervenção urbana na Áustria[20]. Onde os *sujeitos desorientados* do cinema moderno encontram seu oriente no interior das lutas que antes pareciam desconexas, que já não são parte de um *todo orgânico*, mas são elas próprias esse *todo* fragmentado e descontínuo. São as particularidades das lutas e suas demandas que precisam ser vivenciadas para se tornarem *orgânicas* - um *corpo sem órgãos.* Um marco na construção desses filmes são as intervenções zapatistas, todos os movimentos têm, direta ou indiretamente, influência das estratégias de ocupação midiática e dos meios de expressão *em rede* difundidos pelos zapatistas.

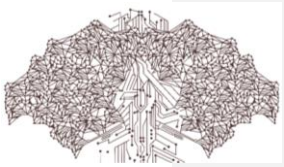
Há filmes que buscam certa "afirmação" de *veracidade* através do depoimento dos moradores que tecem a narrativa à maneira da história oral, onde os vestígios da construção comunitária são acompanhados passo a passo, segundo a visão e as experiências vividas pelos próprios moradores. Outros registram os fatos com câmeras de baixa resolução, muitas vezes com celulares, e compõem suas tramas digitais com o som dos *rappers* ao fundo: onde a voz da

[18] O documentário "Un Poquito de Tanta Verdad" narra os acontecimentos de Oaxaca, no México, onde os professores e a comunidade tomaram os meios de comunicação pelas mãos e construíram suas redes de resistência. Segundo palavras dos próprios realizadores: "La represión del Gobierno de Ulises Ruíz al plantón de la CNTE genera al movimiento social más importante de los últimos años LA APPO, la toma de los medios, la lucha de las mujeres y la represión de la PFP y los policias del estado, todo contado por la voz de las radios y la televisión en poder del movimento".
[19] A *internet* é como o *esquizo,* há tantas conexões que é impossível refazê-las e criar um bloco coerente de suas trajetórias.
[20] NO WKR! Polizeigewalt Vienna 2010: http://www.youtube.com/watch?v=xnEA34wV-_A

periferia militante de São Paulo salta na tela como um "soco no estômago"[21]. Em meio à violência da música, o contraponto dos ativistas reconstruindo a ocupação junto aos ocupantes, uma mostra da solidariedade estimulada nesses espaços – o trabalho das *multidões.* Construído também nos moldes narrativos desse *cinema direto*, além de produzido coletivamente por ativistas e moradores das ocupações da região central do Rio de Janeiro, é o "Justa Causa"[22], documentário onde são narradas as experiências dos moradores das ocupações Chiquinha Gonzaga, Zumbi dos Palmares, Quilombo das Guerreiras e Machado de Assis. No filme, os moradores falam de como se organizam de forma autogestionária, resistindo aos ataques dos governos e da especulação imobiliária. As experiências narradas ressoam a dura vida que levam e a opção pela organização popular como forma de resistir ao capitalismo, dos rostos marcados pelas piores misérias às histórias de sobrevivência onde os laços comunitários são a única saída capaz de superar o *intolerável* e a exploração.

Aqui há o começo, talvez, de um novo conceito que exprima esse cinema dos movimentos que é direto, *bioestético*, onde "a vida e a linguagem se fundem"; se identifica com as narrativas clássicas da televisão e do cinema, sem passar pela reprodução de suas ideias, tem suas relações narrativas invertidas (os "pontos de virada", o antagonismo entre as personagens, a linearidade das ações, etc.); tende ao coletivismo da obra, onde o cineasta ou é invisível ou é parte dos movimentos sociais onde milita, mas sempre se reconhece enquanto movimento, emana *palavras de ordem*, não mais conectadas às disciplinas ou aos espaços tradicionais do "fazer político", mas através de sua própria *existência* enquanto parte da *luta de todos*, se organiza em torno de conflitos ou a partir dos conflitos e se propaga, quase que exclusivamente, pelas *redes digitais*. Em meio ao turbilhão de *vozes dissonantes*, também há filmes que fundem a defesa de alternativas políticas às experimentações estéticas, filmes que, seguindo os passos dos movimentos que eclodiram o sensório-motor das antigas narrativas, buscaram na *forma* um modo de comunicar e surpreender os sentidos. Ainda que as *tendências* encontradas nos filmes anteriores também se manifestem nessas obras. Das ocupações de fábricas na Argentina às faces do subcomandante Marcos, da *poesia possível* das ruas de BH às imagens delirantes da ocupação da UERJ, o *cinema de guerrilha* alia-se à rede e dissemina seus gritos, seus afrontamentos, suas liberdades[23].

[21] Prestes Maia – Comboio:
http://www.youtube.com/watch?v=RKB6W8tnCbs&feature=player_embedded
[22] O filme foi realizado pelo Fórum Contra o Choque de Ordem.
23 Ocupação Caracol:
http://www.youtube.com/watch?v=8GOWmmgnB9I
Subcomandante Marcos sin pasamontañas:
http://www.youtube.com/user/ikherzero#p/u/1/qRnoJt7PTDE
Documental Semillas:



Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. *A* **Indústria Cultural – A Mistificação das Massas no Capitalismo.** Trad. de LIMA, Luiz Costa. In Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BENJAMIN, W. **Walter Benjamin – Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política**. Trad. de ROUANET, Paulo Sérgio. In São Paulo: Brasiliense, 1996.

BAUDRY, Jean-Louis. **Cinema: efeitos ideológicos produzidos pelo aparelho de base**. In São Paulo: Brasiliense, 1996.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard.** Trad. de SILVA, Mateus Araújo. In São Paulo: Cosacnaify.

MIRANDA, José A. Bragança de e CRUZ, Maria Teresa **Crítica das Ligações na Era da Técnica.**

VARELA, Francisco. **A Mente Corpórea - Actuação: cognição e corporalizada**. Trad. de GIL, Joaquim Nogueira e SOUSA, Jorge de. In Lisboa: Instituto Piaget.

ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. **A Indústria Cultural – O Iluminismo como Mistificação das Massas.** Trad. de LIMA, Luiz Costa. In Rio de Janeiro: Paz e Terra.

BENTES, Ivana, AVELLAR, José Carlos, BRASIL, André e XAVIER, Ismail. Ensaios no real: o documentário brasileiro hoje. In Rio de Janeiro: Azouque Editorial, 2010.

COCCO, Giusepe e NEGRI, Antonio. **Glob(AL): Biopoder e luta em uma América Latina globalizada.** Trad. de AGUIAR, Eliana. In Rio de Janeiro: Editora Record, 2005.

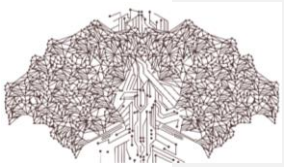
LACAN, Jacques. **O Estádio do Espelho como formador da função do Eu tal como nos é revelada na experiência psicanalítica – Comunicação feita ao XVI Congresso Internacional de Psicanálise,** Zurique, 17 de julho de 1949.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia (Vol. 5)**. Trad. de PÁL PELBART, Peter e CAIAFA, Janice. In Rio de Janeiro: 34, 1997.

_____. **Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia (Vol. 2).** Trad. de OLIVEIRA, Ana Lúcia de e CLÁUDIA LEÃO, Lúcia. In Rio de Janeiro: 34, 1995 - B.

_____. **A Imagem-Tempo - Cinema 2.** Trad. de RIBEIRO, Eloisa de Araújo. In São Paulo: Brasiliense, 1990.

http://www.youtube.com/user/DocumentalSemillas
UERJ Ocupada:
http://www.youtube.com/watch?v=ouA5SRIQ-pw
Guerreiros Urbanos:
http://www.youtube.com/watch?v=LYgA36s-iiQ



_____. **Cinema 1 - A Imagem-Movimento**. Trad. de SENRA, Stella. In São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. **Bergsonismo**. Trad. Orlandi, Luiz B. L. In Rio de Janeiro: 34, 1996.

_____. **A Ilha Deserta**. Organização e revisão técnica de Orlandi, Luiz B. L. In São Paulo: Iluminuras, 2002.

FOCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Trad. de RAMALHETE, Raquel. In Petrópolis: Vozes, 2004.

HANSEN, Mark B. N. **New Philosophy for New Media**. In London: MIT Press, 2004.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. In London: MIT Press, 2001.

NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. **Multidão – Guerra e democracia na era do _____. Império.** Trad. MARQUES, Clóvis. In Rio de Janeiro: Record, 2005.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

ATIVISMO DE MULHERES NEGRAS NO YOUTUBE: APONTAMENTOS SOBRE PROCESSOS FORMATIVOS EM REDE[1]

Tatiana Paz[2]; Eduardo Junqueira[3]

1. Introdução

As redes digitais de comunicação ampliaram as possibilidades e formas de atuação dos movimentos sociais no final do século XX e no início do século XXI. Na atualidade, os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais virtuais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet (GOHN, 2011).

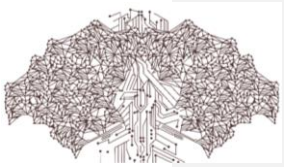
Nesse cenário, é notável a atuação de diferentes grupos que se formam e se articulam em torno de um interesse comum e defendem diversas causas. As redes se tornaram, portanto, espaço de atuação política, no qual os actantes dessas redes constroem narrativas acerca das suas pautas, reivindicações, etc. O ciberespaço se tornou, assim, fecundo para ações de indivíduos que se apropriam do potencial comunicativo das redes e protagonizam ações políticas em torno de problemas como corrupção, racismo, homofobia, entre outros.

No contexto da atuação em rede, destacamos a ação midiática de mulheres negras no Youtube. A ação em rede dessas *youtubers* tem como pano de fundo a afirmação da identidade estética da mulher negra e suas histórias são contadas, inicialmente, a partir das suas trajetórias com o cabelo crespo. Seja através do compartilhamento do processo de transição capilar pelo qual passaram, seja pela socialização de técnicas sobre como cuidar do cabelo crespo, ou pelas suas experiências com o racismo, mulheres negras

[1] Artigo apresentado ao **Eixo Temático 20:** Influenciadores, blogueiros, YouTubers do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é professora do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Ceará . É Mestre em Educação (UNEB), cursa doutorado em Educação Brasileira (UFC) e participa do Grupo de Pesquisa Linguagens e Educação em Rede (LER-UFC). E-mail: tatiana.paz@ifce.edu.br

[3] Pesquisador é Professor do Instituto Universidade Virtual e do Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira da Universidade Federal do Ceará (UFC). É Doutor em Currículo, Ensino e Política Educacional pela Michigan State University e Coordenador do Grupo de Pesquisa Linguagens e Educação em Rede (LER). E-mail: eduardoj@virtual.ufc.br



compartilham no Youtube um discurso político de afirmação das suas identidades através das suas histórias de vida.

As ações dessas mulheres no Youtube apontam apropriações midiáticas de caráter político e emancipatório no que se refere especialmente aos padrões estéticos de beleza construídos na base de uma sociedade racista e excludente, que "introjetou o ideal do branqueamento, que inconscientemente não apenas interfere no processo de construção da identidade do ser negro individual e coletivo, como também na formação da autoestima geralmente baixíssima da população negra e na supervalorização idealizada da população branca" (MUNANGA, 2012). Compreendemos que no contexto de colonização, os conhecimentos produzidos por esse e outros grupos foram invisibilizados e inferiorizados num processo de racismo e sexismo epistêmico que, como uma das formas de dominação, legitimava o heterocentrismo ocidental (GROSFOGUEL, 2016; SANTOS, 2010; GOMES, 2010; AGRA, 2010).

Neste artigo, apresento informações iniciais sobre o ativismo de 2 mulheres negras no Youtube descrevendo de que maneira as mesmas constroem narrativas próprias sobre o cabelo crespo e suas identidades estéticas como um fazer político, tecendo, assim, relatos que revelam aspectos do que é ser mulher negra para elas no tempo presente.

A metodologia da pesquisa tem um caráter etnográfico e os procedimentos metodológicos foram organizados em duas principais ações: observação nos canais de três *youtubers* negras e entrevistas às mesmas a partir dos preceitos etnográficos. Assim, as principais técnicas de pesquisa são a observação participante e a entrevista semi-estruturada (FRAGOSO et al., 2012).

A pesquisa apresentada nesse artigo possui uma abordagem qualitativa de caráter exploratório através da qual buscou-se compreender a natureza da ação política em rede protagonizada por mulheres negras no Youtube. As análises são baseadas na realização de entrevistas com duas delas, na observação das suas ações em rede, especialmente no Youtube, e na análise do conteúdo de 8 vídeos postados neste site de rede social. Utilizaremos os nomes fictícios Rebeca e Júlia, a fim de preservar a identidade das mesmas. Para compreender o contexto em que se estruturam tais práticas, lançamos mão das perspectivas de André Lemos (2010) e Francisco Rudiger (2003) sobre cibercultura;

e dos estudos de Manuel Castells (2013) e Massimo Di Felice (2013) sobre ativismo em rede.

2. Mídia e ativismo em rede

A relação estreita entre mídia e sociedade gerou muitos estudos sobre a influência da mesma sobre o comportamento humano e seu papel na reprodução do *status quo*. A ação exercida pela mídia sobre a opinião pública e sobre os indivíduos foi vista por muitos estudiosos como favorecedoras de uma uniformização dos gostos e atitudes, e criação de modelos de comportamento que revelavam o seu caráter massificador.

Entretanto, as diferentes abordagens nos estudos de mídia consideram a possibilidade de que, para além da manutenção de uma cultura homogênea, o discurso da mídia pode criar também posições conflitantes de resistência. De acordo com Di Felice (2013) poucos autores destacaram o papel fundamental desenvolvido pela mídia para importantes processos de transformação social. Para o autor, são poucos, ou quase inexistentes, os estudos que atribuem à mídia um papel ativo e positivo nas mudanças e nas formas de emancipação na sociedade.

Com modos de funcionamento baseado na lógica industrial e nas formas unidirecionais dos fluxos informativos da mídia de massa, era improvável pensar a função social da mídia numa perspectiva de desenvolvimento de processos de emancipação e de transformação social num sentido positivo. A função social da mídia limitava-se a distribuir e reproduzir a lógica do consumo e a difusão dos valores e dos estilos de vidas necessários para a reprodução da sociedade capitalista (DI FELICE, 2013).

Na perspectiva de André Lemos (2010), a técnica e o social se imbricam proporcionando novas socialidades nas quais percebe-se uma apropriação da técnica pelo humano construindo relações que não estão restritas ao domínio do humano pela técnica – próprio da modernidade – mas que incluem diferentes apropriações sociais, culturais e políticas das tecnologias. As mídias de função pós-massivas intensificaram o processo de apropriação social da técnica e evidenciaram a relação de agência humana no contato com estes aparatos na medida em que proporcionou uma abertura no pólo emissor da comunicação, permitindo um acesso mais amplo à produção de conteúdo e informação.

Para Nunes (2011), quando a relação com a mídia desloca a ideia do mega e agrega a ideia do pequeno, inclui liberdade de expressão, informação confiável e produção cultural própria, é possível construir um contraponto ao modo de organização da mídia oficial. Ao criar essa alternativa, a autora acredita que os valores já não serão mais aqueles estandardizados pelo mercado oficial de bens culturais e, sim, aqueles que constroem a identidade da comunidade ou do grupo que organiza o processo, favorecendo a subjetividade e a cidadania.

Nesse contexto, os sites de rede social virtual se tornaram um espaço para um fazer midiático através do qual se desenvolvem, segundo Manuel Castells (2013), diferentes tipos de atividades que não se limitam apenas a amizades ou bate-papos pessoais, mas envolve marketing, educação, criatividade cultural, distribuição de mídia e entretenimento, aplicações de saúde e, também, o ativismo sociopolítico.

Neste trabalho não defendemos a ideia de que a ação política das mulheres negras no Youtube acerca das suas identidades se constitui enquanto um movimento social organizado, já que as suas ações por si só não se enquadram nas concepções clássicas de movimentos sociais, mas se aproximam de algumas delas.

De acordo com Di Felice (2013),

> o que constitui a característica própria do ciberativismo, ou ativismo online, não se resume à simples incorporação da internet aos processos comunicativos do ativismo, mas inclui a forma como essa tecnologia comunicativa transformou substancialmente o próprio ativismo e os conceitos de participação, espaço democrático, identidade coletiva e estratégia política. (p. 54)

Para o autor, algumas características comuns marcam a qualidade das ações ciberativistas:

a) As ações têm como origem as redes digitais e continuam nas ruas das cidades, sem deixar a sua dimensão informativo-digital, sendo filmadas, transmitidas, fotografadas, postadas e comentadas online;
b) Possui uma singular não linearidade de suas ações e apresenta-se como o conjunto de ações não apenas humanas, isto é, não apenas expressões da vontade de um sujeito ator, de movimentos sociais ou de opinião, mas resultado da relação entre

os diversos actantes (circuito informativo, dispositivos, *smarthphones*, câmeras digitais, redes sociais, movimentos sociais, indivíduos, etc.).

Conforme afirmou Manuel Castells (2013), não se pode negar que os movimentos sociais se apropriaram das redes com novas formas de agir e difundir ideias e ideais. Nesse sentido, compreendemos que as práticas comunicacionais de tais mulheres possuem um caráter político voltado para a discussão sobre as identidades da mulher negra, já que as mesmas, ao se expressarem nas redes, mobilizam interlocutores que em torno de indignações comuns, pautas e práticas comuns, e provocam mudanças seja no mercado de produto de cosméticos, seja nas práticas de cotidianas de mulheres negras (consumo, leituras, modos de vestir, etc.).

De acordo com Bentes (2009), esta rede colaborativa proporcionada pelas tecnologias digitais coloca em cena novos mediadores e produtores de narrativas que surgem como um discurso político "fora de lugar" que não tem origem na universidade, no Estado, na mídia tradicional, ou em um partido político, mas na voz de indivíduos que "passam de 'objetos' a sujeitos do discurso, contribuindo com uma renovação do político, e com os discursos mais contundentes sobre racismo, violência policial, pobreza, concorrendo com os discursos da universidade e da mídia." (idem, 2009, p. 55)

Estas narrativas construídas em rede envolvem os saberes, as identidades e as racionalidades com as quais as pessoas constroem o conhecimento acerca do mundo que as cerca. Através da interlocução com outras pessoas, constroem uma compreensão de si mesmo e constroem trocas comunicativas que possibilitam um partilhar dos problemas sociais e de ideias propositivas. Neste contexto de apropriação política das redes sociais, situamos a prática comunicacional de duas mulheres negras no Youtube acerca das suas identidades.

3. Descolonização do conhecimento

Pensar as identidades das mulheres negras brasileiras requer um olhar para as formações identitárias que remontam aspectos da história de colonização deste país. Neste trabalho não compreendemos identidade como uma dimensão única e estável, entendemos que existe uma diversidade entre mulheres negras – classe social, orientação sexual, identificação de gênero, cor, textura de cabelo, profissões, acesso a bens materiais

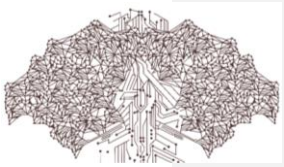
e de consumo, etc. Porém, existem elementos comuns reconhecidos nas histórias de vida dessas mulheres que revelam que o pensamento colonial ainda está presente nas nossas relações sociais: acesso a educação, saúde, segurança, relações de trabalho e afetivas, autoestima, etc.

Por entender que a produção de identidades se constitui na relação com os outros e com o meio sociocultural, que é definida historicamente, não só biologicamente (HALL, 2001), está ligada a sistemas de representação e possui estreitas conexões com relações de poder (SILVA, 2000) buscaremos elucidar possíveis relações sobre como o pensamento colonial trouxe consequências para a produção e difusão do conhecimento entre mulheres negras e como isso reflete nas diferentes formas de exclusão desta numa sociedade capitalista. Para isso, é necessário compreender o pensamento moderno ocidental que estruturou e estrutura as relações sociais no Ocidente.

Primeiramente é necessário compreender que o pensamento moderno ocidental é, segundo Boaventura Santos (2010), um pensamento abissal, cujas características principais são produzir e radicalizar distinções visíveis e invisíveis entre dois lados de uma linha e a impossibilidade da copresença dos dois lados. As distinções invisíveis são estabelecidas através da divisão da realidade em dois universos distintos: deste lado da linha e do outro lado da linha, em que o outro lado da linha não existe sob qualquer forma de ser relevante ou compreensível e é excluído de forma radical, pois permanece exterior àquele universo. Um exemplo de tais distinções é a separação entre as sociedades metropolitanas e os territórios coloniais, países desenvolvidos e subdesenvolvidos.

A negação radical de uma copresença entre as diferentes formas de conhecimento provocou um processo de apropriação que envolveu incorporação, cooptação e assimilação dos conhecimentos dos povos colonizados (SANTOS, 2010). Nilma Lino Gomes (2010) ressalta que nas regiões mais periféricas o encontro entre os saberes hegemônicos e não hegemônicos é mais desigual e violento.

Essa negação de uma parte da sociedade, segundo Santos (2010), criou condições para a outra parte se afirmar como universal. Essa relação abissal, expressa nas formas violentas de dominação colonial, foi concretizada através da destruição física, cultural, material e humana dos povos dominados. Violência posta na proibição do uso de línguas



próprias em espaços públicos, conversão e destruição de símbolos e lugares de culto, adoção forçada de nomes cristãos e todas as formas de discriminação cultural e racial.

Para o autor, as colônias representam um modelo de exclusão radical que permanece atualmente no pensamento e práticas modernas ocidentais tal como aconteceu no ciclo colonial – sistema prisional, trabalho infantil, novas formas de escravatura, etc. As linhas abissais continuam a estruturar o conhecimento e demonstram como a injustiça global está dessa forma associada à injustiça cognitiva.

Essa linha abissal também demarca as formas de circulação da informação e revela como a sociedade moderna é centrada na identidade do homem branco europeu/americano cujas formas de produzir conhecimento estão centradas na ciência moderna, o que tem excluído outros atores na produção do conhecimento e outras formas de produzir o conhecimento.

Autores como Boaventura Santos (2010), no entanto, apresentam um movimento de transformação epistemológica e criador de alternativas ao que chamou de crise do paradigma dominante. Este processo é resultado da identificação dos limites e insuficiências do paradigma científico moderno que norteou predominantemente a produção de conhecimento humano sobre a natureza e sobre a sociedade no ocidente.

Além disso, o conhecimento produzido pela própria ciência moderna revela a existência de uma geopolítica do conhecimento através da qual é possível perceber que "[...] la 'historia' del conocimiento está marcada geo-históricamente y además tiene un valor y un lugar de 'origen'. El conocimiento no es abstracto y deslocalizado." (MIGNOLO, 2003, p. 1). Esta geopolítica do conhecimento se consolidou, em parte, com o processo de colonização dos povos das Américas, Ásia e África no qual os colonialistas operavam uma imposição dos seus sistemas a estas populações.

Para isso, era necessário consolidar uma construção ideológica que permitisse afirmar a inferioridade de suas vítimas. Este mecanismo ideológico que serviu para justificar toda sorte de injustiças, orquestrou a ideia de uma cultura dominante, estruturada a partir da imposição da universalidade de sua civilização. A imposição da cultura

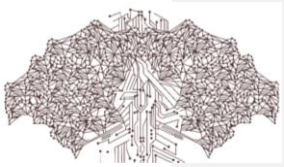
imperialista passou, então, a ser transmitida através de diferentes formas como a literatura, a arte e a educação (AGRA, 2013).

Ramón Grosfoguel (2016, p. 25) atribui o racismo/sexismo epistêmico da estrutura das universidades ocidentalizadas aos genocídios/epistemicídios contra mulçumanos, judeus, povos nativos das Américas, povos africanos, e mulheres europeias acusadas de bruxaria. Estes foram fundantes de uma estrutura epistêmica que inferioriza os conhecimentos produzidos por homens e mulheres que não ocupam este lugar hegemônico. A legitimidade e o monopólio do conhecimento dos homens ocidentais têm gerado estruturas e instituições que produzem o racismo/sexismo epistêmico, que desqualificam outros conhecimentos e outras vozes críticas frente aos projetos imperiais/coloniais/patriarcais.

A dominação colonial e capitalista global se constituiu também como uma dominação epistemológica que atribui aos dominados lugares de subalternidade. Nesse sentido, as formas de dominação da colonização se constituíram como um modelo de exclusão que permanece em nossa forma de pensar, nos nossos conceitos básicos e em nossas diretrizes fundamentais de operação do conhecimento das coisas (SANTOS, 2010).

No Brasil, as consequências da colonização conferiram aos saberes produzidos pelos povos nativos das américas e povos africanos um lugar de subalternidade e muitas vezes de invisibilidade. Nesse contexto, Kabenguele Munanga (2013) ressalta a necessidade de descolonização dos currículos no sentido de superação da visão eurocêntrica e abertura para o diálogo com as demais culturas que compõem a identidade nacional. O autor destaca que a proposta de descolonização não se constitui através de uma troca de centralidade, mas na busca pelo diálogo entre todas as culturas.

Mesmo diante desse sistema de opressão de gênero, raça e classe, o protagonismo da mulher negra impulsionou ações políticas e intelectuais importantes. Apesar disso, bell hooks expõe a invisibilidade do trabalho intelectual da mulher negra. Segundo ela, mesmo quando eruditos negros escrevem sobre a vida intelectual negra em geral só focalizam as vidas e obras de homens. Esse cenário reafirma o conceito ocidental



sexista/racista de quem e o quê é um intelectual que elimina a possibilidade de nos lembrarmos de negras como representativas de uma vocação intelectual. A autora defende que "o trabalho intelectual é uma parte necessária da luta pela libertação fundamental para os esforços de todas as pessoas oprimidas e/ou exploradas que passariam de objeto a sujeito que descolonizariam e libertariam suas mentes." (idem, 1995, p. 466)

Em oposição a estas formas de exclusão, os movimentos feministas negros pautam a necessidade de descolonizar o saber centrado no discurso hegemônico masculino e branco, viabilizando novos olhares sobre a realidade que oprime os povos africanos e afrodescendentes. Dar visibilidade e respeitar a produção intelectual, artística, política das mulheres negras significa uma busca pela superação desse sistema racista e sexista que marginaliza a mulher negra desde a sua estética até a sua produção intelectual. Nesse sentido, é necessário criar espaços formativos que contribuam para a descolonização de saberes e que proporcionem visibilidade às narrativas intelectuais e políticas de mulheres negras.

Para Zelinada Barros (2009)[4] afirma que as tecnologias digitais permitiram conectar em muito menos tempo ativistas geograficamente dispersas, além de criar um novo campo de atuação, dada a especificidade da cibercultura, que cria espaços de "reforço à prática feminista negra". Para a autora, com a Internet as mulheres negras se apropriam de macanismos que fazem com que suas vozes ecoem cada vez mais longe, lançando as bases para uma articulação em rede potencializada por tecnologias como a Internet. Barros afirma ainda que a visão sobre essa apropriação não deve ser demasiadamente otimista no sentido de pensar que a Internet informaria e empoderaria mundialmente os indivíduos, já que é notório que ainda hoje questões de gênero raça e classe limitam as iniciativas feministas na Web. Diante isso, segundo ela, as iniciativas feministas têm lançado mão de apropriações criativas para o enfrentamento da exclusão na Internet.

[4] Disponível em https://www.academia.edu/1497162/Feminismo_negro_na_Internet. Acesso em 12 de janeiro de 2017.

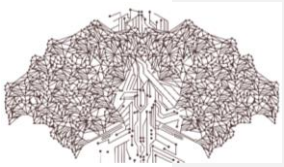
Diante disso, os processos educacionais forjados fora das instituições de ensino, em movimentos sociais e na Internet, por exemplo, têm se constituído como possibilidades de reinvenção no tratamento do conhecimento, ao difundir e valorizar saberes invisibilizados pelo currículo escolar. As juventudes têm se apropriado do digital em rede para difundir estas narrativas que provocam debates e discussões que permeiam as suas histórias de vida. Para algumas mulheres negras, o Youtube tem sido um dos seus espaços de fala. Esse trabalho busca traços de como as mulheres negras têm disputado novas narrativas ao produzir, no Youtube, discursos contra hegemônicos, em oposição às proposições de uma sociedade racista que invisibiliza, marginaliza e exclui cotidianamente.

4. Ativismo em rede e processos formativos: mulheres negras no Youtube

As ações comunicacionais protagonizadas no Youtube pelas duas mulheres negras entrevistadas nesta pesquisa se iniciam em torno da questão do cabelo e se ampliam para outras questões que envolvem a identidade da mulher negra, ou seja, as narrativas construídas nos canais partem do compartilhamento da história do cabelo – experiências com o cabelo natural, processo de transição capilar, etc. - porém, ampliam o espectro das discussões e temáticas, que passam a envolver questões como feminismo negro, solidão da mulher negra, colorismo, empreendedorismo, gordofobia, moda consciente, diversidade de gênero e mais recentemente sobre o próprio ativismo. A análise que se inicia apresenta a trajetória de duas dessas mulheres que assumem, como temática principal dos seus canais, identidades estéticas de mulheres negras.

A ação em rede dessas vlogueiras têm começos diferentes, porém razões semelhantes. Os motivos que levaram as duas vlogueiras – Rebeca e Julia - às redes foram: a) a dificuldade de crespas e cacheadas com a disponibilidade de informações sobre como cuidar dos seus cabelos e b) compartilhar com as pessoas o seu percurso de aprendizagem como mulher negra.

A experiência com canal no Youtube da vlogueira Rebeca se constituiu como extensão de um fazer autoral em rede já exercitado através de um blog. Rebeca narrava



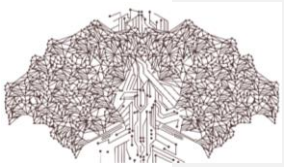
sua experiência com moda em um diário virtual e decidiu compartilhar com as suas seguidoras a decisão de não mais aplicar químicas transformadoras no cabelo. Segundo ela, os textos eram muito extensos e por isso as seguidoras pediam que ela compartilhasse a experiência através de vídeos.

> Como os textos ficavam muito extensos as pessoas começaram a pedir pra eu gravar vídeo, porque não tinha condições de ler. Eu escrevia muito... enfim... E eu acabei indo pra o Youtube, né? Gravei meu primeiro vídeo super amador, coloquei minha câmera em cima de um monte de livro e publiquei. Falei sobre minha trajetória e todo mundo gostou, as meninas se sentiram inspiradas, e aí eu comecei a compartilhar dica, e comecei a ter a resposta das meninas [...] E aí eu comecei a ver o Youtube como forma de levar esse incentivo pra outras pessoas que talvez nunca tivessem conhecido a ideia de transição, a possibilidade [ênfase] de ter o cabelo natural, né? [Trecho de entrevista com Rebeca]

De acordo com Rebeca, o seu canal inicia com uma abordagem voltada para a discussão sobre autoestima, e por isso se tornou inevitável enfatizar o debate acerca da estética negra e associado ao contexto histórico que elucida as causas do processo de marginalização do cabelo crespo - racismo. Tais temáticas se tornaram indissociáveis na visão da vlogueira, na medida em que percebeu o quanto o seu retorno ao cabelo natural causou incômodo social; para ela, era fundamental compartilhar tais reflexões no Youtube.

> Eu já falava muito de autoestima, mas nunca relacionado diretamente com a valorização da estética negra. Sempre falei de autoestima, de ser diferente do que diziam os padrões, independente do que se vê na mídia, independente da falta de representatividade, por mais que isso importe. Mas eu nunca tinha falado especificamente da estética negra. Eu nunca tinha falado: olha, essa estética ela é menosprezada por causa disso, disso e disso, que existe um contexto histórico, a mídia reforça, enfim. E aí eu acabei começando a ter esse discurso. Foi inevitável pra mim. Então depois de aceitar o meu cabelo natural, muitos outros fatores vieram à tona. A forma como isso incomodou me fez refletir e acabar construindo ideias, refletindo mesmo sobre essas coisas, e passar isso através do Youtube. [Trecho de entrevista com Rebeca]

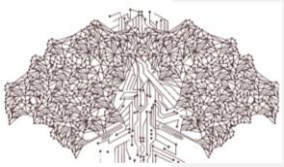
O Youtube se tornou para essas *youtubers* um espaço de fala e trocas comunicacionais acerca das identidades das mulheres negras, e uma possibilidade de circular narrativas de caráter político na medida em que disputam com as "velhas narrativas" construídas sobre o cabelo crespo e sobre a mulher negra e constroem novos sentidos para além do discurso de inferiorização.



Inicialmente, foi possível observar que as principais características deste fazer ativista estavam estruturadas nas práticas de: a) compartilhamento de técnicas sobre como cuidar do cabelo crespo, penteados e maquiagem para pele negra, b) discussão sobre colorismo, solidão da mulher negra, empoderamento, gordofobia, moda consciente, etc.

Estas ações comunicativas, na visão destas jovens negras, também possui um caráter formativo, na medida em que, ao abordar temáticas acerca da identidade da mulher negra, conseguem, segundo elas, provocar alterações na realidade e pensamentos das pessoas; além de se constituir um processo de transformação para elas mesmas. Em um vídeo compartilhado no canal de Júlia, em parceria com outra vlogueira negra, ambas destacam estas possibilidades. De acordo com a vlogueira convidada, a Internet permitiu a articulação de novas formas de ativismo que provocam processos formativos. Para ela, a ação comunicativa estabelecida através do compartilhamento de vídeos e da relação com os seguidores dos seus canais é transformadora socialmente, e é resultado de um ativismo vivido na Internet e distinto daquele desenvolvido nos movimentos sociais, porém válido na sua opinião:

> Joana: Ativismo é uma entrega a uma causa que geralmente está muito ligada a sua vida, que age em todos os âmbitos da sua existência. Eu acho que a gente faz muito ativismo. Acaba sendo uma militância porque eu acho que a internet é um foco de discussão e de contribuição que hoje em dia é muito eficaz. Mas a gente na nossa vida é muito ativista. Geralmente as pessoas mais velhas dos movimentos sociais, isso eu não tô falando de uma maneira generalizada, julgam muito as nossas formas de lidar com as coisas, "ah é uma militância muito passiva, é uma militância muito fofa, é uma militância que só faz vídeo na internet", como se isso não fosse poderoso, como se isso não mudasse a realidades e pensamentos, como se isso não mudasse a nós mesmas, né? Eu acho que se você tem interesse e a oportunidade de ir pra rua, de entrar nos movimentos sociais, de ir para partido, de se organizar politicamente, institucionalmente, vai. É um ambiente de descoberta, de construção profunda e completamente diferente as vezes do que a gente experimenta aqui.
>
> Júlia: Inclusiva a gente vai!
>
> Joana: Mas isso não significa que outro tipo de ativismo seja desqualificado.
>
> [Transcrição de trecho de fala de Joana em um vídeo no canal de Julia]



Na visão de Júlia, a rede é mais um lugar que deve ser alcançado pelas práticas ativistas e é um meio poderoso para somar às práticas dos movimentos sociais. A Internet pode ser, portanto, nas perspectiva dessas mulheres, um novo espaço de disputa de narrativas políticas, pois proporciona espaços para um fazer ativista com características distintas do ativismo tradicional.

Neste caso, as principais características do ciberativismo protagonizado pelas mulheres negras no Youtube são:

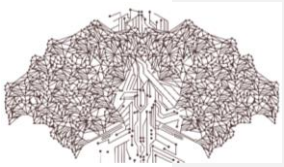
a) Estruturado com base nas experiências das vlogueiras como mulheres negras;
b) Constituído em rede – na relação entre vlogueiras-vlogueiras e vlogueiras-seguidoras;
c) Formado inicialmente pela produção de vídeos amadores com objetivos de socialização de experiência e construção de narrativa alternativa à mídia tradicional;
d) Centrado nas discussões sobre a identidade estética da mulher negra, com destaque para a discussão sobre cabelo, consumo.

Para Júlia, particularmente, o seu ativismo é

> focado em criar novas narrativas, principalmente sobre relações raciais no Brasil [...]. Tanto na nossa visão sobre nós mesmos como pessoas negras, principalmente mulheres negras, mas também na nossa relação com o outro, que é a pessoa branca, com a nossa comunidade. E aí eu acho que é um ativismo que tem como foco isso: trazer novas visões, trazer empatia, empatia entre nós e também empatia do outro conosco e eu acho que é isso.

O ativismo dessas mulheres constrói uma rede de troca de saberes sobre como lidar com a construção da identidade da mulher negra em um mundo contemporâneo. O fazer político que vemos na ação dessas vlogueiras constitui uma rede que é baseada na troca de conhecimentos advindos de suas experiências de vida, fonte principal do conteúdo ativista construído através dos dispositivos móveis (câmeras fotográficas, *smartphones, tablets, notebooks*, etc.) e compartilhado no Youtube.

De acordo com Maria da Glória Gohn (2011) a participação social em movimentos e ações coletivas gera aprendizagens e saberes que se estruturam para além da dos espaços de educação formal. Para a autora, uma das premissas básicas a respeito dos movimentos sociais é que estes são fontes de inovação e matrizes geradoras de saberes e que as redes de articulações construídas nesse contexto são essenciais para compreender os fatores que



geram as aprendizagens e os valores da cultura política que vão sendo construídos no processo interativo (p. 333).

Na experiência de Rebeca, por exemplo, é possível perceber que o seu processo de identificação enquanto mulher negra tem sido debatido em rede com os seguidores do seu canal, o que tem estimulado a busca por saberes construídos e sistematizados pelos movimentos sociais e pela academia.

> Eu sempre me declarava como negra, principalmente por conta do IBGE. [...] Só que aí aconteceu que várias pessoas estavam se sentindo ofendidas pelo fato de eu estar me declarando como negra. E aí eu até gravei dois vídeos explicando porque que eu tinha falado aquilo, porque que eu me declarava assim, quais as situações que eu tinha passado pra poder me declarar daquela forma e tentando entender porque as pessoas estava se sentindo ofendidas. [...] Eu até gravei um vídeo sobre isso. [...] E aí esse semestre eu comecei a dar uma olhada, eu passei a estudar um pouco mais a questão do colorismo. Não só a questão do colorismo, mas outras questões envolvendo o movimento negro, comecei a estudar isso de uma forma mais profunda, a ler livros relacionados, e eu acho que isso aí é super importante pra eu poder me conscientizar sobre coisas que eu ainda não sabia. Eu acho que sempre estamos aí pra aprender. [Trecho de entrevista com Rebeca]

As narrativas construídas pelas mulheres negras no *Youtube* formam um complexo de vozes baseadas nos saberes experienciais que tantas vezes são deixados de lado pela academia e educação formal. Outras vezes, estas narrativas dialogam com os conhecimentos sistematizados pela academia.

A experiência de Rebeca e Júlia expressam como o fazer ativista dessas vlogueiras mobiliza o saber experiencial, bem como saberes sistematizados pela ciência. Ainda que a ação em rede dessas vlogueiras não se caracterize enquanto movimento social, observa-se que existem semelhanças entre as experiências de aprendizagem vivenciadas nessas organizações, citadas por Gohn (2011) com os processos formativos vivenciados pelas vlogueiras.

Estes processos formativos incluem: a) *aprendizagem teórica:* quais conceitos-chave que mobilizam as forças sociais em confronto (solidariedade, *empowerment*, autoestima), como adensá-los em práticas concretas; b) *aprendizagem cultural:* quais elementos constroem a identidade do grupo, quais suas diferenças, suas diversidades, as adversidades culturais que têm de enfrentar, qual a cultura política do grupo; c) *aprendizagem linguística*: refere-se à construção de uma linguagem comum que

possibilita ler o mundo, decodificar temas e problemas, perceber/descobrir e entender/compreender seus interesses em meio a turbilhão de propostas que se defrontam. De acordo com a autora, com essa linguagem, os movimentos criam uma gramática própria, com códigos e símbolos que os identificam.

É possível identificar aproximações na experiência das vlogueiras negras, já que percebe-se que a aprendizagem teórica está relacionada aos saberes construídos sobre empoderamento, colorismo, racismo, identidade da mulher negra, feminismo negro. A aprendizagem cultural refere-se aos conhecimentos construídos com base no saber experiencial acerca dos desafios sociais apresentados à mulher negra principalmente no que diz respeito à construção da sua identidade estética. Já a aprendizagem linguística envolve uma gramática construída em torno da produção dos vídeos que pode ser exemplificada com o uso de TAGs temáticas, referenciar vídeos e conteúdos nas caixas de descrição dos vídeos, etc.

4. Conclusão

Estruturado com base nas experiências acerca da identidade da mulher negra, o fazer comunicacional e político das *youtubers* em questão é constituído em rede – na relação entre vlogueiras-vlogueiras e vlogueiras-seguidoras - e se iniciou com uma produção amadora de vídeos principalmente com o objetivo de socialização da experiência pessoal com o cabelo natural. Além disso, a ação comunicacional protagonizada por estas *youtubers* se constrói com o objetivo de apoiar mulheres negras na construção da suas identidades, discutindo diferentes questões que as desafiam no tempo presente.

As possibilidades comunicacionais do Youtube possibilitam a estas *youtubers* a criação de espaço protagonismo intelectual. De forma particular, o ativismo das duas youtubers entrevistadas está centrado nas discussões sobre a identidade estética das mulheres negras e propõem uma reflexão sobre como o racismo estrutura os seus processos formativos ao longo da vida.

O fazer comunicacional dessas mulheres negras no Youtube constrói uma ambiência formativa sobre a construção das identidades estéticas das mulheres negras em um mundo contemporâneo. Esses temas são abordados de forma didática e

contextualizados de acordo com suas vivências pessoais. Durante a pesquisa, percebeu-se que as narrativas construídas pelas *youtubers* formam um complexo de saberes que não está restrito aos saberes experienciais, mas se articulam com os saberes acadêmicos formais, também valorizado por essas *youtubers*, e que estruturam os processos formativos das mesmas.

5. Referências bibliográficas

AGRA, Klondy. **A Teoria Pós-Colonial na Tradução**: Caminhos à Descolonização Através da Arte e Educação. Biblioteca online de Ciências da Comunicação. 2013.

BENTES, Ivana. Redes colaborativas e precariado produtivo. *online.* **Revista Periferia**. Rio de Janeiro v.1, n.1. p. 53-61. 2009. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/periferia/article/view/3418

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança** - Movimentos Sociais na era da Internet, 2013.

DIAS, Renata de Souza. Tematização e circulação de enunciados em mídias radicais, de organização e informativas pelos movimentos de resistência global. In: FERREIRA, Jairo & VIZER, Eduardo.**Mídia e Movimentos sociais** – linguagens e coletivos em ação. São Paulo: Paulus, 2007.

DI FELICE, M. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas. **Revista Matrizes**, nº 2, jul./dez. 2013, p. 49-71

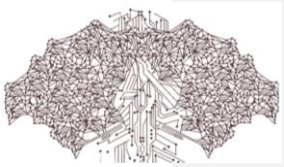
GOHN, Maria da Glória. Uma proposta teórico metodológica para a análise dos movimentos sociais na América Latina. In: GOHN, Maria da Glória **Teoria dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação.** v. 16, n. 47, maio-ago. 2011.

GOMES, Nilma Lino. **Corpo e cabelo como ícones de construção da beleza e da identidade negra nos salões étnicos de belo horizonte.** São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências humanas da Universidade de São Paulo, 2002. 449p.

_____. Intelectuais negros e produção do conhecimento. In: SANTOS, B. de S.; MENESES, M. P. **Epistemologias do sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

hooks, bell. Mulheres negras: moldando a teoria feminista. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº16. Brasília, janeiro - abril de 2015, pp. 193-210.



LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MIGNOLO, Walter. Las geopolíticas del conocimiento y colonialidad del poder. Indisciplinar las ciencias sociales. **Revista On-line de la Universidad Bolivariana de Chile**, Vol. 1, Núm. 4, 2003.

MUNANGA, K. **Políticas curriculares e descolonização dos currículos:** a Lei 10.639/03 e os desafios para a formação de professores. Revista Educação e Políticas em Debate – v. 2, n. 1 – jan./jul. 2013. Entrevistado por Luciane Ribeiro Dias Gonçalves.

NUNES, Márcia Vidal. Novas tecnologias e cidadania: a internet como fator de politização ou de adequação das comunidades excluídas ao sistema produtivo?. **Revista Passagens**, v. 1, p. 1-17, 2011.

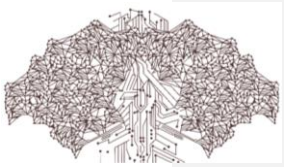
RIFIOTIS, Theophilos (et al.). **Antropologia no ciberespaço.** Florianópolis. Editora da UFSC, 2010.

RÜDIGER, Francisco Ricardo. **Introdução às teorias da cibercultura:** perspectivas do pensamento tecnológico contemporâneo. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SIEMENS, G. **Uma breve história da aprendizagem em rede.** Versão Preliminar da Tradução Colaborativa da Escola-de-Redes realizada por Jaqueline de Camargo, Luiz de Campos Jr. e Mariana Corrêa de Oliveira, *online*, 2010. Disponível em: http://escoladeredes.net/group/bibliotecadoconectivismo. Acesso dia 10 de fevereiro de 2016.

VIEIRA, Ricardo. Etnobiografias e descoberta de si: uma proposta da Antropologia da Educação para a formação de professores para a diversidade cultural. **Pro-Posições**, v. 24, n. 2 (71) p. 109-123 | maio/ago. 2013

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ATIVISMO SOCIAL NA INTERNET: PERSPECTIVAS PARA ATUAÇÃO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS NAS REDES ON-LINE [1]

Maurília de Souza Gomes[2]; Sérgio Augusto Freire de Souza[3]

RESUMO

Este artigo discute a inserção das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, problematizando sobre as táticas de mobilização no ambiente virtual e, sobretudo, as possíveis transformações políticas, econômicas e culturais decorrentes deste processo. Aborda alguns aspectos relevantes para a compreensão da comunicação como estratégia de mobilização dos movimentos sociais, a partir de planejamento e reformulação das antigas práticas de atuação seja nos processos comunicativos ou organizacionais. Por fim, baseia-se no conceito de capital social de Bourdieu para apresentar proposta de análise da atuação das organizações sociais nas redes on-line, tendo como fator primordial a interação de uma organização com os demais sujeitos que integram suas redes de relacionamento.

PALAVRAS-CHAVE: Internet; movimentos sociais; redes sociais; ciberativismo.

ABSTRACT

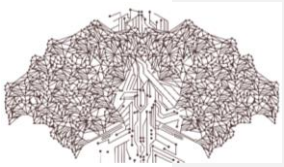
This paper discusses the insertion of digital technologies in contemporary society, questioning about the tactics of mobilization in virtual environment and, above all, the possible political, economic and cultural transformations as result of this process. Discusses some relevant aspects for understanding communication as a strategy for mobilization of social movements from planning and redesign of the old practices in communicative or organizational processes. Finally, based on the concept of social capital Bourdieu presents proposal for analysis of the actions of social organizations in online social networks, the main factor the interaction of an organization with other subjects in your networking.

KEY-WORDS: Internet; social movements; social networks; cyberativism.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Pesquisadora é mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e participa do Grupo de Pesquisa em Relações Públicas (UFAM) email: mauriliagomes@gmail.com.

3. Pesquisador é professor do Departamento de Línguas e Literaturas Estrangeiras da UFAM. Doutor em Linguística pela UNICAMP e líder do Grupo de Pesquisas Discurso e Práticas Sociais, email: sergio_freire@uol.com.br.



INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, a Internet transformou-se em uma necessidade para inserção em uma nova dimensão social, onde as relações sociais convencionais, geralmente demarcadas por um espaço físico, alcançaram um elevado coeficiente de superação desses limites com a apresentação de novas formas de relacionamento social, novas modalidades de comércio, trabalho e entretenimento.

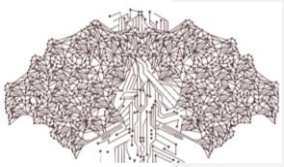
As organizações sociais têm experimentado novos processos comunicacionais, não somente no que diz respeito aos seus meios de produção e difusão da informação, mas à potencialidade de organização, articulação e mobilização de determinado movimento a partir de sua inserção na rede.

É consenso entre pesquisadores e autores da área que, independente do meio utilizado, a comunicação popular deve estar comprometida fundamentalmente com a transformação da sociedade e desenvolvida como instrumento de libertação, contribuindo para as conquistas das reivindicações das classes populares e para constituição de uma sociedade mais igualitária.

Porém, apesar de a comunicação desempenhar um papel fundamental nos movimentos sociais, ela não tem sido utilizada de maneira satisfatória pelas organizações. A comunicação tem sido executada pelo movimento social, de um modo geral, de forma amadorística e com ações tópicas, sem priorizar o planejamento e a continuidade dos processos comunicativos de sindicatos de trabalhadores, oposições sindicais, associações de moradores, movimento negro, movimento feminista, movimento dos sem-terra, movimento ecológico, ONGs, entre outros.

Este artigo discute a inserção das tecnologias digitais na sociedade atual, problematizando sobre as táticas de mobilização no ambiente virtual e as possíveis transformações políticas, econômicas e culturais decorrentes deste processo. Aborda aspectos relevantes para a compreensão da comunicação como estratégia de mobilização dos movimentos sociais, a partir de planejamento e reformulação de antigas práticas de atuação nos processos comunicativos e organizacionais. Por fim, baseia-se no conceito de capital social de Bourdieu para apresentar proposta de análise da atuação das organizações sociais nas redes on-line, tendo como fator primordial a interação de uma organização com os demais sujeitos que integram suas redes de relacionamento.

A sociedade atual e as transformações tecnológicas



As tecnologias intelectuais e os dispositivos de comunicação obtiveram transformações massivas e radicais com o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) a partir do final do século XX. Esta mudança ficou conhecida por "revolução contemporânea das comunicações" (LÉVY, 2000, p. 136).

Com o advento da Internet, surgiram outros dois termos para definir a nova estrutura social na qual a informação – geração, processamento e disseminação – ocupa uma posição central (FLUSSER, 1995 apud GERMAM, 2000): *Sociedade da Informação*[4] e *Sociedade em Rede* (CASTELLS, 1999; 2000). Independente da terminologia utilizada, a maioria dos autores considera que a informação é para a sociedade contemporânea um recurso tão estratégico quanto o capital foi para a Sociedade Industrial.

Para Castells (2000), a sociedade em rede é:

> Caracterizada pela globalização das atividades econômicas decisivas do ponto de vista estratégico; por sua forma de organização em redes; pela flexibilidade e instabilidade do emprego e a individualização da mão-de-obra. Por uma cultura de virtualidade real e construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado. E pela transformação das bases materiais da vida – o tempo e o espaço – mediante a criação de um espaço de fluxos e de um tempo intemporal como expressões das atividades e elites dominantes. (p. 17)

Nenhuma outra tecnologia na história da humanidade foi tão rapidamente absorvida pela sociedade como a Internet. Nas últimas décadas, ela foi incorporada por indivíduos de diferentes setores e culturas, graças à velocidade com que essa sociedade fica cada vez mais conectada, seja por meio de um computador pessoal ou outros aparelhos tecnológicos multifuncionais (*smartphones*, *tablets* e afins) lançados no mercado a cada dia. "O processo que começou no início do século XXI é caracterizado pela explosão dos dispositivos portáteis que fornecem capacidade de comunicação sem fio e de informação generalizada" (CASTELLS, 2015, p. 70). Esse avanço, contudo, não deve ser compreendido como hegemônico. Quando considerados o acesso a essa tecnologia e sua usabilidade, fica clara a existência de uma exclusão que vai além do aspecto digital e se fixa como uma exclusão também social.

Esse avanço, contudo, não deve ser compreendido como hegemônico. Quando considerados o acesso a essa tecnologia ou à usabilidade da mesma, fica clara a existência de uma exclusão que vai além do aspecto digital e se fixa como uma exclusão também social. O acesso a

[4] "Conceito que se estabeleceu nos países de língua inglesa e alemã como um novo paradigma político" (GERMAM, 2000).

essas tecnologias é desigual, baseado nas condições econômicas e políticas dos países. As disparidades de acesso à informação e ao conhecimento – "a chamada 'brecha digital' entre os países industrializados e os países em desenvolvimento" (MATTELART, 2006, p. 236) –, exigem, cada vez mais, o investimento e o desenvolvimento de políticas públicas capazes de possibilitar a integração digital da população e minimizar as desigualdades entre classes ricas e pobres.

Para o desenvolvimento dessas políticas é necessário colocar os recursos a serviço da coletividade, a partir de uma compreensão de que a rede é um espaço livre de comunicação interativa e comunitário de inteligência coletiva. Uma inteligência[5] variada e distribuída por todos os lugares (LÉVY, 1999). Uma vez que "a utilização de recursos tecnológicos por atores e instituições políticas se tornou uma nova tendência histórica que afeta a sociedades em todo o mundo" (CASTELLS, 2000, p. 386).

A Internet que se tornou instrumento essencial para a atividade econômica, mas também se consolidou como um espaço fundamentalmente social e multifacetado, contribuindo para a ampliação da liberdade de expressão em todo o mundo:

> A informação é poder. A comunicação é contrapoder. E a capacidade de mudar o fluxo de informação a partir da capacidade autônoma de comunicação reforçada mediante as tecnologias digitais de comunicação, realça substancialmente a autonomia da sociedade com respeito aos poderes estabelecidos. (CASTELLS, 2006, p. 231)

Essa capacidade autômona da sociedade, a que Castells se refere, está intrinsicamente vinculada ao uso das tecnologias – Internet, redes globais de comunicação, comunicação móvel, informação de código aberto etc. – a serviço dos interesses e valores dos atores sociais, suas práticas, seus ideais.

Se o acesso a esses meios está diretamente vinculado à integração ou exclusão dos indivíduos nesse novo ecossistema de linguagens e escritas, torna-se imprescindível a promoção da alfabetização digital a fim de desenvolver habilidades básicas, não somente para o uso de aparelhos (computadores e afins), mas também à capacitação de atores sociais para a utilização dessas ferramentas de acordo com seus interesses individuais ou coletivos.

Corroborando o pensamento de Martín-Barbero (2004), é possível afirmar que essa sociedade contemporânea apresenta uma nova configuração cultural, de articulações de

[5] A concepção de inteligência aqui utilizada é a de um conjunto de aptidões cognitivas: memória, raciocínio, percepção, imaginação e reflexão (LÉVY, 1996).

identidades baseadas em uma racionalidade tecnológica que se constitui como motor de um projeto novo de sociedade.

Internet e mobilização social

O desenvolvimento da Internet possibilitou a difusão de vozes anteriormente silenciadas pelos grandes conglomerados de comunicação, incluindo os movimentos sociais, e ofereceu ao cidadão uma nova forma democracia. Hoje, as redes telemáticas são uma realidade e a tecnopolítica se apresenta como força estruturante do nosso sistema sociopolítico (RODOTÀ, 1997). As ações em rede se transformaram com a possibilidade de explorar novos espaços de socialização oferecida pela tecnologia e constituída pela interconexão multiétnica, multinacional e multicultural (CASTELLS, 2000), fornecendo, assim, um canal de comunicação horizontal e relativamente barato.
As tecnologias digitais não apenas instituíram na sociedade contemporânea um novo espaço público, caracterizado pelo amplo acesso à comunicação, fluxos e trocas de informações e experiências, favoráveis à formação de uma opinião pública. Elas também possibilitam o desenvolvimento de um novo modelo de democracia, baseado na interação dos indivíduos como participantes e interagentes.

O crescimento da presença de brasileiros nas redes sociais *on-line*[6] – representadas por sites como Facebook[7] e Twitter[8] é algo notório e tem obrigado empresas que trabalham no segmento a incluírem em suas plataformas a língua portuguesa para atender este público. O usuário brasileiro utiliza esses sites para diversos fins: interagir e adquirir novos amigos, expor opiniões e interesses, contatar e estabelecer relações profissionais, entre outros.

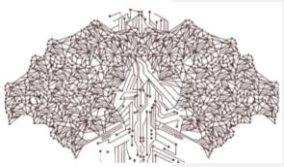
Além dos perfis de pessoas físicas, aumenta a cada ano também o número de perfis institucionais nos sites de redes sociais. Independente do tipo, tamanho ou ramo de atuação, as organizações estão criando suas contas e incluindo as redes sociais *on-line* na comunicação organizacional. Contudo, nem todas planejam essa utilização.

Ainda que uma parcela significativa destas instituições está apenas seguindo o modismo e sequer tem se preocupado em desenvolver habilidades técnicas para utilizar as ferramentas em seu favor e acabam por não alcançar seus públicos mesmo estando presente nas redes sociais *on-line*. Contudo, no que diz respeito às redes sociais *on-line* essa realidade se torna ainda mais

[6] O conceito utilizado neste trabalho parte da perspectiva de que as redes sociais *on-line* podem ser compreendidas como aquelas formadas a partir da interação entre as pessoas no ambiente virtual, independente de suas relações concretas.

[7] www.facebook.com

[8] www.twitter.com



evidente. Elas podem ser aliadas poderosas no processo de mobilização social, fato que já foi percebido pelos brasileiros.

Em 2008, quando uma enchente assolou o Estado de Santa Catarina e deixou mais de 60 cidades em estado de emergência e mais de 78 mil pessoas desabrigadas[9], foi iniciada, por meio da Internet, especialmente pelo Twitter, uma campanha de auxílio às vítimas, que resultou em uma expressiva mobilização por parte da população brasileira, com doações de dinheiro, roupas e alimentos.

Três anos depois, organizações sociais de diversas áreas divulgaram e mobilizaram, a partir dos sites de redes sociais, a "Marcha da Liberdade". Ela aconteceu simultaneamente em mais de 40 cidades brasileiras, com a participação popular em torno da luta pelas liberdades, e se configurou, à época, como uma das maiores manifestações populares desde a campanha "Diretas Já!".

Nota-se que no campo social, além de reforçar a divulgação, as TIC possibilitam também a inserção de novas estratégias de mobilização. Quando bem utilizadas, elas podem ser auxiliar na ampliação do potencial mobilizador da sociedade em torno dos projetos e ideias dos movimentos sociais, reforçando a ação prática das organizações.

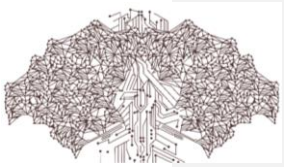
As tecnologias de informação e comunicação possibilitam aos movimentos sociais ampliar a divulgação de suas ações e implantar novas estratégias de mobilização. Quando utilizadas de forma adequada a ação coletiva, elas podem ser auxiliares na mobilização da sociedade em torno dos projetos e ideias, reforçando a ação prática dos movimentos sociais. Além disso, Sodré (2002) destaca que a Internet se apresenta como necessária para a resistência popular por sua capacidade de combinar participação social com interatividade midiática.

> A rede mostrou-se como doravante necessária a uma estratégia de resistência popular baseada na vigilância e na continuidade da mobilização, mas também ficou evidente que "resposta" não é puro discurso, implica ação coletiva. Alterou-se aí o tipo de relação tradicionalmente mantido pela mídia com seu público: informação deixou de ser mero produto, para transformar-se, junto com os militantes, em agente produtor de acontecimento ativista; marketing e mercado, vetores da mídia empresarial e corporativa, foram trocados pelo interesse comunitarista (SCHERER-WARREN, 2007, p. 20).

Este potencial mobilizador da Rede trouxe um novo elemento para os estudos das práticas dos movimentos sociais: o ciberativismo ou ativismo digital. Para Castells (2000), o ciberativismo é visto com uma forma de utilização da Internet por indivíduos e grupos para potencializar suas ações políticas nos diversos ambientes midiáticos possibilitados pela Rede.

A mobilização mediada pela tecnologia deve transmitir suas informações privilegiando a clareza e a acessibilidade, uma vez que o ciberativismo está relacionado ao discurso, às ferramentas e à visibilidade. Todavia, vale destacar que, ciberativismo não se trata de uma técnica, mas de uma estratégia utilizada pelos movimentos sociais. Para Ugarte (2008), ciberativismo é:

[9] http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2008/chuvaemsantacatarina



> toda estratégia que persegue a mudança da agenda pública, a inclusão de um novo tema na ordem do dia da grande discussão social, mediante a difusão de uma determinada mensagem e sua propagação através do 'boca a boca' multiplicado pelos meios de comunicação e publicação eletrônica pessoal (p. 77).

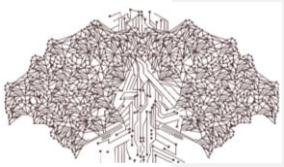
No que se refere às redes socais *on-line*, as organizações que pretendem utilizá-las devem ter a clareza de que uma das principais características dessas redes é o processo informacional e comunicacional, que ocorre de maneira horizontalizada e distribuída. "O poder não está mais em acumular a informação, mas em distribuí-la de forma significativa" (SOUZA, 2009, p. 6). Estas redes possibilitam uma comunicação dialógica, na concepção de Freire (1983) e seu processo de circulação implica um diálogo entre os sujeitos, de maneira igualitária e de mão dupla. Contemplando, simultaneamente, o direito de informar e o direito de ter acesso à informação.

Além desta característica da dialogicidade, de acordo com Recuero (2009), ainda cabe ressaltar outros valores fundamentais de apropriação dos sujeitos nas redes sociais *on-line*: a visibilidade, a reputação, a popularidade e a autoridade.

a) Visibilidade: relacionada à possibilidade de um sujeito ser visto pelos outros na rede. Decorre da própria presença do sujeito nas redes e pode ser auxiliado para manter e fortalecer as conexões entre os indivíduos a partir de suas interações. Quanto mais conectado o indivíduo estiver, maior será o número de informações que circulará por ele e por meio dele.

b) Reputação: diz respeito às impressões dadas e obtidas pelo indivíduo ao demais. "A reputação, portanto, é aqui compreendida como a percepção construída de alguém pelos demais atores, e, portanto, implica três elementos: o 'eu' e o 'outro' e a relação entre ambos" (RECUERO, 2009, p. 109). Está ligada aos aspectos qualitativos de um sujeito nas redes sociais, ou seja, um julgamento das qualidades de um sujeito a partir da percepção do outro.

c) Popularidade: relacionado à audiência e à posição de um sujeito dentro de uma rede. Esse valor trata do número de conexões que um indivíduo possui, independente da interação existente entre ele e os demais, sendo, portanto, um valor quantitativo.



d) Autoridade: referente à influência de um sujeito na rede social, à capacidade de gerar conversações a partir da sua interação. "Assim, a medida de autoridade é uma medida que só pode ser percebida através dos processos de difusão de informações nas redes sociais e da percepção dos atores dos valores contidos nessas informações" (RECUERO, 2009, p. 114).

Baseando-se nesta perspectiva, conclui-se que o movimento social que optar por utilizar o ciberativismo como estratégia de mobilização deve priorizar, acima de tudo, o diálogo, compreendendo que, nas redes digitais, a informação precisa circular para ter valor.

Movimentos sociais nas redes on-line

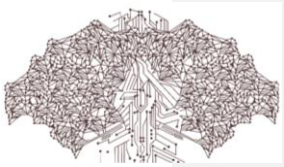
A comunicação é um elemento essencial nas relações institucionais. Nenhuma organização (pública ou privada, comercial ou social) existe sem uma prática comunicativa, ainda que seus processos comunicativos não sejam institucionalizados. No campo popular, a comunicação constitui um setor estratégico e tático, agregando valores e facilitando a interação e a mediação das organizações sociais com seus diferentes públicos (opinião pública, Estado, sociedade).

Considerando que as ações dos movimentos sociais se desenvolvem, a partir de interesses comuns, num processo social, político e cultural que vai além dos sujeitos coletivos em suas práticas particulares. É possível afirmar que o movimento social se distingue das demais práticas sociais por serem capazes de criar uma identidade coletiva. Ainda que alguns atores individuais se destaquem, eles não funcionam de forma isolada, pois atuam como representantes e reprodutores das mensagens e ideologias dos movimentos (SCHERER-WARREN, 1996).

Isso nos leva a outro conceito importante na discussão sobre movimentos sociais: capital social. Conceito metafórico, o capital social se refere aos valores ou poderes gerados e acumulados pelos indivíduos que fazem parte de um grupo. Um dos conceitos mais conhecidos é o de Bourdieu (1986), o qual tem como elementos principais o "poder", representado pelo termo capital, e o "conflito" social (RECUERO, 2009).

O conceito de capital social desenvolvido por Bourdieu (1986) considera que, em um determinado campo (por exemplo, o social), o capital pode apresentar-se em três tipos fundamentais: o econômico, o cultural e o social.

O "capital econômico" está relacionado aos fatores de produção, é diretamente conversível em dinheiro e pode ser institucionalizado sob a forma de direitos de propriedade. O "capital cultural" se refere às capacidades intelectuais, obtidas no sistema educativo formal ou a



partir do convívio familiar. Já o "capital social" diz respeito ao agregado dos recursos reais ou potenciais recursos constituídos a partir das interações individuais nas redes sociais duráveis.

Para Bourdieu (1986), o capital social possui dois componentes fundamentais: o "pertencimento", que está relacionado ao vínculo dos sujeitos individuais a determinado grupo; e o "conhecimento e reconhecimento mútuo" dos indivíduos participantes deste mesmo grupo. Os membros devem, acima de tudo, independente de disputas internas, se reconhecerem e serem reconhecidos como parte (participante, representante, porta-voz) de determinado movimento.

O autor considera, ainda, que uma ou outra dessas formas de capital, citados anteriormente, pode se transfigurar em um quarto tipo de capital, o "simbólico". Esse capital simbólico está relacionado à incorporação por meio do reconhecimento da posse ou acumulação desses recursos. A acumulação de capital se reflete na construção e na consolidação da identidade de um movimento social.

Dessa forma, a análise do capital social não pode ser realizada de forma ser isolada dos demais, pois o "capital" se manifesta de variadas formas. No caso específico dos movimentos sociais é preciso ter clareza de que o capital social individual se reflete na esfera coletiva. De acordo com Scherer-Warren (2002), "identidade" é um conjunto de referências simbólicas existentes num campo de valores e de práticas sociais, que vai sendo construído na memória e na ação coletiva e que penetra vários níveis, nas relações familiares, comunitárias e societárias, em nível local (comunitário), nacional e planetário (transnacional).

A avaliação de um movimento social deve considerar, primordialmente, a construção de uma "identidade coletiva" e a acumulação de "capital" em torno do mesmo. A utilização das redes sociais *on-line* pelas organizações gera acumulação de capital no ambiente virtual, o que aqui será denominado capital digital. Essa definição está baseada nos valores de visibilidade, reputação, popularidade e autoridade (RECUERO, 2009), aliados ao conceito de "capital" – econômico, cultural, social e simbólico – de Bourdieu (1986).

Este capital digital diz respeito ao conjunto de valores quantitativos e qualitativos incorporados a um sujeito a partir de sua atuação no ciberespaço. Esse tipo de capital vai além do número de pessoas que curtiram determinada página Facebook ou ao número de mensagens publicadas por um perfil no Twitter.

O número de seguidores/amigos que a organização possui numa rede está relacionado aos valores de popularidade e visibilidade, que são essencialmente quantitativos, mas também pode ser associado à reputação e à autoridade. Já que a decisão de seguir um perfil no Twitter, assim como começar amizade ou "curtir" uma página no Facebook passa pelo julgamento por parte de um sujeito que determinado perfil trará informações relevantes e, consequentemente, ampliará o

compartilhamento de conhecimento na rede. Quando se trata de perfis institucionais, essa decisão tende a ser mais rigorosa que com os pessoais. Contudo, é importante destacar que em uma rede social *on-line*, todos os sujeitos possuem visibilidade, mas, somente alguns são populares (RECUERO, 2009).

A popularidade e a visibilidade de um perfil no Twitter, por exemplo, pode ser avaliada pela quantidade de seguidores que ele possui ou pela quantidade de referências que são feitas a esse perfil nas conversações. A avaliação de um perfil deve considerar, então, a quantidade de seguidores ("visibilidade" e "popularidade"), mas também a interação desse perfil com outros integrantes dessa rede, que está relacionada ao seu potencial mobilizador ("reputação" e "autoridade").

Assim, a noção de capital digital que estamos sugerindo está relacionada ao potencial gerado e acumulado pelos indivíduos que fazem parte de um grupo presente no ciberespaço. Ele se refere à capacidade de interação e mobilização de um sujeito (nesse caso de uma organização) com outros sujeitos nas redes sociais *on-line* que participa.

O sucesso das ações de um movimento nessas redes depende da construção e do fortalecimento da visibilidade, da reputação, da popularidade e da autoridade da organização, valores construídos a partir da interação com os demais membros. Assim, poderão acumular e consolidar o capital digital e ser sujeitos agentes na arena da democracia.

Considerações finais

A Internet oferece condições necessárias para a ampliar e potencializar as ações coletivas, porém esta presença não deve estar desconectada da estratégia global do movimento. O estabelecimento desta relação entre o *on-line* e o *off-line* tende a potencializar a ação mobilizadora dos movimentos sociais, e consequentemente a transformação da sociedade.

As tecnologias digitais operaram mudanças na prática da comunicação que vão além do campo instrumental, pois a tecnologia remete, além dos aparelhos, novos modos de percepção e de linguagem e sensibilidades e escritas (MARTÍN-BARBERO, 2006). Oferecem, sobretudo, um novo modelo de sociabilidade, baseado na intencionalidade e conectividade, que estabelece relações múltiplas e possibilita a intersecção do local com o global, e se configura como desafio para os movimentos sociais da atualidade.

A comunicação *on-line*, de acordo com Gohn (2014), ganhou status de ferramenta principal na articulação de ações coletivas. A autora destaca que para os movimentos sociais atuais, a comunicação *on-line* se configura como arma de luta que se processa não apenas por

meio dos computadores – como nos primeiros anos da Internet –, mas por uma multiplicidade de mídias, incluindo os dispositivos móveis capazes de realizar registro e transmissão instantâneos de ações. "Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn, Zynga etc., acionados principalmente via aparelhos móveis como Blackberry e iPhone, são ferramentas de ciberativismo que se incorporaram ao perfil do ativista" (GOHN, 2014, p. 17).

Neste contexto, as redes digitais se apresentam não apenas como auxiliares do processo comunicativo, mas como mecanismos capazes de estabelecer um fluxo horizontal para as relações de comunicação. A utilização das redes digitais pelos movimentos sociais deve ter como objetivo a criação de um ambiente pessoal, capaz de "gerar interação social, compartilhar conhecimento, gerar autoridade e gerar popularidade" (RECUERO, 2009, p. 105). Dessa forma, devem servir para estreitar as relações sociais, dentro da discursividade e do funcionamento das características constitutivas da Rede.

Do ponto de vista da comunicação que visa encontrar seu tempo, os movimentos sociais devem compreender o potencial interrelacional da Internet. Ela apresenta um novo modelo de sociabilidade, baseado na intencionalidade e conectividade com novas relações e dimensões espaciais (local e global) e novas formas de comunicação em tempo real. Pode-se ir ao encontro dela ou de encontro a ela. A escolha da preposição é fundamental no resultado das relações postas pelos movimentos sociais em sua configuração, desconfiguração e reconfiguração demandada pela sociedade em rede.

REFERÊNCIAS

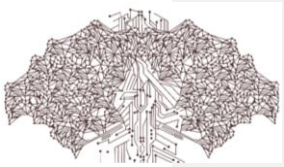
BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. Originalmente publicado In: RICHARDSON, J. E. **Handbook of theory of research for the Sociology of Education.** Westpot, CT: Greenwood, 1986, pp. 46-58. Disponível em: <http://econ.tau.ac.il/papers/publicf/Zeltzer1.pdf> Acesso em: 21 dez. 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Vol. I 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **O poder da identidade.** Vol. II, 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. Inovação, liberdade e poder na era da informação**.** In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade midiatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 225-231.



_____. **O poder da comunicação**. 1. ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GERMAM, Christiano. On line – Off line**:** infromação e democracia na sociedade de informação. In: GUIMARÃES, César; CHICO Junior (orgs.). **Informação e democracia.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 2000, p. 137-160.

GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneas. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

_____. **Sociologia dos movimentos sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2014.

IANNI. Octávio. **A sociedade global**. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. In: GUIMARÃES, César; CHICO Junior (orgs.). In: **Informação e democracia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2000, p. 137-160.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício do cartógrafo** – travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade midiatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 51-79.

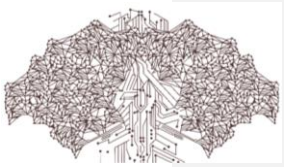
MATTELART, Armand. Para que "nova ordem mundial da informação"? In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade midiatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 233-246.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (*Understanding media*). São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

MORAES, Dênis de (org.). Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. In: **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. IX, n. 2, mayo-ago./2007.

PERUZZO, Cicilia M. Khroling. **Relações públicas nos movimentos populares**. 1989. Disponível em: http://www.rrppnet.com.ar/rrppmovimientospopularesytransfsocial.htm Acesso em: 10 fev.2006.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.



RODOTÀ, Stefano. **Tecnopolítica**: la democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación. Buenos Aires: Editorial Losada, 1997.

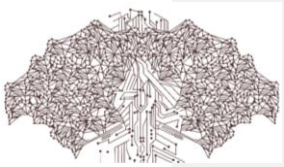
SCHERER-WARREN, Ilse. **Redes de movimentos sociais**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. A atualidade dos movimentos sociais rurais na nova ordem mundial. In: SCHERER-WARREN, Ilse; FERREIRA, José M. Carvalho (orgs.). **Transformações sociais e dilemas da globalização**: um diálogo Brasil/Portugal. São Paulo: Cortez, 2002.

SOUZA, Sérgio A. Freire de. **As redes sociais e a liquidez na Sociedade 140 bytes**: sob os olhos da Coruja de Minerva. Artigo. 2009. Disponível em: <http://www.sergiofreire.com.br/academicos/redessociais140bytes.pdf>. Acesso em: 12 out. 2009.

UGARTE, David de. **O poder das redes**: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ATORES EM REDE NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO: REFLEXÕES SOBRE EMPRESAS INFORMATIVAS E GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM *PROSUMERS* NAS MÍDIAS SOCIAIS[1]

Rafael Vergili[2]; Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti[3]

Introdução

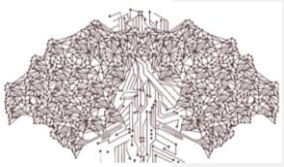
No passado, livros, jornais, bibliotecas e salas de aula eram considerados as principais fontes para a obtenção de informações confiáveis. Evidentemente, ainda há muitos adeptos desses meios de comunicação e espaços físicos. Porém, a partir do advento da Web – que permitiu que o número de dados encontrados no ambiente digital superasse, de modo considerável, o que se pode obter no ambiente presencial (físico/material) –, nota-se, cada vez mais, uma aceitação de informações produzidas de modo colaborativo ou compartilhado por não especialistas, em detrimento da confiabilidade das informações (SODRÉ, 2012; WEINBERGER, 2011).

Segundo Benkler (2006), parte da explicação para esse fenômeno se dá pela própria matéria-prima com a qual profissionais de comunicação precisam lidar: a informação. Muitas pessoas entendem que uma mensagem desenvolvida por milhares de colaboradores voluntários, espalhados pelo mundo inteiro, é confiável. Por essa razão, acabam utilizando como fonte uma enciclopédia online, colaborativa e gratuita, como a

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Doutor em Ciências da Comunicação (PPGCOM) pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) e Pesquisador Associado do NACE Escola do Futuro - USP. E-mail: rvergili@gmail.com

[3] Doutora em Ciências da Comunicação (PPGCOM) pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) e Pesquisadora Associada do NACE Escola do Futuro - USP. E-mail: fabianagrieco@usp.br



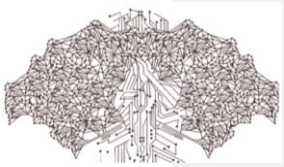
Wikipédia, sem muitos questionamentos. Esses conteúdos são entendidos como "bens públicos". Em contrapartida, por entenderem produtos físicos/materiais como "bens privados", a mesma lógica de raciocínio não se aplica, necessariamente, por exemplo, a um carro, prédio ou navio. Convidado para viajar em uma aeronave construída de modo colaborativo, provavelmente o mesmo usuário da Wikipédia declinaria.

Do ponto de vista das "empresas informativas", ou seja, que atuam no negócio da informação, e que englobam, por exemplo, um conjunto de operações que garantem a oferta de uma revista nas bancas ou um programa de televisão no ar. (SAAD, 2012, p. 61), a complexidade acerca dos bens privados e bens públicos também reside na questão do relacionamento com as comunidades que têm se organizado em torno das plataformas digitais das próprias empresas. Por exemplo, a construção de páginas de conteúdo de jornais diários em plataformas – como Facebook e Twitter – demonstra que a comunicação pautada essencialmente no texto redigido por jornalistas (nos moldes tradicionais das redações) nem sempre responde ao interesse da população conectada.

Essa possível inadequação da atuação das empresas informativas ao ambiente online perpassa por uma série de questões, tais como o despreparo proveniente da formação dos profissionais de comunicação nas instituições de ensino superior (IES) brasileiras[4], a indefinição das empresas acerca de políticas referentes ao uso das ferramentas de comunicação online, a falta de investimentos em recursos e processos que contribuam para o desempenho das atividades dos profissionais nas empresas informativas etc.

De modo geral, e considerando o enfoque deste artigo, um aspecto de destaque sobre as informações produzidas de modo colaborativo ou compartilhado é a construção de relacionamentos e comunidades por meio da gestão estratégica dos "atores em rede", um ramo da teoria social que pressupõe a reunião de todos os elementos heterogêneos sob um determinado tipo de conexão, uma busca de associações entre humanos e não-humanos (LATOUR, 2012, p. 23). Para as empresas informativas, torna-se cada vez mais

[4] VERGILI (2017) discute alguns aspectos da formação do estudante (futuro profissional) de Comunicação e, em especial, de Relações Públicas na Tese de Doutorado "Literacias digitais nos cursos de Graduação em Relações Públicas: disciplinas de tecnologia nas matrizes curriculares de universidades brasileiras".



desafiadora a construção de relacionamentos e comunidades nas mídias sociais quando a divulgação se encontra imbricada em processos mais abertos e, potencialmente, dialógicos.

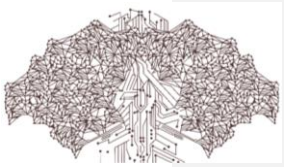
Nesse sentido, não basta o desenvolvimento de um website e a criação de perfis em distintas plataformas. Os "atores em rede" passam a ocupar papéis estratégicos e que influenciam diretamente a atividade das empresas informativas.

> Aproximar-se do leitor, construir comunidades não significa apenas oferecer ferramentas no website. (...) As grandes questões que se levantam referem-se a como a redação pode se aproveitar do imenso volume de dados e informações explícitas e contextuais que circulam por essas áreas; quem se envolve com isso; como manter em fluxo contínuo de todo esse processo. De alguma maneira toda a redação precisa estar envolvida com o tema participação; há que se ter pelo menos um profissional em tempo integral dedicado à gestão do relacionamento com comunidades. (SAAD, 2012, p. 205 -206)

A constatação de que os processos produtivos das empresas informativas devem contemplar a participação dos "atores em rede", bem como dedicar-se ao relacionamento com comunidades, sugere uma mudança significativa do ponto de vista da interação e do modelo de negócio da empresa. Ao mesmo tempo, é fundamental reconhecer uma modificação em relação à população conectada.

Se no século XX, a atividade social esteve pautada no acompanhamento de informações tradicionalmente divulgadas pela imprensa, nas últimas décadas observa-se a emergência de um protagonismo de indivíduos e grupos da sociedade civil. Novas formas de participação e interação no ambiente digital pressupõem a apropriação de habilidades e competências para o exercício da cidadania.

Partindo-se do princípio de que a cidadania não se refere, necessariamente, a uma premissa, mas a uma conquista atrelada ao aprendizado, vale considerar a importância do debate acerca das *Media and Information Literacy* (Literacias de Mídia e Informação – MIL). Segundo a UNESCO (2016), é necessária uma abordagem interdisciplinar da mídia



e da informação para habilitar o indivíduo a lidar com grandes volumes de dados viabilizados por diferentes provedores de informação e comunicação.

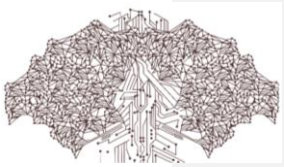
No intuito de promover uma participação cidadã nas sociedades do conhecimento, entende-se que as MIL devam permear diversos agentes do processo comunicacional e, em especial, a população conectada. Do ponto de vista das empresas informativas, pode-se afirmar que as habilidades e competências são importantes para a gestão do relacionamento com os demais "atores em rede", uma vez que profissionais de organizações possam utilizar a colaboração de *prosumers* para obter vantagem competitiva ao estarem inseridas em um contexto de economia do compartilhamento.

Diante do exposto, este trabalho será constituído por três seções, além da introdução e das considerações finais, na seguinte ordem: "Atual cenário tecnológico"; "Empresas informativas e gestão do relacionamento com *prosumers*"; e "Participação dos 'atores em rede' em decorrência das Literacias de Mídia e Informação (MIL)".

A primeira seção abordará o cenário tecnológico em constante transformação em que empresas estão inseridas, o que influencia diretamente o modo, a velocidade e a intensidade como informações são agrupadas, remixadas e disseminadas, tendo como referência: Benkler (2006), Castells (2009), Lessig (2008), Manovich (2008), Shapiro e Varian (1999).

A segunda seção do texto, que tem como apoio Tapscott e Anthony D. Williams (2007) e Jenkins et. al. (2009), apresentará como os atores têm deixado de ser meros consumidores e passado, também, a produzir informações, recebendo a alcunha de *prosumers* e potencializando a "cultura participatória", tão presente na economia do compartilhamento.

Por fim, a última seção ressalta a importância das MIL no contexto tecnológico vigente, em especial por desenvolverem habilidades técnicas, cognitivas e sociológicas para uma participação mais eficaz dos profissionais das empresas informativas no ambiente digital. Serão usados como referência: Bawden (2008), Eshet-Alkalai (2004) e Passarelli (2010).

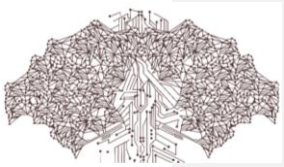


A partir das referências bibliográficas supracitadas e do debate sobre as empresas informativas, gestão do relacionamento, "atores em rede" e MIL, principalmente no contexto da economia do compartilhamento, lança-se uma reflexão acerca das mudanças no comportamento dos "consumidores" e dos novos modelos para promover negócios em meio às rápidas transformações do ambiente digital, com foco na participação, compartilhamento e colaboração entre os "atores em rede".

Atual cenário tecnológico

Desde o advento da Internet, o atual cenário tecnológico é representado por uma arquitetura de interconexão distribuída, ilimitada e multidirecional, com linguagem que possibilita conexões entre computadores por meio da rede, que passaram por invenções de John Von Neumann, Bob Metcalf, Vint Cerf, Gérar Le Lann, Bob Kahn, Jon Postel, Steve Crocker, entre outros. Além disso, o sistema operacional, desenvolvido por Tim Paterson, e a Web, por Tim Berners-Lee, permitem que qualquer máquina computacional possa ter contato com outro (relação entre pares) ao utilizar-se da Internet (CASTELLS, 2003; PINHO, 2003; GALLOWAY, 2004; BERNERS-LEE; FISCHETTI, 2000; AXELROD, 2003; MACNAMARA, 2010).

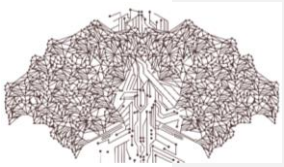
Toda essa estrutura proporciona uma experiência relativamente estável e harmônica, sem possuir uma autoridade central, fato possibilitado pelos *softwares*, que organizaram o funcionamento do ambiente e, de acordo com Lev Manovich (2008), foram responsáveis pelo surgimento de uma economia flexível, globalizada, com comunicação aberta, liberdade individual e evolução tecnológica frequente, definida por Manuel Castells (2003) como "Galáxia da Internet". E é por isso que, segundo Lev Manovich (2008), os *softwares* tornaram-se cada vez mais intuitivos, permitindo que qualquer pessoa sem profundo conhecimento estrutural de tecnologia pudesse acessar e criar conteúdo, seja por imagem, texto, vídeo, áudio, entre outros.



Diante do atual cenário tecnológico, que propicia facilidade para o compartilhamento de informações, qualquer indivíduo com acesso à Web e habilidades mínimas para lidar com máquinas computacionais contemporâneas, pode produzir e disseminar informações de forma colaborativa. Isso se dá, em especial, porque, antigamente, a transmissão de mensagens tinha como principal obstáculo o custo fixo ligado intimamente aos produtos físicos, ou seja, barreiras de ordem econômica. Como exemplo, pode-se mencionar a cópia de um filme, que, hoje em dia, é feita em segundos e que tem possibilidade de ser enviada em um formato de arquivo (*bits*, representantes do século XXI) para qualquer parte do mundo, quase que instantaneamente, enquanto que há algumas décadas, a simples tentativa de copiar um filme demandava a compra de duas fitas (átomos, representantes do século XX), o uso de dois videocassetes, horas de gravação e a probabilidade de uma cópia com qualidade muito inferior ao produto original, que ainda teria um custo para envio do material para outras regiões do país ou do mundo (SHAPIRO; VARIAN, 1999; LESSIG, 2008).

O conjunto de fenômenos que incluem essas características de qualidade inferior na duplicação de materiais físicos, a limitação no número de cópias e o alto custo para disseminação analógica é chamado, por Lessig (2008), de "cultura *Read Only* (RO)", ou seja, uma condição características do século passado em que tudo basicamente servia apenas para "leitura". Em contraposição, no século atual, principalmente pelo impulso provocado pela Web, emerge a "cultura *Read and Write* (RW)", em que cópias, remixagens e compartilhamentos são cada vez mais frequentes no ambiente digital, mantendo-se a qualidade das replicações e, muitas vezes, sem custos associados aos processos.

Como indicam Benkler (2006), Tapscott (2010) e Castells (2011), essas características do contemporâneo fazem informações serem disponibilizadas de modo mais criativo, colaborativo e não institucionalizado. Passareli (2010) complementa essa constatação, ao indicar as tentativas de organizações para se adaptarem ao novo contexto tecnológico e econômico vivenciado nos dias de hoje:



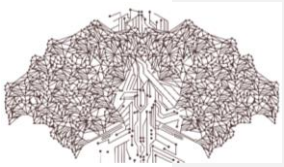
> Tal produção de conhecimento trouxe, a reboque, uma nova configuração econômica cuja consolidação, no novo século, se dá por meio da economia do compartilhamento e da produção por pares, incorporada, portanto, pela noção de redes emergentes. (PASSARELLI, 2010, p. 68)

Essa configuração econômica e tecnológica, com produções colaborativas cada vez mais frequentes, impacta as empresas informativas, em especial porque pessoas começam a usar constantemente fontes informais em detrimento de veículos tradicionais de imprensa, exemplo da Wikipédia como fonte de informação, mencionado na introdução do presente artigo.

Sob o prisma econômico, segundo Benkler (2006), as informações não rivalizam entre si e podem ser consumidas várias vezes ou simultaneamente, ou seja, são *nonrival*. De acordo com Manovich (2008, p. 2), isso possibilita uma valorização de empresas que lidam com informações. Prova disso, é que na década de 1990, os *rankings* de marcas mundiais costumavam ser liderados por empresas que produziam bens materiais, como General Motors, Ford, entre outras. Já atualmente, as marcas globais que lideram as listas são Google e Apple.

Outro aspecto da questão é que, a partir do advento da Internet e da popularização da Web, apesar de diversas tentativas de controle da informação e processos de encapsulamento de conteúdo para cerceamento de mensagens protegidas por *copyright*, as próprias características do ambiente digital permitem que as remixagens sejam cada vez mais constantes, transformando usuários comuns, antes apenas consumidores de conteúdo, se tornem, também, produtores de informações, os *prosumers*, que serão mencionados na seção a seguir.

Empresas informativas e gestão do relacionamento com *prosumers*

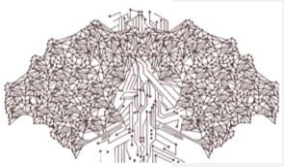


Como mencionado anteriormente, as facilidades geradas pela evolução tecnológica fazem com que a concepção de "consumidor" seja excedida, principalmente devido à "facilidade na obtenção de informações estruturadas sobre o mundo e seus mecanismos, podendo ser copiada, reelaborada, compartilhada e distribuída, quase que instantaneamente por intermédio de diversos dispositivos" (LIMA JUNIOR, 2014, p. 126), o que também havia sido mencionado por Tapscott e Willians (2007, p. 159) ao tratar do aspecto corporativo, em que pessoas "[...] compartilham informações relacionadas ao produto, colaboram em projetos customizados, envolvem-se no comércio e trocam dicas, ferramentas e partes de produtos".

Todo esse cenário, segundo Paul Gilster (1997, p. 42, tradução nossa), permite que "dependendo de meus interesses, posso me tornar um provedor de conteúdo ou continuar a ser apenas um leitor, o que significa que sair da Internet é muito mais uma questão de preferência pessoal. Ninguém, além de mim, faz as escolhas sobre o que eu vejo". É nesse contexto que figuram os já comentados *prosumers*, termo resultante de uma aglutinação entre produtor (*producer*) e consumidor (*consumer*), cuja ideia começou a ser discutida por McLuhan e Nevitt (1972) e que, quase uma década depois, foi oficialmente cunhado por Alvin Toffler (1980).

Ressalva-se, no entanto, que independentemente da nomenclatura adotada, destaca-se o processo de trocas mais rápidas e intensas de fluxos de informações sem arranjos institucionais diretos, propiciando produções colaborativas e criações coletivas, o que possui relação com a "cultura participatória", mencionada por Jenkins (2012, p. 22), em que "toda a comunidade toma a responsabilidade de ajudar os novatos a encontrarem seu caminho".

Anos antes, Jenkins et. al. (2009) citava, inclusive, as características indispensáveis da "cultura participatória" (chamada à época de cultura participativa), sendo elas: apoio estrutural para compartilhamento de informações; criações coletivas com participação de indivíduos confiáveis; liberdade para produção de conteúdo; compreensão de que nem todas as pessoas envolvidas poderão empregar os mesmos esforços para a realização de trabalhos coletivos.

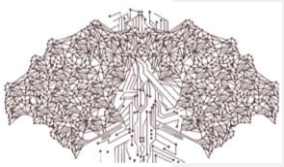


Diante disso, pode-se dizer que é necessária cada vez mais atenção ao ambiente digital, uma vez que opiniões têm potencial de viralização sem limites territoriais, o que pode afetar diretamente no aspecto econômico e na consequente sobrevivência das empresas, uma vez que, como aponta Passarelli (2010, p. 67), os modelos de negócios até então consolidados, passam agora a se alterar:

> Modifica a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Sendo ao mesmo tempo um processo corporativo, de cima para baixo, e um processo de consumidor, de baixo para cima, o caráter emergente das redes convive, portanto, com as estruturas cristalizadas, sejam instituições educacionais, políticas ou de comunicação.

As empresas informativas, que exercem um papel intermediário da informação, entre emissores e receptores (SAAD, 2012), de fato, devem repensar sua atuação no ambiente digital, uma vez que sites de busca, equipes editorais independentes e demais atores são capazes de realizar tal intermediação. Além disso, a participação dos *prosumers* torna ainda mais complexa a questão do posicionamento e das estratégias adotadas por empresas informativas no ambiente digital.

A indústria do entretenimento é uma das atingidas mais diretamente por ações coletivas que produzem conteúdo colaborativo. De qualquer modo, assim como Jenkins (2009, p. 190) menciona um exemplo do filme Star Wars, em que fãs desenvolvem produtos (roteiros, filmes e games) inspirados na obra, as empresas informativas passam a "competir" com *prosumers* que podem divulgar informações antes de veículos tradicionais da imprensa, o que, em certas oportunidades, chega até a ajudar a ampliar o repertório do público que consome aquele conteúdo. Se um aspecto positivo é o acesso facilitado e cada vez mais ágil por parte do leitor, surge uma ameaça econômica na contenda, uma vez que, por exemplo, um blog pode adquirir tamanha repercussão ao ponto de disputar patrocínio com uma grande empresa informativa.



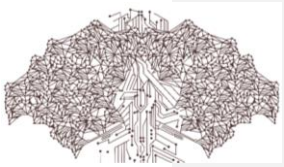
É sob essa perspectiva que se torna imprescindível o desenvolvimento de habilidades e competências por profissionais de empresas (especialmente empresas informativas), em busca de uma atuação com autonomia no ambiente digital, tema que será discutido na próxima seção.

Participação dos "atores em rede" em decorrência das Literacias de Mídia e Informação (MIL)

A palavra "digital", se analisada separadamente, leva em conta as trocas de códigos e dígitos binários que estruturam o funcionamento dos sistemas, e a palavra "literacia", se analisada isoladamente, relaciona-se com a aprendizagem de competências relativas à leitura, à escrita e ao cálculo (COSTA, 2011). A junção e formação das "literacias digitais"[5] trazem uma ampliação de sentido significativa, uma vez que passam a tratar de "conhecimento e de perspectivas cidadãs de participação na sociedade" (JUNQUEIRA; PASSARELLI; BOTELHO-FRANCISCO, 2012, p. 1) e não apenas de uma "alfabetização digital" ou "letramento". De acordo com Ligia Capobianco (2010, p. 85):

> O processo que determinou essa ampliação de significado para além da noção de uso e busca de informação deu-se em função das adaptações necessárias para acompanhar a evolução das TICs ocorrida nos últimos anos e que foi responsável pela convergência das mídias tradicionais para a internet.

[5] A expressão "*digital literacy*" (em português "literacia digital" e, agora, "literacias digitais", no plural) começou a ser usada mais frequentemente por Paul Gilster (1997). De acordo com David Bawden (2008, p. 18), expressões como "multimídia literacy" e até "digital literacy" chegaram a ser usadas anteriormente por Richard Lanham (1995), mas com significado diferente do conceito consagrado posteriormente.

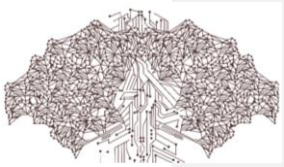


A partir do desenvolvimento dessas competências e habilidades para lidar com as tecnologias contemporâneas, conquistar-se-iam, portanto, na perspectiva de Nelson Vieira (2008, p. 194):

> [...] conhecimentos e capacidades necessárias para produzir e compreender diversos tipos de comunicação, a saber: a capacidade para compreender a tecnologia, ou seja, o conhecimento de princípios tecnológicos de base; a capacidade para compreender os media, isto é, interpretar as mensagens visuais transmitidas pelo cinema, televisão e Internet; a capacidade para compreender a informática, ou seja, utilizar um computador e o respectivo software e saber onde encontrar e como organizar a informação.

De acordo com Eshet-Alkalai (2004, p. 93, tradução nossa), as literacias digitais representam "mais do que a mera habilidade de usar um *software* ou operar um dispositivo digital, o que inclui uma grande variedade de complexas habilidades cognitivas, motoras, sociológicas e emocionais, necessárias para que usuários atuem em ambientes digitais de maneira eficaz". Ou seja, tais literacias seriam um conjunto de habilidades e competências que, por meio do raciocínio crítico, independente e autônomo, permitiriam a criação de sentidos e narrativas para desenvolver atividades eficazes por meio do uso das plataformas digitais (ESHET-ALKALAI, 2004; PASSARELLI, 2010; BOTELHO-FRANCISCO, 2014; JUNQUEIRA, 2014; LOUREIRO; ROCHA, 2012; JONES-KAVALIER; FLANNIGAN, 2006).

Diante dessa definição, apresenta-se, inicialmente (antes de se chegar ao contexto das MIL), um dos modelos holísticos mais representativos das últimas décadas no que tange às literacias digitais, desenvolvido por Eshet-Alkalai (2004) e composto por cinco elementos: literacia fotovisual (a arte de ler representações visuais); literacia de reprodução (a arte de reinvenções criativas de informações preexistentes); literacia da informação (a arte do ceticismo, em que se identificam informações tendenciosas para prevenir que o sistema de aprendizado seja desenvolvido com base em conteúdo repleto de erros, sendo indissociável das literaciais digitais e conceito-chave para o acesso a uma



educação de qualidade no cenário tecnológico contemporâneo); literacia ramificada (responsável pelo pensamento não-linear e hipermídia); e literacia socioemocional (elemento responsável pela interação, por auxiliar na identificação de obstáculos e compartilhar experiências).

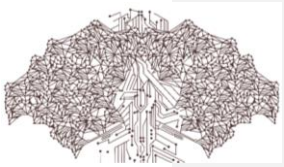
Alguns anos depois da proposição do modelo de cinco tipos de literaciais digitais acima mencionado, Eshet-Alkalai (2007) expôs uma sexta habilidade complementar, o que chama de *real-time thinking*:

> No presente trabalho, o pensamento em tempo real é apresentado como uma sexta habilidade de pensamento digital que completa o modelo conceitual holístico de Eshet-Alkalai (2004) de pensamento digital, em que foi feita uma tentativa para representar as literacias digitais e habilidades de pensamento humano na era digital, apresentando cinco habilidades de pensamento digital. (ESHET-ALKALAI, 2007, p. 59, tradução nossa)

Em meio a importantes iniciativas, tal como o surgimento do modelo holístico inicial de cinco literaciais digitais, a UNESCO tem se destacado em promover parâmetros norteadores em termos de acesso e distribuição do conhecimento. No que diz respeito ao desenvolvimento de habilidades e competências, a noção de MIL é um marco, cuja definição em uma das obras da UNESCO (2013) é a seguinte

> [...] um conjunto de competências que empodera cidadãos para acessar, recuperar, compreender, avaliar, utilizar e criar, bem como compartilhar informações e conteúdos de mídia em todos os formatos, usando várias ferramentas, de modo crítico, ético e eficaz, a fim de participar e se envolver em atividades pessoais, profissionais e sociais. (UNESCO, 2013, p. 17, tradução nossa)

A partir daí, reconhece-se a importância do "modelo de sete competências" publicado pela UNESCO (Wilson et. al., 2011, 2013)



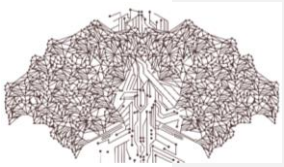
A partir daí, reconhece-se a importância do "modelo de sete competências" publicado nas obras da UNESCO, desenvolvidas por Wilson et. al. (2011, 2013). As competências são as seguintes: a compreensão do papel das mídias e da informação na democracia (Competência de MIL 1); a compreensão dos conteúdos das mídias e dos seus usos (Competência de MIL 2); o acesso eficiente e eficaz à informação (Competência de MIL 3); a avaliação crítica das informações e suas fontes (Competência de MIL 4); a aplicação de formatos novos e tradicionais de mídias (Competência de MIL 5); o contexto sociocultural dos conteúdos midiáticos (Competência de MIL 6); e a promoção das MIL entre os estudantes, além do gerenciamento das mudanças requeridas (Competência de MIL 7). Uma das questões nevrálgicas das MIL diz respeito à formação de professores[6], mas, de modo geral, ao avaliar-se o ambiente digital contemporâneo, percebe-se que tornam-se imprescindíveis para o desenvolvimento de qualquer profissional nos dias de hoje.

A Competência de MIL 1, de acordo com Wilson et. al. (2011, 2013), permite ao profissional se familiarizar com produtores de conteúdo, entendendo a importância das mídias no oferecimento de informações que auxiliam a sociedade a tomar decisões no cotidiano.

Já a Competência de MIL 2 busca permitir o desenvolvimento de condições favoráveis para que o professor demonstre a melhor forma para que possa compreender os conteúdos das mídias.

A Competência de MIL 3 tem o intuito de possibilitar ao professor o acesso a informações de maneira rápida e eficaz, além de torná-lo preparado para decidir quais delas são imprescindíveis para executar tarefas específicas em diversos campos do conhecimento.

[6] VETRITTI (2017) apresenta alguns programas pioneiros no Brasil voltados à formação de professores com foco no uso das TIC em prol do desenvolvimento de competências realizados pelo NACE Escola do Futuro – USP, na Tese de Doutorado "A ressignificação da pesquisa-ação do NACE Escola do Futuro - USP: análise dos principais projetos sob a ótica das literacias de mídia e informação".



No que tange à Competência MIL 4, pode-se dizer que a meta é tornar o professor capaz de analisar as fontes de informações de modo crítico, selecionando apenas conteúdos assertivos para soluções reais de problemas.

A Competência de MIL 5 ajuda a entender o uso de redes de comunicação e aparatos tecnológicos para promover a pesquisa e coleta de informações que ajudem na tomada de decisão de cada indivíduo.

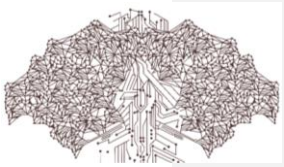
Na Competência de MIL 6, define-se como meta possibilitar ao professor a compreensão de que existem informações sociais e regionais de mídia, necessitando-se sempre respeitar a diversidade cultural de cada país com o intuito de utilizar os conteúdos recebidos da melhor maneira possível.

Por fim, a Competência de MIL 7 se destaca por buscar fazer o professor ter condições de propagar todas as competências e habilidades adquiridas, geralmente para estudantes, mas, como consequência, semeando as Literacias de Mídia e Informação para toda a sociedade.

Considerações Finais

Diante dos aspectos abordados no decorrer do artigo e da evidência de um ambiente cada vez mais permeado por atributos como mobilidade, velocidade e interatividade, torna-se latente a necessidade de mudanças nas formas de atuação por parte de indivíduos e empresas informativas para lidar de forma assertiva com plataformas digitais que exigem o uso de competências e habilidades técnicas, sociológicas e cognitivas variadas. Nessa mesma perspectiva, como indicam Carolyn Wilson et. al. (2013), em obra disponibilizada pela UNESCO:

> As sociedades em que vivemos hoje são movidas pela informação e pelo conhecimento. Não podemos escapar da ubiquidade das mídias e de todas as formas de tecnologias de informação e comunicação, tampouco do papel que elas desempenham em



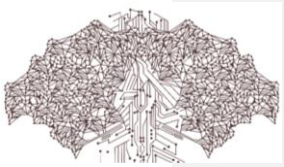
> nossa vida pessoal, econômica, política e social. Assim, está claro que novas formas de competências (conhecimentos, habilidades e atitudes) são necessárias para que as pessoas efetivamente participem e avancem por todos os estágios da vida nas sociedades da informação e do conhecimento. Isso tem confirmado que a alfabetização midiática e informacional está-se tornando cada vez mais importante para o ensino e a aprendizagem. (WILSON et. al., 2013, p. 59)

Isso não significa um vínculo delimitado ao uso da tecnologia, ou seja, "não significa que temos de nos tornar programadores ou aprender a decifrar longas linhas de código de computador" (GILSTER, 1997, p. 29), mas sim, uma ampliação de debates acerca de questões antropológicas, culturais e/ou sociais ligadas ao novo contexto tecnológico, até porque se o conhecimento se limitar aos aparatos tecnológicos, o profissional estará fadado a correr atrás da próxima inovação, em decorrência da constante e cada vez mais rápida obsolescência da tecnologia.

Nesse sentido, "o desenvolvimento de habilidades e competências que permitam o uso consciente, criativo e benéfico da informação tornou-se essencial para a atuação do indivíduo no contexto social contemporâneo" (VITORINO; PIANTOLA, 2009, p. 131), uma vez que, segundo Passarelli, Salla e Tavernari (2010, p. 5), "enquanto o acesso é um pré-requisito para a ampla participação no estágio da sociedade da informação atual, a literacia é um pré-requisito para o protagonismo social e cidadania".

Essas competências e habilidades partem dos conceitos básicos de informática e vão até a organização de informações para poder utilizá-las no momento mais adequado possível, tornando-se cada vez mais importantes em diversas esferas do conhecimento. Sob esse enfoque, cada uma das competências abarcadas pelas MIL representa um aprendizado cujo exercício é capaz de ampliar as habilidades dos profissionais das empresas, sobretudo das empresas informativas.

Se, por um lado, as MIL se apresentam como um desafio a ser enfrentado no contemporâneo, por outro, é a chave para a promoção de relacionamentos mais dialógicos no contexto do compartilhamento. A possibilidade do uso de competências e habilidades



técnicas, sociológicas e cognitivas múltiplas, principalmente no ambiente digital, desponta como uma potencial solução para as adversidades enfrentadas pelas empresas informativas, tanto no que tange à produção e compartilhamento de conteúdo, como na gestão do relacionamento com os "atores em rede".

Como visto neste artigo, as mudanças no comportamento dos "consumidores" e dos novos modelos para promover negócios em meio às rápidas transformações não se delimitam ao ambiente digital, mas ganham novos contornos à medida que avançam as tecnologias. Portanto, a complexidade não reside somente no emprego de aparatos tecnológicos, mas no imbricamento entre "atores em rede", MIL e empresas informativas na atualidade.

Referências

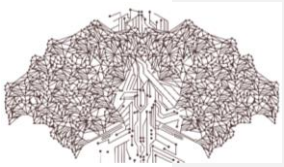
AXELROD, Alan. **Ciência a Jato.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

BAWDEN, David. Origins and Concepts of Digital Literacy. In: LANKSHEAR, Colin; KNOBEL, Michele (Orgs.). **Digital Literacies**: concepts, policies and paradoxes. New York: Peter Lang, 2008. p. 15-32.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks**: how social production transforms markets and freedom. New Haven, CT: Yale University Press, 2006. Disponível em: <http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf> Acesso em: 27 set. 2017.

BERNERS-LEE, Tim; FISCHETTI, Mark. **Weaving the web**: the original design and ultimate destiny of the world wide web, by its inventor. New York: HarperCollins Publishers, 2000.

BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo. **Interatividade e literacias emergentes em contextos de inclusão digital: um estudo netnográfico no programa AcessaSP.** Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Paulo: ECA-USP, 2014. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-20052014-152952/pt-br.php>. Acesso em: 09 fev. 2015.



CAPOBIANCO, Ligia. Abordagem multidisciplinar de literacia digital para pesquisa em comunicação. In: PASSARELLI, Brasilina; AZEVEDO, José (Orgs.). **Atores em rede: olhares luso-brasileiros.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **Communication power**. New York: Oxford, 2011.

_____. **The Rise of the Network Society** – The Information Age: Economy, Society, and Culture. Volume I (Information Age Series). Oxford: Blackwell Publishing, 2009.

ESHET-ALKALAI, Yoram. Digital literacy: A Conceptual Framework for Survival skills in the Digital Era. **Journal of Educational Multimedia and Hypermedia,** v. 13, n. 1, p. 93-106, 2004.

_____. Humans under bombardment: performing in a real-time world. **ACM SIGCSE Bulletin**, v. 39, n. 4, p. 57-60, 2007. Disponível em: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1345415>. Acesso em: 18 jan. 2018.

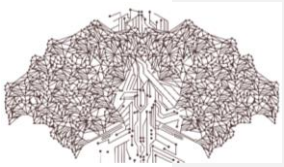
GALLOWAY, Alexander. **Protocol**: how control exists after decentralization. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2004.

GILSTER, Paul. **Digital Literacy**. New York: Wiley Computer Publishing, 1997

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. Lendo criticamente e lendo criativamente. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 6, n.1, p. 11-24, jul./dez. 2012.

JENKINS, Henry et. al. **Confronting the Challenges of Participatory Culture**: Media Education for the 21st Century / Henry Jenkins, Ravi Purushotma, Margaret Wigel, Katie Clinton, and Alice J. Robinson. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2009. Disponível em: <http://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262



513623_Confronting_the_Challenges.pdf>. Acesso em: 20 out. 2017.

JONES-KAVALIER, Barbara R.; FLANNIGAN, Suzanne L. **Connecting the Digital Dots**: Literacy of the 21st Century. 2006. Disponível em: <http://www.educause.edu/ero/article/

connecting-digital-dots-literacy-21st-century>. Acesso em: 18 jan. 2018.

JUNQUEIRA, Antonio Hélio. **Literacias digitais no ensino-aprendizagem de professores: uma abordagem netnográfica dos cursistas do Programa Redefor-USP.** Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Paulo: ECA-USP, 2014b. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-16102014-094412/pt-br.php>. Acesso em: 08 jan. 2018.

JUNQUEIRA, Antonio Hélio; PASSARELLI, Brasilina; BOTELHO FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Literacias Digitais nas Escolas Públicas Brasileiras: uma abordagem do papel do professor à luz dos resultados da Pesquisa TIC Educação 2010. In: **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza, CE: Intercom, 2012.

LANHAM, Richard. **Digital Literacy**. 1995. Disponível em: <http://www2.idehist.uu.se/

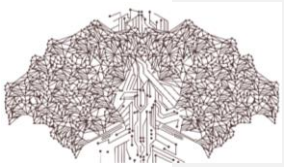
distans/ilmh/Ren/lanham-digital-lit.htm>. Acesso em: 08 jan. 2018.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

LESSIG, Lawrence. **Remix**: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy. New York: The Penguin Press, 2008.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. Convergência, colaboração, comunicação e inovações em instituições educativas. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 2, p. 125-135, 2014. Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/4463>. Acesso em: 09 jan. 2018.

LOUREIRO, Ana; ROCHA, Dina. Literacia digital e literacia da informação – Competências de uma era digital. In: **Actas do II Congresso Internacional TIC e Educação**. Lisboa, Portugal: Instituto de Educação da Universidade de Lisboa, 30 nov. a 2 dez. 2012. Disponível em: <http://ticeduca.ie.ul.pt/atas/pdf/376.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2017.



MACNAMARA, Jim. **The 21st Century Media (R)evolution**: Emergent Communication Practices. New York: Peter Lang, 2010.

MANOVICH, Lev. **Software Takes Command.** 2008. Disponível em: <http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2017.

McLUHAN, Marshall; NEVITT, Barrington. **Take Today**: The Executive as Dropout. New York: Harcourt Brace, 1972.

PASSARELLI, Brasilina. Literacias emergentes nas redes sociais: estado da arte e pesquisa qualitativa no Observatório da Cultura Digital. In: PASSARELLI, Brasilina; AZEVEDO, José (Orgs.). **Atores em rede: olhares luso-brasileiros.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010. p. 63-78.

_____. "School of the Future" – Research Laboratory/USP: action research and emerging literacies studies in Web 2.0 environments. **The Journal of Community Informatics**, v. 7, n. 2, 2011. Disponível em: <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/646>. Acesso em: 18 jan. 2018.

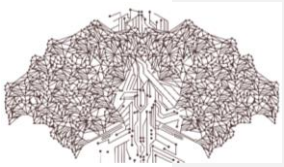
PASSARELLI, Brasilina; SALLA, Thiago Mio; TAVERNARI, Mariana. Literacias emergentes dos atores em rede: etnografia virtual com idosos no Programa de Inclusão Digital AcessaSP. **Prisma.Com**, n. 13, p. 1-40, dez. 2010. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/789>. Acesso em: 08 jan. 2018.

PINHO, José Benedito. **Relações Públicas na Internet**: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R. **A Economia da Informação**: Como os princípios econômicos se aplicam à era da Internet. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Educação**: diversidade, descolonização e redes. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.



TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. (tradução de Marcelo Lino). Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony. D. The Prosumers. In: **Wikinomics**: how mass collaboration changes everything. New York: Penguin Books, 2007. p. 124-150.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda.** Trad. João Távora. 8ª. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980. (orig. TOFFLER, Alvin. **The third wave**. Bantam Books, 1980).

UNESCO. **Global Media and Information Literacy Assessment Framework**: Country Readiness and Competencies. Paris, France: Unesco, 2013. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2017.

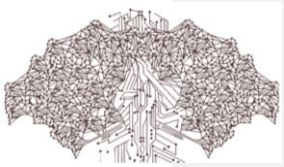
_____. **Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional**: Disposição e Competências do País. Brasília: UNESCO; Rio de Janeiro: Cetic.br/Nic.br, 2016.

VERGILI, Rafael. **Literacias digitais nos cursos de Graduação em Relações Públicas:** disciplinas de tecnologia nas matrizes curriculares de universidades brasileiras. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-31052017-115431/pt-br.php>. Acesso em: 28 jan. 2018.

VETRITTI, Fabiana Grieco Cabral de Mello. **A ressignificação da pesquisa-ação do NACE Escola do Futuro - USP:** análise dos principais projetos sob a ótica das Literacias de Mídia e Informação (MIL). Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-30052017-155706/>. Acesso em: 28 jan. 2018.

VIEIRA, Nelson. As Literacias e o Uso Responsável da Internet. **Observatorio (OBS*) Journal**, n. 5, p. 193-209, 2008.

VITORINO, Elizete Vieira; PIANTOLA, Daniela. Competência informacional – bases históricas e conceituais: construindo significados. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 38, n. 3, p. 130-141,



2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652009000300009>. Acesso em: 12 jan. 2018.

WEINBERGER, David. **Too Big to Know**: Rethinking Knowledge Now that the Facts Aren´t the Facts, Experts are Everywhere, and the Smartest Person in the Room is the Room. New York: Basic Book, 2011.

WILSON, Carolyn et. al. **Alfabetização midiática e informacional**: currículo para formação de professores / Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002204/220418por.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2017.

_____. **Media and Information Literacy**: Curriculum for Teachers / Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. Paris, France: Unesco, 2011. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

BABY BOOMERS, X, Y, Z E SEXALESCENTES DO SÉCULO XXI – ASPECTOS COMPARATIVOS ENTRE AS GERAÇÕES[1]

Alberto Quintanilha Alves da Silva Correia[2]; Cristiane Silva do Nascimento Pereira[3]; Jéssica Costa do Amaral[4]

Resumo: Este referencial teórico aborda aspectos comparativos entre as gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Sexalescentes do Século XXI, por meio de pesquisas que abrangem desde o surgimento de cada uma delas até a forma de como elas se relacionam com as novas tecnologias. Apresenta características, faz considerações a respeito da forma de vida, anseios e expectativas sociais, além de tratar sobre como elas utilizam a internet e demais ferramentas tecnológicas no cotidiano pessoal e profissional e quais são as consequências disso. Discute identificações e estabelece aspectos comparativos, alcançando a conclusão de que, compreender a relação entre as gerações, através da verificação dos seus aspectos comparativos e identificar o modo como cada uma se relaciona com a internet e novas tecnologias proporciona um despertar para uma vivência capaz de favorecer à coletividade social.

Palavras-chave: baby boomers; geração X, geração Y, geração Z; sexalescentes do século XXI;

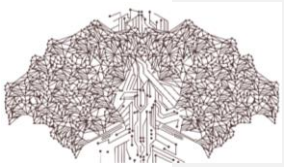
1. Introdução

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 9 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Pesquisador é discente da graduação tecnológica em Processos Gerenciais – Gestão Empresarial (UCB), bacharel em Direito (UNESA), aluno extensionista do projeto de pesquisa e extensão *A Comunicação Interna e a Gestão de Procedimentos Operacionais em PMI's* (UCB) e aluno voluntário do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: albertotus@hotmail.com

[3]. Pesquisadora é docente na Universidade Castelo Branco. Mestre em Administração (UNIGRANRIO). Coordenadora do projeto de pesquisa e extensão *A Comunicação Interna e a Gestão de Procedimentos Operacionais em PMI's* (UCB) e professora orientadora do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: profcristianepereira@outlook.com

[4]. Pesquisadora é discente da graduação em Administração (UCB) e aluna voluntária do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: jessica.amaral95@hotmail.com



A partir de uma classificação feita por períodos de tempo e de acordo com acontecimentos sociais e tecnológicos ocorreu a possibilidade de identificar as gerações ao longo dos séculos XX e XXI. É recorrente a discussão acerca do fenômeno da convivência entre as gerações que convivem nos dias atuais. Essa realidade gera comportamentos e valores que merecem ser estudados. Por óbvio, o transcorrer do tempo implica obrigatoriamente uma mudança nas relações humanas, contudo, nunca antes na história houve tantas mudanças em tão pouco tempo (SESC, 2000).

De uma maneira muito acelerada o mundo se transformou de tal forma que algumas certezas cultivadas ao longo do século passado foram abaladas. Emprego estável, economia próspera, descaso com o meio ambiente entre outras, consideradas fórmulas consagradas perderam a credibilidade. Preocupações dignas de filmes de ficção científica passaram a fazer parte dos dias atuais: robôs substituindo a força de trabalho humana? A internet como ligação de tudo em nossa vida? Serão criadas relações virtuais e artificiais com nossos semelhantes (EXAME, 2017)?

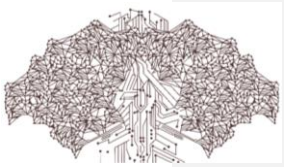
Entre os anos 2000 e 2015, a expectativa de vida aumentou cinco anos e a média de vida global no fim do período analisado passou a ser 71,4 anos, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS). A organização relatou ainda que se situa em 63,1 o número de anos que uma pessoa se mantém sã, para o combinado de ambos os sexos em 2015 (G1, 2016).

A verificação de aspectos comparativos entre as gerações que convivem no tempo hodierno é a proposta da presente pesquisa. A metodologia abordada é a pesquisa bibliográfica e no referencial teórico serão vistas as características de cada geração, uma por uma, além de uma seção que abordará tópicos comparativos entre as gerações.

O presente trabalho tem como objetivo estabelecer aspectos comparativos entre as gerações Baby Boomers, X, Y, Z e sexalescentes do século XXI, abrangendo desde o surgimento de cada uma até a forma de como elas se relacionam com as novas tecnologias.

2. Metodologia

Para estabelecer aspectos comparativos entre as gerações Baby Boomers, X, Y, Z e sexalescentes do século XXI, abrangendo desde o surgimento de cada uma até a forma de como elas se relacionam com as novas tecnologias, utilizou-se metodologia que fez a aplicação de



pesquisa pura, observando a aquisição do conhecimento de forma teórica (CORDEIRO, 2012) e exploratória, proporcionando conhecimento sobre assunto já conhecido, visto sob nova perspectiva (CASARIN, 2012).

A pesquisa compreendeu leitura textual em livros e sites realizando reflexões críticas sobre os elementos que compreendem o conjunto multidisciplinar abordado. Segundo Mascarenhas (2014, p. 49) a investigação bibliográfica baseia-se na análise de livros, artigos, dicionários e enciclopédias, por exemplo.

A pesquisa bibliográfica tem grande volume de utilização em trabalhos de caráter exploratório, sendo um procedimento metodológico bastante usual. A escolha desse procedimento parece ser a forma mais adequada para a exposição da pesquisa que aqui se apresenta (LIMA e MIOTO, 2007).

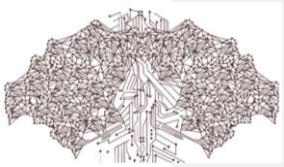
3. Referencial Teórico

3.1. Geração Baby Bommers

De acordo com Carrara, Nunes e Sarsur (2013, p.4) os indivíduos da geração denominada Baby Bommers, são os que viveram a esperança pelo desenvolvimento econômico no período posterior à Segunda Guerra Mundial, quando ocorreu grande preocupação quanto à vida profissional, havendo um aumento da competitividade e da dedicação ao trabalho, bem como a necessidade de reconhecimento e valorização.

Segundo a Sociedade Brasileira de Coaching (2013), a geração baby boomers compreende as pessoas nascidas entre 1940 e 1960. Nasceram no período final ou após a Segunda Guerra Mundial e tiveram uma educação baseada em disciplina e rigidez. Profissionalmente demonstram lealdade e compromisso com a empresa, valorizando a ascensão profissional. Pena e Martins (2015) explicam que o termo em inglês utilizado para nominação desta geração, surgiu para caracterizar o grande aumento no nascimento de bebês no período pós-guerra, por ocasião do retorno dos soldados que estavam em combate. Nesse período ocorreu o engravidamento de milhares de mulheres.

A geração baby boomers caracteriza-se pelo padrão de vida estável, pela preferência por qualidade, não se importando com quantidade, tem seus desejos bem definidos, de modo que sabe o que quer e não se influencia por terceiros (PORTAL JUDAICO, 2016).



O Ti Especialistas (2013) explica que a geração baby boomers tende a se mais realista e ainda acredita que o melhor caminho para o profissional é o do emprego fixo, visto que o mesmo proporciona estabilidade. O portal acrescenta ainda essa geração é reconhecida pela experiência e não é essencialmente inovadora. As atividades mais apropriadas para a baby boomers são os cargos de diretoria, função na qual precisará da contribuição dos mais jovens na relação com os mesmos, em vista da diferença de ideais e valores.

Os baby boomers não costumam ser, por hábito, usuários de novas tecnologias que em curto espaço de tempo vão surgindo, no entanto, explicam Pena e Martins (2015), essa realidade não é empecilho para que os mesmos alcancem bons resultados no âmbito profissional.

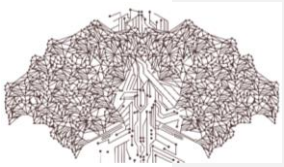
3.2. Geração X

Santos *et al.* (2011) caracterizam a geração X como sendo a "marcada pelo pragmatismo e que busca promover a igualdade de direitos e de justiça em suas decisões. Buscam a estabilidade financeira e dão valor à formação profissional". De acordo com o Info Escola (sem data) o termo geração X designa um rótulo aplicado às pessoas nascidas após o chamado "Baby Boom", que foi um aumento importante na taxa de natalidade dos Estados Unidos depois da Segunda Guerra Mundial. Essas pessoas são também chamadas de gen X, compreendendo a população nascida no início de 1960 até o final dos anos 70, mas abrangendo também os nascidos no início dos anos 80, no máximo até o ano de 1982.

Pena e Martins (2015) explicam que, no contexto brasileiro, a geração X participou de um cenário social que abrangeu diferentes planos econômicos que objetivavam a resolução das crises de inflação, o que levava os indivíduos a buscarem constantemente estabilidade financeira. Para a Sociedade Brasileira de Coaching (2013) estas pessoas presenciaram fatos históricos importantes e movimentos revolucionários. Tais indivíduos valorizam o trabalho, mas são sujeitos independentes e empreendedores.

O Rh Portal (2015) explica que, para a geração X, há diferentes definições de liderança, lealdade e incentivos de reconhecimento. Ressalta-se que o trabalho não é a primeira prioridade na vida dos que pertencem a esse grupo. O Portal Judaico (2016) descreve a geração X como sendo a que tem ruptura com as regras e os valores das gerações anteriores, prezando a qualidade ao invés da quantidade, a busca por seus direitos e a procura de liberdade.

Segundo Gerbaudo (2011) a geração X cresceu com transformações tecnológicas, tendo contato com a tecnologia já na adolescência, fato que não ocorreu com os baby bommers. Veloso, Dutra e Nakata (2016) dizem que a geração X defende um ambiente de trabalho de característica



informal e uma hierarquia com postura menos rigorosa, embora carregue o fardo de ter crescido durante o florescimento do *downsizing* corporativo, que afetava bastante a segurança no emprego. Com a percepção de que a lealdade à empresa não era garantia de permanência longínqua e de estabilidade estimulou o desenvolvimento de habilidades profissionais para a melhoria da empregabilidade.

Para o Ti Especialistas (2013) a geração X, embora tenha surgido em um contexto histórico importante de mudanças como as "Diretas Já" e o fim da ditadura, ela tem a característica de ser resistente a mudanças e acredita ser importante manter o emprego, com receio de perder espaço para as gerações seguintes em vista do uso dos recursos tecnológicos. As atividades que lhe são mais apropriadas relacionam-se entre os trabalhos em equipe, tendo tremenda sede por conhecimento e metas de carreira dirigidas a desafios. Nestas características mencionadas precisarão de uma interação com as outras gerações, em vista de ser inevitável certa incompatibilidade comportamental com outras gerações, o que requererá mútua contribuição geracional.

3.3. Geração Y

A geração Y compõe-se das pessoas nascidas entre 1980 e 2000, período de prosperidade econômica e revolução tecnológica. Estas consideram o trabalho uma fonte de satisfação e de aprendizado tendo foco em buscar equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional (SOCIEDADE BRASILEIRA DE COACHING, 2013). Comazzetto *et al.* (2016) explicam que essa geração, por ter nascido basicamente na mesma época do início das evoluções tecnológicas e alavanque da globalização, certamente tiveram os seus com características que influenciadas por essas realidades, condicionando de certa forma o comportamento desses indivíduos. Estes estão "compartilhando o mesmo ambiente de trabalho com pessoas de gerações anteriores, convívio este que tem gerado conflitos de ideias e valores".

Os componentes da geração Y são os filhos da geração X e netos da geração baby boomers. São também denominados de geração *Millennials*, por englobarem a mudança do milênio. Têm como característica estarem sempre conectados, preferirem computadores a livros, viverem em redes sociais e buscarem sempre novas tecnologias (PORTAL JUDAICO, 2016).

Pena e Martins (2015) dizem que os indivíduos da geração Y apresentam-se para o mercado de trabalho com uma melhor formação na comparação com as outras gerações, além de realizarem atividades que afloram a formação profissional. O trabalho para eles trata-se mais de uma fonte

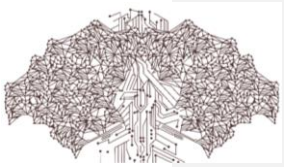
de satisfação e aprendizado do que fonte de renda e buscam equilibrar a vida pessoal e profissional. Costumam não ter grandes ciclos de trabalho nas empresas, pelo fato de não obterem o reconhecimento que almejam e prefere trabalhar em empresas que têm estrutura de característica flexível, onde predomina comunicação informal e direta.

Uma importante característica da geração Y é a capacidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo, sem perder o foco nas atividades profissionais. O potencial inovador e a vivência no cenário de avanços acelerados na área de tecnologia demonstram que essa geração tem propensão para exercer atividades relacionadas à tecnologia da informação e que o relacionamento com gerações anteriores contribui para que compreendam que é necessária paciência para a ascensão profissional e a construção da carreira em longo prazo (TI ESPECIALISTAS 2013).

Comazetto *et al.* (2016) destacam ser visível na geração Y a existência de um sentido de continuidade nos jovens que compõem esse grupo. Tal sentido, segundo os autores, é vivenciado como um desafio. Já os indivíduos das gerações anteriores alimentam uma certa resistência, de modo que se percebe um certo receio, como sendo uma ameaça para o âmbito dos negócios. ”Pois associam a atual dificuldade de mão de obra no mercado à característica do jovem de não querer mais atuar em atividades operacionais, o que teria sido ocasionado pelo advento das tecnologias“. São vistos pelas gerações antecedentes como “agentes de mudança, devido às características que possuem, como a rapidez, o imediatismo e o amplo domínio das tecnologias e internet“, dessa forma fazendo com que seja acelerado o ritmo de trabalho nas organizações.

3.4. Geração Z

Aguiar e Silva (2013) descrevem, a geração Z como sendo a “geração do tudo ao mesmo tempo e agora, por isso impaciente”. Sem considerarem padrões, realizam as coisas da maneira que melhor preferem, conforme o próprio gosto e no tempo em que desejarem. Comunicam-se intensamente e, no entanto, isolam-se nos aparatos tecnológicos. Para Santos *et al.* (2011) as características principais dessa geração são a proximidade com a tecnologia, a adaptação instantânea às mudanças, a busca por resultados imediatos, a valorização do individual em relação ao social, a necessidade de verificação de clareza e praticidade na postura dos líderes, a autonomia na execução das tarefas, a espera por reconhecimento, gosto por desafios e o desejo de equilíbrio entre os aspectos profissional e pessoal.



Tapscott (1999) caracteriza a geração Z como componente da "geração internet", sendo a que "assiste menos televisão do que seus pais, e o faz de uma maneira diferente". O autor diz que é mais provável que um jovem desse grupo ligue o computador para interagir simultaneamente com várias janelas diferentes, fale ao telefone, ouça música, faça o dever de casa ou até mesmo leia uma revista do que e assista à televisão.

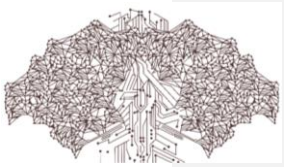
De acordo com o Tecmundo (2009) a geração Z é composta pelos nascidos em meados da década 1980 e 1990. Estes, acostumados com a rapidez dos avanços tecnológicos deixam rapidamente de dar valor às coisas, a exemplo de aguardarem um ano para ganharem um brinquedo e, poucos dias depois o deixa de lado. Têm dificuldade de interação social e são incapazes de se porem como ouvintes e vivem virtualmente tudo o que a realidade não lhes permite.

O Ti Especialistas (2013) comenta sobre a geração Z que "essa é a geração que atualmente está se propagando no mercado de trabalho, e que tem como característica de comportamento antissocial e individual". É formada pelos que ainda não saíram da universidade e ainda não decidiram a profissão, mas que, entretanto não se preocupam por não terem essa definição. São imediatistas, vivendo à base do "tudo ou nada, do agora ou nunca".

Pais e Filhos (2010) relata que a grande diferença entre a geração Alpha, que compreende os nascidos depois de 2010 e a geração Z (nascidos nos anos 90) é a interação com a tecnologia desde o momento do nascimento, de modo que os faz parecerem muito mais inteligentes.

Pena e Martins (2015) alertam, no que tange às tecnologias que as organizações contemporâneas têm seus processos atrelados a inovações tecnológicas e consequentemente, os indivíduos com maior conhecimento técnico para tais questões tendem a diferenciarem-se no mercado de trabalho. Esse é um ponto importante a ser observado quando se trata das distinções feitas entre as gerações, em prol do cuidado para que "a balança competitiva não tenda apenas para uma geração". Os autores complementam que "as diferenciações percebidas entre as gerações que coexistem no mercado de trabalho não se restringem apenas ao campo das tecnologias, mesmo sendo este um campo importante". Para eles outras dimensões importantes como estilos de liderança, objetivos e processo de comunicação são diferenciais profissionais.

3.5. Os Sexalescentes do Século XXI



Os que tiveram nascimento em um período em que a sociedade vivia tempos de relativa estabilidade geralmente estão listados entre os que relacionam-se de forma conflituosa com as novas tecnologias (KACHAR 2003).

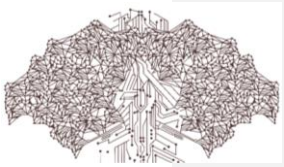
A antropóloga e escritora brasileira Mirian Goldenberg comentou no site Terceira Idade Conectada sobre o surgimento de uma nova faixa social, abrangendo pessoas que estão em torno dos sessenta/setenta anos de idade. Estes são chamados de sexalescentes. “Trata-se de uma verdadeira novidade demográfica” e abrange homens e mulheres independentes, que trabalham há muitos anos e conseguiram mudar o significado do conceito de trabalho, pois realizaram as atividades profissionais que mais gostavam e com ela ganharam a vida (TERCEIRA IDADE CONECTADA, 2017).

Vieira e Santarosa (2009) abordam categorias motivacionais para a participação de idosos (de idade entre 60 e 69) em cursos de informática, dentre as quais se destacam o crescimento pessoal para o aprendizado e da sensação da capacidade para aprender e com isso, sentirem-se mais participantes uma sociedade cada vez mais tecnológica; a necessidade de interarem-se, através de ferramentas tecnológicas, tanto uns com os outros quanto tanto uns com os outros quanto entre os seus familiares; a satisfação pessoal com a utilização de recursos tecnológicos para passatempo e manterem o cérebro em atividade ou sentirem-se menos solitários e a possibilidade de realização de atividades práticas como realização de compras pela Internet.

3.6. Tópicos especiais e alguns comparativos entre as gerações

Aguiar e Silva (2013) explicam que a conceituação de geração tem bastante relevância nas Ciências Humanas e Sociais, motivo pelo qual ”há diferentes estudos e visões sobre o assunto”, “desde Comte, Mannheim, Dilthey e Abrams, entre outros”. Os autores reiteram que existem diversas abordagens teóricas e concepções diversas sobre os critérios que dividem os períodos das gerações, acrescentando ser importante esclarecer que a segmentação por gerações é “algo estabelecido principalmente pelos sociólogos e que não há um consenso sobre a divisão dos períodos”,

As novas tecnologias e a rápida evolução tecnológica fazem com que os indivíduos modifiquem hábitos e adaptem-se em prol de satisfazerem as necessidades demandas pelas diversificadas atividades exercidas no campo do trabalho. A partir disso é possível perceber como são importantes as concepções que o sentido do trabalho tem para as organizações. O sentido do trabalho pode determinar o que as pessoas “estão ou não dispostas a tolerar” e até mesmo a



facilidade com que indivíduos se dispõem a mudar hábitos para satisfazer os imperativos de novas tecnologias (CAVAZOTTE; LEMOS; VIANNA, 2012, p. 165).

Archana e Heejin (2008) investigaram o valor do impacto de serviços móveis, *mobile service*, quanto às percepções de dois significativos segmentos de usuários, geração Y e baby bommers. Identificaram diferenças significativas quanto aos atributos de qualidade exigidos por cada segmento. Concluíram que, enquando, para os baby boomers o efeito do valor econômico era mais importante, para a geração Y a satisfação estava em torno do valor emocional. Logo, as implicações práticas da referida pesquisa sugere de forma clara o efeito da idade sobre as percepções dos serviços móveis e as decisões de fidelidade, levando os profissionais de marketing a atuarem de modo a apelar para o valor emocional no alcance dos Gen Y-ers e enfatizarem o valor econômico para os baby boomers.

No entendimento de Pena e Martins (2015), na comparação entre as gerações no que tange à relação com as tecnologias, os baby bommers têm dificuldade em lidar com as tecnologias em geral, a geração X tem maior facilidade e teve contato com a com tecnologias na adolescência e a geração Y são os nativos digitais. Para Veloso, Dutra e Nakata (2016), estes últimos "cresceram em contato com as tecnologias de informação". Tendem a serem individualista, são defensores das suas opiniões e dão prioridade ao lado pessoal em vista do profissional. No Brasil, diante da instabilidade financeira nacional, encontraram um cenário econômico difícil e ocorrendo uma melhora no país, viram no cenário mundial uma cultura de impermanência e de falta de garantias.

Connaway *et al.* (2008) constataram, em estudo feito para o desenvolvimento de catálogos on-line para biblioteca e envolvendo os *Millennials*, a saber, geração Y e os baby bommers que, "ambas as gerações constantemente identificam o Google e as fontes humanas como as primeiras fontes que utilizam para buscas rápidas". Entretanto os Millennials consultam amigos e professore, enquanto os baby boomers consultam suas bibliotecas pessoais e colegas. Tais resultado objetivaram o alcance de dados em prol da viabilidade de disponibilização de catálogos on-line de biblioteca e de serviços similares.

.

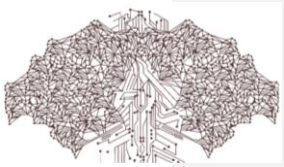
4. Discussões

Viu-se, sob o ponto de vista de Carrara, Nunes e Sarsur (2013, p.4) que os baby boomers viveram a esperança pelo desenvolvimento econômico no período posterior à Segunda Guerra Mundial. Uma época em que ocorreu grande preocupação em relação à vida profissional. A geração X, segundo Pena e Martins (2015) vivenciou um contexto de constantes mudanças de plano econômico que objetivavam a resolução das crises de inflação, situação instável, que levava

os indivíduos a buscarem constantemente formas de alcançarem imediata condição de estabilidade financeira. A geração Y engloba o grupo dos que nasceram no decorrer da mudança do milênio, sendo chamados *Millennials*. São indivíduos que estão sempre conectados, preferindo computadores a livros e vivendo em redes sociais, sempre buscando novas tecnologias, características descritas por Pena e Martins (2015). Ti Especialistas (2013) diz que a geração Z é a formada pelos que ainda não saíram da universidade e ainda não decidiram a profissão e que são imediatistas, vivendo à base do "tudo ou nada, do agora ou nunca". Para o Tecmundo (2009) a geração Z é composta pelos nascidos em meados da década 1980 e 1990. Finalmente, quanto aos sexalescentes do século XXI, abrange o grupo de homens e mulheres independentes, que trabalham há muitos anos e conseguiram mudar o significado do conceito de trabalho, sendo os que vivem a realização de terem exercido as atividades profissionais que mais gostavam e que com elas ganharam a vida, segundo o entendimento da antropóloga brasileira Mirian Goldenberg.

Entre os pontos discutidos no trecho acima é importante destacar a menção feita ao período de nascimento citado pertencente aos indivíduos que abrangem a composição da geração Z. A autoria mencionou que tal grupo se compõe dos que foram nascidos em meados da década de 1980 e 1990. Entretanto, conforme a explicação feita por Aguiar e Silva (2013), há diversas abordagens teóricas e concepções sobre os critérios que dividem os períodos das gerações, visto que a segmentação se estabelece por sociólogos, não havendo consenso sobre a divisão dos períodos. Sendo assim, não é estranho encontrarmos autores identificando períodos diferentes na determinação temporal de nascimento da geração Z, sendo diferente da que fora apontada no parágrafo anterior.

Tratando sobre o tema das novas tecnologias há de se considerar que a forma sobre como as gerações se relacionam com elas constitui assunto importante e significativo para a compreensão dos hábitos da sociedade. No entendimento de Pena e Martins (2015), os baby bommers não são usuários de novas tecnologias, fato claramente compreensível, por não terem nascido e convivido com tal realidade no período da juventude, entretanto, reiteram os próprios autores que, tal situação, não representa dificuldades para o alcance de bons resultados profissionais. A geração X, de acordo com Gerbaudo (2011), cresceu com transformações tecnológicas, tendo contato com a tecnologia na adolescência, enquanto os *Millennials*, geração Y, nasceram conectados, tendo inclusive a característica de preferirem computadores a livros, de viverem em redes sociais e sempre estarem em busca de novas tecnologias, segundo diz o Portal Judaico (2016). O TI Especialistas (2013) ressalta que o potencial inovador e a vivência no cenário de avanços acelerados na área de tecnologia demonstram que a geração Y tem maior



propensão para exercer atividades relacionadas à tecnologia da informação, complementando que, no relacionamento com as gerações anteriores aprendem a serem pacientes para o alcance da ascensão profissional. Santos *et al.* (2011) destacam que uma das principais características da geração Z é a proximidade com a tecnologia e o TI Especialistas (2013) dizem que isso lhes proporciona um potencial inovador. Kachar entende que os sexalescentes, por terem nascido em um período em que a sociedade vivia tempos de relativa estabilidade e sem o contato com as tecnologias atuais, listam-se entre os que se relacionam de forma conflituosa com as novas tecnologias (KACHAR 2003). Para a Pais e Filhos (2010) a grande diferença entre a geração Alpha e a geração Z é a interação com a tecnologia desde o momento do nascimento, de modo que os faz parecerem muito mais inteligentes.

A respeito da utilização da internet, de acordo com o posicionamento de Comazetto *et al.* (2016) a geração Y apresenta amplo domínio, proporcionando celeridade no âmbito corporativo. Tapscott (1999) caracteriza a geração Z como uma "geração internet", que "assiste menos televisão do que seus pais e que quando faz isso, o faz de maneira diferente". Quanto aos sexalescentes, Vieira e Santarosa (2009) dizem que os mesmos a utilizam para manterem o cérebro em atividade, ou para sentirem-se menos solitários e realizaram atividades utilitárias como a realização de compras pela Internet.

Tratando-se de características gerais, a Sociedade Brasileira de Coaching (2013) menciona que a geração baby boomers teve uma educação uma educação baseada em disciplina e rigidez, tratamento que foi gradativamente sendo diminuído das gerações seguintes. Enquanto a geração baby boomers teve padrão de vida estável (PORTAL JUDAICO, 2016) as gerações seguintes não acompanharam tal padrão por causa das mudanças e transformações sociais, econômicas e tecnológicas ocorridas no mundo. As gerações baby boomers e X prezaram por qualidade, ao invés de quantidade, enquanto as seguintes não consideraram a qualidade como fator tão importante. Ainda de acordo com as considerações da Sociedade Brasileira de Coaching, identificou-se que, enquanto a baby boomers valoriza a ascensão profissional, a geração X, embora não tenha como foco principal o trabalho também o valoriza e as gerações Y e Z prezam mais a satisfação pessoal, considerando o trabalho como um caminho para tal. Quanto às atividades apropriadas para cada uma das gerações, no entendimento do Ti Especialistas (2013) os cargos de diretoria são mais adequados à baby boomers, função na qual precisará da contribuição dos mais jovens na relação com os mesmos, em vista da diferença de ideais. Os trabalhos em equipe, adequam-se à geração X, embora isso requeira mútua contribuição geracional e as

gerações Y e Z, pelo momento histórico em que se situam, adequam-se às áreas tecnológicas, não se dispensando comportamentos profissionais que podem ser mais bem assimilados com o compartilhamento de experiências com as gerações anteriores.

Impende ressaltar, abarcando a compreensão de Mirian Goldenberg, a interessante classificação geracional, da faixa social que abrange pessoas que estão em torno dos sessenta/setenta anos de idade, denominada sexalescentes do século XXI. Essa novidade demográfica abrange homens e mulheres independentes e realizados profissionalmente, ressalta a antropóloga. Essa visão é um ponto de vista positivo na caracterização desse grupo.

5. Considerações finais

O presente trabalho apresentou características gerais das cinco gerações que convivem nos dias atuais, de modo que foi possível verificar que cada geração tem o seu papel essencial para o ajuste de um adequado comportamento coletivo social.

A verificação de aspectos comparativos de cada geração proporciona auxilio fundamental na percepção de como cada grupo tende a pensar e agir, favorecendo a um convívio harmonioso.

Foi possível compreender a riqueza da diversidade e também perceber a combinação das qualidades naturais de cada geração, prezando um engajamento positivo através da diversificação.

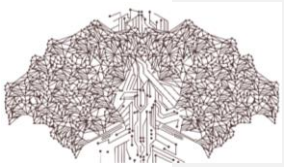
Compreender a relação entre as gerações, através da verificação dos seus aspectos comparativos e identificar o modo como cada uma se relaciona com a internet e novas tecnologias proporciona um despertar para uma vivência capaz de favorecer à coletividade social.

Referências bibliográficas

ARCHANA Kumar, HEEJIN Lim. **Age differences in mobile service perceptions: comparison of Generation Y and baby boomers**. Journal of Services Marketing, Vol. 22 Issue: 7, pp.568-577, 2008, USA. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/08876040810909695>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

AGUIAR, Giseli Adornato de; SILVA, José Fernando Modesto da. **Geração Y e as Ferramentas de Redes Sociais: novas perspectivas para as bibliotecas universitárias**. In: XXV Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação – Florianópolis, SC, Brasil, 2013.

CARRARA, Tânia Maria Paiva; NUNES, Simone Costa; SARSUR, Amyra Moyzes. **Retenção de Talentos de Diversas Gerações em um mesmo Contexto Organizacional**. In: ENCONTRO



DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO, IV, 2013, Brasília. ANPAD, 2013.

CASARIN, Helen de Castro Silva; CASARIN, Samuel José. **Pesquisa científica: da teoria à prática**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

CAVAZOTTE, Flávia de Souza Costa Neves; LEMOS, Ana Heloisa da Costa; VIANA, Mila Desouzart de Aquino. **Novas gerações no mercado de trabalho: expectativas renovadas ou antigos ideais**. Cadernos EBAPE. BR, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, 2012.

COMAZZETTO, Letícia Reghelin; VASCONCELLOS, Sílvio José Lemos; PERRONE, Cláudia Maria; GONÇALVES, Júlia. **A Geração Y no Mercado de Trabalho: um Estudo Comparativo entre Gerações**. Psicologia: ciência e Profissão, jan/mar. 2016, Vol.36 nº 1, 145-157. ISSN 1414-9893. Disponível em: < http://dx.doi.org/10.1590/1982-3703001352014>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

CONNAWAY, L. *et al*. (2008**). Sense-Making e Synchronicity: Comportamentos de Busca de Informação de Millennials e Baby Boomers**. *Libri* , 58 (2), pp. 123-135. Acessado em 30 de janeiro de 2018, no doi: 10.1515 / libr.2008.014.

CORDEIRO, Gisele do Rocio; MOLINA, Nilcemara Leal; DIAS, Vanda Fattori [Orgs.]. **Orientações e dicas para trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

G1. **Expectativa de vida no mundo aumenta 5 anos entre 2000 e 2015**. Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2016/05/expectativa-de-vida-no-mundo-aumenta-5-anos-entre-2000-e-2015.html>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

GERBAUDO, Paula. **Como fortalecer a liderança para diminuir o conflito entre as gerações X e Y**. FAZU em Revista, Uberaba, n.8, p. 205-210, 2011.

INFO ESCOLA. **Geração X**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/sociedade/geracao-x/>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

KACHAR, Vitória. **Terceira Idade e Informática: aprender revelando potencialidades**. São Paulo: Editora Cortez, 2003.

MASCARENHAS, Sidnei A. [Org.]. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson, 2014. (Série Bibliográfica Universitária Pearson)

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO Regina Célia Tamaso. **Procedimentos Metodológicos na Construção do Conhecimento Científico: a pesquisa bibliográfica**. Rev. Katál. Florianópolis v. 10 n. esp. p. 37-45 2007. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/rk/v10nspe/a0410spe>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

PAIS E FILHOS. **Geração Alpha é a Mais Inteligente**. Disponível em: <https://www.paisefilhos.com.br/noticias/geracao-alpha-e-mais-inteligente/?offset=500>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.



RH PORTAL. **Geração X**. Disponível em: <http://www.rhportal.com.br/artigos-rh/gerao-x/>. Acesso em 04 de outubro de 2017.

PENA, Felipe Gouvêa; MARTINS, Talita Soares. **BABY BOOMERS, X e Y: diferentes gerações "coexistindo" nos ambientes organizacionais**. PÓS EM REVISTA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO NEWTON PAIVA 2015/1 - NÚMERO 10 - ISSN 2176 7785. Disponível em: <http://blog.newtonpaiva.br/pos/wp-content/uploads/2015/06/E10-ADM-01.pdf>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

PORTAL JUDAICO. O que são as gerações X, Y, Z, W, Alfa e Baby Brommer? Disponível em: <http://portaljudaico.com.br/697-2/>. Acesso em 04 de outubro de 2017.

REVISTA EXAME. **Nunca foi tão importante entender as mudanças do mundo**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/revista-exame/nunca-foi-tao-importante-entender-as-mudancas-do-mundo/>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

SANTOS, C. F. *et al*. **O processo evolutivo entre as gerações X, Y e baby boomers**. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO – XIV SEMEAD, São Paulo. *Ensino e pesquisa em administração.* São Paulo: EAD/FEA/USP, 2011. Disponível em: <https://originaconteudo.com.br/arquivos/Artigo-geracoes-X-Y-e-Baby-boomers.pdf>. Acesso em: 31 de janeiro.

SESC São Paulo. **Gerações: Sinal dos Tempos**. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/online/artigo/675_GERACOESSINAL+DOS+TEMPOS>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

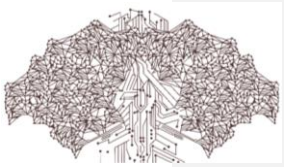
Sociedade Brasileira de Coaching. Como Gerenciar Conflitos de Gerações: Geração X, Y e Baby Boomers. Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/blog/comportamento/conflitos-de-geracoes/>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net.** Bahr, R. G. (trad.). São Paulo: Makron Books.

TECMUNDO. **O que é a geração Z?** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/curiosidade/2391-o-que-e-a-geracao-z-.htm>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

TERCEIRA IDADE CONECTADA. **Sexalescentes do Século XXI.** Disponível em: <http://terceiraidadeconectada.com/os-sexalescentes-do-seculo-xxi/>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

VELOSO, Elza Fátima Rosa; DUTRA, Joel Souza; NAKATA, Lina Eiko. **Percepção Sobre Carreiras Inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e *baby boomers***. REGE - Revista de Gestão 23 (2016) 88–98. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809227616300108?via%3Dihub>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.



VIEIRA, Maristela Compagnoni; SANTAROSA, Lucila Maria Costi Santarosa. **O Uso do Computador e da Internet e a Participação em Cursos de Informática por Idosos: meios digitais, finalidades sociais**. XX Simpósio Brasileiro de Informática na Educação – SBIE, 2009. Disponível em: <http://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/view/1145/1048>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

BELEZA ALGORÍTMICA: GRÉCIA PITAGÓRICA, RENASCIMENTO E SIMULAÇÃO EM JOGOS ELETRÔNICOS[1]

Leonardo Ferreira[2]

Resumo: enquanto na Grécia Antiga as *artes miméticas* não ficaram de fora, como parâmetro de beleza a elas, da busca por uma explicação numérica do mundo, o Renascimento retomou a questão ao propor a remissão ao funcionamento divino e matemático da natureza como inspiração à pintura etc. Este artigo investiga como tais períodos podem ser relacionados à contemporaneidade no específico do prazer proporcionado pelas possibilidades algorítmicas de imagens em jogos eletrônicos.

Palavras-chave: espaço; paisagem; emergência; comportamento dinâmico; *games*.

Contextualização:

Pitágoras (570 a.C. – 495 a.C.), na Grécia Antiga, pode ser apontado como importante figura na busca por uma explicação numérica da relação entre as coisas do mundo. Para Nunes (2008), tal ideal perpassa campos diversos da produção de sentidos, incluindo as *artes miméticas*, sendo-lhes parâmetro de beleza.

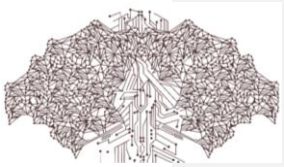
Sobre o Renascimento – dessa cultura "greco-romana" –, Cauquelin (2005) coloca que, mais que "copiar" a aparência da natureza, tinha-se a alusão ao funcionamento dela, criação matemática divina, como regra.

Entendemos que, hoje, alguns *games* não só refletem uma lógica imagética que perpassa da pintura à fotografia e ao cinema, mas possuem um funcionamento interno que, a despeito de possibilidades outras, relaciona-se à experiência de mundo proposta em geral nessas artes, adicionando a ela a "interação" e a "imprevisibilidade".

Este artigo pretende explorar essa linha de raciocínio através de pensamentos que a embasariam, conforme problematizado anteriormente por nós (FERREIRA, 2014). Para tanto,

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 6: Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). E-mail: lnrdtp@gmail.com



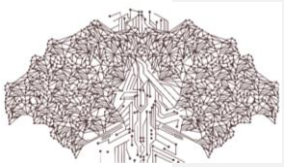
trabalharemos os conceitos de *espaço*, percebido a partir da comparação entre elementos distribuídos tridimensionalmente nele, e *paisagem*, enquanto modo de estabelecer relações estéticas entre os mesmos. Além, debateremos as noções de *comportamento dinâmico* e *emergência* enquanto fatores de diferenciação da contemporaneidade informática às outras épocas.

1 Números e Artes Miméticas na Grécia

Resumindo uma longa discussão, os filósofos da Grécia Antiga, no século VI a.C., tentaram entender não só os elementos constituintes das coisas, mas o princípio estável a partir do qual elas operavam. Esses "físicos" um ramo de pensamento do qual Pitágoras participaria (NUNES, 2008), ao qual creditamos, por exemplo, o número Phi/Fi, "1,618..." – não confundir com Pi, "3,1416..." –, "resgatado" em 1200 d.C. pela semelhança com a "Sequência Fibonacci". Fi, tradução matemática da proporção geométrica que ficaria conhecida como "razão áurea" etc., permitiria produzir, seguindo o princípio dela, formas como o "retângulo áureo" etc., mas não só: tal relação seria "vista" (encontrada e imputada) na natureza, como na concha do náutilo ou no corpo humano. Tal suposta recorrência a confirmaria como explicação matemática para a realidade, com mesmo o que não se encaixava nela sendo tipo como prova de que *aquele exemplo* não era "perfeito", afinal, perfeição seria "raro". Tinha-se, então, um padrão de comparação das coisas, um *ideal de perfeição* e, logo, de *beleza*.

Para Nunes (2008), Sócrates (407-399 a.C.) teria sido o primeiro a filosofar sobre as artes, porém não como conhecemos. Teve como discípulo Platão (427-347 a.C.), o qual depois foi mestre de Aristóteles (384-322 a.C.), que as definiria como "hábito de produzir de acordo com a reta razão" (NUNES, 2008, p. 20). Isso numa separação entre o que seria uma produção *dionisíaca* (grosso modo "espontânea") e *apolínea* ("estudada") (CAUQUELIN, 2005). Ou seja, tudo o que era "produção técnica", "*tékne*" – de onde derivaria a versão latina, "ars" –, fosse "da medida e da contagem", da fabricação de uma cadeira ou ainda de uma estátua, a última entendida como "imitativa/mimética" (NUNES, 2008, p. 20).

Entre Platão, a partir do qual conhecemos o pensamento socrático, e Aristóteles, algumas diferenças que resumiríamos assim: o primeiro considerava a divisão "física" e "metafísica" da realidade, com o "nosso" lado, o "mundo sensível" (que se dá aos sentidos), e um "plano ideal", "inteligível" (que se dá à mente/inteligência), "mundo das ideias perfeitas" sendo elas (CAUQUELIN, 2005) a *verdade*, da qual o *bem* era manifestação, tendo o *belo* como face.



Haveria, nesse outro plano, a "cadeira perfeita", da qual as outras seriam derivações, o princípio que permitiria objetos muito diferentes fossem reconhecidos como "cadeira". Estas não necessariamente eram cópias umas das outras, mas produções técnicas originais base no "modelo". Mas também seria possível ter uma cópia imperfeita (uma pintura/escultura de um cavalo) de uma cópia imperfeita (um cavalo "real") do conceito imutável (o cavalo ideal). Dessa forma (NUNES, 2008, p. 8), as *artes miméticas* estariam "muito abaixo da verdadeira Beleza que a inteligência humana se destina a conhecer", sendo supérflua criação de artefatos inconsistentes e ilusórios. Em suma, as tinha em má vista, à exceção de quando eram "inspiracionais".

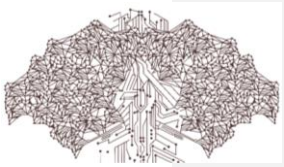
Aristóteles, entendendo que tanto as coisas feitas pela mão humana quanto as realizadas por um "Demiurgo" extra-humano são atividades de criação/*póiesis* segundo certos princípios, decide deter-se sobre algumas dessas artes imitativas, compreendendo que, *grosso modo*, uma pintura de um cavalo poderia mesmo *melhorá-lo*, ou, na verdade, remeter diretamente ao "conceito" de cavalo, algo que o pensamento socrático (NUNES, 2008, p. 37-8) já colocava, quando uma estátua deveria pegar as melhores partes de vários corpos para produzir um superior, mais belos quanto mais *idealizado*. Desse modo, em Aristóteles, não lidaríamos com algo inferior, mas com uma forma de aproximação da perfeição, um processo educacional de "aquisição de experiência" (NUNES, 2008, p. 40).

Mais além, se falhos os sentidos e o acesso da verdade era através da mente, mais importante que a beleza das aparências era o entendimento do *modus operandi* impregnado nas coisas, de modo que relevante era o próprio método de feitura – um procedimento bem aplicado poderia mostrar "belamente" uma coisa "feia".

Para além de especificidades de cada pensamento, entendemos que o movimento geral concorre para um duplo processo: de um lado, uma estátua etc., para além de "cópia", avaliada pelo quanto parece com o original, é o produto de um *procedimento*, como uma "fórmula" que, decorada, faz "surgir" o resultado "milagrosamente", mesmo que não se entenda exatamente como. Fórmula que se utiliza de proporções matemáticas, refletindo algo em si com razões numéricas ideais; de outro, essas proporções são utilizadas para avaliação, com o que não se encaixam nelas sendo *feio*.

2 A Pintura Matematizada no Renascimento

Santos (2002) relaciona a concepção do espaço/tempo ao surgimento da burguesia, de forma que "produto e condição do processo são, na verdade, a ferramenta que possuímos para



sistematizar a nossa relação com o mundo da maneira como hoje ele se nos apresenta" (SANTOS, 2002, p. 29). No "mundo da acumulação", disporíamos tudo (matéria-prima, máquinas, força de trabalho) à produção, rompendo com o tempo feudal, fluido e contínuo, em favor de outro, "sincopado, *metrificado*, condição e limite do processo de controle e apropriação do trabalho proletarizado" (SANTOS, 2002, p. 29-30. Grifo nosso). Tempo/espaço viram grandezas mensuráveis, pois equações relevantíssimas ao comércio e à expansão marítima da época.

Dessa forma (SANTOS, 2002, p. 185), o século XVIII teria concretizado o que Kant chama de *mundo enquanto cenário*, no qual "a noção de espaço é aquela que nos permite dar ordem à externalidade, identificando cada coisa em seu lugar" (SANTOS, 2002, p. 9). Para Santos (2002, p. 9-10), estariam envolvidos na construção de um "espaço-geometria", físico-matemático, a *pintura renascentista*, a *geometrização* e a *ciência*, perfazendo um mesmo *imaginário* ligado à racionalização da realidade e à percepção de como os eventos se distribuem nela.

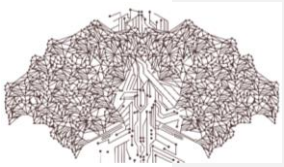
Para entender isso, recorramos a como Santos (2002, p. 21) fala sobre conhecimento *empírico* e *totalidade*. Se a última é experienciada apenas parcialmente, seria uma *abstração*. Esta, através da matemática, "linguagem sem objeto" (SANTOS, 2002, p. 145), permitiria a criação de um mapa tipo *Mercator* – um "*mapa mundi*" com proporções verossímeis –, como alguém que observa de qualquer/nenhum lugar.

Haveria uma priorização do local no qual os fenômenos ocorrem, enquanto, para Santos (2002, p. 44), a precisão disso não estava em questão até o século XIV. Assim, pensamentos como o de Maquiavel e Copérnico terão de

> [...] assumir as duas categorias centrais da modernidade: espaço e tempo *desmistificados e remistificados*, isto é, *despidos de determinações divinas para que possam ser geometrizados*, matematizados, manipulados. *O mundo burguês não é mais nem menos humano que o feudal, o que está em jogo é o que se entende por humano* [...] (SANTOS, 2002, p. 82-3. Grifo nosso).

Além, se percebemos o mundo espacialmente, é tendo o que o ocupa como "marco" de comparação, objetificando – substantificando/reificando – o mundo.

> [...] concebemos a natureza decalcando nosso conceito no mundo sensível. Vemos a natureza vendo coisas: o relevo, as rochas, os climas, a vegetação, os rios, etc. Como o que vemos são coisas isoladas, a natureza é por isto um todo fragmentário. Então, para dar-lhe unidade interligamos esses aspectos através de suas ligações matemáticas (MOREIRA in SANTOS, 2002, p. 23).



A divisão da realidade em parcelas não existiria por si – se nossa pele é porosa, onde termina corpo e começa ambiente? –, construções da linguagem que as permitira ser mensuradas: "para medir o tempo é necessário que, de adjetivo" (isso é azul) "ele se transforme em substantivo" (esse é o azul marinho) "isto é, o tempo deve deixar de ser um predicativo do movimento dos fenômenos para ser algo em si e para si" (SZAMOSI apud Santos, 2002. p. 47). Sai-se, então, do empírico (experiência sensível) para a abstração (o que chamamos de "azul"), é que objetificada (azul marinho) para ser medida e reabstraída matematicamente (valor X numa escala de cores "CMYK" etc.).

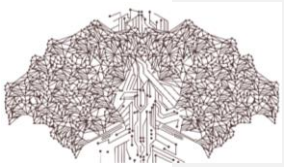
Sobre a pintura e as ciências, para Santos (2002), pressupondo que os sentidos são enganosos, com a verdade desvelando-se apenas ao pensamento, o empirismo, observar para apre(e)nder, seria estranho aos estudiosos no início do século XIV. isso ao contrário de alguns pintores na Itália da época, ou dos Países Baixos no final dela.

Tais artistas não tinham "base técnica", com os cânones da pintura renascentista ainda não estabelecidos, a exemplo do tratado sobre perspectiva *De Picura*, de Leon Battista Alberti, de 1435. Mesmo assim, tentavam recriar a aparência de profundidade "ótica", movimento e distribuição das coisas no espaço (SZAMOSI, 1988, p. 118 *apud* SANTOS, 2002, p. 43). Mais tarde, a fórmula da perspectiva viria a ser "o meio de 'recriar a realidade de tal forma a convencer os olhos e a mente'" (SZAMOSI *apud* SANTOS, 2002, p. 112).

> [Assim,] o uso difundido da técnica da perspectiva geométrica nas artes tornou-se nova fonte e suporte da emergente intuição ocidental de que a racionalidade que podia ser criada pela mente humana no reino dos conceitos também podia ser criada no mundo das percepções sensoriais, e de que, para tornar o mundo racional e ordenado, temos primeiro que tornar racionais e ordenadas as nossas percepções (SZAMOSI, 1994, p. 124-5 *apud* SANTOS, 2002, p. 112-3).

Assim,

> O espaço calmo, neutro e organizado dessa época não mais se baseava em símbolos e valores imaginários do sobrenatural, mas nas regras mensuráveis e matematicamente descritíveis da percepção visual. Os pontos e regiões importantes do espaço eram os de significado visual e não religioso. O tamanho agora indicava distância e não mais a graduação religiosa ou secular. A alegoria espacial ficou em segundo lugar em relação à realidade visual. Na pintura, os pontos de fuga e as linhas do horizonte representavam os limites realistas da percepção



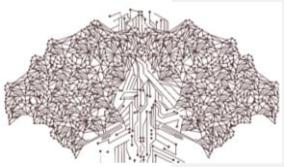
> visual, não os limites do espaço e do mundo mundano [...] (SZAMOSI, 1994, p. 126-7 apud SANTOS, 2002, p. 113-4).

O Renascimento, segundo Thuiller (SANTOS, 2002, p. 44-5), não teria "descoberto" essa configuração da sensibilidade, mas "*inventou* uma certa ordem espacial, aproveitando uma série de experiências de caráter social e cultural", na qual "'a própria natureza do espaço humano' que se transformou", perceptível mesmo tecnicamente, quando, segundo John White, a pintura renascentista primeiro criava o espaço e depois o preenchia (SZAMOSI, 1994, p. 127-8 *apud* SANTOS, 2002, p. 115). Além, para Merleau-Ponty (2004, p. 11-2), no cânone clássico desenha-se os objetos, com limites precisos e isolados uns dos outros, para depois preenchê-los de cores.

Também para Cauquelin (2007), a *paisagem* é um problema de ordem cognitiva, de como percebemos/lidamos com o mundo. Como ela, Leite (1994), Claval (2004) etc., concordam que "ver/reconhecer" paisagem não é "natural": olhar numa direção identificando *elementos distintos* – "visão háptica" – e avaliando o *conjunto* – "visão ótica" (MANOVICH, 2001, p. 219) –, com o prazer proporcionado por isso, seria um "um objeto cultural patenteado" (CAUQUELIN, 2007, p. 12), localizado historicamente enquanto acúmulo cultural relacionado à pintura do século XV, direcionando nosso olhar a partir de convenções harmônicas pictóricas. Isso considerand que antes, à mente medieval, a natureza podia ser vista como selvática e amedrontadora, vastidões que "abriam no espírito muitos pensamentos perigosos", não sendo recomendado dar-lhe atenção, ainda mais quando este mundo, em oposição ao paraíso, não importava (LEITE, 1994, p. 34-36). Tanto que (LEITE, 1994) a arte medieval trabalharia muito mais com símbolos codificados do que com a aparência das coisas,

No legado renascentista, natureza e paisagem se confundem, quando vemos elementos distintos como pedras etc., relacionando-os num conjunto, a paisagem, e extrapolando isso chamando de "natureza". Inclusive podendo excluir de tal classificação "vistas" que não nos agradam, que são cultivadas etc.

> [...] natureza ou "campo" estava recoberto por uma imagem bem precisa, [... e] só aparecia por meio dessa "imagem". [... ela] se compunha diante de nós por uma série de quadros, imagens artificiais, posta diante da confusão das coisas; ela organizava a matéria diversa e cambiante segundo uma lei implícita, e, quando pensávamos nos banhar na verdade do mundo tal qual ele se nos apresentava, não fazíamos nada além de reproduzir esquemas mentais, planos de evidência longínqua, e milhares de projeções anteriores. [...] Tratava-se não de um olhar inocente, mas de um projeto. A natureza se dava apenas por meio de um projeto de quadro, e nós desenhávamos o visível com o auxílio de



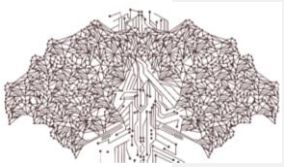
> formas e de cores tomadas de empréstimo a nosso arsenal cultural [...] Com seus limites (a moldura), seus elementos necessários (formas de objetos coloridos) e sua sintaxe (simetrias e associações de elementos). [...] Desse modo, aquilo que olhávamos apaixonadamente como a manifestação absoluta da presença do mundo em torno de nós, a natureza, para a qual lançávamos olhares admirativos e quase religiosos, era em suma apenas convergência em um único ponto de projetos que tinham atravessado a história, obras que se apoiavam umas às outras até formar esse conjunto coerente na diversidade e que conferiam ao espetáculo a evidência de uma natureza. Inocentemente presos à armadilha, contemplávamos não uma exterioridade, como acreditávamos, mas nossas próprias construções intelectuais. Acreditando sair de nós mesmos mediante um êxtase providencial, estávamos muito simplesmente admirados com nossos próprios modos de ver (CAUQUELIN, 2007, p. 25-27).

Haveria "a projeção de um gosto fabricado" (CAUQUELIN, 2007, p.24), sendo necessário reconhecer que"o mundo antes da perspectiva legítima não é o mesmo em que vivemos no Ocidente desde o século XV" (CAUQUELIN, 2007, p. 38). Isso quando

> [...] os eruditos artistas e os engenheiros da Renascença resolveram o problema das duas dimensões determinando leis para uma perspectiva, que, ao iludir a visão, levasse a acreditar na terceira dimensão, [que] é *uma* das maneiras possíveis de encontrar equivalentes plausível do espaço no qual vivemos. Mas há outras, que oferecem espaços de propriedades mentais, literárias, simultaneamente poéticas e poiéticas [...]. (CAUQUELIN, 2007, p. 13)

Para a autora (CAUQUELIN, 2007, p. 39-40) seria problemático confundir natureza e paisagem, uma vez que a primeira sempre existiu. Um pouco diferente, Leite (1994, p. 29-30) coloca que "a paisagem, reflexo da relação circunstancial entre o homem e a natureza, pode ser vista como tentativa de ordenar o entorno com base em uma imagem ideal", de modo que "sua percepção sempre teve lugar importante na estruturação do quotidiano das sociedades humanas e no desenvolvimento de sua religiosidade, suas técnicas e sua economia", mas admitindo que a *paisagem renascentista* difundiu-se a partir do século XVIII, na forma de uma visão romântica do mundo. Desse modo, "*qualidade, a forma ou a função dessa relação variam no tempo e no espaço*". Para Claval (2004),

> o termo paisagem aparentemente não tem mistério. Surgiu no século XV, nos Países Baixos, sob a forma de *landskip*. Aplica-se aos quadros que apresentam um pedaço da natureza, tal como a percebemos a partir



> de um enquadramento – uma janela, por exemplo. Os personagens têm aí um papel apenas secundário. A moldura que circunda o quadro substitui, na percepção, a janela através da qual se efetuava a observação[3] (CLAVAL, 2004 p. 13).

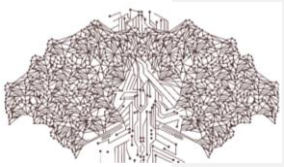
Claval (2004, p. 14-15) aponta que Alains Roger considera decisivo à paisagem ocidental a ideia de *janela* na pintura flamenga do início do século XV, ato de enquadrar que instaura um território, o "*pays* na paisagem" – *paesaggio* em italiano, além de *Landschaft* em alemão e *landscape* em inglês –, empregado posteriormente por Petit Robert, em 1549, como "qualquer parte de um *pays* que a natureza apresenta a um observador". Cauquelin (2007, p. 35) a situa "por volta de 1415. A paisagem (termo e noção) nos viria da Holanda, transitaria pela Itália, se instalaria definitivamente em nossos espíritos com a longa elaboração das leis da perspectiva [...]".

Cauquelin (2007) chega a ela partindo da Grécia Antiga, porém, com um problema conceitual: não haveria entre esse povo "nem palavra nem coisa semelhante, de perto ou de longe, àquilo que chamamos 'paisagem'", de modo que "[... é] possível que nenhuma idéia de 'paisagem' tenha sido formada, formulada, elaborada? Coisa aparentemente impensável. Contudo, é isso mesmo" (CAUQUELIN, 2007, p. 44). Como, então, viria de lá tal concepção? Além, *como* tal povo via?

Em jogo o de *logos*, "razão linguística que atravessa as coisas de lado a lado e que instaura um entendimento, uma escuta, mais que uma visualização, dos objetos desse mundo", julgando não por harmonias e contrastes de linhas, cores etc., mas por sentidos, unindo "ao mesmo tempo, a história, a lenda, o mito" (CAUQUELIN, 2007, p. 47.). Nesse sentido, quando Ulisses chega a Ítaca, não reconhece a história, portanto a beleza, dos marcos físicos. Ele só o faz ao que as lendas deles lhe são indicadas (CAUQUELIN, 2007, p. 51). Noutras palavras, outros povos poderiam se relacionar com o visto de várias formas, mais ou menos visuais – incluindo, lembramos, a *moralidade* do que é verdadeiro e bom, portanto belo –, mas *paisagem* ao modo renascentista seria algo particular. Mas entre Grécia Antiga e Renascimento há um problema: a *iconoclastia* cristã.

Para Cauquelin (2007, p. 67), apesar de o *ícone* na *pintura bizantina*, não possuir paisagem, dando "provas de perfeito desdém pelos elementos naturais de qualquer paisagem", seria a entrada para esta lógica. O caso seria que lutava-se pelo banimento das imagens, no

[3] . O formato do texto original parece indicar uma citação, mas a autoria não fica clara.



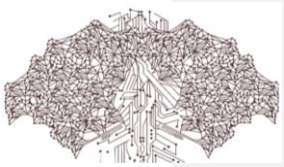
entendimento de que ela seria um *ídolo/eidolon*, o qual, como o *jardim* é uma "natureza em miniatura" que não deixa de *ser* "natureza", seria usado para a adoração de entidades enquanto a presença delas próprias. A virada seria autorizá-las na forma de um *ícone*, que é outra coisa, mas "ajuda a lembrar" do original.

> ao renovar o estatuto da imagem, Bizâncio, mesmo sem se interessar pelo meio ambiente natural, torna pela primeira vez possível a operação de substituição artificial que a paisagem ilustrará. Na natureza em que sua apresentação é de ordem icônica, a paisagem responderá, com efeito, à regra de separação e de substituição dos termos de uma relação: será ícone da Natureza, e não semelhante a ela; será construída, artificialmente produzida para convocar a natureza [...] (CAUQUELIN, 2007, p. 74-5).

No Renascimento, a lógica de "lembrete" transforma-se, remetendo não só à aparência das coisas, mas ao *funcionamento* delas. Noutras palavras, não se deve apenas ter em mente aquilo que "Deus" teria criado, mas a própria perfeição no método dele: "o célebre 'imitar a natureza' não significa que se vão 'copiar' [imitar imperfeitamente] os objetos que ela oferece, mas a 'economia' [a organização, o modo de fazer] pela qual a natureza ou Deus age no mundo" (CAUQUELIN, 2007, p. 70-1), sendo produção de um original (*poíesis*) de "outro material/essência" que o remetido.

Não se mostra os eventos (apenas) metaforicamente, com símbolos, mas como eles *seriam* ao olhar cognitivamente condicionado (CAUQUELIN, 2007, p. 80-1), mesmo que "imaginários" e "fantásticos". Se o mundo é entendido como criação divina matematicamente harmônica, vê-se tal equilíbrio nos elementos dele, sendo isso usado para representa-lo. Num círculo vicioso, quanto mais pinturas são vistas, mais o cérebro se condiciona a procurar tal relação, reforçando o pressuposto. Concretiza-se um novo padrão de beleza, traduzido não só nas formas, mas na relação entre várias delas. Isso se apresenta de maneira forte, por exemplo, na basedo *pitoresco* (LEITE, 1994), escola que, ao lado do Movimento Romântico, desdobramentos do Renascimento, buscava *reconhecer* a beleza nas coisas, entendendo (LEACH, 1996) *pitoresco* como "*pintoresco"*, "que se presta a uma pintura".

3 Os Algoritmos nos *Games* Contemporâneos



Manovich (2001, p. 41) estabelece uma comparação entre tecnologias visuais baseadas no "enquadrar" de um mundo *virtual* – não apenas no sentido digital –, a qual ligaria pinturas, fotografias, cinema e jogos eletrônicos enquanto "janelas" no nosso *continuum* para um doutra natureza.

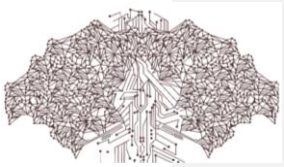
Não apenas uma semelhança externa, mas na ação em si, quando pensamos (CAUQUELIN, 2007, p. 137-40) que mesmo o olhar enquadra, no momento em isso "exige o recuo, a distância certa. Tudo ver, claro, mas apenas aquilo que está no campo. [...] o enquadramento inspira a ordem, dá a regra dos primeiros planos e dos planos de fundo [...]". Ordenamos o mundo vendo fragmentos que se assemelham a pinturas etc., numa relação de parte e todo, de modo que a "moldura reclama sua extramoldura como seu elemento constitutivo, sua condição necessária. É preciso que a crença esteja anexada à proposição de totalidade que recobre o fragmento", reforçando

> [...] a hipótese de uma continuidade da paisagem [...]. Suponho – e creio firmemente – que a paisagem "continua" atrás da moldura, a seu lado, longe, bem longe, para sempre, até o infinito. Que existe uma outra face da montanha, outra praia para esse mar. Aqui reside a hipótese fundamental de minha crença no *análogon* que a paisagem me dá. Se assim não fosse, o que eu veria pela janela não seria nada além de um simulacro, uma espécie de espelho, sem consistência. Atrás dessa montanha, dessa tela, dessa parede, ainda há a natureza, e eu poderia, se me deslocasse, dar-me a satisfação de contemplar de novo uma paisagem (CAUQUELIN, 2007, p. 140).

Uma imagem/fragmento, baseada ou não num lugar existente, nos remete à totalidade desse espaço. Um quadro de uma cachoeira não é só sobre ela, mas sobre toda a montanha e a mata atreladas. De certa forma, navegamos nela. Nos jogos, isso se materializa quando podemos efetivamente passear e ir ao outro lado da montanha, não como "remissão", mas *presença*.

Quadros renascentistas e alguns jogos estariam unidos não apenas por serem mundos emoldurados, mas por terem um espaço e objetos de um mesmo imaginário, relacionando matematização, abstração, substantivação etc. para acuidade visual de base ótica, que seria uma construção de naturalidade falsa. *Convenção* na qual

> ofereceriam a um olhar fixo na linha do horizonte num certo ponto de fuga para o qual se orientam a partir de então todas as linhas da paisagem que vão do pintor ao horizonte [...]. Porém, não é assim que o mundo se apresenta a nós no contato com ele que nos é fornecido pela percepção. A cada momento, enquanto nosso olhar viaja através do



> espetáculo, somos submetidos a um certo ponto de vista, e esses instantâneos sucessivos não são passíveis de sobreposição a uma determinada parte da paisagem. O pintor só conseguiu dominar essa série de visões e delas tirar uma única paisagem eterna porque interrompeu o modo natural de ver [...] submetendo todas essas visões livres a uma visão analítica (MERLEAU-PONTY, 2004, p. 13-4).

Essa situação teria como resultado o fato de quê

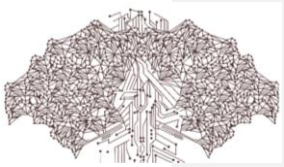
> o espaço não era mais influenciado pelo que continha, era imutável e indestrutível, estava sempre lá, vazio ou não, era mensurável e evocava um senso de expansão, de distância e de infinito. Em suma, evocava as características da percepção sensorial que deviam vir a ser conceituadas mais tarde em Física como o espaço "absoluto" (SZAMOSI, 1994, p. 127-8 *apud* SANTOS, 2002, p. 115).

Mas jogos não são iguais a quadros. Sobre a diferença, Murray (2003) aponta quatro propriedades específicas de "ambientes digitais", o caráter *procedimental*, *participativo*, *espacial* e *enciclopédico* deles. Os dois primeiros relacionados "ao que queremos dizer com o uso vago da palavra interativo" (MURRAY, 2003, p. 78), enquanto os outros a princípios estéticos de *imersão* e *agência*.

O termo *procedimental* refere-se aos computadores enquanto motores de cálculos. Dados digitais são impulsos elétricos codificados numericamente. Semelhante a dizer a/programar uma calculadora para entender que no *procedimento* "soma" um código "1" mais outro "1" deve resultar em "2", deve-se fazer a máquina entender que uma sequência específica de números, passando por operações complexas, deve resultar numa letra "A" ou numa vibração sonora específica. Com o aumento da velocidade dessas ações, ao invés de darmos uma operação e aguardarmos demoradamente a resposta, é possível resultados "imediatos", de modo que podemos escrever um texto, executar uma música etc. Murray (2003) coloca tal ação/resposta sob o termo *participativo.* Para ela,

> achamos ambientes procedimentais atraentes não apenas porque eles exibem comportamentos gerados a partir de regras mas também porque podemos induzir o *comportamento*. Eles reagem às informações que inserimos neles [...] É isso o que, na maioria das vezes, se pretende afirmar quando dizemos que os computadores são *interativos*[4].

[4] Acreditamos que o termo *interatividade* já possui bastante bibliografia, no mínimo desde a "teoria hipodérmica/das balas mágicas", com questões sobre a "passividade" do espectador, de atividade mental *versus* física etc. Se dizemos que um computador é interativo, poderíamos questionar: o mundo não o é? Indicamos Lévy (1994), Murray (2003) e Manovich (2001) sobre o assunto. De qualquer forma, este último,



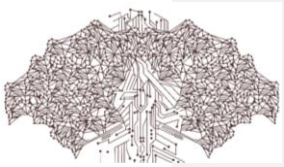
> Significa que eles seriam um ambiente que é tanto procedimental quanto participativo (MURRAY, 2003, p. 80. Grifo nosso).

Sobre o caráter *espacial*, "os meios lineares, tais como livros e filmes, retratam espaços tanto pela descrição verbal quando pela imagem, mas apenas os ambientes digitais apresentam um espaço pelo qual podemos nos mover", somando-se ao elemento *enciclopédico*, "[...] mais uma diferença de grau do que de espécie" (MURRAY, 2003, p. 88), quando os computadores conseguem trabalhar com muitos elementos/cálculos simultâneos, com ambientes detalhados etc., possibilitando "viver uma fantasia num universo participativo e imersivo" (MURRAY, 2003, p. 101). Assim,

> A experiência de ser transportado para um lugar primorosamente simulado é prazerosa em si [... e] Referimo-nos a essa experiência como imersão [...] a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha [...] A imersão pode requerer um simples inundar da mente com sensações a superabundância de estímulos sensoriais [...] Mas num meio participativo, a imersão implica aprender a nadar, a fazer as coisas que o novo ambiente torna possíveis (MURRAY, 2003, p. 102).

Agência (MURRAY, 2003, p. 127-9) – o prazer de agir – refere-se à que quanto mais "resolvido o ambiente de imersão, mais ativos desejamos ser dentro dele. Quando as coisas que fazemos trazem resultados tangíveis, experimentamos [...] agência", "a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas". Tal experiência não ocorreria num filme em que não podemos modificar os eventos. Entretanto, o mero interferir nos cálculos não é por si agência. Murray (2003, p. 127-9) compara a situação a jogos de xadrez, que possuem "relativamente poucas ou infrequentes ações mas possuem um elevado grau de agência, uma vez que as ações são bastante autônomas, selecionadas de uma vasta gama de escolhas possíveis, e determinam inteiramente o curso do jogo", algo disponível "de modo limitado nas formas de arte tradicionais, mas é mais comumente encontrada nas atividades a que chamamos jogos". Para Murray (2003), orientar-se em ambientes imersivos também produziria uma sensação de *agência*.

além de evitá-lo (MANOVICH, 2001, p. 70), vai definir – não encerrando a questão – interatividade *fechada* e *aberta* (MANOVICH, 2001, p. 59): a primeira, a possibilidade de escolhas em relação a elementos pré-determinados, numa *estrutura pré-dada*; a segunda, quando tanto a estrutura quanto os elementos são gerados no processo.



Outro fator matemático de suma importância é a ideia de emergência. Para Murray (2003, p. 206), em determinada lógica de programação, troca-se

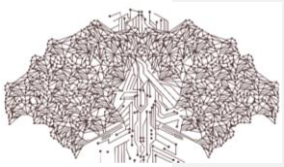
> [...] o desenvolvimento de sistemas abrangentes, controlados de modo central, pelo projeto de mundos feitos de uma coleção de "agentes inteligentes", cada qual buscando cumprir seus próprios objetivos. [...] É como se os cientistas da computação parassem de tentar construir um mundo pelo surgimento de um contador de histórias onisciente e, em vez disso, decidissem criá-lo a partir de um conjunto de personagens autônomos. Mais ainda: os personagens que estão sendo atualmente construídos não são [...] planejados de cima para baixo e com uma única finalidade. Eles são improvisadores, conscientes de seus múltiplos objetivos ao mesmo tempo simultâneos e capazes de alterarem suas prioridades e seus comportamentos em resposta às mudanças no ambiente ao redor (MURRAY, 2003, p. 214).

Além, a autora fala de *comportamento emergente*, quando

> eles são capazes de agir de formas que vão além do que está explicitamente em sua programação. [... não sendo simplesmente como um] "autômato de estados finitos" [de pouco leque de possibilidades...]. Os novos sistemas emergentes alcançaram tamanho grau de complexidade que se tornaram sua própria descrição: não há outra maneira de predizer tudo de que eles são capazes, a não ser executando-os em todas as configurações possíveis (MURRAY, 2003, p. 224-5).

Têm-se, assim, tantos elementos e tantas possíveis combinações que, ao invés de prever resultados, o mais viável é "rolar os dados" e lidar com os resultados. Pensemos na metáfora de copos iguais de água derramados. Apesar do "evento geral" será o mesmo, limitado, cada poça terá formato único, *random* (MURRAY, 2003, p.227). Desse modo,

> Deveríamos, então, nos voltar para a simulação de espaços, para a invenção de procedimentos que permitem construir, parte por parte, por um processo analítico de descrição dos caracteres espaciotemporais, algo como uma *natureza de segundo grau*, considerando não apenas o resultado sensível (uma paisagem em imagens), mas as etapas de sua construção (um protocolo). No que diz respeito às novas tecnologias, as imagens digitais, ou sintetizadas, oferecem então um espaço para uma realidade segunda, para uma construção afastada de toda preocupação com contigüidade e conivência, e que tem apenas uma relação longínqua com o que acabei de descrever como "paisagem contranatureza". A paisagem, com a imagem digital, não está mais



> *contra natureza*, isto é, em acordo contrastado com seu fundo, não se apóia mais na verdade natural que revela ao mesmo tempo em que a oculta, dada contra, em troca de, equivalente a... É uma pura construção, uma realidade inteira, sem divisão, sem dupla face, exatamente aquilo que ela é: um cálculo mental cujo resultado em imagem pode – mais isso não é obrigatório – assemelhar-se a uma das paisagens representadas existentes. Basta estabelecer as leis para tanto (CAUQUELIN, 2007, p. 180-1).

Ainda para ela,

> Desse modo, não se vai mais da superfície (a aparência dos fenômenos) para o fundo (a essência "sentimental" da paisagem), mas da estrutura física, concebida de acordo com as leis que são dadas, para a aparência que ela induz. De todo modo, a simulação por computador poderia se dispensar de produzir uma imagem... a paisagem ficaria na memória sob sua forma matemática e estaria disponível para o caso de alguém querer ativá-la, mais invisível enquanto não fosse solicitada (CAUQUELIN, 2007, p. 182-3).

Com essas últimas observações, façamos nossas considerações.

Considerações

Tentamos, neste artigo, expor uma problematização iniciada anteriormente por nós no âmbito da nossa pesquisa de mestrado (FERREIRA, 2014), a qual possuía foco na experiência de cidade em jogos. Na nossa ideia, haveria uma relação entre as artes as *artes miméticas* na Grécia Antiga, a *pintura de paisagem* do Renascimento e na Contemporaneidade, em *jogos eletrônicos*. Para firmar tal argumentação, utilizamos como referências principais Cauquelin (2005; 2007), Manovich (2001), Murray (2003), Nunes (2008) e Santos (2002).

No decorrer do texto, apresentamos brevemente a busca por uma *explicação numérica das coisas do mundo* no período grego clássico, especialmente na figura de Pitágoras, e como Sócrates, Platão e Aristóteles viam as artes e a questão da *beleza*, esta atrelada a uma idealização das coisas e nos procedimentos de feitura a partir de proporções matemáticas.

Além, como o Renascimento (de tal cultura) estaria relacionado a uma "metrificação" do *espaço* e do tempo, reforçando um funcionamento do universo enquanto máquina de cálculos

precisos, sendo o parâmetro da "boa" arte a alusão a isso através do uso de regras e cânones estabelecidos, mais do que a mera cópia de aparências.

Hoje, não só por serem tecnologias que lidam com um tipo de imagem proposta nesses períodos anteriores, alguns *games*, seja os que organizam a realidade numa lógica espacial de coerência cartográfica, seja ainda os que tentam funcionar de maneira "coerente", inspiram-se na nossa compreensão do funcionamento do mundo etc. Alguns deles tentariam mesmo focar na semelhança enquanto herdeiros das *imagens* de tais períodos focando em gráficos, num fotorrealismo, ao mesmo tempo em que se diferenciam ao investir em *comportamentos dinâmicos*, aprofundando as possibilidades interativas, e na *emergência*, noção de que a realidade não seria completamente previsível. Assim, além de "observar", podemos "mexer" nessas criações.

No fim, entendemos que mais do que cópias do mundo, tanto as artes miméticas na Grécia Antiga, quanto as pinturas de paisagem no Renascimento e certos jogos eletrônicos na Contemporaneidade Informática, mais do que tentar copiar a aparência do mundo, simulam o funcionamento deste. Isso através de uma série de operações que fazem surgir, como resultado, as imagens em questão. A diferença, a de que no primeiro caso a beleza de ordem matemática seria auferível no objeto isoladamente, enquanto na subsequente estaria também relação entre objetos. Nos *games*, tais fatores se somariam ao efetivo funcionamento deles.

Bibliografia

CAUQUELIN, Anne. **A invenção da paisagem**. São Paulo : Martins Fontes. 2007

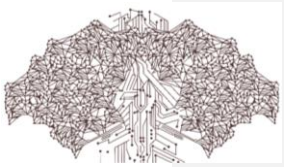
CAUQUELIN, Anne**. Teorias da Arte**. São Paulo : Martins Fontes. 2005

CLAVAL, Paul. **A Paisagem dos Geógrafos**. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). Paisagem, Texto e Identidade. Rio de Janeiro : EDUERJ, 2004. p. 13-74.

FERREIRA, Leonardo. **A experiência do espaço em jogos eletrônicos: cidades em Skyrim, Sleeping Dogs e Aion**. Dissertação de Mestrado. 2014. < https://goo.gl/92tJVs >. Último acesso em 27 de jan. 2018;

LEITE, Maria Angela Faggin Pereira. **Destruição ou Desconstrução?** São Paulo : Editora HUCITEC/FAPESP, 1994.

LEITE, Maria Angela Faggin Pereira. **Natureza e cultura: Paisagem, objeto e imagens. Paisagem e Ambiente – Ensaios**. São Paulo. n. 18. 2004, p. 59-70



MANOVICH, Lev**. The Language of New Media**. [2001]

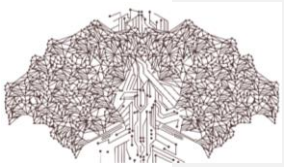
MERLEAU-PONTY, Maurice. **Conversas – 1948**. São Paulo. : Martins Fontes, 2004. p.8-53

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

NUNES, Benedito. **Introdução à Filosofia da Arte**. São Paulo : Ática. 2008

SANTOS, Douglas. **A reinvenção do espaço: diálogos em torno da construção do significado de uma categoria**. São Paulo : Editora UNESP. 2002

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



BREVES E REPETIDOSMOVIMENTOS DO PRAZER: UMA ANÁLISE DE GIFS PORNOGRÁFICOS[1]

Renato Resende Vasconcellos[2]; Ariane Holzbach[3]

Resumo

As imagens em movimento que circulam na rede se caracterizam cada vez mais por sua brevidade, o mesmo efeito é percebido na pornografia produzida e distribuída na internet. Entretanto, qual seria o grau máximo de brevidade de uma imagem pornográfica em movimento e de que forma ela existe dentro da rede? Para responder estas perguntas, analisamos os GIFs pornográficos existentes na rede social *Tumblr*. Esta proposta se justifica por evidenciar dois temas caros à compreensão do contemporâneo: os conteúdos pornográficos disseminados em rede e o papel social dos GIFs. O trabalho realiza uma breve revisão do consumo da pornografia imagética em movimento e um estudo qualitativo com os *Tumblrs* mais populares de conteúdos pornográficos. O resultado geral aponta que o formato GIF para pornografia transgride várias características que o tornaram popular nas redes sociais.

Palavras-chave: GIF, *Tumblr*, Pornografia, Rede social.

Introdução

Em pouco mais de 25 anos, a internet se tornou um heterogêneo espaço de circulação e armazenamento de informação de todas as ordens. Há um elemento em especial, nesse contexto, que pode ser encontrado em incontáveis espaços na rede, movimenta um bilionário mercado e reúne um sem-número de consumidores: os conteúdos pornográficos.

Em uma observação preliminar, esses conteúdos disseminam-se na rede sobretudo por meio de imagens e vídeos que tematizam a pornografia em diferentes formatos. Entre os variados formatos imagéticos que espraiam esse tipo de conteúdo, começa a despontar um formato nativo digital para consumo dos usuários, o *graphic interchange format* ou GIF. Trata-se de um produto midiático condizente com um contexto sociocultural no qual o consumo de informação é fragmentado, as conexões móveis são financeiramente dispendiosas e, ainda, tecnicamente lentas. Ademais, até o momento não há proteção de *copyright* sobre as imagens produzidas que resultam

1Artigo apresentado ao **Eixo Temático 6:** Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede; do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2Mestrando no programa de pós-graduação em comunicação da Universidade Federal Fluminense. E-mail: renatopgcom@gmail.com

3Professora de Estudos de Mídia e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFF. Doutora em comunicação pela UFF com pós-doutorado em História pela UERJ. E-mail: arianeh@id.uff.br

nos GIFs. Com isso, eles problematizam uma série de questões em torno da cultura pornográfica que se desenvolve atualmente considerando a sua potencial capacidade de transmitir informação em arquivos extremamente pequenos e de se inserirem em praticamente todos os espaços compartilháveis da internet. Os GIFs podem ser visualizados e compartilhados de uma maneira altamente simplificada, o que faz dele um poderoso mediador contemporâneo de informação.

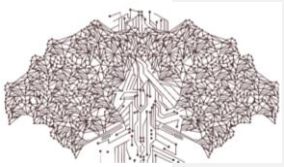
Tendo essas questões em vista, este trabalho se propõe a compreender alguns usos e apropriações dos GIFs pornográficos em redes sociais. Nossas questões norteadoras são: Quais foram as principais etapas de transformação do formato imagético da pornografia? De que forma os GIFs trazem para rede a pornografia? Que características estéticas eles apresentam? Eles ressignificam de que forma a pornografia com mais tempo de duração? Para responder a tais questões, o presente trabalho está estruturado da seguinte forma: uma breve revisão dos GIFs na contemporaneidade, uma trajetória do consumo pornográfico ao longo da história e análise de conteúdo de três *Tumblrs* de conteúdo pornográfico: *Hotporngifs4all*[4], SFM *Porn*[5] e *We like porn gifs*[6].

A era das breves repetições no ambiente digital

O GIF questiona convenções e práticas vinculadas ao audiovisual na cultura digital. Nesse sentido, embora muitas vezes seja percebido como imagem em movimento e apropriado a partir de um material audiovisual, o GIF não necessariamente representa este formato. Falta-lhe, para tal, elementos sonoros. Sua definição aparece mais conectada com aspectos vinculados à sua temporalidade; os GIFs duram em média poucos segundos, o que faz de sua expectatorialidade algo efêmero, considerado "banal", conquanto apresente uma série de complexidades relacionadas, especialmente, ao seu prático e rápido potencial de espraiamento e à sua repetição (feita em *loop*). Suas propriedades polissêmicas e moldáveis (MILTNER & HIGHFIELD, 2017) somadas à facilidade de manuseio e não serem detidos por esforços antipirataria têm servido a diversos propósitos, tais como conversações em rede, permitir formas de auto-expressão mais complexas entre usuários, disseminar ideias de forma compacta e enfatizar momentos televisivos e/ou cinematográficos.

O GIF apareceu em 1987 como uma proposta inovadora e adequada àquele tempo, quando a internet ainda estava em estágio incipiente de desenvolvimento e não possuía capacidade

[4]https://hotporngifs4all.*Tumblr*.com/ Acessado em novembro de 2017.
[5]https://aviass.*Tumblr*.com/ Acessado em novembro de 2017.
6http://we-like-porn-gifs.*Tumblr*.com/ Acessado em novembro de 2017.



para envio de arquivos de alta densidade. Rememorando o período, as conexões apresentavam máximas de 300 bytes por segundo. Enviar um arquivo com 1000 bytes, ou seja, um megabyte, poderia demorar muito tempo, portanto a compressão de dados era um imperativo e sobrepujava em parte a qualidade da imagem. Na média, cada GIF possuía dezenas de kilobytes, o que atendia à internet daquela ocasião e não possuía as características que apresenta atualmente, como o *loop*, conter vários quadros (frames) e advir de recortes de filmes. Ainda, naquele período, a visualização e a edição de produtos imagéticos digitais eram pouco acessíveis para boa parte da população mundial (EPPINK, 2014). No começo dos anos 2000, o GIF começou a adquirir certa notoriedade na rede, ainda que sua função fosse muitas vezes decorativa e para compor *banners* de propaganda comerciais em sites.

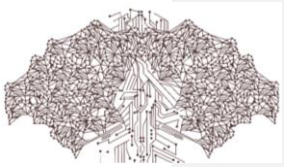
O grande "salto" para o formato aconteceu ao ser acolhido em 2007 pela plataforma de microblogging *Tumblr*[7], que passou a hospedar GIFs com maior tamanho. Aliado a isso, houve a popularização das ferramentas de edição e criação de imagem para usuários domésticos, o que fez com que o GIF se tornasse um formato de interesse para o usuário (AMARAL, 2016). O Tumblr caracteriza-se especialmente por abrigar verdadeiras cachoeiras abertas[8]de imagens dentro de suas páginas, o que pode compor um fluxo imagético. É importante destacar a possibilidade de realizar a republicação de postagens por outros usuários para seus seguidores e deixar em sua própria página, similar ao *Twitter* quando se opta em fazer um *retweet*, só que neste blog a linha do tempo é preenchida com imagens.

Mesmo com algumas limitações técnicas, o *Tumblr* é a "morada" dos GIFs. De acordo com Amaral (2016), com a internet dominada pelo *Facebook* e *Twitter* e sua política anti-GIFs até 2015, acabaram por incentivar que os usuários mais criativos se concentrassem nesta plataforma. Apesar da diversidade de conteúdos audiovisuais convertidos em GIF no *Tumblr*, já existem estudos que demonstram que a pornografia detém popularidade na busca dos usuários mesmo que haja barreiras para impedir a localização desse conteúdo (COLETTO et. al 2016).

Uma das principais características que distinguem o GIF dos demais formatos é sua repetição quase hipnótica, o que no discurso acadêmico normalmente é compreendido como o *loop* (ASH, 2015; EPPINK, 2014; NADAL, 2014), sendo este termo uma referência da

[7]O Tumblr é uma plataforma de blogging e rede social que permite a publicação de texto, fotos, vídeo, links, diálogo, citações e áudio e vídeo e contribuiu decisivamente para o ressurgimento do uso do GIF a partir de 2007 (AMARAL, 2016; ASH, 2015) muitos usuários o utilizam para realizar uma curadoria de imagens com os mais diversos temas.

[8]Pois não é necessário login na maior parte das vezes para acessar os conteúdos.



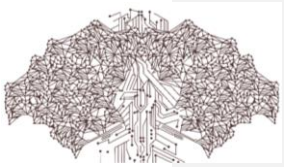
computação ao qual algo retorna ao seu início infinitamente até que um usuário interaja para que interrompa a sequência. Somada a outra característica, a brevidade, o GIF se tornou um produto "micro informacional" cujas as imagens em movimento perpétuo muitas vezes causam a sensação de infinitude ao observador. Estas características, que algumas vezes são apresentadas como limitações, se tornam na verdade a força enunciativa do formato.

Do cinema ao GIF - uma revisão da indústria do consumo de prazer imagético e transições do formato

O sexo possui representações imagéticas há milhares de anos, entretanto, o que é compreendido como pornografia foi reconhecido por historiadores a partir do século XV por envolver quebras de tabus sociais e com explícita intenção à excitação (PINSKER, 2016). Apesar de ser relevada a planos menos socialmente visíveis, é incontestável a força da pornografia atual não só do ponto de vista econômico, sendo uma indústria multibilionária, mas como o seu poderoso papel social, cujas características já foram analisadas dentro da psicologia, sociologia, antropologia e cinema, entre outras esferas do conhecimento. Com reconhecida comodificação há mais de 30 anos (KOPYTOFF, 1986 APUD WALKER,2016), a pornografia ainda é um campo relativamente pouco explorado pela Ciência. Entre as respostas para compreensão desse fenômeno, Coletto et. al. 2016 oferecem uma justificativa que ressoa com outros estudos; de acordo com os autores, os usuários de pornografia se escondem por perceberem que "violam as normas sociais ou padrões morais que são compartilhados pela maioria da sociedade" (COLETTO et. al. 2016 p.1; HAWKINS, 2017). Além disso, há na Ciência um receio generalizado sobre o real peso deste campo (PINSKER, 2016; WALKER, 2016).

De outro lado, é premente a necessidade de compreensão dos circuitos comunicativos que emergem a partir dos conteúdos pornográficos disseminados na rede. De uma perspectiva conceitual, Kipnis (1996) compreende a pornografia como uma forma de expressão cultural transgressora e um reflexo de desejos que estão circulando naquele momento. Seu papel social vincula-se às negociações entre o público e o privado e às implicações sociais e políticas que decorrem dessa transação e que prescrevem o que pode ser rotulado como prazer ou como obsceno (HUNT, KENDRICK, WAUGH apud LILIE, 2002, p.29).

Para compreender melhor o consumo da pornografia com imagens em movimento, nos centramos nos formatos midiáticos que a acomodaram ao longo dos anos. Para tornar possível tal leitura, optamos por uma concisa abordagem orientada para a formação da indústria pornográfica a partir de argumentos de Eric Schaeffer (2004), Frank Melendez (2004), Joseph Slade (1977),



Linda Willians (1989) e Tim Dirks (2006) que remetem aos primeiros momentos da pornografia em movimento nos Estados Unidos, Inglaterra e França. Com este rol de autores, torna-se possível desenhar um cenário que vislumbra pontos de contato entre a "visualidade, sexualidade, mercadoria e tecnologia" (MENDELEZ, 2004, p. 402).

A pornografia em movimento teve início com o cinema, mas assim como a fotografia e outros meios que atualmente se encontram disponíveis ao toque dos dedos, os custos de produção e circulação eram extremamente dispendiosos. Os primeiros filmes surgiram em 1884, criados por Eadweard Muybridge, mas apresentavam pouco intento erótico e eram utilizadas prioritariamente para estudar o movimento do corpo e a retratação de algumas cenas do cotidiano[9]. O mais antigo filme pornô "*hardcore"*, que apresenta cenas eróticas mais explícitas e cuja existência não foi suprimida da história por órgãos censores é de 1908 e se chama *La Bonne Auberge* (O bom albergue) no qual há uma cena de sexo a três (DIRK, 2016). Os demais filmes foram destruídos em buscas policiais em bordéis e outros locais compreendidos como ilegais no período[10].

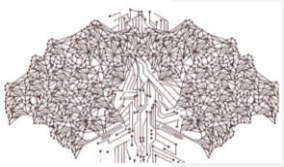
A pornografia começou a ganhar espaço no mercado cinematográfico estadunidense com os filmes "*softcore"*[11]no começo dos anos de 1960. As cenas possuíam estética e personagens femininas semelhantes às da revista *Playboy* (TURAN & ZITO, apud SCHAEFFER, 2004); os filmes apresentavam uma narrativa longa com presença de nu frontal feminino e poucas vezes masculino. Muitas vezes as próprias narrativas giravam em torno da sexualidade, como filmes sobre insatisfação sexual, além de ter no sexo uma espécie de recompensa, como o meio usado para conseguir e ou manter o emprego. Há também os *beaver movies*[12], que são filmes curtos, focados na nudez e genitais femininos e com mulheres atuando com uma linguagem corporal mais provocante, mordendo os lábios e inclinando a pélvis, por exemplo. O estilo de gravação próximo ao de documentários e aos filmes amadores fazia transparecer uma "intimidade e espontaneidade" que praticamente resultava em uma "cena sexual sem roteiros" (JOHNSON, apud SCHAEFER,

[9] A peça "*Après le bal*" foi produzida George Melies em 1897 e mostrava uma mulher despindo-se para entrar no banho.

[10] Os parâmetros que definem o que é pornográfico é extremamente contextual e se vincula a complexas normais sociais então vigentes. No início do século XX, por exemplo, a cena (real ou artística) de uma mulher que mostrasse parte das pernas ou ombro já era enquadrada como erótica e, portanto, desviante.

11 Nos filmes *softcore*, considerados mais leves que os *hardcore*, não aparecem genitais e apresenta apenas cenas simuladas, não há *penetração* de fato.

[12] Beaver em uma tradução literal quer dizer esquilo, mas era um código ou eufemismo para se referir à vagina. (SCHAEFER, 2004)



2004:376). Esses filmes possuíam uma duração média entre 10 a 23 minutos com uma série de cenas e ambientações diferentes e se tornaram extremamente populares. Também há outra vertente de filmes realizados entre 1969 e 1970, os "como se faz", que são filmes instrucionais para o casamento, aos quais estão protegidos pelo respeito científico apesar de mostrarem cenas de posições sexuais.

Os filmes *hardcore* ainda são produzidos e distribuídos de forma clandestina, sendo normalmente chamados de *Stag film* (SLADE, 1977; WILLIANS, 1989) com duração máxima de 12 minutos e sem diálogos.

Outros fatores também importantes para a popularização da pornografia no período foram: o barateamento dos custos de filmagem amadora com a entrada dos formatos de 16mm e 8mm (o cinema não pornográfico privilegiava o formato de 35mm); o empenho dos produtores, que muitas vezes eram estudantes de cinema que produziam estes filmes como fonte extra de rendimentos e para ampliar suas habilidades técnicas; a transição dos locais de exibição, que antes eram porões e locais clandestinos para espaços maiores e populares ou cabines individuais que mostram filmes em *loop*, cujos ingressos, inclusive, custavam o dobro do cinema regular (SCHAEFFER, 2004); e o afrouxamento e negociação com organizações censoras. Muitos donos dos locais de exibição acabaram se tornando também produtores dos filmes devido à rentabilidade, fato que atraiu os proprietários dos cinemas de 35 mm que começaram a instalar adaptações para rodar o 16 mm por este ter se tornado o padrão para filmes pornográficos. Também nesse período surgiram as cabines compactas em lojas de *sex-shops* que exibiam filmes em *loops* de 3 a 4 minutos.

Slade (1977) lembra que no final de 1960 os filmes *softcore* começaram a entrar em declínio pois o mercado buscava maior intensidade. Sobre esse período, Schaefer (2004) aponta que a transição para filmes *hardcore* ocorreu ainda na produção das películas de 16mm. Em relação à linguagem, os ângulos da câmera começaram a priorizar a penetração, incluindo *close-ups* nos genitais e em cenas de sexo genital, oral e anal. Os anseios do mercado são finalmente atendidos com o lançamento dos filmes de longa-metragem com cenas pornográficas como "Mona" (*Mona the Virgin Nymph*", 1970) e "Garganta Profunda" (*Deep throath*, 1972*), Flesh Gordon* (1976). Em 1973, a Suprema Corte estadunidense decidiu conceder às cidades autonomia para legislarem sobre a pornografia (SLADE, 1977). Houve, também, um afrouxamento censor generalizado devido ao contexto de liberdade sexual que contribuiu para a proliferação de filmes *hardcore*, os quais eram em geral longas-metragens com histórias permeadas por falhas de continuidade, atuações percebidas como sendo de pouco profissionalismo e cenários de baixo

custo. Esse conjunto de elementos permitiu a consolidação e o espraiamento dos filmes pornôs, além de instituir convenções que, por fim, se tornaram definidores do gênero (WILLIANS, 2004).

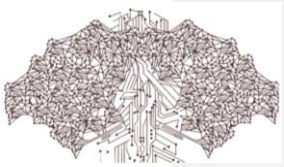
A estrutura de consumo da pornografia passou por mudanças na década de 1980 com a popularização dos vídeos em fitas cassetes VHS (*video home system*) e o gravador de videocassete (*videocassette recoder*, ou VCR), que foi usado para reciclar conteúdos de formatos anteriores. Todavia, o vídeo se tornou atrativo por envolver custos menores de produção e maior capacidade de distribuição (MELENDEZ, 2004), além de ser impulsionado pela então nascente pirataria. A nova indústria começou a crescer, sendo formada por uma mescla entre pessoas sem experiência, que começaram a produzir pornografia caseira com fins comerciais ou não, e experientes diretores e produtores do gênero no cinema. Em 1987 a pornografia *hardcore* se tornou legalizada nos Estados Unidos.

O formato vídeo possibilitou maiores capacidades de edição, produzindo novos ritmos narrativos e modos de ver que ampliaram a liberdade de criação e, segundo Mendelez (2004, p. 419), uma atenção muito maior em capturar e transmitir uma "experiência sexual através da exposição de corpos". Willians (1989), ao analisar vídeos em VHS pornográficos, aponta que a miríade de opções representativas sexuais que naquele período poderiam ser facilmente acessadas e consumidas aponta para um "frenesi do visível" que não é para ser interpretado como um excesso ou aberração, mas um subproduto em função da multiplicidade dos discursos em torno da sexualidade. A ruptura provocada neste período é a migração do consumo de pornografia dos cinemas e espaços coletivos para dentro das casas, tornando-a uma mercadoria *mainstream*, doméstica e individualizada. Ressalta-se também que esse foi o primeiro período em que o consumidor médio pôde produzir seu próprio conteúdo sem ter um grande domínio de operação de aparatos tecnológicos.

Nos anos de 1990 houve o aparecimento do divisor de águas do consumo do entretenimento visual e sonoro: o formato digital[13]. O formato DVD apresentou uma exponencial melhora tanto no áudio quanto na imagem e um conteúdo que permitiu interação através da seleção de cenas e acesso a outros conteúdos, tais como comentários e cenas extras.

Para complementar o percurso da pornografia nas mídias, importa destacar outros espaços onde os filmes pornográficos circularam, em especial a TV aberta, incluindo o Brasil na década de 1990 nos canais Manchete e Bandeirantes à noite nos finais de semana, com filmes *softcore*. Na TV digital paga, surgem os canais exclusivos de pornografia *hardcore* como *TV Playboy*, *Private* e *Sexy Hot*. Mais do que uma mudança na programação televisiva, esse fenômeno

[13]Neste trabalho consideramos especificamente o *digital video disc* (DVD) e a popularização da internet.



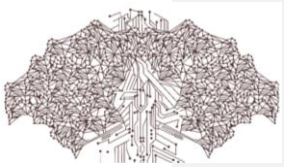
evidencia a consolidação da cultura pornô audiovisual para além do consumo doméstico secreto, que fora até então solidificado por décadas tendo em vista a cultura do vídeo.

Com a desmaterialização do formato através da tecnologia digital crescente nos anos 2000, a internet se tornou a central de distribuição através de sites (pagos ou não), servidores específicos e arquivos compartilhados em redes *peer-to-peer*. A internet pode ser percebida como uma espécie de Biblioteca de Alexandria em termos de conteúdo pornográfico, na qual o "frenesi do visível" adquiriu outras proporções nas quais "há grandes arquivos de pornografia, ilustrando quase qualquer possível representação, fetiche, tom de pele, tipo de corpo que pode ser facilmente acessada e consumida" (LILLIE, 2002, p. 33).

No final dos anos 2000, a necessidade de armazenamento de conteúdo nos computadores pessoais começou a se desfazer para o usuário. Sites como *Pornhub, xvideos, Youporn* emergem como as espinhas dorsais do consumo de pornografia via *streaming* e permitem acesso rápido e gratuito às mais diversificadas representações imagéticas que são percebidas como fontes de prazer sexual. Entretanto a gratuidade de conteúdo é relativa, pois muitos sites contêm anúncios que levam a conteúdos monetizados, a outros tipos de propaganda e repassam suas informações para outras corporações como Google, *Tumblr* e outros sites específicos de comerciais de pornografia, mesmo que a navegação seja configurada para modo secreto (MERCHANT, 2015; SIRI, 2013). Outro meio que se tornou canal de distribuição de pornografia são os grupos do *WhatsApp*, que distribuem livremente e com maior sigilo pornografia, tanto em vídeo quanto em formato GIF. A tela do *smartphone* se torna o ponto de acesso ao prazer imagético, o que concede mobilidade e quase onipresença ao espaço de consumo da pornografia.

No que concerne aos conteúdos pornográficos que se desenvolvem na internet, as representações que emanam deles atuam em espaços de uma cultura sexual com fronteiras difusas, que se confundem entre a pornografia vinculada à indústria formal do sexo e à produção caseira. Ao que é conteúdo orientado para hétero ou homossexuais e que esteja dentro de um contexto no qual hipoteticamente todas as fantasias podem ser realizadas (LILIE, 2002).

Com a internet, algumas consequências prejudicaram a monetização da indústria e provocaram o encolhimento do número de produtores: (1) reconfiguração da distribuição de conteúdo, que é feito por terceiros e os produtores têm pouco controle sobre o processo; (2) pirataria via *torrent* ou *streaming*; (3) o mercado e os canais de *streaming* começam a ser inundados com conteúdo amador, cujo circuito comunicativo não depende dos canais tradicionais de produção audiovisual. Com isso, a lucratividade da pornografia online passa em grande medida para donos dos portais de pornografia *streaming* que transitam entre divulgar conteúdo amador



ao qual não pagam e a permitir, mesmo que não oficialmente, pornografia pirateada (HAWKINS, 2017; SIRI, 2013).

A limitação da capacidade de rastrear os direitos de imagem em cima de conteúdo imagético é um dos fatores cruciais que favorece também a criação dos GIFs (UHLIN, 2014). Além disso, a simplicidade de acesso ao formato seja no *Tumblr* ou em outras redes sociais acaba por colocar o GIF em posição de vantagem em termos de acessibilidade. Distinto da pornografia oriunda de VHS, DVD e até de boa parte do *stream*, o GIF pornográfico é o formato no qual o consumidor se sobrepõe à indústria, pois ele é o responsável por realizar os procedimentos de edição e, principalmente, de circulação e curadoria das imagens. O usuário, ao criar seu perfil no *Tumblr* com GIFs feitos de outros materiais, aplica o que Certeau (1994) considera como uma tática do cotidiano[14] por realizar uma bricolagem dos materiais que mais lhe interessa e compartilhar na internet com outros usuários (JENKINS, 2006). Portanto, aqueles que mais produzem ou se esforçam por tornar seu material visível acabam moldando a estética da pornografia relativa a este formato, reiterando gostos e possibilidades eróticas na rede que até então eram restritas a pequenos nichos.

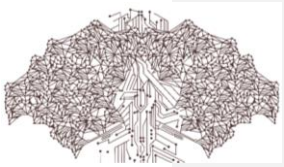
Keen (2016) classifica o GIF como um modo "ubíquo de disseminação de pornografia" (IBID, 2016:1). O mesmo pesquisador aponta que dentro do *Tumblr*, 11% dos endereços existentes são exclusivos para pornografia e, dentro desta mesma rede, 22% dos usuários o consomem intencionalmente e replicam. É reconhecida a existência de *fandons* clusterizados dentro destas redes tanto por esse quanto por outros autores (HESTER et. al., 2016), que discutem inclusive um *fandom* de pornografia direcionada ao público feminino.

As fontes dos breves e repetidos movimentos do prazer

Para trazer objetos que explicitem empiricamente nossa discussão teórica, optamos pelos seguintes procedimentos metodológicos para analisar *Tumblrs* de conteúdo pornográfico: (1) estar entre os primeiros resultados após uma busca no *Google* com os termos "GIF", "*porn*", "*Tumblr*" e (2) apresentar atualização mensal. Desta busca foram encontrados *Hotporngifs4all*[15], SFM *Porn*[16] e *We like porn gifs*[17]. A ideia é fazer uma análise de conteúdo geral nos preceitos de Bauer

[14]Para Certeau (1994) a tática de resistência é uma "arte do fraco" e do "não produtor" é daquele que não possui apoio institucional ou lugar perante a produção de determinado conteúdo, portanto apropria-se de determinado conteúdo utilizando sua capacidade inventiva.

[15]https://hotporngifs4all.*Tumblr*.com/ Acessado em novembro de 2017.
[16]https://aviass.*Tumblr*.com/ Acessado em novembro de 2017.
17http://we-like-porn-gifs.*Tumblr*.com/ Acessado em novembro de 2017.



e Gaskell (2015) direcionada para análise de conteúdo. Nós procuramos identificar alguns parâmetros tais como gênero, enquadramento fotográfico, se derivado de material audiovisual com pessoas reais ou derivados de animes e textos complementares. As amostras são referentes à observação e à coleta, realizadas entre setembro e novembro de 2017.

Antes de apresentarmos cada caso, faremos observações gerais que se fazem presentes tanto na amostra selecionada quanto em outros *Tumblrs* brevemente observados. Apesar de haver prevalência de conteúdo heterossexual direcionado para homens, existe uma notável pluralidade de *Tumblrs* pornográficos segmentados para mulheres heterossexuais seguido de outros que abarcam o LGBTQIA+[18]. Outra forma de organização nesses *Tumblrs* são as modalidades sexuais. Também buscamos por *Tumblrs* específicos com pessoas negras, mas foram raros os resultados encontrados; eles aparecem majoritariamente como uma subcategoria pelo menos nos quarenta primeiros resultados do *Google* no período observado.

A estética desses GIFs procura se adequar ao público almejado. Por exemplo, nos direcionados para mulheres heterossexuais as cenas não são centradas na figura da mulher, mas no homem e em suas expressões durante o sexo. Reid (2015) atesta que o sucesso do *Tumblr* para as mulheres consumirem é devido à facilidade de encontrar material por *hashtags*, utilizar textos mais elaborados para complementar a história e recortes que não ressaltem a mulher como objeto nem tampouco apresentem mulheres que não aparentam ser reais. No caso do Brasil, há uma produção modesta se comparada à estadunidense, e esta não figurou entre os resultados mais populares do *Google* no período observado.

A unicidade das cenas é uma característica marcante no que diz respeito à estética dos GIFs pornográficos. Com raras exceções, nota-se que são inseridas mais de uma cena ou enquadramento dentro do mesmo GIF. Além disso, o corte para *loop* é operado de forma que dificilmente o observador perceberá o momento de quebra e reinício da cena, fazendo com que o GIF pornográfico adquira uma estética praticamente ideal de repetição. Outro fato que distingue esse material dos demais, em especial nos GIFs utilizados nos diálogos em rede, é a pouca presença de polissemia. Em geral, o conteúdo não possui referências (sutis ou não) a outros assuntos e os usuários que os expõe aparentemente não têm como intenção promover leituras que descontextualizam o material, como se pode observar nas legendas e *hashtags* que verbalizam o que acontece na imagem ou usa palavras chave tais como “sexo”, “anal”, “oral” e afins.

[18] LGBTQIA+: é um termo expandido do LGBT, que inclui Queer, Intersexuais e Assexuados. O sinal de mais é para incluir outros possíveis grupos não mencionados.

Uma última observação são os recortes que contêm o ápice da performance sexual nos GIFs pornográficos. Neles, há uma tendência de atores e atrizes transmitirem convicção de estarem tendo prazer "real" na cena, o que corrobora o estudo de MCKee (2006) sobre a preferência da audiência por *performers* que demonstrem gostar do que realizam e que acabam por tornar a cena mais excitante para a audiência.

Caso 1: We like porn gifs

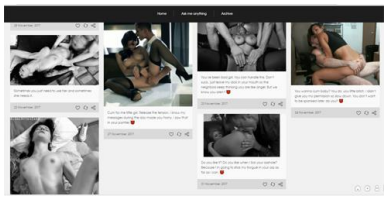


FIGURA 1 – Print do site *We love porn Gifs*. Fonte: http://we-like-porn-gifs.Tumblr.com/

Este Tumblr apresenta sexo heterossexual, explícito e ausência de diversidade de raça dos atores e atrizes. Analisando o histórico de postagens, percebe-se uma estética mais artística, muitas vezes preto e branco. Os enquadramentos são alternados entre mais abertos, que evidenciam ambos os atores, e centrados nos genitais com algumas cenas em *point of view*, que simula uma visão em primeira pessoa. Os conteúdos são oriundos de material profissional. Neste caso não há conteúdos com tags, somente micro-narrativas que complementam a imagem com a finalidade de torná-la mais excitante. É o *Tumblr* mais popular de todos, com 3044 postagens e pontuação máxima que ultrapassa os 27000 *notes* e mínima de 300 *notes*.

Algumas manifestações textuais foram, por exemplo, um close de masturbação com genitais "Um pouquinho de provocação nunca machucou ninguém"[19] e outro de sexo vaginal "Algumas vezes você precisa apenas usá-la e algumas vezes ela precisa disso"[20].

[19] Tradução nossa do original "Little bit of teasing never hurt anyone" Disponível em https://tmblr.co/Zfntlr2SUqe1F. Acesso em 11/11/2017

[20] Tradução nossa do original "Sometimes you just need to use her and sometimes she needs it." Disponível em https://tmblr.co/Zfntlr2SGOwc3. Acesso em 11/11/2017

Caso 2: Hotporngifs4all

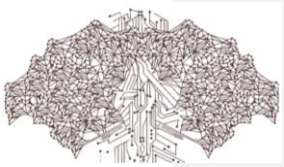
Neste segundo caso, as imagens evidenciam um conteúdo de sexo heterossexual, com pouca presença de pessoas negras e, quando há, trata-se apenas de performer masculino. O enquadramento fotográfico majoritariamente busca apreender o corpo como um todo. Percebe-se também que boa parte dos GIFs são oriundos de material audiovisual profissional pelas características físicas dos atores e atrizes, enquadramento e iluminações profissionais. As cenas são estilo *hardcore*, ou seja, explícita, normalmente de alto impacto corporal, com genitais visíveis e a modalidade é predominantemente vaginal. Todas as cenas são escritas exclusivamente com *hashtags*. São 1177 postagens ao todo e cada uma oscila em termos de *notes*, que seria o equivalente aos *likes* no Facebook, indo de 225 a mais de 11.000 para cada cena.

Caso 3: SFMPorn



FIGURA 2 – Print do site SFM *Porn*. Fonte: https://aviass.*Tumblr*.com/

O conteúdo aqui também é heterossexual. Diferentemente do primeiro caso, todavia, todos os personagens são fictícios e criados com computação gráfica, com uma estética anime, fantasiosa e algumas vezes fazendo referências diretas a personagens de jogos e seriados japoneses. O enquadramento é centrado na personagem feminina. As cenas são de sexo explícito, com predominância de sexo vaginal. Os textos apresentam descrições designando a autoria e algumas vezes detalham o processo criativo e as referências para elaborar os personagens. Este *Tumblr* particularmente se apresenta como um painel para expor trabalhos individuais de *filmmakers*, inclusive disponibilizando versões em vídeo em alta resolução e com áudio. São 2237 postagens, mas no geral são menos populares que o Hotporngifs4all, máxima próximo dos 7000 e mínima abaixo de 200 *notes*.



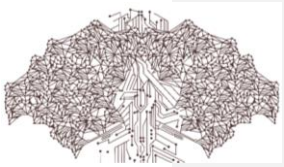
Considerações finais

Ao analisar a transição da pornografia nos formatos ao longo das décadas, conseguimos localizar fatores que contribuíram para sua popularização. Seu espraiamento aconteceu de forma concomitante ao crescimento da sua acessibilidade através das plataformas midiáticas e não se conectou necessariamente à melhoria técnica dessas plataformas. Atualmente, no contexto da cultura digital, a onipresença do *smartphone* principalmente nos espaços urbanos faz com que a pornografia seja acessada a qualquer hora e local. Por outro lado, os crescentes afrouxamentos legislativos também contribuíram para a massificação dos conteúdos pornográficos, culminando com a parca execução da legislação sobre o direito de imagem mesclado com o domínio técnico do usuário, o que vem reconfigurando esse mercado.

Os GIFs, nesse contexto, ascendem como aparatos midiáticos atraentes para veicular pornografia. As características dos GIFs pornográficos são diferentes dos demais GIFs que circulam na rede. A mais evidente é pouca presença de polissemia, tornando-o um produto consumido quase exclusivamente pela imagem que apresenta e não pelas possíveis camadas de significação que dariam margem a outros usuários de realizarem inferências variadas. Esteticamente, todo material observado evidenciou um forte desejo de ressaltar, através do GIF, determinada performance sexual, muitas vezes no ápice, e repeti-la infinitamente. Esse efeito é acentuado pelo rigor do intervalo de corte selecionado, o que pode tornar a imagem genuinamente hipnotizante, como atestam alguns pesquisadores que estudam o GIF.

Outra observação é que mesmo que muitos dos materiais presentes nos *Tumblrs* venham de uma reduzida fonte de produtores, somente 0,1% (COLLETO et. al 2016), os usuários que montam suas páginas conseguem realizar bricolagens que deixem seus perfis com uma identidade uniforme, expressando de forma contundente seus gostos. Alguns *Tumblrs* apresentam singularidades, tais como explicação detalhada das fontes originais da imagem e apresentam textos para elaborar uma micronarrativa. Mesmo sendo poucas fontes de produção, percebe-se a exacerbação do "frenesi do visível" apontado por Willians (1989) no qual é o consumidor a força motriz deste processo através do ato de circular as imagens em seus perfis no *Tumblr*.

Concordamos com a visão de Coletto et. al (2016) e McKee (2006) ao qual usuários não são párias sociais e vivem em isolamento, e sim membros participantes de uma "sociedade global" ao qual seus gostos são amplamente expostos devido às tecnologias de comunicação, fato semelhante ao que ocorre com usuários que utilizam GIFs não pornográficos como meio de auto-expressão. Mesmo que de forma incipiente, a pornografia contida em um GIF pode lançar mais luzes na compreensão sobre o prazer erótico proporcionado por imagens na internet.



Referências bibliográficas

AMARAL, L. L. As apropriações do GIF animado: aspectosculturais, expressivos e afetivos dos usos de umatecnologia defasada. 279 f. Dissertação, **Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre. 2016

ASH, James. Sensation, Networks and the GIF: toward an allotropic account of affect. In: HILLS, K.; PAASONEN, S.; PETIT, M. **Networked Affect**. Massachusetts: MIT Press, 2015

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Vozes, 2015

BRUNS Alex. **Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage.** Peter Lang, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: vol. 1 Artes de fazer.** Petrópolis: Vozes, 1994.

COLETTO, M., AIELLO, L. M., LUCCHESE, C., SILVESTRI, F. "On the Behaviour of Deviant Communities in Online Social Networks." Proceedings of the 10th International AAAI Conference on Web and Social Media. **ICWSM 2016**, Colônia, Alemanha.

DIRKS, Tim. "The History of Sex in Cinema." **FILMSITE**. Disponível em <http://www.filmsite.org/sexinfilms-index.html> Acesso em 10/12/2017

EPPINK, Jasin. A brief history of the GIF (sofar). **Journalof Visual Culture**. v.13. 2014.

HAWKINS, Alex. Who´s watching you when you´re watching porn? **Huffington Post,** 31 jan. 2017. Disponível em: <https://www.huffingtonpost.com/entry/whos-watching-you-when-youre-watching-porn_us_58903804e4b02c397c178bc5>. Acesso 12/12/2017.

HESTER, Helen, JONOES, Bethan & TAYLOR, Sarah. Giffing a fuck: non-narrative pleasures in participatory porn cultures and female fandom, **Porn Studies**, v. 2, n.4, 2015.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: Where old and new media collide**. NYU press, 2006.

Keen T. Fleshy motions, temporal sinks: affect and animated gifs. Porn Studies, v.3, n.3, 2016.

KIPNIS, Laura. **Bound and Gagged: Pornography and the Power of Fantasy in America**. New York: Grove Press. 1996

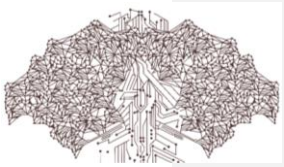
LILLIE, Jonathan James McCreadie. "Sexuality and cyberporn: Towards a new agenda for research." **Sexuality and Culture**, v.6, n. 2, 2002.

LILLIE, Jonathan James McCreadie. Sexuality and cyberporn: Towards a new agenda for research. **Sexuality and Culture**. v.6, n.2, 2002.

MCKEE, Alan. The aesthetics of pornography: The insights of consumers. **Continuum**. v.20, n.4. 2006.

MELENDEZ, Franklin. 'Video Pornography, Visual Pleasure, and the Return of the Sublime.' In **Porn Studies**, Durham, NC: Duke University Press. 2004.

MERCHANT, Brian. Your Porn is Watching You. **Vice**, 6 abr. 2015. Disponível em: <https://motherboard.vice.com/en_us/article/539485/your-porn-is-watching-you>. Acesso em 12/12/2017.



MILTNER, Kate M.; HIGHFIELD, Tim. Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF. **Social Media& Society**, v.3, n.3, 2017.

NADAL, João Henrique Duarte. **A cultura do GIF: Reconfigurações de imagens técnicas a partir dos usos e apropriações de narrativas cíclicas**. 2014. 185 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2014.

PINSKER, Jose. 'The Hidden Economics of Porn: A gender-studies professor explains how the industry works. **The Atlantic**,2016. Disponível em <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/04/pornography-industry-economics-tarrant/476580/Acesso em 11/11/2017> Acesso em 11/11/2017

REID, Rebecca. Why women are turning to Tumblr for their secret porn fix. **The Telegraph**. 2015. Disponível em <http://www.telegraph.co.uk/women/sex/11800746/Tumblr-Gif-porn-Young-women-are-loving-it-heres-why.html>. Acesso em 11/11/17

SCHAEFER E. Gauging a Revolution: 16 mm Film and the Rise of the Pornographic Feature. **Porn Studies**. **Porn Studies**, Durham, NC: Duke University Press. 2004.

SIRI. How do "tube" porn sites make enough money to cover servers and bandwidth. **QUORA**, 2013**.** Disponível em: <https://www.quora.com/How-do-"tube"-porn-sites-make-enough-money-to-cover-servers-and-bandwidth>. Acesso em 12/12/2017.

SLADE, Joseph W. The Porn Market and Porn Formulas, **Journal of Popular Film**, v.6, n.2, 1977.

UHLIN, Freg. Playing in the GIF(t) Economy. **Games and Culture**. v. 6, n, 2014.

WALKER, Andrea; MAKIN, David A.; MORCZEK, Amber L. Finding Lolita: A Comparative Analysis of Interest in Youth-Oriented Pornography. **Sexuality & Culture**, v. 20, n.3, 2016.

WILLIANS, Linda. **Hard Core: Power, Pleasure, and the Frenzy of the Visible**. Berkeley: University of California Press. 1989

_____, Linda, Porn studies. Duke University Press, 2004.

CIBERCULTURA E APRENDIZAGEM EM REDES: ESTUDO DE CASO DE UMA FORMAÇÃO CONTINUADA DE PROFESSORES EM SERVIÇO1

Valter Pedro Batista2**; Lucila Pesce**[3]

Resumo

No presente artigo apresentamos resultados de pesquisa desenvolvida em nível de mestrado em educação[4]. Trata-se de um estudo de caso educacional, em que, numa abordagem qualitativa, tomou-se por objetivo investigar em que medida o curso "Cibercultura e prática docente" contribuiu para o empoderamento dos professores de uma escola da rede estadual de São Paulo, como autores da sua prática docente. O estudo busca compreender as repercussões dos processos de formação docente, no *lócus* de sua ação pedagógica profissional, inserindo-se no contexto atual de ampla discussão acerca do trabalho docente, das exigências educacionais, sociais e políticas postas sobre ele e que remetem, necessariamente, a uma qualificação cada vez maior para a constituição do exercício da docência. Os achados da pesquisa confirmam a suposição de que o curso contribuiu para o empoderamento freireano dos professores pesquisados, mediante aprimoramento da formação continuada em serviço *in loco*, em que tais professores se situem como autores de sua prática docente.

Palavras-chave: Cibercultura, Aprendizagem em redes, Educação, Formação de Professores, Formação Continuada de Professores em Serviço.

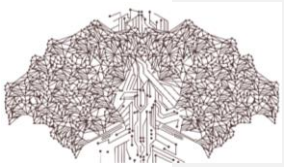
Introdução

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisador e professor da Faculdade Sumaré e da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo. Mestre em Educação (UNIFESP), membro do Grupo de Pesquisa LEC (Linguagem, Educação e Cibercultura) - UNIFESP. E-mail: valterpbatista@gmail.com

3 Pesquisadora e professora da UNIFESP. Professora credenciada no PPGE da Unifesp. Doutora e Mestre em Educação: Currículo (PUC/SP), com pós-doutorado em Filosofia e História da Educação (UNICAMP). Líder do Grupo de Pesquisa LEC (Linguagem, Educação e Cibercultura) - UNIFESP. E-mail: lucilapesce@gmail.com

4 O teor do presente trabalho foi apresentado na 38ª Reunião da ANPEd, no GT 16 (Educação e Comunicação), na UFMA, 2017.



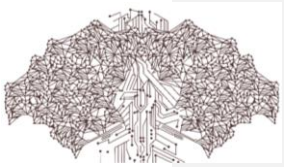
Esse trabalho apresenta os resultados de uma pesquisa em educação desenvolvida em nível de Mestrado Acadêmico em Educação, na Universidade Federal de São Paulo, *campus* Guarulhos, São Paulo. A pesquisa contemplou a investigação acerca das contribuições e dos desafios de um curso de formação continuada em serviço, realizado nas aulas de trabalho pedagógico coletivo (ATPC), em uma escola pública da rede estadual paulista, voltado ao empoderamento freireano desses professores, como autores da sua prática docente, no contexto da Cibercultura.

A pesquisa[5] em tela remonta à paisagem que se desenhava, desde 2011, em uma escola pública da rede estadual paulista, onde os muitos alunos conectados aos seus celulares pareciam não se vincular ao espaço escolar e com as ações ali desenvolvidas. Para lidar com tal situação desenvolveu-se o Projeto EVA (Espaço Virtual de Aprendizagem). Na sua implantação houve resistência, por parte de alguns docentes, e estratégias para a superação foram implementadas. Já, de saída, percebeu-se que a formação dos docentes deveria ser intensificada, ali mesmo, *in loco*, justificando aí tal ação e o propósito dessa pesquisa.

Como ponto de partida, a busca de dados junto ao Banco de Teses – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Periódicos, Domínio Público, Artigos SCIELO - *Scientific Electronic Library Online* - (Biblioteca Eletrônica Cientifica Online), Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPED) (GT 08 – Formação de Professores, GT 16 – Educação e Comunicação) fortaleceu a revisão da literatura.

Não obstante a ideia de que a formação de professores seja tema recorrente nas pesquisas na área da educação, nosso marco teórico ergue-se numa rede que tangencia os seguintes campos conceituais: políticas educacionais e formação de professores no Brasil; educação e cibercultura; formação de professores (destacando a formação continuada em serviço *in loco*); empoderamento freireano.

[5] Dissertação de Mestrado em Educação intitulada "Cibercultura e educação escolar: estudo de caso de um curso de formação continuada em serviço na aula de trabalho pedagógico coletivo (ATPC) de uma escola da rede estadual de São Paulo", de autoria de Valter Pedro Batista (Programa de Pós-Graduação em Educação - UNIFESP, 2016).



Assim, nos colocamos na mesma direção, pois estamos em um processo de construção teórica, no confronto com ideias plurais.

> Como a experiência comum não é construída, não poderá ser, achamos nós, efetivamente verificada. Ela permanece um fato. Não pode criar uma lei. Para confirmar cientificamente a verdade, é preciso confrontá-la com vários e diferentes pontos de vista. Pensar uma experiência é, assim, mostrar a coerência de um pluralismo inicial. (BACHELARD, 1996, p. 14)

Situando a pesquisa

A necessidade de empreender a tarefa de situar a pesquisa entre tantas outras já realizadas e a posicionar como propulsora de novas inquietações que, porventura, pudessem contribuir para o avanço das investigações científicas do campo nos leva, indubitavelmente, a afirmar que a revisão da literatura deflagra a relevância acadêmica da pesquisa e se constituiu como ponto de partida. Ponto de partida que se deu na delimitação temporal, volvendo o nosso olhar para uma década atrás; ou seja, a busca concentrou-se na década a partir de 2004, tornando-se nosso foco de atenção, pois data dessa época o surgimento da Web 2.0, onde o internauta passa de mero leitor a coautor das informações veiculadas no ciberespaço, em convergência com o objetivo da pesquisa: verificar em que medida o curso "Cibercultura e prática docente" contribuiu para o empoderamento freireano dos professores como autores de sua prática pedagógica.

A revisão de literatura assenta-se nas seguintes bases de dados: Banco de Teses – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de nível Superior (CAPES), Periódicos, Domínio Público, Artigos SCIELO - *Scientific Electronic Library Online* - (Biblioteca Eletrônica Cientifica Online), Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPED) (GT 08 – Formação de Professores, GT 16 – Educação e Comunicação). Notadamente, a formação de professores é tema recorrente nas pesquisas na área da educação. Na esteira do pensamento do filósofo Gaston Bachelard (1996), que nos colocamos nesta mesma direção: estamos em um processo de construção teórica, no confronto com ideias plurais.

> Como a experiência comum não é construída, não poderá ser, achamos nós, efetivamente verificada. Ela permanece um fato. Não pode criar uma lei. Para confirmar cientificamente a verdade, é preciso confrontá-la com vários e diferentes pontos de vista. Pensar uma experiência é, assim, mostrar a coerência de um pluralismo inicial. (BACHELARD, 1996, p. 14)

Dado o limite do presente texto, sem entrar em pormenores, na revisão de literatura a formação de docentes, seja inicial ou continuada e, ainda, em serviço sempre aparece relacionada a uma área do conhecimento e/ou a algum componente curricular, a aspectos da prática docente

em sala de aula, ao cargo e/ou à função na estrutura organizacional escolar ou, ainda, vinculada a alguma política pública implantada ou em implantação, em atendimento a preceitos legais. A recorrente temática sobre a formação de professores nas pesquisas na área da educação não é sem razão, uma vez que o professor é também fundamental para todo esse processo, que se mostra complexo, pelo entrecruzamento de aspectos conceituais, de abordagens metodológicas e de análises possíveis nas pesquisas sobre o fenômeno educação. Tal situação nos permite inserir novas reflexões sobre a formação continuada em serviço dos professores, ampliando os olhares.

Colocada nesses termos, a formação inicial e continuada do professor torna-se atual e urgente, ainda mais, face à mudança paradigmática em que estão envoltas as relações entre as tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC) e as práticas sociais contemporâneas. Tal cenário sócio histórico nos leva a pensar a formação docente de forma contextualizada, ou seja, construída a partir da realidade em que atua o professor, bem como nos adverte Nóvoa (1995, p. 28), pois:

> Trabalhar no sentido da diversificação dos modelos e das práticas de formação instituindo novas relações dos professores com o saber pedagógico e científico. A formação passa pela experimentação, pela inovação, pelo ensaio de novos modos de trabalho pedagógico. E, por uma reflexão crítica sobre a sua utilização. A formação passa por processos de investigação, diretamente articulados com as práticas educativas. (NÓVOA, 1995, p. 28).

É de capital importância admitir um novo um olhar na direção de se reinventar o cotidiano da escola, onde a práxis docente seja orientada pela compreensão do ser professor no tempo atual. Isso, por si só, justifica a relevância da análise do problema da formação do professor, nesse ambiente de mudanças – em grande medida provocadas pela Cibercultura –, que tem causado impactos na sociedade e nas novas relações que estabelecemos com o tempo e o espaço.

Na revisão de literatura emergiu a necessidade de que haja políticas públicas específicas para a formação continuada dos professores e que essas sejam pensadas a partir das experiências dos docentes, face às múltiplas vozes que ecoam nos mais recônditos lugares e, sobretudo, que as políticas públicas permitam processos contínuos de formação, que não sejam limitados e atrelados aos mandos e desmandos de governo. Ao contrário, que sejam implantadas políticas de Estado.

Em direção à reflexão sobre formação docente continuada em serviço, a presente pesquisa pretende contribuir para os estudos do campo, em uma perspectiva que situa a materialidade histórica da escola, como fundamental, no delineamento das demandas de formação dos professores. Essa investigação conecta-se à reflexão sobre as possibilidades e as limitações da

Cibercultura, na prática pedagógica, na construção do conhecimento, na constituição da docência emancipada e autoral. É oportuno também observar que ela se integra ao projeto de pesquisa intitulado "Políticas de inclusão digital: desdobramentos na educação básica e na formação de professores". Partindo do estudo das normativas legais sobre formação de professores para o uso pedagógico das TDIC, o projeto erige-se em meio a três eixos norteadores: pesquisas documentais de estudos publicados em anais e em periódicos relacionados ao tema; pesquisas documentais de programas de inclusão digital voltados às escolas públicas brasileiras; estudos de caso sobre programas e ações de formação (inicial e continuada) de professores da educação básica para o uso educacional das TDIC, respectivamente desenvolvidos nos âmbitos das redes públicas de educação e das unidades escolares.

É precisamente neste terceiro eixo que se apresenta essa pesquisa.

Expondo o quadro teórico

No atual momento, as políticas de formação de professores estão na pauta das discussões, quando o assunto é educação; isso se confirma no levantamento que realizamos na revisão de literatura. Especificamente, nesse ínterim se aplica muito bem o velho adágio: "pior cego é aquele que não quer ver", pois o tratamento dado a essa temática é a percepção de que o uso indiscriminado das TDIC seja o remédio para os problemas da execução de orçamentos diminutos, por parte do poder público, quando a pauta é formação continuada dos professores em serviço. Formação essa que deveria ser pensada não como mera resposta ao mercado produtivo capitalista, mas sim como instância capaz de favorecer a autonomia dos professores, no exercício da profissão, desbaratando o processo de precarização, no exercício desse trabalho. E é nesse sentido que tomamos por empréstimo as palavras de Marin (1995), para situarmos a amplitude conceitual de educação continuada como propulsora de empoderamento e docência autônoma, provocando a evolução de uma consciência profissional ingênua para a consciência crítica.

> Parece que a terminologia *educação continuada* pode ser utilizada para uma abordagem mais ampla, rica e potencial, na medida em que pode incorporar as noções anteriores – treinamento, capacitação, aperfeiçoamento – dependendo da perspectiva, do objeto específico ou dos aspectos a serem focalizados no processo educativo, permitindo que tenhamos visão menos fragmentária, mais inclusiva, menos maniqueísta ou polarizada. (MARIN, 1995, p. 19)

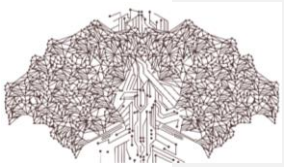
Ainda, focalizando a contextualização teórica, a pesquisa traz à tona o ideário do neoliberalismo como pano de fundo, para a concepção de políticas públicas educacionais

vinculadas às orientações de organismos multilaterais, nomeadamente as provenientes das reuniões promovidas pela UNESCO[6] e capitaneadas pela CEPAL[7], com objetivo de mapear, na região, os problemas relativos à educação e planejar ações para o enfrentamento dos mesmos. Nas décadas de 1980 e 1990, essas reuniões denominadas PROMEDLAC (Reuniões do Comitê Regional Intergovernamental na análise do Projeto Principal de Educação para a América Latina e Caribe) foram oportunidades para, em várias frentes, dinamizar as políticas públicas para a educação. No tocante a essas reuniões, a que aconteceu na cidade boliviana de Cochabamba (2001) recomendou aos países membros, cuidados com a profissionalização docente como eixo estruturante do processo educacional, incorporando especial atenção à formação inicial e continuada, à introdução de inovações tecnológicas no rol das atividades educacionais e à reestruturação curricular que incorporasse as necessidades do mundo do trabalho. As orientações e recomendações contidas nos documentos das reuniões PROMEDLAC são facilmente percebidas no Brasil. De fato, os acordos realizados nas várias reuniões tiveram impacto na formulação de políticas públicas educacionais em nosso país; destacamos o capítulo dedicado à educação em nossa Carta Magna de 1988 com seu Art. 206, bem como nas Leis e Diretrizes e Bases da Educação Nacional Brasileira (LDB 9394/96), já despontam a ideia de gestão democrática e participativa. Assim, notamos no Brasil, desde então, um crescimento acentuado dos usos das TDIC, na formação inicial e formação continuada em serviço dos professores; formação essa massiva e balizada pelos custos reduzidos, nos levando a questionar se esse tipo de formação propicia a construção de uma educação de qualidade, conforme argumentam Gatti e Sá Barreto:

> Todo o aparato legal montado para dar suporte inicial à criação de um sistema nacional de formação docente, concebido fundamentalmente por meio da integração das instituições públicas e para fazer face à preponderância da

[6] A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) foi criada em 16 de novembro de 1945, logo após a Segunda Guerra Mundial, com o objetivo de garantir a paz por meio da cooperação intelectual entre as nações, acompanhando o desenvolvimento mundial e auxiliando os Estados-Membros – hoje são 193 países – na busca de soluções para os problemas que desafiam nossas sociedades. Disponível em www.nacoesunidas.org/agencia/unesco/

[7] A Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) é uma das cinco comissões regionais da Organização das Nações Unidas (ONU), que tem como mandato o estudo e a promoção de políticas para o desenvolvimento de sua região, especialmente estimulando a cooperação entre os seus países e o resto do mundo, funcionando como um centro de excelência de altos estudos. Os países requerem um organismo com a capacidade de compilar informação, analisá-la e fazer recomendações. Desde 1948 a CEPAL contribui para o debate da economia e da sociedade latino-americana e caribenha, apresentando alertas, ideias e propostas de políticas públicas. Disponível em www.onu.org.br.



> iniciativa privada na oferta de ensino superior no país, não impediu o crescimento acelerado e desordenado de EAD, tanto no setor público, quanto no privado. Ao contrário, é possível admitir que o crescimento decorre justamente dessa forma de regulação. (GATTI e SÁ BARRETO, 2009, p.112).

Vivemos em um momento de grandes mudanças, que se fazem notar pela avalanche de usos das tecnologias digitais, que trazem ebulição aos processos sócio-econômico-político-culturais vigentes que também vão repercutir nos processos de educação de modo geral – como acabamos de ver acima, segundo as indicações da CEPAL – e aqui se instaura a preocupação e a necessidade de levarmos os professores a se prepararem para mais esse desafio, no exercício da docência. Nessa perspectiva, o uso educacional das TDIC (Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação) torna-se fator crucial na formação do docente, se desenvolvida em uma perspectiva que refute a racionalidade instrumental subjacente às políticas públicas oriundas das recomendações dos organismos multilaterais, como vimos anteriormente, mas, ao contrário, busque empoderar a classe docente, situando a formação desse profissional da educação, em uma perspectiva autoral.

Para tanto, a formação continuada dos professores deve se alicerçar na Cibercultura: ambiente cultural contemporâneo, fortemente marcado pelas tecnologias digitais, onde as relações sociais se engendram em uma nova forma de comunicação e de aproximação entre as pessoas de todo mundo, o que provoca uma séria reflexão, por parte dos docentes, frente ao cotidiano da escola, fazendo-os buscar a ressignificação da sua prática e, nesse movimento, pensar nos limites e nas possibilidades de uma didática respondente às demandas dos sujeitos sociais do nosso tempo. Na medida em que, na Cibercultura, a constituição das subjetividades é perpassada pela complexa realidade universal não totalizante, esse movimento é imprescindível, como assinala Lévy (1999), pois o universal abriga o aqui e o agora da espécie, seu ponto de encontro, um aqui e agora paradoxais, sem lugar nem tempo claramente definíveis.

Isso posto, podemos imaginar a gama de possibilidades e de incremento nas relações humanas com o conhecimento. Decorrente dessas preocupações que Lévy indica, há necessidade de revisão e reformas dos sistemas de educação, da formação continuada do professor e ressignificação de suas práticas.

A formação contextualizada e continuada do professor torna-se imprescindível nos dias atuais, ainda mais, face à mudança paradigmática em que estão envoltas as relações entre tecnologia e contemporaneidade. Urge empoderar-se, no universo do letramento digital, para poder assumir uma postura crítica e adotar uma utilização dos recursos tecnológicos, que vão ao

encontro da vivência plena da cultura digital (BONILLA, 2011) e, portanto, das muitas das práticas sociais contemporâneas.

Também é importante manter no horizonte do nosso olhar uma das características que suscita aos docentes a autonomia no exercício da docência: a tomada de consciência da natureza reflexiva de sua prática. Não há como protagonizar a docência, sem que a reflexão constante sobre a prática esteja na pauta de qualquer formação continuada de professores. Nóvoa assim declara:

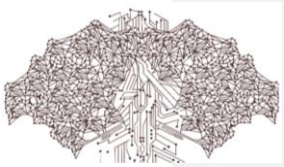
> Pela minha parte, gostaria de perceber como é que os professores refletiam antes de os investigadores terem decidido que eles eram "profissionais reflexivos". E encontrar processos que valorizem a sistematização dos saberes próprios, a capacidade para transformar a experiência em conhecimento e a formalização de um saber profissional de referência. (NÓVOA, 1999, p.18)

Assim, urge pensar a formação dos professores numa dinâmica que acentue a construção da autonomia docente, pois, segundo Nóvoa (1999), essa é uma característica fundamental para a promoção da dignidade e da valorização social desse profissional da educação. E é nessa perspectiva de valorização social que assumimos a ideia de empoderamento freireano, à contramão do empoderamento individual, que pode resultar em isolamento competitivo frente aos outros. Isso porque a conscientização envolvida no processo de empoderamento, defendido por Freire e Shor (1986) e acolhida nessa pesquisa funda-se na atenta leitura de mundo, que afasta a ingenuidade e colabora para a construção de um diálogo crítico com a realidade, para que nela possamos agir e transformá-la. Em suas palavras:

> Mudamos nossa compreensão e nossa consciência à medida que estamos iluminados a respeito dos conflitos reais da história. A educação libertadora pode fazer isso – mudar a compreensão da realidade. Mas isto não é a mesma coisa que mudar a realidade em si. Não. Só a ação política na sociedade pode fazer a transformação social, e não o estudo crítico em sala de aula (FREIRE & SHOR, 1986, p. 207).

O empoderamento freireano concentra-se em um processo coletivo, em um movimento em que a interação dos sujeitos sociais envolvidos nesse processo transponha a consciência ingênua em crítica. As palavras de Baquero (2012) corroboram com nossa visão.

> Nessa perspectiva, o empoderamento, como processo e resultado, pode ser concebido como emergindo de um processo de ação social no qual os indivíduos tomam posse de suas próprias vidas pela interação com outros indivíduos, gerando pensamento crítico em relação à realidade, favorecendo a construção da capacidade pessoal e social e possibilitando a transformação de relações sociais de poder. (BAQUERO, 2012, p.181)



Estabelecendo a Metodologia

O método é um modo de captação do desenrolar das realidades e é parte integrante dessas realidades aquele que observa, aquele que verbaliza tal realidade, aquele que apreende tal realidade e lhe dá significado. Portanto, o método qualitativo de pesquisa nesse caso específico se mostra mais adequado a esse intento: o de adentrar na experiência vivida, vivendo-a, interpelando-a, tentando chegar à essência, ultrapassando a barreira das aparências.

Como anunciado trabalharemos nessa pesquisa com a abordagem qualitativa, que, segundo André (1983), visa a apreender o caráter multidimensional dos fenômenos em sua manifestação natural, bem como captar os diferentes significados de uma experiência vivida, auxiliando a compreensão do indivíduo no seu contexto. Trata-se de um estudo de caso educacional, uma vez que nos interessa a compreensão da ação educativa, como nos ensina Stenhouse (1988, *apud* André, 2005).

Para a realização dessa pesquisa, nossa atenção recai sobre os docentes e sua prática, particularmente a partir do processo de formação continuada em serviço *in loco*, realizado nas reuniões de ATPC de uma escola pública da rede estadual paulista, voltada ao desenvolvimento do curso "Cibercultura e prática docente".

A coleta de dados contemplou as atas das reuniões das ATPC, as respostas ao questionário estruturado aplicado aos docentes participantes do curso em tela, bem como os discursos provenientes das entrevistas semiestruturadas, realizadas com os docentes que aderiram à investigação e se tornaram os informantes-chave da pesquisa.

A análise documental, proveniente das atas das ATPC, não se configura como central para o estudo, mas coloca como pano de fundo a intencionalidade do grupo gestor, no que tange ao processo de sensibilização dos envolvidos nas ações formativas, para que percebam a necessidade do diálogo como condição de construção de um caminho coletivo, em convergência com as características da formação dialógica, inerente ao empoderamento freireano do grupo. Da análise estatística descritiva das respostas ao questionário estruturado, realizada mediante levantamento e interpretação de gráficos e tabelas, emerge com força a realidade da estabilidade do corpo docente na unidade escolar em tela, como fator facilitador da interação entre os profissionais. Dessa interação, o diálogo é a face mais proeminente, em direção ao empoderamento freireano e à autonomia docente. Na análise temática de conteúdo (LAVILLE e DIONNE, 1999) emanada das falas dos professores entrevistados, a opção foi pela técnica de

emparelhamento, na qual os dados recolhidos são associados, por meio de comparação, levantamento de convergências e divergências e, sequencialmente, categorizados.

Explicitando a análise dos dados e discussão dos resultados

Palco desta pesquisa, a escola pública investigada tem características peculiares, para além de sua localização privilegiada. Conta com grupo gestor de longevo, com professores, em sua maioria, efetivos e com cerca de 80% deles com pós-graduação *lato sensu.* Apresentado aos docentes um questionário estruturado, entre os respondentes selecionamos, por critério de adesão, os participantes da entrevista semiestruturada, que se consubstanciou em material para a análise, que segue.

Como tentativa de revelar a realidade instaurada pelas ações formativas do curso "Cibercultura e prática docente", a análise temática de conteúdo amparou-se em duas categorias: A) Cibercultura e formação docente continuada em serviço; B) Cibercultura, empoderamento freireano e prática docente autoral.

No que tange a categoria A, os entrevistados apontam o espaço da ATPC como importante espaço formativo, vejamos o que nos fala a Profª Mathilde Bessa[8]:

> Durante os ATPC, sempre a gente tinha trabalho efetivo de orientação por parte da coordenadora. Então isso baseando em textos, em vídeos, trabalhando com vários autores. Era um trabalho que sempre levava a discussão do grupo, geralmente a gente lia esse material ou assistia na própria ATPC e isso suscitava discussões entre as práticas de todos os professores. [...] Das necessidades. Exatamente, dos alunos da escola, que vão surgindo, e individualmente você às vezes não sabe trabalhar com aquilo. Então é quando se traz para o grupo e claro, a questão das coordenadoras e até dos professores colaborando com a pesquisa de material. Então isso acrescenta a uma reflexão, a uma prática mais produtiva a partir desse conhecimento gerado. (Profa. Mathilde)

[8] Em obediência ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que anuncia a garantia de confidencialidade das identidades dos entrevistados, os nomes dos sujeitos de pesquisa seguem identificados com o primeiro nome de alguns dos fundadores da Academia Paulista de Educação. Os nomes dos fundadores da Academia Paulista de Educação, utilizados para identificação dos sujeitos de pesquisa são: Aquiles Archero Junior, Zenaide Vilalva de Araujo, Mathilde B. d'Almeida Bessa, Alberto Rovai e Maria do Carmo Godoi. No corpo do texto são citados apenas os primeiros nomes.



O curso Cibercultura e prática docente, que aconteceu em ATPC, e que provocou um diálogo fecundo capaz de promover a socialização entre os pares, como processo para o aprendizado da profissão docente se coaduna às ideias defendidas por Tardif (2000).

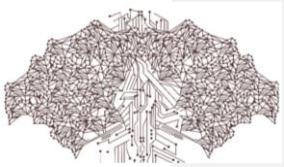
> Na verdade, eles (*os professores*) terminam sua formação sem terem sidos abalados em suas crenças que vão se reatualizar no momento de aprenderem a profissão na prática, crenças essas que serão habitualmente reforçadas pela socialização na função de professor e pelo grupo de trabalho nas escolas, a começar pelos pares, os professores experientes. (TARDIF, 2000, p.20)

A falta de fluência tecnológica também foi citada e as ATPC se constituem como momentos propícios à formação que eleve essa fluência, de modo gradual:

> Eu vejo que muitos professores deixam de realizar cursos oferecidos pelo Estado, pela Escola de Formação - a EFAP - justamente por não terem esse domínio pleno da utilização do computador. Quando fala que é um curso a distância, muitos professores já são arredios com relação a isso, deixam de fazer o curso por causa disso. [...] Então é uma característica dos professores da rede estadual a dificuldade de acesso a essa tecnologia. Eu acho que quanto mais a gente tiver essa formação na prática, mais benéfico vai ser. (Prof. Alberto)

A percepção da formação continuada em serviço *in loco* situa-se como instância respondente às circunstâncias da escola onde atuam foi comparada com a formação continuada em serviço promovida pela Secretaria da Educação. Pelo escopo macro, essa segunda instância de formação não responde às circunstâncias da escola como a primeira. Daí os professores terem apontado a formação continuada em serviço *in loco* como importante instância da formação continuada. Portanto, que as políticas públicas atendam às demandas da materialidade histórica de cada um dos docentes, em grupo, levando em conta as peculiaridades das escolas em que atuam.

> Acredito que há uma relação... O [curso, grifo nosso] feito pela Secretaria de Educação traz algumas sugestões de atividades de como você deveria trabalhar. E aqui [ATPC na escola, grifo nosso] também, favorece como trabalhar com tecnologias, então dá para relacionar os dois. Aqui mais com aspectos de ensino aprendizagem de modo geral e aqui usando tecnologia, tentar usar os dois para haver essa relação. Agora o que falta um pouco seria talvez, como você falou, mais tempo para se reunir em grupo horário para discutir, como fazer essas integrações talvez, esses momentos de integração seriam muito importantes se fosse possível. (Prof. Aquiles)



Entre os respondentes há a percepção clara de que a formação continuada tem sido ofertada majoritariamente pela Secretaria da Educação de São Paulo, na modalidade a distância, uma vez que essa modalidade, quando cooptada pela racionalidade instrumental, que ampara o neoliberalismo, situa-se como importante estratégia econômica, em convergência com as recomendações da PROMEDLAC VII, já citada anteriormente. Nesse caso, vemos claramente a importância demandada às políticas públicas, no que tange à formação continuada *in loco*.

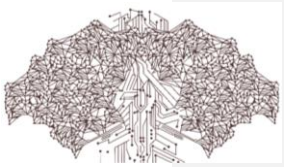
> Uma vez que o professor tem essa formação, dentro da sua própria unidade escolar, dentro do seu período de trabalho. Ele pode usar tanto essa nova sabedoria, esse novo saber para fazer os cursos da EFAP, ou seja, consumirem entre muitas aspas aí, as formações oferecidas pela rede estadual de ensino, que se eu não me engano, a totalidade ou quase a totalidade é fornecido através desse modelo – EAD. São pouquíssimos os cursos presenciais para rede estadual do Estado de São Paulo. (Prof. Alberto)

> Teve, teve encontro presencial? Claro. Mas o desenvolvimento de todo curso foi online, foi a distância. (Profa. Maria do Carmo)

Já em relação à categoria B, as entrevistas fazem emergir o conceito de empoderamento freireano, pois citam a troca de experiências e a ampla discussão entre os pares como elementos favorecedores da construção de uma prática pedagógica mais autoral. Assinalada essa perspectiva autoral, notamos, como adverte Pretto (2012), a percepção do empoderamento dessa classe trabalhadora, como instância fundamental para situar o professor no centro do processo educativo. Estar no centro do processo educativo, por sua vez, é se colocar como autor de sua prática.

> Ela me possibilitou trabalhar mais efetivamente com os alunos, me possibilitou isso trabalhar mais efetivamente com os alunos. As físicas de uma maneira mais cidadã, entre aspas aí. Porque através do curso eu obtive aí ferramentas, para poder disponibilizar um vídeo para o aluno. Disponibilizar um texto, disponibilizar uma matéria de jornal, coisas que antes daria para fazer, mas não de uma maneira tão profícua. (Prof. Alberto)

> Eu acho que sim [houve melhoria na compreensão dos problemas vividos por ela ou por seus alunos, grifo nosso], porque a partir do momento que está em sala de aula e usa só a lousa e o giz, você limita o conhecimento do aluno, e também limita o seu conhecimento. Uma vez você ampliando isso, através da tecnológica auxilia o aluno, complementa o aluno porquê de repente, você está dando uma aula e ele a recebe de uma forma. E entrando com o auxílio da multimídia, auxilio do Moodle, ele vai complementar aquilo que talvez você tenha se dispersado no momento de dar aula. [...] Nós que abastecíamos [o ambiente virtual de aprendizagem – Moodle - utilizado na escola, grifo nosso]



> com figuras, com vídeos, com vídeos aulas, com exercícios complementares, onde também tinha essa parte de interagir aluno. (Profa. Zenaide)

Ainda tratando da categoria B, o conceito de empoderamento freireano e a ideia de autoria surgem com força nos respectivos depoimentos:

> Só vou frisar a questão do grupo, que eu acho que é muito importante também, quando existe um grupo coeso que tem um objetivo, que quer melhorar, que tem essa disposição que leva realmente o trabalho a sério. Que você quer fazer um trabalho, bem feito com os alunos, que um quer ajudar o outro, eu acho que isso ajuda muito. Então eu sinto isso aqui na escola, com vários colegas de várias disciplinas, a gente tenta fazer o melhor com essa colaboração mútua. Vamos discutindo, trazendo coisas novas. Não é? (Profa. Mathilde)

> Acho que um dos maiores desafios [da professora, ao longo do curso, grifo nosso] é você não mostrar medo ao aluno, se você tem a humildade de dizer assim, me ajude, eu estou com dificuldade de trazê-los aqui. Com certeza, eles vão a frente, eles também te ajudam, que é o que acontece hoje. A gente dá seminário, eles dão aula de seminário na lousa interativa para nós, eu acho isso muito valioso. (Profa. Zenaide)

Considerações finais

A presente pesquisa desenvolveu-se com o objetivo de verificar a contribuição do curso "Cibercultura e prática docente" para o empoderamento freireano de um grupo de professores de uma escola da rede estadual paulista, como autores da sua prática docente.

Os achados da pesquisa confirmam a suposição de que o curso "Cibercultura e prática docente" contribuiu para o aprimoramento da formação continuada em serviço *in loco* dos professores em tela, situando-os como autores de sua prática docente.

No que diz respeito aos limites da pesquisa, há que termos clareza quanto aos determinantes circunstanciais a que o grupo se vincula. O grupo possui características *sui generis*, pois exercem a docência numa mesma escola, com situação funcional estável, como efetivos que são, além de contarem com longo tempo de exercício profissional na mesma unidade. Ademais, a porcentagem de titulação dos docentes (80%), em nível de pós-graduação *lato sensu*, está acima da média nacional: 29,2%. Esse conjunto de características possibilitou forte engajamento dos docentes no curso em tela, tornando esse grupo, em particular, como um campo muito fecundo às ações formativas do curso em análise. Tomado o mesmo curso em outra escola, com outro grupo

de docentes, com distintos determinantes circunstancias de trabalho e de formação acadêmica, os resultados provavelmente não seriam os mesmos.

Um aspecto apontado desde a revisão de literatura da presente pesquisa confirma-se nos achados desta investigação: a importância de que as políticas públicas voltadas à formação continuada dos professores pautem-se nas necessidades de atuação dos docentes, oriundas da materialidade histórica do seu cotidiano professoral, para muito além dos desenhos governamentais, que se curvam às demandas dos organismos multilaterais.

Referências

ANDRÉ, Marli. Texto, contexto e significado: algumas questões na análise de dados qualitativos. **Cadernos de Pesquisa**, 1983, (45): 66-71.

_____. **Estudo de caso em pesquisa e avaliação educacion**al. Brasília: Líber Livros, 2005.

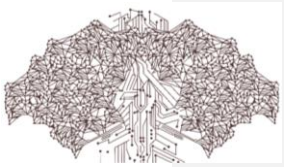
BACHELARD, Gaston. **A formação do espírito científico. Contribuição para uma psicanálise do conhecimento.** Rio de Janeiro, RJ: Contraponto Editora S.A. 1996.

BAQUERO, Rute. Empoderamento: instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. **Revista Debates** (UFRGS), Porto Alegre, v. 6, n. 1, p.173-187, jan.-abr. 2012. p. 181. Disponível em: http://seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/26722/17099 Acesso em 20/01/2017.

FREIRE, Paulo; SHOR, Ira. **Medo e ousadia:** cotidiano do professor. 5ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BONILLA, Maria Helena S.; OLIVEIRA, Paulo C. Z. Inclusão digital – ambiguidades em curso. In: **Inclusão digital:** polêmica contemporânea. Maria Helena S. Bonilla, Nelson De Luca Pretto, organizadores. - Salvador: EDUFBA, 2011. v. 2.

GATTI, Bernadete; SÁ-BARRETTO, Elba. (Coord.) **Professores do Brasil:** impasses e desafios. Brasília: UNESCO, 2009. Disponível em:http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001846/184682por.pdf Acesso em: 29/02/2017.



LAVILLE, C. & DIONNE, J. Análise de conteúdo. In: **A construção do saber:** manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Trad. H. Monteiro e F. Settineri. Porto Alegre: ArtMed, 1999. p. 214-235.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARIN, Alda J. Educação continuada: introdução a uma análise de termos e concepções. In: **Cadernos CEDES**, vol. 36, Editora Papirus, 1ª ed., Campinas, 1995, p. 13 – 20.

NÓVOA, Antonio. Formação de professores e profissão docente. In: NÓVOA, A. (coord.) **Os professores e sua formação**. 2ª ed., Lisboa, Portugal: Publicações Dom Quixote, 1995, p. 13-33.

_____. Os professores na virada do milênio: do excesso dos discursos à pobreza das práticas. **Educação e Pesquisa**, São Paulo. v. 25. v. 1. p. 11-20. Jan./jun. 1999. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/ep/v25n1/v25n1a02.pdf. Acesso em 15/02/2017.

PRETTO, Nelson. Professores autores em rede. In: SANTANA, B.; ROSSINI, C.; PRETTO, N. (orgs.). **Recursos Educacionais Abertos:** práticas colaborativas e políticas públicas. Salvador: EDUFBA; São Paulo: Casa da Cultura Digital, 2012. p. 91-108. Disponível em: http://www.livrorea.net.br/livro/home.html Acesso em 15/01/2016.

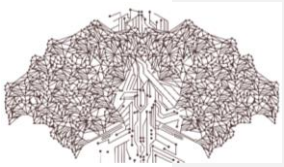
PROMEDLAC VII (24 p.) Cochabamba, Bolivia, 5, 6 y 7 de marzo de 2001 o **Declaración de Cochabamba y Recomendaciones sobre Políticas Educativas al Inicio del Siglo XXI** - http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001214/121485s.pdf Acesso em: 05/08/2013. "Declaração de Cochabamba" (em língua portuguesa, sem a recomendação) – Disponível em: http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001275/127510por.pdf Acesso em: 05/08/2013.

TARDIF, Maurice & RAYMOND, Danielle. Saberes, tempo e aprendizagem do trabalho no magistério**. Educação e Sociedade**, ano XXI, n. 73. p. 209-244. Dez. 2000. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/es/v21n73/4214.pdf .Acesso em 15/02/2017.

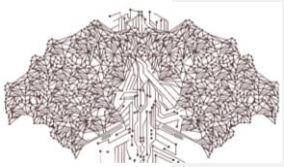
Normativas legais

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.** Disponível em:

<http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/tvescola/leis/lein9394.pdf >. Acesso em: 11/10/2013.



X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



CIBORGUES E FEMINISMO: AS NARRATIVAS DO CIBERFEMINISMO NO TWITTER

Ana Paula Coelho[1]; Fábio Malini[2]

1 INTRODUÇÃO

Desde os anos 1990 o ciberfeminismo vem se configurando e reconfigurando como um movimento de mulheres que se baseia tanto no uso da tecnologia quanto pela disputa dos campos de poder que a tecnologia e a política possuem, sem dissociar a temática dos preconceitos e violências aos quais as mulheres estão sujeitas.

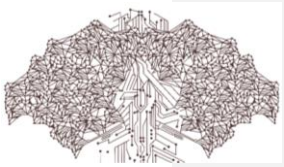
Neste trabalho buscamos traçar narrativas sobre os grupos ciberfeministas em rede, utilizando o site de relacionamentos Twitter - muito utilizado pelas feministas brasileiras. Para tanto discutiremos o ciberfeminismo e, principalmente, o termo ciborgue a partir de leituras da autora Donna Haraway que cunha o termo de maneira a fazer referência tanto às narrativas ciber quanto às críticas aos movimentos sociais do século XX. Haraway é uma das primeiras autoras a trabalhar com a busca de um feminismo menos tecnofóbico, influenciando de maneira basilar o ciberfeminismo que carrega o termo como base de ação política.

Partindo dessas questões, para entrar no universo ciberfeminista iniciaremos uma investigação compondo uma narrativa de redes sobre como esses perfis interagem entre eles e num momento posterior sobre o que discutem entre si.

Aqui, para categorizar tais grupos e perfis como ciberfeminista ou não utilizamos algumas características e temáticas de debate das ciberfeministas ao redor do mundo – mesmo sendo um movimento que não se auto define podemos buscar características marcantes em sua prática para designar a ação ciberfeminista – e também, a categoria de ciborgue pode ser adequada ao estudo a partir do *Manifesto Ciborgue* de Donna Haraway no qual ela define o ciborgue e argumenta em favor de uma apropriação feminista desse ser cibernético e híbrido humano-animal-máquina. As ciberfeministas se mostram como ciborgues em prol de um espaço e um domínio

1 Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). E-mail: ana.coelho.jornal@gmail.com

2 Orientador do trabalho. Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo. E-mail: fabiomalini@gmail.com



maior das máquinas e do conhecimento humano, para Sadie Plant (1997) a relação entre mulheres e tecnologia existe a mais tempo do que imaginamos e nunca foi tecnofóbica, pelo contrário, existiu e ainda existe uma intensa luta pela posse do conhecimento tecnológico, fato que, para ela, embasa o argumento de que não há neutralidade nesse campo, mas sim disputas pautadas por uma ordem social masculinista.

O Manifesto é uma crítica aos movimentos feminista e socialistas do século XX, e para Haraway a apropriação da técnica está como passo importante na compreensão de um ser híbrido cada vez mais avesso à uma identidade fixa e que está sujeito às mudanças políticas e econômicas em estreito relacionamento com as máquinas. O alerta está na definição do ciborgue como um ser sem ideologia, sem gênero e cínico (HARAWAY, [1985] 2016). Para ela, enquanto o ciborgue não for apropriado e compreendido pelos movimentos sociais como uma faceta humana inseparável da técnica eles serão engolidos por um monstro sem ética e sem moral fundado em uma organização política informacional. A criatura do ciborgue é descrita inicialmente por Haraway como:

> Um ciborgue é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ação. Realidade social significa relações sociais vividas, significa nossa construção política mais importante, significa uma ação capaz de mudar o mundo. (HARAWAY, 2016, p. 36)

Como um ser híbrido ele incorpora, traduz e se inscreve nas relações humanas, na política, na ciência e na cultura, daí podemos inferir que em uma sociedade ciborguiana as dinâmicas sociais estão não só em intensa relação com a natureza e a cultura, mas também com os algoritmos que coordenam as máquinas e movimentam os campos de disputa da técnica.

Atualmente, no Brasil, temos uma organização ciber um tanto difusa, por vezes não assumidamente ciberfemista, mas que possui uma base feminista em seus discursos e interesses, que é bastante presente. O primordial é que a máquina é imprescindível em seu trabalho ativista, o que para nós, já pode ser categorizado como ciberfeminismo pela apropriação ativista que faz do ciborgue.

As redes de relações existentes entre os grupos envolvidos com o feminismo são interessantes não só porque criam grupos culturais e políticos como também são redes de apoio e coletivização de informação, conhecimento e opiniões, nesta breve análise propomos traçar possíveis narrativas dessas relações de interface entre os grupos coletados. Em um instante

posterior de análise através do artigo final buscaremos aprofundar essas narrativas através da análise dos dados da amostra.

Para esta pesquisa trataremos os perfis de nossa amostra como ciborgues buscando compreender as alianças que fazem, como iremos explanar mais adiante.

2 FEMINISMO E CIBORGUE

O mito do ciborgue funciona para Haraway como uma possibilidade política para o feminismo, compreendendo-o como parte de nós, ele coordena, faz parte e existe em um sistema não mais analógico ou conduzido por um grande olho panóptico, mas sim por vários sensores e uma supervisão, a visibilidade aumenta conforme as formas de dominação de informatização se diversificam.

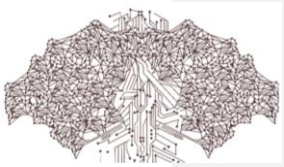
Em uma lógica de quebra de fronteiras binárias entre elementos de oposição na cultura ocidental, como mente e corpo, artificial e orgânico, cultura e natureza, o ciborgue consegue transitar, se conectar e ser além desses territórios aparentemente distantes. O que temos é um lugar em que os objetos não podem mais ser explicados e nem experienciados dentro de uma lógica binária limitante e estática. Estamos em constante movimento com a natureza e a cultura fazendo parte e existindo em um mesmo tempo e espaço.

Ainda que um mito, o ciborgue consegue ser mais do que isso e se inscrever nas novas lógicas tanto de imaginação humana quanto da própria organização política e da vida. Ele não reconhece o sujeito clássico e nem possui uma ética, como híbrido animal-humano-máquina, guarda em si características não mais humanas e fidelidade discutível, ele carrega diferenças e complexidades que não cabem em ideologias do século XX.

A inspiração no mito do ciborgue de Haraway é um importante passo para se definir o ciberfeminismo como bem mais do que um movimento de internet, mas também um movimento que assume a ironia do ciborgue de estar em todos os lugares sem obedecer aos limites artificiais. Para o ciborgue, as fronteiras de criação humana não existem. É algo que se faz necessário reconfigurar a todo instante.

O ciberfeminismo, no seu primeiro momento[3] nos anos 1990 - oriundo de uma cultura ciberpunk, se propõe tanto a criar uma rede de mulheres ativistas no

[3] O manifesto do coletivo australiano *VNS Matrix* marca o início dos movimentos ciberfeministas, intitulado ***Cyberfeminist manifesto for the 21st century***, é o momento exato em que mulheres, inseridas no contexto de opressão no ciberespaço e leitoras do Manifesto Ciborgue, conectam o mito ao combate e



ciberespaço quanto a inserir um novo campo de atuação e ocupação do feminismo. Artistas, geeks, cientistas... era preciso criar e reinventar o feminismo. As táticas de educação e reuniões presenciais ainda se faziam importantes para muitas delas. Jantares e conferências, herdados das feministas da geração anterior ainda eram táticas importantes para o envolvimento, aproximação e debate entre essas mulheres, porém a educação tecnológica era e ainda é de grande importância para dar segmento a uma cultura ciber no feminismo; o domínio do conhecimento negado.

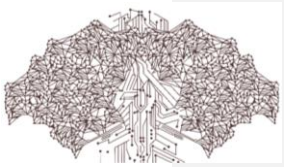
As máquinas desafiam os paradigmas da modernidade e introduzem uma infinidade de novas problemáticas e necessidades de análise e estudo. O conhecimento passa por uma mudança radical, suas funcionalidades são repensadas a partir de novos agenciamentos e novas perspectivas. As contribuições da crítica feminista ao conhecimento e suas correntes são de grande importância para as análises dos novos tempos.

O mito de Haraway é um dos nós nessa rede complexa do conhecimento humano, o qual reavalia em qual estágio estamos de humanidade. Somos agora humanos, mas máquinas também. Um indício de que o objeto não é estático e que ele pode circular, se movimentar dentro das redes de acontecimentos. Bem como a própria literatura com seus frankensteins mobiliza o imaginário ciberpunk e ciberfeminista.

Se o ciborgue é um ser mitológico, porém presente nas sociedades informatizadas, qual recurso resta ao feminismo?: Apropriação dos fluxos comunicacionais. O que Deleuze já indicava como uma chance revolucionária no que denomina sociedade de controle, subvertendo a ordem sistêmica através de suas próprias armas de controle e vigilância,

disputam através da arte, da performance e da imaginação o ciberespaço. A conexão entre máquinas e feminino vai se dando em um primeiro momento do ciberfeminismo, através da codificação dos corpos. O manifesto da VNS Matrix declara: o clitóris é a conexão direta com a matriz (*the clitoris is a direct line to the matrix*). A reivindicação do corpo como máquina, e a máquina como mulher declara a importância do corpo não erotizado para o ciberfeminismo.

Assim como a VNS Matrix muitos outros coletivos surgiram. Em 1997 elas se reuniram em Kassel, na Alemanha, *The First Cyberfeminist International*, reunião que ocorreu como parte do Hybrid Workspace at Documenta X. Esse primeiro encontro levantou as questões sobre a definição do movimento e o que essas mulheres queriam. Ainda que não tenha chegado a um lugar definido sobre o que é o ciberfeminismo em fato e realidade, temos uma grande quantidade de táticas e teses sobre o feminismo, as mulheres e as máquinas, que são de grande importância dentro dos campos de disputa de mídia, imaginário e poder.



"criar vacúolos de não comunicação, interruptores, para escapar ao controle" (DELEUZE, 1992, p. 217).

3 A MÁQUINA E O FEMININO

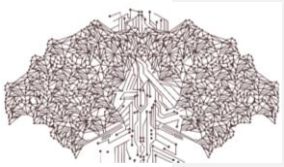
A apropriação das máquinas digitais por parte das mulheres não se dá de forma única no fim do século XX, mas é, sim, recorrente na história. Ora temos mulheres inventoras que estabelecem novas formas de relacionamento com a máquina, ora temos trabalhadoras que, seguindo o fluxo da organização do trabalho no sistema capitalista, cuidam do trabalho maquínico e precarizado. Sadie Plant em sua investigação sobre a relação histórica da mulher com a máquina a partir da vida de Ada Lovelace[4] e das máquinas de tear. Traça a subalternidade que a mulher é colocada no trato com o mundo do trabalho nas sociedades capitalistas e, além disso, observa como o feminino é apagado em detrimento do masculino. Nesse segundo, seus nomes são sempre lembrados mesmo por feitos pouco grandiosos.

> O homem considerava-se outrora o ponto final de tudo. Organizava, ela operava. Governava, ela servia. Fazia as grandes descobertas, ela se ocupava com as notas de rodapé. Escrevia os livros, ela os copiava. Era companheira e assistente, trabalhando para auxiliá-lo, segundo planos traçados por ele. Realizava os trabalhos que ele considerava rotineiros, frequentemente as operações subalternas, detalhadas, repetitivas com as quais ele não queria se incomodar, os trabalhos sujos, banais, semiautomáticos, que ele considerava abaixo de sua dignidade. Ele cortava o pano para receber salário; ela costurava e era paga na base de peça produzida. Ele ditava e ela transcrevia. (PLANT, 1997, p. 41)

Apresenta ainda, a exploração de mulheres nos serviços mais precários nas fábricas, como mãos de obra barata no controle da produção em países subdesenvolvidos, nas empresas multinacionais chefiadas por homens brancos que se utilizam da força de trabalho feminino para o alcance do sucesso e do dinheiro. A essa tendência do sistema capitalista muitos apontam como processos de feminização do trabalho: "[...] quanto mais sofisticado as máquinas, mais feminina se torna a força de trabalho" (PLANT, 1997).

A exploração patriarcal e capitalista das mulheres e de seu conhecimento, o afastamento de mulheres do mundo tecnológico e a exploração de seu trabalho em máquinas projetadas para o trabalho precarizado tornam muito mais político o ciberfeminismo que, por necessidade, não deve

[4] A primeira programadora da história, condessa de Lovelace, possuía grande habilidade com números, era a única filha da união entre o famoso escritor inglês Lorde Byron e a matemática Anne Isabella Milbanke. Trabalhou com o matemático Charles Babbage no projeto da máquina analítica, desse trabalho surgiu a primeira sequência de programação da história de sua criação.



e nem pode se restringir ao ciberespaço, mas sim a toda e qualquer tecnologia e conhecimento, assim como Haraway imaginou o ciborgue.

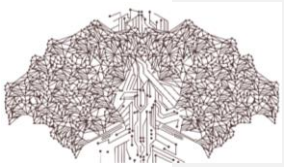
O ciborgue é uma crítica ao feminismo e ao socialismo, em como a sua radicalidade sobre o humano deixou obtuso o imaginário para horizontes de um futuro muito presente: o domínio das máquinas. O alerta está na definição do ciborgue como um ser sem ideologia, sem gênero e cínico (HARAWAY, 2016). Enquanto o ciborgue não for apropriado e compreendido por esses movimentos eles serão engolidos por um monstro sem ética.

A mistura do mito com a literatura e as tendências no campo social e do conhecimento no manifesto tornam o ciborgue uma criatura ainda mais vívida e presente. A imagem de uma máquina do futuro pensante e com capacidade emotiva está sempre interligada a uma figura masculina, em uma aspiração de neutralidade. As ciberfeministas dos anos 1990 declaram: a máquina é feminina e por isso não é neutra.

Os poderes do manifesto estão na paródia e na ironia, estratégias políticas de enfrentamento a um padrão não só de ser humano, mas de representação nas relações humano-máquina. E, na linguagem e no uso dela para criar novas representações, desafiando os códigos masculinistas e a linguagem de opressão, construindo novas representações da subjetividade feminina e, consequentemente, modificando a todo instante os códigos da revolução das máquinas.

A escrita também é um código a ser politizado no ciberespaço. É uma importante fonte de representações e manifestação do imaginário. Ainda que tenhamos um espaço aparentemente inovador e criativo na internet, nela também estão os arquétipos e estereótipos conservadores de um masculino hostil, viril e perigoso para as mulheres vulneráveis e fracas.

Personagens femininas diversas da ficção científica colaboram para uma subjetivação e uma mudança no imaginário ciber sobre a mulher, algo que veio ocorrendo com bastante frequência nos anos 2010, um fenômeno que vem colaborando na diversificação da imagem feminina, numa possibilidade de modificar o imaginário. Mais e mais escritas que valorizam o feminino numa tentativa de dialogar as diferenças existentes entre os sexos sem cair nas armadilhas dos estereótipos.



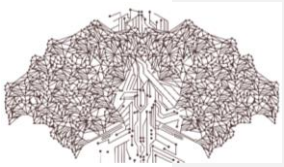
Para Braidotti, o *ciberimaginário*, como denomina o imaginário no ciberespaço, é algo a ser explorado e reivindicado através de narrativas ficcionais, especialmente a ficção científica (a narrativa por excelência do ciberespaço), fazer as narrativas fálicas caírem. A questão é ocupar esse espaço através de linguagens e códigos ciberfeministas. Entendemos que, "o ciberespaço não está livre de contaminação, não é um espaço neutro, porque atua em outros domínios, que são ocupados pelos homens" (MANSO, 2007).

Haraway também dá grande importância para a ficção científica e os retratos trabalhados nela, porém, o seu destino se dá na esfera apresentação de outras possibilidades para a compreensão do corpo e da política dos corpos dentro da narrativa ciborguiana e da realidade que as máquinas apresentam para a humanidade.

> Nossos corpos são nossos eus; os corpos são mapas de poder e identidade. Os ciborgues não constituem exceção a isso. O corpo do ciborgue não é inocente; ele não nasceu num Paraíso; ele não busca uma identidade unitária, não produzindo, assim, dualismos antagônicos sem fim (ou até que o mundo tenha fim). Ele assume a ironia como natural. Um é muito pouco, dois é apenas uma possibilidade. O intenso prazer na habilidade – na habilidade da máquina – deixa de ser um pecado para constituir um aspecto do processo de corporificação. A máquina não é uma coisa a ser animada, idolatrada e dominada. A máquina coincide conosco, com nossos processos; ela é um aspecto de nossa corporificação. Podemos ser responsáveis pelas máquinas; elas não nos dominam ou nos ameaçam. [...] Ciborgues podem expressar de forma mais séria o aspecto – algumas vezes, parcial, fluido – do sexo e da corporificação sexual. (HARAWAY, 2016, p. 96-7)

A imaginação é mesmo um território a ser redesenhado, não só no ciberespaço, mas nos locais pelos quais a linguagem perpassa, modificando o modo como os vários eus vão se agenciando nos diversos espaços e territórios construídos pelo trabalho e pelo cotidiano. Os variados tipos de código e linguagem se iniciam no terreno da imaginação e das representações feitas ali, seja de maneira coletiva ou individual, a linguagem não é neutra e está sob constante metamorfose.

Se o clitóris é a matriz, origem de tudo, o útero é a incubadora esquecida. As mulheres estão em pleno contato com a gênese e com o futuro, a força geradora ciborguiana. O manifesto da VNS Matrix marca o início dos movimentos ciberfeministas, é o momento exato em que mulheres, inseridas no contexto de opressão no ciberespaço e leitoras do Manifesto Ciborgue, conectam o mito ao combate real e disputam através da arte, da performance e da imaginação o



ciberespaço.

> A estratégia mais eficaz para as mulheres ainda é usarem a tecnologia para libertar a nossa imaginação coletiva do falo e acessórios, tais como valores violência sistemática dinheiro, exclusão e dominação, o nacionalismo, feminilidade icônico (BRAIDOTTI, 2003, p. 10)

E muitos coletivos ciberfeministas entenderam isso bem e assumiram o ciborgue e com ele, a necessidade de tomada de poder do conhecimento e da tecnologia pelas mulheres, seja através da educação e criação de conhecimento ou de mobilizações em rede na internet ou fora dela.

Esses são pontos estratégicos do movimento de mulheres: os campos do conhecimento, da educação, que também são espaços de disputa política e de poder. É a disputa de quem contará a História. O que se mostrou de extrema necessidade para essas mulheres ocuparem os lugares da ciência, sendo necessário para isso discutir a própria ciência androcêntrica criada por homens brancos e europeus.

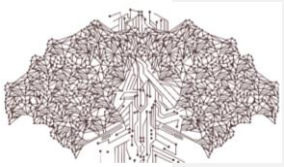
A questão da ciência para o feminismo diz respeito à objetividade como racionalidade posicionada. Suas imagens não são produtos da escapatória ou da transcendência de limites, isto é, visões de cima, mas sim a junção de visões parciais e de vozes vacilantes numa posição coletiva de sujeito que promete uma visão de meios de corporificação finita continuada, de viver dentro de limites e contradições, isto é, visões desde algum lugar (HARAWAY, 1995, p. 33-4).

A autora defende os saberes que o conhecimento, até então construído por homens, opera com um distanciamento, uma visão parcial e localizada no seu ponto de visão masculinista. Há a necessidade do reconhecimento do saber constituído em rede, não de maneira linear e objetificante. Ela propõe que o pesquisador assuma uma posição, não apenas de cientista, mas com um lugar social, admitindo as redes que compõem a si próprio e o seu estudo.

A apropriação do conhecimento, consequentemente da tecnologia e da política, se mostra de grande importância para o movimento feminista, para a visibilidade de suas pautas e desenvolvimento de conhecimentos com capacidade emancipatória e em rede. Para além, buscam assegurar que a internet e suas potencialidades se tornem um lugar seguro para mulheres.

4 MULHERES NO TWITTER

Compreendendo que a proposta deste trabalho propõe mais do que uma análise de números, mas de conexões, relações e movimentações em redes sociotécnicas. Objetivamos compreender as dinâmicas de um grupo bem específico na internet, grupos feministas online em constante movimentação e atentas às principais pautas e manifestações na web e nos meios de comunicação que envolvam suas pautas e discussões.



As dinâmicas do ciborgue, para serem apreendidas, necessitam que o método de pesquisa permita a pesquisa se um ator em constante movimentação e mudança em processos de inscrição e transição entre diversos territórios, tempos e temáticas. As escolhas metodológicas que fizemos para a pesquisa, em uma forma de testar alguns complementos para o caso e adaptar conforme nossas necessidades, nos exigiu certo nível de empiria, não só da observação de um objeto exclusivo mas, principalmente, de sua movimentação em rede. Em nível de admissão da rede enquanto algo não só recurso de visualização de dados, mas também enquanto universo(s) de exploração, lugar e não lugar.

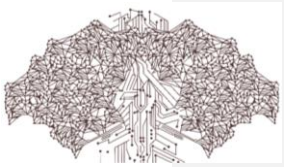
A hibridez do ciborgue nos remete à hibridez também da rede, percorrer o caminho das redes compreendendo que o ciborgue é a rede em si, mas também o nó, ele se transita nas dimensões da rede e está mais próximo de nós do que imaginamos, não só nas redes sociotécnicas, mas também em nós:

> O mundo de Haraway é um mundo de redes entrelaçadas – redes que são em parte hu- manas, em parte máquinas; complexos híbridos de carne e metal que jogam conceitos como "natural" e "artificial" para a lata do lixo. Essas redes híbridas são os ciborgues e eles não se limitam a estar à nossa volta – eles nos incorporam. Uma linha automatizada de produção em uma fábrica, uma rede de computadores em um escritório, os dançarinos em um clube, luzes, sistemas de som – todos são construções ciborguianas de pessoas e máquinas. [...] As redes também estão dentro de nós. Nossos corpos, nutridos pelos produtos da grande indústria de produção de alimentos, mantidos em forma sadia – ou doentia – pelas drogas farmacêuticas e alterados pelos procedimentos médicos, não são tão naturais quanto a empresa *Body Shop* quer nos fazer crer. (KUNZRU, 2016, p. 24)

Admitindo que o nosso objeto faz parte de uma rede que nos conecta e que faz parte de nós, é possível encararmos cada nó dessa rede também como um ciborgue se interligando e interagindo a outros através de seus perfis na internet, se manifestando e se movimentando em rede e através da linguagem ciber e de rede.

Dentro das escolhas metodológicas, optamos pelo uso de bancos de dados com informações de postagens, conteúdos e alianças dos perfis que desejamos estudar através da análise de redes e da observação empírica desses grupos dentro do site. Para isso, resolvemos criar uma amostragem de perfis envolvidos com o feminismo no Twitter, através da metodologia Bola de Neve, por esta ser focada em recolher a cadeia de referência de uma entidade (neste caso, ciberfeminista, ou seja, perfis de difusão da causa feminista). Essa metodologia é bastante útil para estudos sobre populações cujo tamanho não se sabe precisar de antemão.

> A execução da amostragem em bola de neve se constrói da seguinte maneira: para o pontapé inicial, lança-se mão de documentos e/ou informantes-chaves, nomeados como sementes, a fim de localizar algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa, dentro da população geral.



> Isso acontece porque uma amostra probabilística inicial é impossível ou impraticável, e assim as sementes ajudam o pesquisador a iniciar seus contatos e a tatear o grupo a ser pesquisado. Em seguida, solicita-se que as pessoas indicadas pelas sementes indiquem novos contatos com as características desejadas, a partir de sua própria rede pessoal, e assim sucessivamente e, dessa forma, o quadro de amostragem pode crescer a cada entrevista, caso seja do interesse do pesquisador. Eventualmente o quadro de amostragem torna-se saturado, ou seja, não há novos nomes oferecidos ou os nomes encontrados não trazem informações novas ao quadro de análise. (VINUTO, 2014, p. 203)

Escolhemos 5 perfis feministas: Blogueiras Feministas, Não Me Kahlo, #minasprogramam, Arquivos Feministas, Mulheres na Ciência, escolhidos por conterem essa diversidade que buscamos, desde o mais geral até temáticas mais específicas de apropriação da técnica. Através deles encontramos os demais, utilizando a categoria *seguindo* do site, de forma manual escolhemos os novos perfis a partir das seguintes características: seguidos pelos perfis iniciais; serem assumidamente feministas e/ou assumidamente envolvidos com a pauta mulheres e tecnologia; serem coletivos e não perfis de personalidade, dessas distinções resolvemos trabalhar com a lista no site "grupos feministas", recurso presente no site, com um conjunto de 109 perfis ciborgue. A escolha do site Twitter se deu pelos fatores da facilidade de recolhimento de dados sobre o relacionamento entre seguidores e seguidos e pela facilidade de visualização empírica da rede e de conteúdo desses perfis.

Para a coleta dos dados trabalhamos com o software desenvolvido pelo LABIC (Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura), o *Ford*, que coletou todos os perfis conectados aos 109, seguidores e seguidos, e obtivemos os dados de 1338 perfis. Em seguida utilizamos o software de análise de dados e manipulação de grafos Gephi para visualizar as conexões entre os perfis. A coleta foi realizada em novembro de 2017 e reúne dados relativos às publicações do mesmo ano.

5 RESULTADOS

Obtemos, dentro do universo escolhido, algumas características do grupo e as conexões e relações dos perfis. De forma esperada alguns nós possuíram uma certa relevância na rede no que se refere às conexões de seguidor e seguido, algo já perceptível de maneira empírica pela própria natureza desses perfis, TalkOlga e Blogueiras Feministas, por exemplo, possuem grande alcance não só no meio feminista mas também se conectam com outros setores sociais como imprensa e instituições políticas, são perfis

que se alimentam desse alcance que possibilita que estejam sempre alertas a acontecimentos que movimentam a rede.

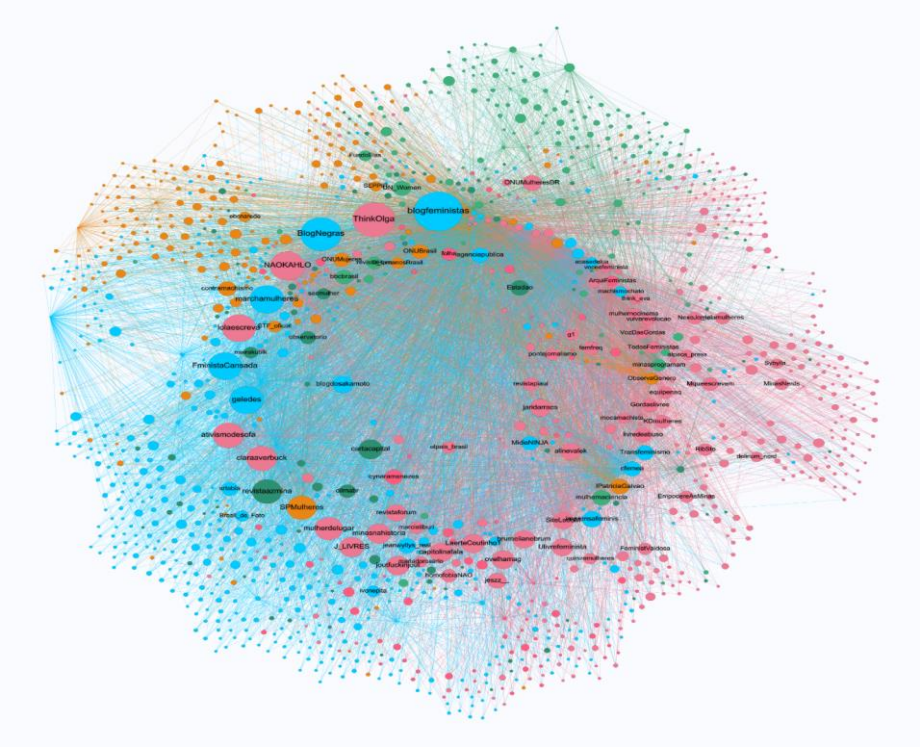


Figura 5 Grafo geral com a interação entre os perfis conectados aos 109 perfis listados inicialmente. Em evidência os perfis com maior relevância na rede.

Nesta imagem é possível visualizar a densidade das conexões, com vários perfis não presentes na lista dos 109 iniciais e que também não correspondem aos critérios que utilizamos inicialmente, o que pode já indicar uma diversidade de conexões e associações que os grupos realizam entre si e que a base de interesse é diversa.

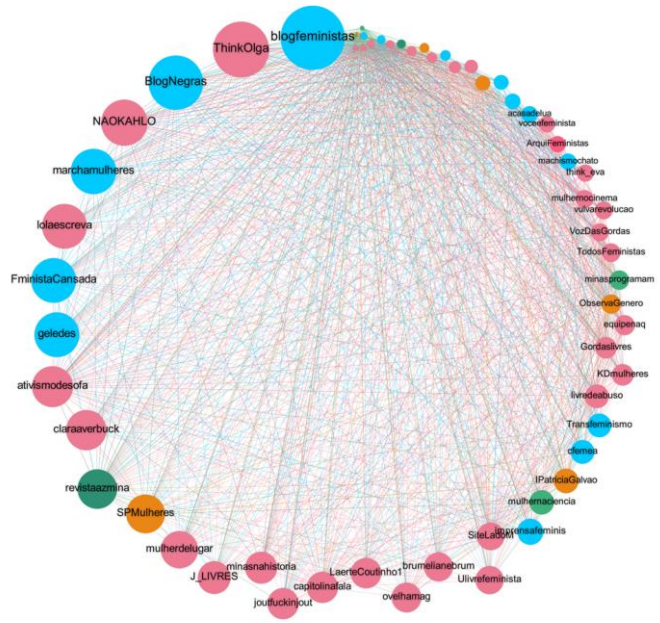
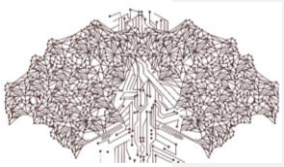


Figura 6 Nesta imagem as conexões do coração da rede evidenciando tanto algumas constatações empíricas e revelando uma periferia densa e relevante.

É possível visualizar a densidade das conexões, com vários perfis não presentes na lista dos 109 iniciais e que também não correspondem aos critérios que utilizamos inicialmente, o que pode já indicar uma diversidade de conexões e associações que os grupos realizam entre si e que a base de interesse é diversa.

Adicionando mais recursos ao grafo chegamos ao coração da rede de seguidos e seguidores de onde podemos tirar os perfis que mais se conectam e que podem, em meio a um grande universo, serem pesquisados com mais profundidade através de sua timeline, menções e assuntos mais tratados, o que propomos no produto final desta análise.



É pertinente, ainda, observar que há grupos que possuem uma temática muito próxima à cultura geek com a proposta de disputa de espaço para as mulheres nessa cultura, além dos grupos já conhecidos e que tratam de temáticas mais gerais e de imprensa. A amostra final desse estudo nos possibilita trabalhar com uma diversidade de narrativas ligadas ao feminismo e ciberfeminismo em suas ações de ativismo e associações na internet, em específico no Twitter.

A rede apresenta forte movimentação nos assuntos relacionados à mulher e violência, sendo as palavras mais usadas: mulher, mulheres e violência; entre as tags mais usadas estão: #nerd, #garotasnerds, #geledes, #feminismo, #legalizaroaborto. Essas palavras, juntamente com a leitura e visualização dos tuítes mais relevantes, podem denotar as preocupações desses grupos no ano de 2017, além das alianças através de pautas em comum. As usuárias que mais publicam e recebem RT, dentro do universo dos 109 ciborgues escolhidos, são @canalsobreelas, @blogfeministas, @arquifeministas, @naokahlo, @ativismodesofa. Dos perfis selecionados, através da coleta dos seguidores de cada um deles, foi possível chegar a mais de 19.000 ciborgues em relação com a rede inicial de usuárias.

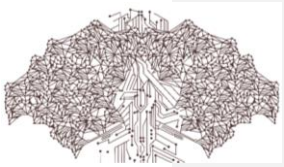
Foi possível perceber a alta densidade da rede, sendo necessária uma mineração desses dados brutos de maneira a retirar de lá informações dos usuários que mais movimentaram essa rede. Disso temos, os perfis @blogfeministas e @naokahlo como um dos mais seguidos, possuindo assim, uma notoriedade e relevância na rede por possuírem maior poder de visibilidade de suas informações. Algumas informações da rede, durante a mineração e manipulação na ferramenta de visualização dos dados é a conexão que há com a imprensa, através da função seguir, em especial as mais favoráveis às questões consideradas feministas.

O vínculo presente entre os diversos perfis, pessoais ou não, fortalecem uma rede atuante e presente em um dos maiores sites de redes sociais da web, tendo grande importância na disseminação de debates e campanhas, em sintonia com a imprensa e a indústria cultural, com capacidade de ação muitas vezes eficaz no que diz respeito aos espaços culturais e de comunicação. Fazendo com que ganhem espaço e força dentro da disputa de poder e de discurso no ciberespaço.

Palavras-chave: ciberfeminismo; feminismo; rede; ciborgue.

Referências bibliográficas

BRAIDOTTI, Rosi. ***Un ciberfeminismo diferente***. Disponível em: <https://www.rebelion.org/hemeroteca/mujer/030806braidotti.htm>. Acesso em: 23 jan. 2017.



_____. Diferença, diversidade e subjetividade nômade. Tradução de Roberta Barbosa. **Labrys**: estudos feministas, n. 1-2, julho/ dezembro 2002. Disponível em: <http://www. unb. br/ih/his/gefem>. Acesso em: 23 jan. 2017.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Ed. 34, 2013.

FERNÁNDEZ, María; WILDING, Faith. Situar los ciberfeminismos. Traducción: Gabriela Adelstein, Buenos Aires, 2006. In: Domain Errors! Cyberfeminist Practices, a subRosa project edited by Faith Wilding, María Fernández and Michelle M. Wright, Autonomedia, 2003.

HARAWAY, Donna. Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: **Antropologia do ciborgue**: as vertigens do pós-humano. Organização e tradução Tomaz Tadeu. 2ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

_____. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial, **Cadernos Pagu**, (5), 1995:07-42.

IRIGARAY, Luce. A questão do outro. **Labrys**: estudos feministas, n. 1-2, julho/ dezembro 2002.

KUNZRU, Hari. "Você é um ciborgue": um encontro com Donna Haraway. In: **Antropologia do ciborgue**: as vertigens do pós-humano. Organização e tradução Tomaz Tadeu. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria ator-rede. Salvador: Edufba; Bauru: Edusc, 2012.

_____. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

MALINI, Fábio. Um método perspectivista de análise de redes sociais**:** cartografando topologia e temporalidade em rede. **Compós**, 2016. Disponível em: <http://bit.ly/1P9SutE>.

MANSO, Almudena Garcia. Cyborgs, mujeres y debates: el ciberfeminismo como teoria crítica. **Barataria**: Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, n. 8, p. 13-26, 2007. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/3221/322127618001/>. Acesso em: 20 jan. 2017.

SADIE, Plant. **Mulher digital**: o feminino e as novas tecnologias. Tradução de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Record/Rosa dos Tempos, 1999.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa**: um debate aberto. Temáticas, Campinas, 22, (44): 203-220, ago/dez. 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

CLUSTER SENSE8: AS ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO DE CONTEÚDO A PARTIR DA COMUNIDADE DE FÃS[1]

Luiza de Mello Stefano[2]; Matheus Bertolini Amorim[3]

Resumo: O consumo via streaming para acessar conteúdos audiovisuais seriados já é um hábito. Como diferencial, plataformas que usam dessa tecnologia investem em conteúdos originais para ampliar seu mercado. Com o advento da web 2.0, da convergência midiática e o surgimento da cultura participativa, produção e consumo se misturam e começam a dar voz para os fãs participarem ativamente do processo de produção de conteúdo. Nesse artigo iremos analisar parte das estratégias estabelecidas pela Netflix para fortalecer os laços sociais ao utilizar o engajamento e participação dos seus fãs e o universo onde estão inseridos para criar seus conteúdos de divulgação.

Palavras-chave: Cultura participativa; Fãs; Netflix; Sense8.

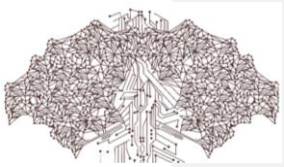
Introdução

A tecnologia está mudando a cultura e facilitando o fluxo de conteúdo. A combinação da internet, redes sociais e os novos fenômenos emergidos pelo contexto da convergência midiática (JENKINS, 2009) levaram ao surgimento de um novo ambiente comunicacional que mudou nossa relação com o meio e a mídia. A internet absorveu características que antes eram exclusivas e oferecidas de forma independente por cada meio de comunicação. Atualmente, ela se encontra no ponto principal de convergência, incorporando as linguagens dos outros veículos. O novo momento comunicacional obriga os meios e as marcas a repensarem as formas com os quais criam e compartilham conteúdo e a entenderem como ele está sendo consumindo.

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 13: Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. E-mail: luizamellost@gmail.com

[3] . Pesquisador é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. E-mail: matheus.bertolini@gmail.com



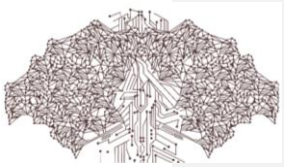
É preciso entender que a convergência midiática, abordada por Jenkins (2009), não é um processo puramente tecnológico no qual a informação acopla múltiplas funções dentro de um mesmo aparelho, mas depende fortemente da participação ativa dos consumidores, que são incentivados a procurar novas informações, interagir uns com os outros e fazer conexões em diversos meios. "A convergência também não ocorre por meio de aparelhos, mas sim no pensamento dos consumidores individuais e suas interações sociais com os outros" (JENKINS, 2009, p. 30). Os meios de comunicação estão sofrendo uma transformação nunca antes vista, não só tecnológica, mas também e principalmente cultural, social e comportamental.

Nesse contexto de convergência dos meios, surgiram diversos fenômenos e novas formas de se consumir conteúdo. Este artigo busca analisar de que forma a Netflix, como plataforma de filmes e séries *via streaming*, utiliza do engajamento dos seus fãs e do universo onde eles estão inseridos para criar seus conteúdos de divulgação.

Netflix e Web 2.0

O modelo conhecido como *appointment TV* (MACHADO, 2011) no qual a televisão é baseada em grades de programação e segue um fluxo planejado, contínuo e unilateral (WILLIAMS, 1979) tem desaparecido e dado lugar à TV *on demand* onde é possível escolher o que assistir, como, onde e quando. Há flexibilidade do tempo e um desprendimento em relação aos horários das emissoras, principal demanda dos novos telespectadores conectados. A partir desse novo cenário surgiu uma nova forma de se consumir conteúdos e produtos do audiovisual usando a web como plataforma: o *streaming*.

Esse formato de transmissão de som e imagem através de uma rede qualquer de computadores sem a necessidade de efetuar downloads do que está se vendo e/ou ouvindo, faz com que nesse método a máquina receba as informações ao mesmo tempo em que as repassa ao usuário. A palavra vem do inglês, *stream* cujo significado enquadra-se em "córrego ou riacho", e por isso a palavra streaming remete para o fluxo. Ou seja, no âmbito comunicacional um espaço multidirecional com gama de conteúdos, e no campo da tecnologia, um indício de fluxo de dados ou conteúdos.

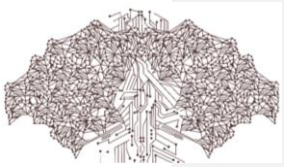


A Netflix é uma das plataformas que faz uso desse método de transmissão. Atualmente se enquadra como uma provedora global de filmes e séries com cerca de 93,8 milhões de assinantes[4], fundada em 1997 nos Estados Unidos da América como uma distribuidora de filmes via Correios, foi a partir de 2007 que a expansão da plataforma possibilitou o formato que conhecemos e consumimos atualmente. Dessa forma, assistir via *streaming* possibilita que um usuário reproduza mídia, como esse cardápio ofertado pela Netflix, que são sempre protegidos por direitos autorais, de modo que não viole nenhum desses direitos. Com isso, o usuário não faz download para seu dispositivo, e só consegue usufruir do mesmo através de uma das versões e planos disponibilizados pela mesma, tornando-se bastante parecido com o rádio ou a televisão aberta, onde se necessita de um aparelho específico e necessariamente uma cobertura.

Na obra, "Televisão é a Nova Televisão", Michael Wolff (2015) aborda uma convicção quase revolucionária que engloba duas realidades comunicacionais do entretenimento e da informação: a indústria da comunicação, tal como se conhecia até então, seria inevitável e rapidamente transformada. O autor ainda defende a questão do financiamento da produção de conteúdo, cujo formato pré-estabelecido da TV direcionam algumas produções da web e, em contrapartida, os serviços de *streaming* se tornam mais populares e investem em conteúdos originais. Essas produções não necessariamente inovam no que se diz respeito ao formato e linguagem, mas especificamente, há uma mudança maior e mais significativa: a forma como as pessoas assistem aos programas e como criam seus fluxos para finalizar, ou mesmo, estabelecer a concretização desse consumo. Este, por sua vez, tornou-se independente de horário, emissora, e parte do seguinte pressuposto: você cria sua programação.

Partindo disso, na obra "A Máquina Universo" (1998), Lévy aponta o computador como uma nova ferramenta de experiência e de pensamento. No estudo feito neste artigo específico, iremos transcender o computador para a maneira como a web cria um novo hábito de se consumir, uma mediação que interfere no produto final, ou o processamento que engloba a não linearidade das produções.

[4] Informações retiradas em julho de 2017. Disponível em <https://media.netflix.com/pt_br/> Acesso em 11 jul. 2017.



> A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva. A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais (LÉVY, 1998, p.17).

A Web 2.0 é um termo popularizado a partir de 2004 pela empresa americana O'Reilly Media, para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "Web enquanto plataforma". Embora o termo tenha uma conotação de uma nova versão para a Web, ele não se refere à atualização nas suas especificações técnicas, mas à uma mudança na forma como ela é encarada por usuários e desenvolvedores, ou seja, o ambiente de interação e participação que hoje engloba inúmeras linguagens e motivações. Web 2.0, a partir do desenvolvimento das redes sociais digitais, altera o foco e o destaque da informação para o usuário e possibilita o incentivo cada vez maior à participação A definição do termo por Tim O'Reilly caracteriza o mesmo como:

> Uma mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nela. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva (O'REILLEY, 2016).

Essa transformação impactou diretamente nas características do público, antes totalmente passivo e que atualmente exerce um papel ativo dentro do fluxo de mídia para seus interesses próprios, em uma cultura cada vez mais ligada em rede. O público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneira que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

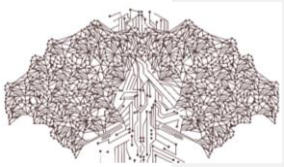
A inteligência coletiva conceitua um tipo de conhecimento compartilhado que surge da colaboração de muitos indivíduos em suas diversidades. É uma inteligência distribuída por toda parte, na qual todo o saber está na humanidade, uma vez que ninguém sabe tudo, porém todos sabem alguma coisa. O outro "representa uma fonte possível de enriquecimento de meus próprios saberes" (LÉVY, 2007, p.27). Pierre Lévy (2007)

aborda a questão da inteligência coletiva no sentido em que todos, em suas individualidades, possuem conhecimentos e inteligência. "É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências" (LÉVY, 2007, p.28). Para o autor, a chamada "sociedade da informação" seria utópica a partir do momento que uma nova economia, ou mesmo, uma nova forma de se consumir a comunicação propriamente dita, passa a girar em torno de algo que não pode ser capitalizado, ou seja, a produção de laços sociais. Esses laços sociais, por sua vez, manifestam-se de diferentes formas através da junção dessa inteligência coletiva e o que seria a participação dos fãs dentro dessas produções. Com isso, surge um novo consumidor, aquele que ao mesmo tempo consome, produz e dita o que será comercializado, mesmo que de uma forma não tabulada, mas que surte efeitos quando quantificada em resultados presentes nas produções e obras da Netflix, como será analisado neste trabalho.

A audiência prossumidora[5], criativa, participa ativamente na produção de conteúdo e exerce um impacto inédito na circulação, distribuição e produção, que pode conquistar uma visibilidade muito maior do que qualquer momento anterior e superior ao alcance da mídia tradicional de massa. O sistema que emerge coloca um poder maior nas mãos do público. Grande parte dessa mudança aconteceu a partir do advento das redes sociais.

Raquel Recuero (2009) define redes sociais "como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)" (RECUERO, 2009, pg. 24). Sem esses dois elementos é impossível existir as redes, ou seja, sem pessoas não há interação. As conexões são formadas a partir da interação entre os atores, que servirá de base para a criação das relações e posteriormente dos laços sociais. As interações precisam ser sempre recíprocas entre os envolvidos e podem ser tanto síncrona quanto assíncrona, de acordo com Recuero (2009). As interações também podem ser classificadas como mútuas ou reativas, aquelas que podem gerar relações mais complexas socialmente ou as que se dão apenas entre o autor e o sistema. Já os laços sociais, mencionados por Recuero (2009), por sua vez, podem ser categorizados por fracos ou fortes dependendo do tipo, intensidade e qualidade da interação

[5] Produtor e consumidor ao mesmo tempo (SANTAELLA, 2013).



entre os atores. Os laços sociais constituídos por diversos tipos de relações sociais são denominados por Recuero (2009) como *multiplexos*.

A era da propagabilidade

O novo ambiente de mídia é propício à propagação e circulação de conteúdo onde, segundo Jenkins, Ford e Green (2014), "se algo não se propaga, está morto".

De acordo com os autores, a propagabilidade se refere ao potencial dos públicos compartilharem conteúdos por interesses próprios e aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação aos outros. As comunidades de fãs estiveram entre as primeiras a adotar a prática da propagabilidade.

Para Santaella (2013, p. 316) "[...] as mídias sociais abrem espaço para a criação de ambientes de convivência instantânea entre as pessoas. Instauraram [...] uma cultura integrativa, assimilativa, cultura da convivência que evolui de acordo com as exigências impostas pelo uso dos participantes". São os usuários que atribuem sentido às plataformas ao procurarem construir laços, comunidades e ambiente colaborativos e participativos. Segundo Recuero (2009, p. 92), "essas redes são, quase sempre, mutantes e tendem a apresentar comportamentos criativos, inesperados e emergentes".

O surgimento das plataformas digitais apenas ampliou o escopo de atividades dos fãs, público participativo e já socialmente ligado em rede (JENKINS; FORD; GREEN, 2014) que sempre tiveram como característica marcante seu envolvimento com o produto do qual são fãs. A cultura participativa também surge não somente a partir das alterações tecnológicas, mas de uma mudança nas práticas sociais e culturais da sociedade em torno da mídia e de uma participação mais plena. Assim, surgiram novos tipos de público, com maior predisposição à mobilização e compartilhamento de conteúdo. Para Jenkins (1992), a cultura fã, assim como a cultura participativa, não são ideias novas, mas se amplificaram e ganharam maior visibilidade com a internet. Para o autor, a cultura fã é um fenômeno complexo, que atrai diversas modalidades de participação e níveis de engajamento (JENKINS, 1992). Além disso, os fãs se identificam como participantes de uma comunidade cultural de outros fãs que compartilham interesses e confrontam problemas em comum. Eles aceitam os rótulos e a crítica se sentem parte de uma

identidade coletiva. Ainda a segundo o pensamento de Jenkins (1992), os fãs são produtores ativos e influenciam os conteúdos midiáticos.

Os consumidores, agora fãs participativos, não apenas consomem conteúdo, mas recomendam para amigos; não apenas retransmitem textos estáticos, mas "transformam o material por meio de processos ativos de produção ou por meio de suas próprias críticas e comentários, de modo a melhor atender a suas próprias necessidades sociais e de expressão" (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.354). Eles selecionam os conteúdos que os interessam dentro de uma ampla variedade ofertada.

Isso faz com que a propagação de toda e qualquer forma de mídia dependa tanto (ou mais) de sua circulação pelo público através da participação ativa e engajada, quanto de sua distribuição comercial. O engajamento pode ser representado através das conexões emocionais e a relação afetiva entre espectadores e o conteúdo desejado. Os fãs mais fervorosos e apaixonados querem se tornar uma parte ativa do mundo retratado pelas marcas e também participar ativamente do processo de produção (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

As indústrias de mídia compreendem que a cultura está se tornando mais participativa e que isso acarreta em mudanças na forma como elas se relacionam com seus públicos, porém, são poucas aquelas que encontraram um caminho eficaz para seguir. De um lado, há empresas midiáticas que acolhem, valorizam e exploram o engajamento dos fãs e de suas contribuições; enquanto outras as enxergam como ameaças ao seu próprio controle criativo e econômico. Entretanto, limitar ou ignorar a participação da audiência online acaba colidindo com a natureza colaborativa das redes sociais e do atual ecossistema midiático. As marcas que preferem adotar esta prática, ao manter controle exclusivo da recepção e da distribuição de conteúdo, diminuem o entusiasmo do público. Além disso, é preciso levar em conta que "as tecnologias nunca poderão ser projetadas para controlar de maneira absoluta como o material é distribuído dentro de determinado contexto social e cultural" (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.66). Ou seja, os produtores de mídia não podem controlar o que seus públicos fazem com seus conteúdos. No momento em que publicamos algo no ciberespaço, aquele conteúdo não mais nos pertence, mas está sujeito a remixagens, diversas interpretações e irá se propagar de uma maneira da qual não podemos prever. Por outro lado, ao permitir que isso

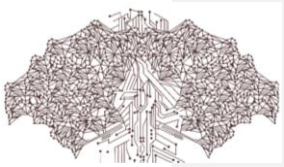
aconteça, as empresas estão utilizando de uma prática comum dos fãs para expandir seu conteúdo e trazer resultados, o que pode ser extremamente benéfico.

A seguir vamos identificar de que forma a Netflix utiliza o universo e a participação dos fãs para criarem conteúdos propagáveis e atrativos e, assim, aumentar o engajamento dos seus seguidores.

O caso Netflix

A série Sense8, original Netflix, foi produzida e lançada pela plataforma no dia 5 de junho de 2015, estreando toda primeira temporada em um único dia dentro do serviço *streaming*. A série é produzida e escrita por Lilly e Lana Wachowski e por J. Michael Straczynski. Seu nome busca um referencial ao termo inglês *sensate*, utilizado em todo o enredo e até mesmo ao apelo estético e narrativo da série. O significado circunda o âmbito da consciência e explicações sensoriais que rompem o que a espécie humana vem a conhecer.

A temática da história baseia-se em uma complexa narrativa que une a vivência de oito desconhecidos: Will Gorski, Riley Blue, Capheus "Van Damme" Onyongo, Sun Bak, Lito Rodriguez, Kala Dandekar, Wolfgang Bogdanow e Nomi Marks. Essa complexidade inclui uma ampla gama de diversidade na criação das personagens e suas tramas, uma vez que, as mesmas acontecem em culturas e países diferentes. Esse nó entre as histórias é criado a partir da morte de uma mulher chamada Angelica. A partir disso, a mera semelhança da data de nascimento desses oito protagonistas, liga a vida dos mesmos de uma forma que os surpreende. Com isso, eles conseguem estar conectados de alguma forma mental e mesmo espiritual, tornando-se então um *Sensate*. No desenrolar da história, quando buscam descobrir como e por que esta conexão aconteceu e o que ela significa, um misterioso homem chamado Jonas tenta ajudar os oito. Porém, como antagonista, Whispers inicia uma caça aos oito, fazendo uso do seu poder para ter acesso à vida de cada um. Os episódios acabam refletindo e colocando em evidência o ponto de vista de cada personagem, exaltando as particularidades de cada um e como há o cruzamento de toda a complexidade narrativa.



A série ganhou destaque nas redes sociais. O agregador de críticas Rotten Tomatoes[6] contabilizou um índice de aprovação de 67% na primeira temporada. Em outro tabulador de críticas, MetaCritic[7], foi atribuída à série uma pontuação de 63 em 100, com base em 23 críticos, indicando "avaliações favoráveis". Um episódio especial de Natal foi lançado com duração de 2 horas no dia 23 de dezembro de 2016 e a segunda temporada estreou no dia 5 de maio de 2017. Aproximadamente um mês após o lançamento da 2ª temporada, a série foi cancelada pela Netflix, o que gerou enorme repercussão nas redes. Através dessa mobilização dos fãs, a empresa optou por lançar um episódio especial de encerramento previsto para 2018.

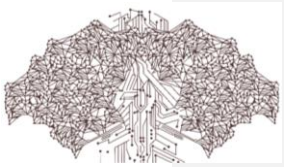
A seguir vamos analisar quatro vídeos produzidos pela Netflix para a divulgação da série Sense8 e identificar de que forma a relação fã x produtor impactada nessas produções.

O primeiro vídeo que ampliaremos as questões já mencionadas refere-se à divulgação da temática original da série e foca ao contexto das expectativas dos fãs já aplicadas diante do que estar por vir na próxima temporada. Com isso a Netflix concentra o humor e as informações que serão divulgadas em uma personalidade midiática que tornou-se conhecida por previsões um tanto quanto fora dos padrões já confeccionados pela representação real e ficcional. O vídeo intitulado por: "Marcia Fernandes - O que o Sense8 diz de 2017?[8]" foi além de uma divulgação particular desse título, um amarrado para o início do ano da provedora, que fez desse conteúdo, seu material de divulgação comemorativo. A narrativa começa com ela se apresentando brevemente e introduzindo que irá "atacar de tarólogа" para fazer as previsões, cita o ano de 2016 como um "ano ruim", fazendo alusões ao que vinha sendo compartilhado pelos usuários das redes sociais em seus perfis. As cartas de tarô que ela faz a vidência trás impresso os personagens como seres místicos e mistura as profecias que diz ver aos meses futuros às características e alguns acontecimentos da série.

[6] Disponível em < https://www.rottentomatoes.com/tv/sense8/s01/ >. Acesso em 11 jul. 2017.

[7] Disponível em < http://www.metacritic.com/tv/sense8/critic-reviews >. Acesso em 11 jul. 2017.

[8] Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=3lm4QH4sUEc >. Acesso em 11 jul. 2017



Desde o ano de 2016, a Netflix vem adotando referências do conteúdo popular da web e mesmo da televisão para criar seus anúncios de divulgação dos conteúdos originais e lançamentos. Exemplo dessa estratégia foram os vídeos divulgados na produção de "*Orange is The New Black*", viralizado em todas as redes sociais da plataforma e atingindo o objetivo da mesma ao motivar e potencializar a interatividade dos fãs que já consumiam a série e a criação de um novo público para o surgimento desse fluxo. Partindo disso, esse vídeo de divulgação da série Sense8 mescla esses referenciais de potencial gerador de memes, *gifs* e conteúdo propagável via redes. O vídeo tem como objetivo enaltecer a temática da série e gerar a expectativa do público já consumidor.

Nessa análise, vale a ressalva de que o conteúdo está disponível no canal do YouTube, o que facilita o compartilhamento para as demais redes. Além disso, a mescla mencionada anteriormente é capaz de enquadra-se no que o autor Jean Pierre Esquenazi (2011), nomeia de Cumplicidade dos Fãs. A conceituação baseia-se do pressuposto de identificação e projeção dessas produções estabelecidas pelo público, ou seja, o consumidor final da série projeta suas experiências e expectativas para a realidade transmitida pela obra. Com isso, o mesmo se sente parte dela e passa a vivenciar e a se tornar parte daquilo que cria como verdade, um laço que, por sua vez, exerce um elo forte entre produção e consumo. Dessa forma, os conteúdos criados paralelamente à produção, tornam-se responsáveis por "mover" o que seria essa cumplicidade existente, uma vez que esse público aguarda os hiatos e dispõem-se à fidelização das produções as quais se identificam.

A personagem central dessa obra, a sensitiva Márcia Fernandes, é reconhecida via internet por suas previsões do futuro, em especial as previsões que se referem às vidas das celebridades. Como a série já aborda em partes essa conceituação *médium*, a ideia foi trazer a temática para o que seria esse conteúdo a mais criado para divulgar a série e fazer um paralelo com o novo ano que se iniciava. Além de fazer algumas referências aos personagens e à própria temática da série, a sensitiva faz algumas brincadeiras com virais já existentes da época como, por exemplo, relacionar o ano de 2016 como um ano que não foi tão bom, justificando isso com a ausência de uma nova temporada da série.



No segundo vídeo[9] (figura 1) percebemos que a Netflix, mais uma vez, utiliza de assuntos que estão circulando na internet para pautar e relacionar com seus próprios vídeos de divulgação e com o universo dos fãs. O vídeo referencia os memes da Gretchen que frequentemente estão circulando na internet e sendo remixado pelos fãs, assim como referencia as próprias gírias dos fãs, como "Pisa Menos, eu te imploro", "morta" e "spoiler". Além dessas referências ao universo dos fãs, a Netflix usa outras séries originais para explicar o tempo de intervalo entre uma temporada e outra de Sense8, acrescentando referências de *Stranger Things*, *Orange is the New Black*, *Black Mirror*, *13 Reasons Why* e Narcos, como podemos ver na imagem acima.

Essa estratégia faz com o que o público estabeleça e conecte as referências, e, ao fazer isso, se sinta parte de um grupo que entende os diferentes textos de mídias usados. Ou seja, não só assistem à série Sense8, mas as outras mostradas no vídeo. De certa forma, essa compreensão da mensagem em sua totalidade aumenta o engajamento do público e fortalece o laço que os fãs têm com as produções das quais são fãs. Por último, além de todas essas referências, o vídeo também traz um formato bem semelhante à abertura da série, com cortes rápidos e com imagens de diferentes lugares e pessoas sendo exibidas. Isso mostra que, apesar das diversas referências que o vídeo traz, ele também tem uma conexão com o produto que ele quer divulgar e com o objetivo no qual foi criado: anunciar que todos os episódios da segunda temporada de Sense8 estão disponíveis na plataforma.

Como vimos, na cultura participativa surgem novas formas de resignificar o papel dos consumidores/fãs e produtores, que estão cada vez mais complexamente entrelaçados. Os membros do público compartilham conteúdos por interesses culturais,

[9] Disponível em < https://www.facebook.com/netflixbrasil/videos/1454692451254210/ >. Acesso em 11 jul. 2017

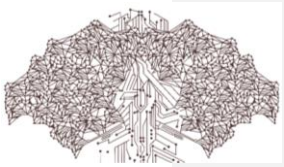
pessoais, políticos ou até econômicos, e os fazem "para estabelecer conexões entre si, para mediar as relações sociais e dar sentido ao mundo em torno deles" (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 62-63). Dessa forma, ao pensarmos no objeto de estudo desta pesquisa, percebemos que, quando os seguidores da Netflix compartilham um vídeo no qual aparecem celebridades, memes ou alguma referência do universo do qual estão inseridos, eles o fazem para se incluírem em um grupo específico e estabelecer conexões com as pessoas que também gostam daquela celebridade ou série, ou faz parte daquele universo exposto. A Netflix está oferecendo algo que os fãs podem participar, falar o que pensam, se expressar e que seja significativo para os grupos com os quais conversam regularmente e possuem algum laço social. "Quando os membros do público escolhem retransmitir textos de mídia, eles demonstram que pertencem a uma comunidade, que estão *in* em relação à referência e compartilham alguma experiência em comum" (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.258). Dessa forma, essa exclusividade é a função-chave para a propagação de algum conteúdo. Além disso, ela é reforçada quando existe intermedialidade, ou seja, quando o público cria links entre diferentes textos e reconhece quando os textos fazem referência entre si. É outro ponto que percebemos nos vídeos propagados pela Netflix, que faz referência as suas próprias séries, conteúdos e ao ambiente no qual a comunidade de fãs está inserida.

O terceiro vídeo[10] trata-se do anúncio do cancelamento da série. Seu conteúdo audiovisual resume-se em momentos marcantes dos protagonistas em alguns episódios, cenas que marcaram e estabeleceram algum tipo de laço com o público que já é consumidor da mesma e acabou sendo o maior impactado pela notícia. Para quem ainda assiste a série e conhece a estética por trás da obra, as imagens mescladas e as emoções criam esse *mix* de narrativas que se cruzam e faz essa alusão à série em si.

Nesse compilado da série o ar de peroração é mantido durante toda sua execução. Aqui há uma mescla entre dois sentimentos: despedida e gratidão. A exposição disso fica mais clara quando mesclamos o que está sendo reproduzido pelo vídeo e a legenda adotada em sua descrição utilizada no Facebook "Obrigado por terem sido parte disso. O

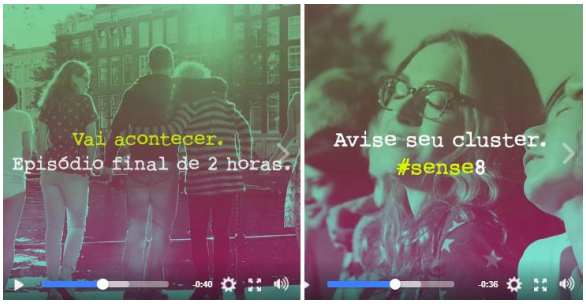
[10] Disponível em < https://www.facebook.com/Sense8NoBrasil/videos/1168397553270340/ >. Acesso em 11 jul. 2017

Vídeo 3: compilado de emoções para os laços sociais.



#sense8 continua com cada um." Momentos de alegria, amor, festa e muitos atos afetivos, como abraços, beijos, mãos dadas etc, são empregados para transporem o sentimento que está por trás do que foi noticiado. O corolário dessa produção vinculada à página oficial do Brasil, coloca a última cena aquela que foi gravada no país, onde todos os Sense8 estão comemorando e felizes na Parada Gay que faz parte de grande parte do enredo e da identificação almejada pela narrativa de alguns personagens e suas complexidades construídas. Nessa questão especificamente, a importância da diversidade das personagens materializa-se nos discursos defendidos e nas múltiplas identificações e projeções que os consumidores são capazes de criar. Após a segunda temporada, os laços mais fortes e mais resistentes nessa relação com os fãs, a despedida soa como um ritual de luto para tais.

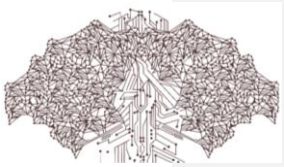
Os fãs aqui tiveram grande importância para toda a interatividade e consequências dessa divulgação. Eles, por sua vez, foram capazes de viralizar a insatisfação pelo cancelamento, atingindo os atores, produção, direção e até mesmo a plataforma Netflix. Inúmeros sites explicaram o que esse cancelamento geraria de consequência para a plataforma e principalmente para o conteúdo web original, uma vez que foi entendido que não era apenas o fim de uma série, mas o desfecho de um laço social mundialmente criado. Isso quer dizer que os personagens foram capazes de atingir diferentes públicos, com diferentes histórias e com diferentes propósitos que resultou em uma onda capaz de fazer com que a série ganhasse mais um episódio a fim de atender essa demanda gerada pelos fãs. Esse comportamento mostra que a Netflix consegue equilibrar os interesses do público e dos produtores. Enquanto os segundos operam na cultura de *commodity*, que visa apenas obtenção de lucro e compartilhar conteúdo é visto como prejudicial economicamente, os primeiros atuam na economia do dom, no qual deixar de compartilhar material é prejudicial socialmente, uma vez que a prática é movida por interesses sociais (JENKINS; FORD; GREEN, 2014). Dessa forma, conseguimos perceber que a estratégia usada pela Netflix nas redes sociais se destaca ao optar por seguir a economia do dom em vez da cultura de *commodity*. Assim, a marca consegue tanto agradar os fãs, quanto ter retorno sobre seus objetivos econômicos. Essa prática se tornou extremamente visível ao lidar com o engajamento dos fãs acerca do cancelamento da série Sense8.



O quarto vídeo[11] (figura 2) foi feito exatamente para anunciar que os pedidos dos fãs foram ouvidos e atendidos: a série terá um episódio extra de 2 horas. O vídeo é construído a partir de cenas da série juntamente com momentos em que os personagens estão cantando a música que é trilha sonora do vídeo. Ao mostrar os diversos personagens cantando juntos, o vídeo representa a cumplicidade que os fãs têm e principalmente tiveram após o anúncio do cancelamento. A forma como o vídeo foi criado traduz o laço social que os fãs têm com a série e entre eles, como se os personagens não estivessem apenas cantando juntos, mas também com todos os seus fãs. Esses dois aspectos juntos potencializam a mensagem que quer ser passada pelo vídeo e dá mais sentido ao seu objetivo. Além disso, a música usada também faz parte da narrativa da série e é conhecida pelos fãs, aumentando ainda mais a identificação pela produção. O destaque vai para frase que antecede o anúncio do episódio especial: "vai acontecer". Ela traduz o sentimento que os fãs têm pela série e é uma forma de resposta aos milhares de pedidos pelo não cancelamento da série. No próximo frame, novamente a Netflix utiliza de uma gíria presente no universo dos fãs para potencializar o laço social e o engajamento deles com o vídeo: "avise seu *cluster*". A palavra *cluster* faz referência a um grupo de fãs com atividades semelhantes que se desenvolvem conjuntamente. Entende-se a ideia de união, agregação, integração e está diretamente ligada à narrativa da série.

Considerações Finais

[11] Disponível em < https://www.facebook.com/netflixbrasil/videos/1508485182541603/>. Acesso em 11 jul. 2017

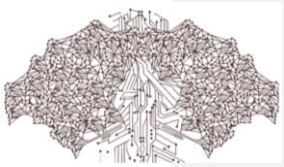


Todos nós desempenhamos um papel vital no compartilhamento dos textos de mídia. A ideia de propagabilidade, discutida no artigo por meio da análise do caso da Netflix, tem o potencial de remodelar completamente a maneira como operam as instituições culturais e de mídia, que precisam abandonar as práticas da era da radiodifusão com seu foco em membros individuais da audiência para adotar a atenção em audiências socialmente ativas e ligadas em rede.

As empresas precisam entender o que motiva esses fãs e começar a responder a essas expectativas. Diversos benefícios surgem ao interagir e se conectar com o público da forma como eles querem e precisam e de forma que se encaixe nas conversas da comunidade. É o que vimos com os exemplos feitos pela Netflix. Ela sabe o que os fãs gostam e o que está imerso e popular entre eles, coloca isso em evidência e, assim, cria conteúdo atrativo e com alto grau de engajamento e propagabilidade. Dessa forma, os fãs atuam como multiplicadores dos seus conteúdos. E vão além: mesmo aqueles que não assinam o serviço ou assistem a série acabam também compartilhando as peças por fazer parte do universo deles.

Os desejos dos fãs e os interesses das empresas às vezes funcionam em paralelo, mas nunca coincidem inteiramente. O caso da Netflix nos mostra que é possível encontrar o meio termo e aproveitar o engajamento dos fãs dentro da cultura participativa a favor dos interesses econômicos da empresa. Alinhar os dois interesses não tem sido uma tarefa fácil para empresas de comunicação. A maioria delas prefere ignorar a participação dos usuários ao enxergar que a contribuição deles pode ser prejudicial para suas estratégias econômicas. Porém, ao pensar assim, acabam perdendo as vantagens que a cultura participativa traz. É ouvindo e entendendo os interesses do seu público e do universo que envolve a cultura participativa, como a Netflix tem feito, que as empresas vão conseguir traçar estratégias que, de fato, funcionem no novo contexto midiático.

Além disso, há uma dedução na propagabilidade em questão: os vídeos postados via YouTube (vídeo 1) são produções criadas como produtos secundários da série, ou seja, são complementos à narrativa que criam para os fãs um novo conteúdo para ser consumido e imerso. Portanto, vale uma observação clara que a plataforma onde os mesmos são hospedados possibilita uma série de compartilhamentos e replicações para



uma gama maior de redes sociais do que um vídeo hospedado no Facebook por exemplo; esses por sua vez, trazem características de divulgação, mas que não possuem necessariamente uma contextualização e um propósito tão claro e evidente para se tornar viral e atingir mais pessoas via web.

A partir do conteúdo e das temáticas teóricas abordadas, a série Sense8 é um enorme potencial na ligação fã x produto, ou seja, o fã aqui é responsável pelo sucesso da série e perpetuação da mesma. A Netflix, por sua vez, cria um conteúdo capaz de enaltecer seu consumidor e preocupa-se com essa cumplicidade estabelecida. A criação de produtos secundários, a narrativa transmitida pelas características das personagens e a imersão estabelecida faz com que esse contato seja o responsável pelo apresso do público e torna esse laço tão forte que mesmo um anúncio de cancelamento não é capaz de fazer com que o fã deixe de ser fã e "aceite isso calado".

Referências bibliográficas

ESQUENAZI, Jean-Pierre. **As séries Televisivas**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **Textual poachers**: television fans and participatory culture. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão** - Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

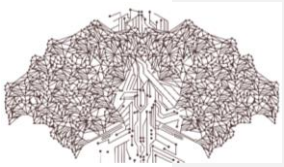
LEVY, Pierre. **A máquina universo**. Porto Alegre: ArtMed, 1998.

_____. **Inteligência coletiva**. Para uma antropologia do ciberespaço. 5 ed. Loyola, 2007.

MACHADO, Arlindo. Fim da Televisão? Revista Famecos. Mídia e Tecnologia. Porto Alegre: PUCRS, janeiro/abril2011.

O'REILLY, Tim. **Web 2.0 Compact Definition**: Trying Again. 2016. Disponível em <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>. Acesso em 11 jul. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura)

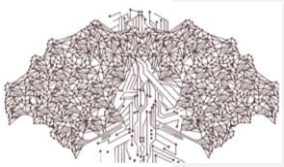


SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

WILLIANS, Raymond. **Television**: Technology and cultural form. Glasgow: Fontana/Collins, 1979.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. São Paulo: Editora Globo, 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



CO-DEMOCRACIA: UMA PROPOSTA DE FOMENTO DE LEIS DE INICIATIVA POPULAR[1]

Ricardo Lima de Mello[2]; Gilberto dos Santos Prado[3]

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar como o co-design, ou design colaborativo, pode empoderar e incentivar os cidadãos brasileiros a se organizarem em comunidades virtuais e presenciais a fim de participarem da democracia de forma direta, resolvendo problemas locais através da criação de leis de iniciativa popular, ferramenta essa pouco aproveitada, embora prevista na Constituição Federal de 1988. A cultura da participação é elemento chave das transformações que a internet tem gerado na sociedade no século XXI. A conexão de pessoas com objetivos em comum mediadas por ferramentas acessíveis da chamada web 2.0, estabelecem um novo poder expondo modelos organizacionais descentralizados, voltados a inovação e a inteligência coletiva para a resolução de problemas. No cenário político, nota-se um aumento de manifestações populares nos últimos anos no Brasil e o surgimento de algumas iniciativas governamentais e não governamentais para promover o aumento da participação civil legislativa pela internet, mas nota-se que é preciso mais do que ferramentas digitais para a efetividade da e-democracia no país

Palavras-chave: co-design, e-democracia, cibercultura.

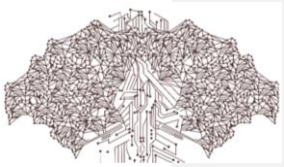
1. INTRODUÇÃO

As reivindicações dos cidadãos por mudanças no Brasil, ocorridas em junho de 2013, chamaram a atenção principalmente pela forma como aconteceu. Diversas manifestações

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 18 – Tecnopolítica, Estado, crise da democracia representativa;, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). É Mestre em Design e Tecnologia (UAM) e participa do grupo de pesquisa Poéticas da Arte e Design, da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). E-mail: rlmello@anhembi.br

3 . Pesquisador Professor Senior da Universidade de São Paulo e Professor da Universidade Anhembi Morumbi. Atua nos Programas de Pós-Graduação em Artes visuais da ECA-USP e no PPG Design da UAM. É coordenador do Grupo Poéticas Digitais, trabalha com Arte em Rede e instalações interativas E-mail: gttoprado@gmail.com



eclodiram, simultaneamente, nas principais capitais do país. Cidadãos comuns começaram a se mobilizar através das mídias sociais, valendo-se de ferramentas gratuitas, como Facebook® e Twitter®, para irem às ruas registrar sua insatisfação perante o governo.

Esse novo tipo mobilização social tem mostrado um novo caminho para o fortalecimento de teorias democráticas mais participativas, o que até então parecia muito distante da realidade. Para muitos estudiosos, o aumento da participação popular é considerado um caminho para que o setor público continue valorizando seus cidadãos e inove na solução de problemas complexos.

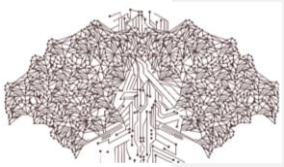
Tapscott & Willians (2011, p. 261), por exemplo, afirmam que o cidadão poderá, assim, ser um protagonista no serviço público, aperfeiçoando seu próprio atendimento via plataformas digitais e melhorando continuamente os serviços prestados pelo governo, juntamente com todas as partes interessadas envolvidas no processo (servidores públicos, empresas e cidadãos). Na visão de Lévy (2015), a união de pessoas em comunidades virtuais irá proporcionar uma inteligência coletiva, criando, assim, uma democracia em tempo real com um conhecimento que pode ser acessado de forma onipresente no ciberespaço.

As manifestações citadas anteriormente são importantes recursos democráticos, mas na visão de Lévy (2015) seriam limitados, pois para ele as manifestações não exploram a diversidade de opiniões, "[...] ganham os grupos que cooperam mais e o coletivo se faz apenas com uma voz". Nesse caso, perde-se a possibilidade de conhecer a posição individual de cada cidadão e, consequentemente, a possibilidade de aproveitar um conhecimento diferente sobre o tema.

Surowiecki (2006, p. 103) defende a descentralização nas tomadas de decisões e acredita que "[...] quanto mais próximo uma pessoa está de um problema, é mais provável que ela tenha uma boa solução para ele". Atualmente, os políticos tomam decisões sobre problemas que não fazem parte de suas realidades. As decisões individuais começam a traçar um perfil de personalidade do grupo ou de uma cidade, como um organismo vivo e pulsante.

As produções de leis locais podem possuir um efeito global, assim como propôs Pouso (2010) no processo de democracia participativa. Johnson (2003, p. 88) acrescenta que a quantidade diversa de membros e o *feedback* constante entre eles é que faz o aprendizado acontecer. É a diversidade que irá ampliar o conjunto possível de solução de um grupo.

Tapscott & Willians (2011) apostam, ainda, na mudança de mentalidade global e propõe que para ser ágil e inovador, os governos precisam pensar em se transformar em plataformas de inovação social, abertas e que potencializem a colaboração, onde todos poderiam ter acesso ao



código e melhorá-lo. Em vez de criar departamentos, deveria se pensar em criar ecossistemas para realizações sociais, como aplicativos, por exemplo.

Baranauskas (2013, p. 23) complementa que a partir do momento que as pessoas conseguem inserir essas novas tecnologias de informação às atividades que desenvolvem, elas vão percebendo que aquilo faz sentido e se apropriam do conhecimento que pode ser usado na resolução de necessidades futuras.

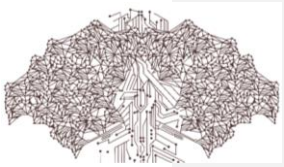
2. E-DEMOCRACIA

A democracia surgiu no século V a.C. em Atenas, na Grécia, e sua etimologia é composta pelas palavras gregas *demo*, povo, e *kratía*, poder, o que significa que a soberania é exercida e decidida pelas vontades do povo (MEDEIROS, 2016). O regime político democrático é considerado um legado dos gregos ao mundo contemporâneo e foi bastante modificado ao longo do tempo, conforme as leis do país onde foi aplicado. Atualmente, é o sistema de governo que está presente na maior parte do mundo (ÍNDICE, 2017).

O modelo de democracia ateniense era direto, sem a necessidade de intermediários para representar os cidadãos, já que o número de habitantes era pequeno. Para a aplicação do regime democrático com um grande número de participantes surge o modelo de democracia que conhecemos até hoje, a democracia representativa ou indireta. A base do modelo representativo é oferecer uma participação limitada do cidadão comum através do voto, ou sufrágio, para eleger os representantes mais bem preparados para agir nas demandas de que a sociedade necessita (MAGRANI, 2014, p. 40).

Esse modelo de governo é o mais popular no Brasil e no mundo, sendo a forma como se elegem os políticos nos poderes legislativo e executivo; apenas o poder judiciário não trabalha nesse modelo. No entanto, o modelo representativo é limitado. Lévy (2014, p. 66-67) argumenta ainda que "[...] o ideal da democracia não é a eleição de representantes, mas a maior participação do povo na vida da cidade". O voto simples considera apenas opiniões de forma quantitativa, pouco explorando o potencial individual de cada cidadão, e tem apenas efeito estatístico e simplório. Outro problema é o da descontinuidade do processo, pois as grandes eleições apenas ocorrem a cada quatro anos, e os projetos públicos costumam mudar a cada gestão.

Existe uma diferença entre os termos "e-democracia", "governo eletrônico" e "governo aberto". Todos eles são recentes e estão se tornando popular na política atual. Pimentel (2011, p. 112) aponta que a e-democracia e o governo eletrônico, ou e-Gov, tem objetivos distintos. Enquanto o governo eletrônico trata apenas de melhorar a qualidade dos processos públicos da



prestação de serviços, a e-democracia visa à criação de novos processos e novos relacionamentos entre governos e cidadãos, estimulando a interação social para promover a participação cidadã e a transparência das ações.

Para promover a e-democracia, Pimentel (2011, p. 118) salienta ainda que é necessário estruturar plataformas digitais que fortaleçam a colaboração, a transparência e a memória.

Tentativas de aumentar a participação cidadã direta estão sendo registradas em diversos países e ganhando força através da internet (DIRECT, 2017). Estamos vivendo uma nova forma de pensar, criar, produzir, consumir e nos organizarmos socialmente apoiados por ambientes virtuais. Alguns países latinos como a Argentina, Equador e Brasil têm gerado experimentos pioneiros em casos de e-democracia e de colaboração popular na produção legislativa e com resultados promissores.

2.1. E-DEMOCRACIA NA ARGENTINA: O PARTIDO POLÍTICO EM FORMATO DE SOFTWARE ABERTO

Criado em 2011, o *Partido de La Red* colocou em sua proposta principal o objetivo de aumentar a participação direta dos cidadãos sem mudar o sistema de partido político. Resolveram criar um partido onde todos os candidatos a cargos políticos fossem obrigados a tomar decisões apenas do que previamente já tenha sido deliberado e votado em uma plataforma on line criada no formato de código livre e chamada de *DemocracyOS*. Por ser aberto e livre, esse software pode ser baixado e tem sido usado em outras iniciativas mundiais. Os fundadores consideram que esse é um partido que expressa suas ideias em forma de software. Santiago Siri (2015, p. 80) afirma que essa atitude é uma forma de hackear a política, pois o software consegue realizar uma mudança sem mudar a estrutura do sistema atual. "[...] Si legalmente podemos poner a um robot como candidato, lo hacemos!" (Ibid.).

2.2. E-DEMOCRACIA NO EQUADOR: WIKILEGISLAÇÃO

No Equador, foi criado o Projeto da Lei Orgânica da Economia Social do Conhecimento, Criatividade e Inovação, um projeto totalmente aberto que utiliza um processo de alteração legislativa colaborativa pela sociedade civil via *Wiki* (TORET & CALEJJA, 2014, p. 13).

Trata-se de uma tentativa do governo federal de construir no Equador uma base de conhecimento para obter uma vantagem competitiva internacional, unir forças e criar uma sociedade do conhecimento aberta, transparente e livre de bens públicos, como o meio ambiente

(DELGADO, 2014). O passo a passo para participar da *Wiki* é oferecido através de diversos vídeos tutoriais no Youtube®.

2.3. AS INICIATIVAS DE E-DEMOCRACIA NO GOVERNO BRASILEIRO

No Brasil, a Câmara dos Deputados tem criado algumas iniciativas para aproximar os cidadãos do processo legislativo, como, por exemplo, o portal e-democracia de 2009, que após 4 anos permitiu a instalação de um laboratório de inovação, o *LabHacker*, com o intuito de criar soluções tecnológicas de participação cidadã. Dessa iniciativa, surge, em 2015, a ferramenta *Wikilegis*, desenvolvida no formato de código livre. Trata-se de um editor colaborativo de textos legislativos que permite qualquer pessoa, através de um cadastro simples e acesso à internet, sugerir mudanças e edições em leis federais.

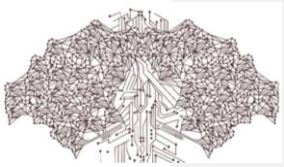
A ferramenta *Wikilegis* permite aos cidadãos discutir e sugerir, colaborativamente, alterações de redação de projetos de lei. Deputados podem publicar no *Wikilegis* proposições legislativas das quais sejam autores ou relatores. A sociedade participa fazendo comentários ou sugerindo uma nova redação, artigo por artigo. As contribuições coletivas são apresentadas de forma organizada e estruturada, facilitando a sua análise e possível incorporação ao texto final.

Atualmente, o *Wikilegis* está sendo usado apenas para a edição de leis federais e não oferece autonomia para sugestão de novas leis ou melhoria nas leis já existentes. Mas como é uma ferramenta de código livre, ela pode ser alterada e utilizada para outros propósitos, como, por exemplo, a criação de novas leis de iniciativa popular no âmbito municipal.

3. LEIS DE INICIATIVA POPULAR

Para criar uma lei federal no Brasil, é necessário seguir um conjunto de procedimentos denominado processo legislativo. O caminho seria o seguinte:

> O processo legislativo tem início por meio da apresentação das seguintes proposições: projeto de lei, projeto de resolução, projeto de decreto legislativo, medida provisória e proposta de emenda à Constituição. A iniciativa das leis pode ser dos Parlamentares, do Presidente da República, do Supremo Tribunal Federal, dos Tribunais Superiores, do Procurador Geral da República e de grupos organizados da sociedade. Em ambas as Casas do Congresso Nacional, as proposições passam por diversas etapas de análise e votação. A análise da constitucionalidade, da admissibilidade e do mérito é feita nas Comissões. Já no Plenário, órgão máximo das decisões da Câmara dos Deputados, são deliberadas as matérias que não tenham sido decididas conclusivamente nas Comissões. Nesse caso, discutido e votado o



> projeto de lei nas Comissões, é dispensada a sua votação pelo Plenário, excetuados os casos em que houver recurso de um décimo dos membros da Casa. Após a votação do Congresso Nacional, há ainda a deliberação executiva. Isto é, o Presidente da República pode sancionar (aprovar) ou vetar (recusar) a proposição. No primeiro caso, o projeto torna-se lei. Em caso de veto, as razões que o fundamentam são encaminhadas ao Congresso Nacional, que mantém ou rejeita o veto. Se o projeto for sancionado, o Presidente da República tem o prazo de 48 horas para ordenar a publicação da lei no Diário Oficial da União. (CÂMARA, 2017, grifo nosso).

Em resumo, o processo legislativo se dá nas seguintes fases: 1) iniciativa legislativa; 2) discussão; 3) votação; 4) sanção e veto; e 5) promulgação e publicação.

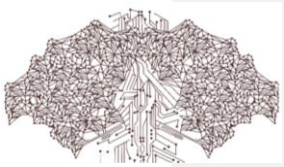
O trecho apresentado com as etapas da criação de novas leis indica uma pequena abertura à participação da sociedade apenas na etapa inicial da criação de uma lei. Ela pode surgir por uma iniciativa popular. Esse é um recurso, criado na Constituição Federal de 1988, que permite a qualquer cidadão criar uma lei que tenha relevância e interesse popular e submetê-la a processos de aprovação e votação da mesma forma como se fosse elaborada por um parlamentar e sem nenhuma prioridade na tramitação ou obrigatoriedade de seguir as demais etapas.

No Brasil, a iniciativa popular é prevista pela Constituição Federal nos três níveis da federação: federal, estadual e municipal.

Pouso (2010, p. 13) aponta que no sistema de democracia representativa adotada pelo país, a Lei de Iniciativa Popular seria o único recurso verdadeiramente democrático. As outras formas existentes, também previstas na Constituição Federal de 1988, como o referendo e o plebiscito, são apenas formas limitadas do exercício do poder do povo.

> [...] tanto no plebiscito quanto no referendo, o povo não age espontaneamente, mas é chamado a se manifestar, por provocação dos poderes constituídos, e, ainda, essa manifestação é vinculada às opções previamente estabelecidas por esses poderes. Sendo assim, somente a iniciativa popular na apresentação de projetos de lei, dentre as modalidades de democracia direta previstas no Artigo n. 14 da Constituição Federal de 1988, é o veículo pelo qual, genuinamente e sem arreios, a vontade popular se revela livre quanto aos desígnios da nação.

3.1. LEIS DE INICIATIVA POPULAR ESTADUAIS E MUNICIPAIS



No âmbito estadual, os requisitos para apresentação de projetos de lei de iniciativa popular, como número mínimo de subscrição de eleitores e distribuição geográfica das assinaturas, estão previstos nas constituições de cada estado. A manifestação de apoio à iniciativa popular a nível estadual pode estabelecer um percentual mínimo do eleitorado ou seguir o número de 1% estabelecido pelo modelo federal. Cada estado pode fixar essa porcentagem de forma diferente. O estado de São Paulo, por exemplo, possui um percentual de adesão do eleitorado de 0,5%, aproximadamente 163.210 assinaturas. O Rio de Janeiro apresenta um percentual ainda mais reduzido, de 0,2% (ITS Rio, 2017).

A iniciativa popular na esfera municipal segue os preceitos do Artigo n. 29, XIII da Constituição Federal. Para sua viabilização, torna-se necessária a adesão de 5% do eleitorado do município, cidade ou bairro interessado. No entanto, cada município é livre para fazer alterações através da Lei Orgânica Municipal e instituir suas condições, formatos e o regimento de como uma proposta de lei de iniciativa popular será tratada, respeitando os limites estabelecidos pela Constituição Federal.

Pouso (2010, p. 81) defende a criação de leis de iniciativa popular no âmbito municipal para que a população consiga se apoderar mais rapidamente dessa ferramenta por ser mais fácil de realizar e precisar de menos recursos do que na esfera Federal ou Estadual. Barber (1984 apud FARIA, 2011, p. 36) também considera os laços comunitários no âmbito local o ponto de partida para um sistema participativo que alcançaria a esfera nacional.

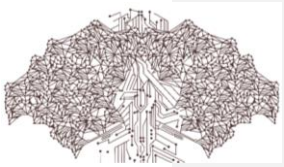
4. COMUNIDADES VIRTUAIS E INTELIGÊNCIA COLETIVA

Para a produção de textos colaborativos, destacam-se as ferramentas *Wiki*. Elas são acessíveis, muitas vezes disponíveis gratuitamente e são concebidas para promover a geração de conhecimento coletivo através da participação ativa de seus integrantes. Shirky (2012, p. 102) ressalta que uma *Wiki* é um processo de aprendizagem e aprimoramento contínuo:

> Um artigo da *Wikipédia*® é um processo, não um produto, e por isso nunca está concluído. Mesmo tendo vandalismos, os artigos vão ficando melhores com o passar do tempo (SHIRKY, 2012, p. 102).

Segundo Douglas Rushkoff (2003, apud FARIA, 2011, p. 63), a construção colaborativa de softwares serviria de inspiração para outras possibilidades de trabalho colaborativo, como, por exemplo, a produção legislativa.

> Um modelo para o processo aberto e participativo por meio do qual a legislação pode ser elaborada em uma democracia em redes pode ser



> encontrado no movimento de softwares de código aberto. Por esse meio, desenvolvedores encorajam a correção mútua de erros e aperfeiçoam o trabalho do outro. Melhor do que competir, eles colaboram entre si e não escondem a forma como seus programas funcionam. Como resultado, todo mundo é convidado a mudar o código e o software pode evoluir com os benefícios da multiplicidade de pontos de vista. A implementação de uma democracia de fontes abertas requererá de nós cavar fundo no código de nossos processos legislativos, e então revitalizá-los no novo contexto da nossa realidade em redes. (POUSO, 2010, p. 13)

Mas apenas a utilização dessas ferramentas não é garantia de sucesso de um projeto colaborativo. A partir das redes estabelecidas surge o conceito das comunidades virtuais, apontado por Lévy (2010, p. 130) como sendo o segundo princípio dos ambientes virtuais e que possibilitam explorar novas formas de opiniões públicas

Conforme as pessoas vão se articulando em rede, será possível dar respostas mais rápidas às mudanças, fiscalizar melhor os políticos, evitar duplicação de esforços e conteúdos mais relevantes (Ibid., p. 123).

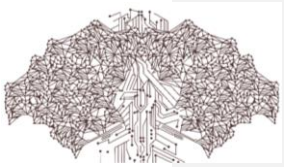
É importante reforçar também que apenas pertencer a uma comunidade virtual não significa produzir conhecimento coletivo. É importante salientar que o termo "coletivo" não significa necessariamente uniforme; a internet nos permite trabalhar a variedade e multiplicidade de opiniões. Surowiecki (2006, p. 19) ressalta que mesmo a inteligência sendo coletiva e proveniente da diversidade do grupo, cada indivíduo precisa pensar e agir da forma mais independente possível.

4.1. ELEMENTOS DA INTELIGÊNCIA COLETIVA GOVERNAMENTAL

No relatório *Governing with Collective Intelligence*, de 2017, Saunders & Mulgan (2017) apontam como os governos podem entender e aproveitar o uso da inteligência coletiva para aplicar nos desenvolvimentos das nações. No relatório, a inteligência coletiva refere-se à capacidade de grandes grupos, como uma comunidade, região, cidade ou nação, de pensar e agir inteligentemente de uma maneira que equivale a mais do que a soma de suas partes.

Os governos poderiam se aproveitar da inteligência coletiva no desenvolvimento das políticas públicas em quatro perspectivas:

1. melhorar a compreensão de fatos e experiências usando novas ferramentas digitais para coletar dados de muitas outras fontes;



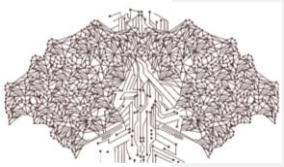
2. melhorar o desenvolvimento de opções e ideias aproveitando o poder intelectual coletivo dos cidadãos para apresentar melhores ideias e opções de ação;
3. tomando decisões melhores e mais inclusivas, que envolvam os cidadãos desde a formulação de políticas até o planejamento e orçamentação;
4. melhorar a supervisão do que é feito, encorajando um envolvimento mais amplo na supervisão da atividade governamental, desde o controle da corrupção até ao controle dos orçamentos, contribuindo para aumentar a responsabilização e a transparência.

No caso da utilização de plataformas digitais para otimizar a experiência da inteligência coletiva, são apontadas oito recomendações no desenvolvimento do projeto (SAUNDERS & MULGAN, 2017, p. 7):

1. assegurar que os métodos de Inteligência Coletiva sejam aplicados eticamente;
2. começar tentando solucionar um problema, não um projeto de tecnologia;
3. reutilizar e desenvolver os conhecimentos e as redes de conhecimentos existentes;
4. escolher o público certo para o seu problema;
5. mantê-lo simples, começando com o básico e construindo o suporte, habilidades e iniciativas mais ambiciosas no futuro;
6. integrar a inteligência coletiva nos processos governamentais existentes;
7. não se esquecer de habilidades, pois governar com inteligência coletiva exigirá familiarizar-se com novos tipos de informações, ferramentas e processos;
8. lembrar-se de que existe um mundo além da internet.

5. O PAPEL DO DESIGNER NO SÉCULO XXI

Baranauskas (2013, p. 39) define o papel do profissional de design: "[...] ajudar o usuário a articular seus problemas, descobrir suas necessidades de informação e evoluir uma solução sistêmica". Ela acrescenta que seu papel seria semelhante ao de um maestro, um orquestrador do envolvimento das demais partes no processo. Já que existem diferenças entre os atores envolvidos, cabe a ele entender as interdependências entre os interesses e objetivos de todos interessados no



objeto final. Seu foco está em criar oportunidades para a participação de todos, sendo apenas mais um integrante, assim como os outros envolvidos.

De acordo com o Centro de Design da Islândia (ICELAND, 2014), design é uma metodologia, uma forma de pensar e um processo para fazer a ponte entre a criatividade, a inovação e a tecnologia. O design é usado como um termo para nomear vários campos que unem criação e soluções práticas. Ao unir esses elementos, o design liga a criatividade e a inovação e forma ideias para a produção de itens bons e úteis. Ele também é definido como energia criativa utilizada para atingir um propósito específico.

É função do designer pensar em novos espaços a serem habitados para possibilitar novas formas de trabalho e interação social. O design de uma comunidade virtual é também um desafio do novo profissional de design, que precisa modelar sistemas colaborativos e ser capaz de promover o objetivo maior do ciberespaço, que é a inteligência coletiva (LÉVY, 2010, p. 133). Pimentel (2015, p. 13) faz considerações importantes sobre o design de ambientes colaborativos:

> Quem projeta e desenvolve sistemas colaborativos tem o poder de criar novas formas de trabalho e interação social, novos palcos para a convivência humana. Não basta conhecer de bits e bytes, não é mais suficiente saber engenhar um software; é preciso entender também de gente, conhecer as características e necessidades do novo ser humano digital e as novas formas de trabalho e organização social (PIMENTEL, 2015, p. 13).

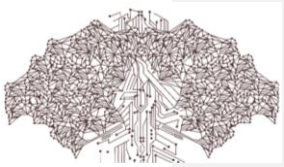
E complementa sobre o design no século XXI:

> [...] deve ser condizente com as necessidades das novas gerações, formada por jovens que desejam colaborar, interagir e compartilhar, sem uma hierarquia rígida, que tenha flexibilidade de horário e lugar, que favoreça a criação e a informalidade (PIMENTEL, 2015, p. 13)..

Bom design requer experiência e conhecimento de muitos aspectos diferentes de materiais, produção, marketing e necessidades dos usuários.

No relatório *Designing Democracy*, Baker (2015) afirma que o bom design é democrático por natureza. Ele reconhece o que as pessoas querem e precisam, e fornece a melhor, mais prática e bela maneira de conseguir isso. Ele cita ainda que é através da participação direta e empoderamento dos beneficiários que o design pode desempenhar seu maior papel.

6. O DESIGN PARTICIPATIVO



De acordo com Moraes (2012, p. 17), o conceito de design participativo (DP) surgiu na Escandinávia, no final dos anos 1960 e início dos 1970 para democratizar o processo de desenvolvimento de sistemas e produtos. O conceito era de que o usuário não apenas consumisse produtos, mas atuasse como um coprojetista, tendo um papel de alto envolvimento no processo para melhorar a qualidade e evitar a criação de funcionalidades sem necessidade, melhorar a aceitação e o uso mais efetivo do produto ou sistema em questão. O DP passou a ser adotado amplamente como metodologia de design a partir dos anos 1980. Sua principal diferença da metodologia de design-centrado no usuário é que no DP os usuários fazem parte da equipe do projeto e não apenas são objetos de estudo e de experimentação.

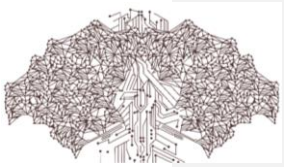
Moraes (Ibid. p. 18) aponta que a metodologia do DP costuma ser empregada pelas seguintes motivações:

- política e sociológica: os usuários poderiam influenciar nas decisões que os afetam, e não apenas adotar decisões impostas por terceiros;
- geográfica e contextual: designers e usuários possuem diferentes visões de mundo baseado na cultura distinta, conhecimento e experiência prévia;
- pragmática: possibilitar a realização de tarefas de maneira mais eficiente, eficaz e satisfatória para não desperdiçar recursos e facilitar a adoção e entendimento dos usuários.

Percebe-se, então, nessa metodologia uma mudança de perspectiva do profissional de design, que muda o conceito de "fazer para" para "fazer com". Esse método vem de encontro aos conceitos de democracia participativa já apresentados, onde a participação e autonomia dos indivíduos em questões que são diretamente afetados faz parte de um processo de desenvolvimento social e maior comprometimento dos envolvidos (MORAES, 2012, p. 20).

Conforme Spinuzzi (2005 apud MORAES, 2012, p. 26), são três os estágios básicos de um projeto em design participativo:

- Estágio 1: Exploração inicial do trabalho, familiarização do designer e participantes e seleção do ambiente e das ferramentas de trabalho através de observação, entrevistas e análises de artefatos.
- Estágio 2: processo de descoberta. Etapa que dará sentido ao trabalho, com uso de técnicas para compreender e priorizar a organização do



trabalho. Os métodos usados durante esse estágio incluem jogos organizacionais, jogos baseados em dramatização, workshops, storyboards etc.

- Estágio 3: Prototipação. Etapa na qual os designers e usuários modelam por várias vezes e iterativamente os artefatos tecnológicos para que esteja de acordo com as necessidades e objetivos dos usuários.

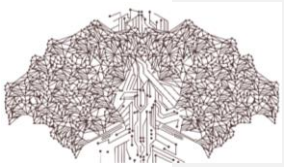
O design participativo poderia ser utilizado para entender as demandas locais e empoderar os cidadãos para que as leis sejam feitas "do" povo "para" o povo e que mesmo sem ter conhecimento dos termos legislativos possam participar da construção de leis de iniciativa popular de forma relevante ao seu contexto local. Porém, foi identificado alguns pontos em seu processo que parecem repetir problemas percebidos na democracia representativa brasileira.

Para a construção coletiva via design participativo, a seleção dos participantes deve ser cuidadosa e homogênea para aumentar a responsabilidade sobre as tarefas e a seriedade do projeto e, assim, melhorar a experiência e a efetividade do projeto (SHNEIDERMAN apud MORAES, 2012, p. 22). As diferenças culturais não são vistas como um fator positivo no processo e as interações demandam muito tempo de participação entre os envolvidos. Além disso, durante o projeto os usuários podem mudar de opinião, se assemelhando mais ao modelo mental dos designers (Ibid., p.23).

O principal apontamento é feito por Kensing & Blomberg (1998 apud MORAES, 2012, p. 23), que salientam a não possibilidade de em um projeto de DP que todos os usuários participem, principalmente em projetos muito grandes, tendo como solução a escolha de representantes para a melhor fluidez das tomadas de decisões e o andamento do projeto. Em projetos de longa duração, também é sugerido que os participantes sejam alternados para obter novas visões não "viciadas" no modo de pensar dos desenvolvedores. Esses conceitos impedem, como visto anteriormente, a produção de projetos que explorem a inteligência coletiva por não permitirem a diversidade e um grande número de participantes envolvidos, dilemas semelhantes aos vivenciados na história da democracia ateniense.

Por esse motivo, buscou-se uma nova metodologia que pudesse permitir uma participação mais ampla e diversa entre os participantes. O termo "co-design" se assemelha ao design participativo ao permitir a inserção do usuário como parte da equipe do projeto, porém com algumas diferenças que serão fundamentais para resolver problemas de maior complexidade.

7. O CO-DESIGN



O co-design é um processo compartilhado e aberto de design, no qual o designer passa a atuar como um facilitador, um orquestrador do envolvimento das demais partes no processo. Ele é o responsável por juntar as ideias provenientes de diferentes lugares e impedir que virem apenas uma junção desconexa de contribuições (BARANAUKAS, 2013, p. 33). Nessa metodologia, se assume que o participante que vive o contexto do problema a ser resolvido é a melhor pessoa para solucioná-lo, aliando seus conhecimentos e ideias aos dos demais participantes (FRIEDRICH, 2013, p. 37, tradução nossa).

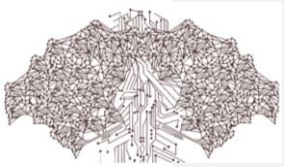
Co-design é um processo de desenvolvimento e aprendizagem que envolve uma troca de conhecimentos relacionados tanto ao assunto do processo de design e do processo em si. A propriedade e o poder coletivo são dados a todos que estão envolvidos. Co-design é orientado para a prática, com foco na clareza da visão e uma intenção criativa compartilhada entre todos os participantes.

O objetivo é que todos os participantes, mesmo os usuários comuns, sem habilidades especiais de computação, adquiram propriedade dos problemas e contribuam ativamente para suas soluções. A inclusão de atores externos às estruturas políticas promove a transparência dos processos decisórios e valoriza a participação daquele que vivencia a realidade que está sendo debatida: o cidadão. É crucial que os usuários estejam dispostos a partilhar sua experiência dentro do processo de co-design.

Baranauskas (2013) afirma ainda que o co-design não é uma expressão atualizada do design participativo, embora tenha suas origens nele. No co-design, há o envolvimento de um grupo maior e mais diverso de interessados, desde pesquisadores e experts a pessoas mais desfavorecidas, com pouco conhecimento de tecnologia e que não necessariamente vivem um contexto homogêneo. Além disso, ele pode ser aplicado a uma metodologia aberta de design.

Co-design pode radicalmente melhorar a qualidade de vida para as pessoas vulneráveis. Pode contribuir para a criação de cidadãos mais ativos, ajudar a gerir problemas complexos na concepção e prestação de serviços públicos, construir novas relações e conhecimentos necessários para a governação do século XXI e desenvolver competências individuais, confiança e ambição. Por essas e outras razões, o co-design tornou-se um método essencial para melhorar a qualidade da formulação e execução das políticas públicas (EVANS, 2015, tradução nossa).

O co-design é uma atividade completamente transparente; todos os participantes estão cientes da metodologia de projeto, dos seus objetivos e do seu status atual. Para Chisholm (2017), o co-design reflete uma mudança fundamental na relação designer-cliente tradicional. Sua



abordagem permite que uma ampla gama de pessoas faça uma contribuição criativa na formulação e solução de um problema.

Ainda para o autor, os benefícios imediatos de empregar uma abordagem de co-design incluem:

- geração de melhores ideias com alto grau de originalidade e valor de usuário;
- melhor conhecimento das necessidades do cliente ou usuário;
- validação imediata de ideias ou conceitos;
- maior qualidade, melhores produtos ou serviços diferenciados;
- tomada de decisão mais eficiente;
- menores custos de desenvolvimento e menor tempo de desenvolvimento;
- melhor cooperação entre diferentes pessoas ou organizações e entre disciplinas.

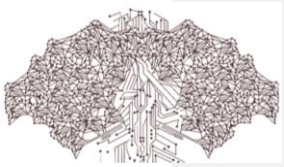
Ainda de acordo com ele, os benefícios futuros incluem:

- graus mais elevados de satisfação e fidelidade de clientes e utilizadores;
- aumento dos níveis de apoio e entusiasmo pela inovação e mudança;
- melhor relacionamento entre o fornecedor de produtos ou serviços e seus clientes.

7.1. ETAPAS DO CO-DESIGN NA CRIAÇÃO DE LEIS MUNICIPAIS DE INICIATIVA POPULAR

Conforme Sahuguet (2015), para um trabalho de co-design em uma democracia participativa, as etapas podem ser divididas em cinco estágios:

1. identificação do problema: identificar problemas a serem resolvidos e/ou escolher o(s) problema(s) a focar;
2. ideação e cocriação: gerar soluções para o problema;
3. elaboração de propostas baseadas nas soluções sugeridas;
4. votação a favor ou a indicação de contrapropostas;
5. verificar se a solução foi devidamente implementada e se realmente resolve o problema identificado na primeira etapa.



Sherriff (2015) aponta que todas as etapas são iterativas e requerem engajamento e reengajamento entre pesquisadores, profissionais e cidadãos.

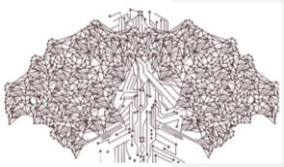
Para cada etapa é possível utilizar técnicas e ferramentas de Design Participativo e de baixo custo. Na etapa de identificação do problema, é importante ouvir a história de cada cidadão para entender as demandas e os principais problemas que afetam o seu dia a dia. É importante deixar que os cidadãos contem suas próprias histórias, em vez de fazer suposições sobre suas preferências. Depois, com o levantamento dos principais assuntos com robustez e uma ampla variedade de participantes heterógenos, é necessário criar grupos temáticos sobre os problemas levantados com os impactados diretamente no assunto. Nessa etapa, ainda será trabalhada a esfera informal de conhecimento.

Após o registro das informações coletadas, o levantamento dos conhecimentos formais (leis e ferramentas existentes) será necessário para entender as ferramentas existentes para que os cidadãos possam se apropriar para a resolução dos problemas públicos. Essa fase deverá receber a devida atenção, pois muitos problemas podem ser resolvidos com leis já existentes, o que faria o processo ser mais ágil. Um dos problemas levantados anteriormente é a falta do conhecimento legislativo pelos cidadãos, e essa etapa poderá se transformar em uma memória coletiva que poderá ser usada por todos os futuros participantes que entrarem em fases posteriores e com problemas semelhantes.

Caso seja identificada uma lei a ser melhorada ou inexistente, entra a etapa de ideação e cocriação, para que coletivamente sejam trabalhadas, a partir da experiência e inteligência coletiva do grupo, ideias que sejam benéficas para todos os atores envolvidos.

Na fase de elaboração de propostas baseadas nas soluções sugeridas, entra em ação a edição colaborativa de leis de iniciativa popular, baseada em dados já levantados nas fases anteriores, porém com maior riqueza, organização e critério na elaboração do texto legislativo. Como sugestão de pesquisa, foi sugerido o uso do *Wikilegis* que seria disponibilizado nos municípios.

Com a lei construída, entra em vigor a fase de verificar se a solução foi devidamente implementada e se realmente resolve o problema identificado na primeira etapa, com a possibilidade de prototipar a solução e testá-la de alguma forma para coletar os feedbacks, elemento essencial na prática do co-design.



Após o texto legislativo ser finalizado e validado, começaria o processo de votação pública por toda a população sobre possíveis alterações ou algo que esteja faltando por parte de toda a população. Após essa validação, dá-se início à fase de coleta de assinaturas de forma eletrônica, para que, atingindo o número necessário, a lei seja considerada uma iniciativa popular.

É importante ressaltar que todas as fases do co-design seriam abertas e iterativas, com a possibilidade da entrada contínua de novos participantes com novas visões e conhecimentos, pois o processo de construção de uma lei sempre poderá ser melhorado. De qualquer forma, é importante estabelecer datas de trabalho para que o processo seja sistêmico. O que mudaria, assim como no desenvolvimento de um software, seriam novas versões e propostas de melhorias nas leis criadas.

7.2. O CO-DESIGN EM AMBIENTES VIRTUAIS

O co-design é conhecido como um processo participativo de design que se baseia, assim como o design participativo, primordialmente em etapas presenciais, mas a possibilidade de usar plataformas on line como um apoio desse processo pode trazer maior efetividade na obtenção de um trabalho mais amplo e de maior impacto na sociedade.

De acordo com Hanauer, Remus e Franzato (2012), as plataformas on line agilizam o processo e facilitam a participação de um maior número de atores, aumentando as possibilidades criativas e interativas dos mesmos. No entanto, há pouca pesquisa sobre a aplicação de ferramentas on line no contexto do design colaborativo, embora esteja se tornando cada vez mais popular devido a várias vantagens oferecidas, por exemplo, suporte ao compartilhamento de informações, visualização, prototipagem virtual e construção de ideias colaborativas.

As ferramentas on line podem aumentar o trabalho offline criando um exercício coerente, transparente e totalmente mais acessível no engajamento público (BASS, 2016). Desse modo, a real interação entre usuários do espaço público não se encerra durante seu uso, mas continua através de interação virtual, prolongando sua extensão física (IACUCCI, KUUTI, 2002 apud HANAUER, REMUS e FRANZATO, 2012). Isso implica aspectos como cocriação de valor, colaboração e interatividade que constituem a base de um processo de co-design.

O co-design baseado na web permite uma combinação de vários tipos de envolvimento do usuário: esporádicos e de longo prazo, qualitativos e quantitativos, pequenos e grandes grupos, pessoais e colaborativos e assíncronos e síncronos. Os usuários têm muita liberdade na escolha

de quando e quanto contribuem, o que torna o processo de design imprevisível para os facilitadores.

A web 2.0 possui diversos limites para a inclusão de pessoas sem acesso à internet, mas para resolver isso pode-se criar formas de co-design que misturam participação presencial e remota, e que podem ajudar a superar esses limites, podendo também gerar estreitamento das relações dos envolvidos. Como proposta desse artigo, é sugerido a utilização dos recentes espaços makers que tem surgido pelo Brasil, especialmente na cidade de São Paulo, para a criação a prática das etapas de co-design na criação de leis de iniciativa popular municipais.

7.3. AS OFICINAS PRESENCIAIS DE CO-DESIGN

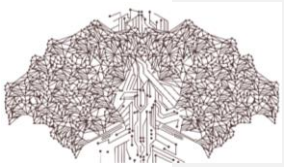
Conforme o relatório desenvolvido por Agustini, Nicolau e Yaccoub (2017) sobre os espaços makers e educação digital, já são mais de 550 Fab Labs ao redor do mundo, 22 deles em cidades brasileiras como Porto Alegre, Brasília e Recife. São Paulo é a primeira a adotar o movimento maker como política pública por meio da rede Fab Lab Livre SP, criada em 2015, e que atualmente conta com doze espaços públicos, de âmbito governamental, os quais disponibilizam equipamentos e conhecimentos makers na periferia e no centro da cidade (HIRABAHASI et al., 2017).

Sawada (2016) aponta que embora sejam pouco conhecidos no Brasil, os Fab Labs nasceram há cerca de 15 anos, nos Estados Unidos no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), um dos principais centros de inovação do mundo. Desde então, centenas de Fab Labs se espalharam pelo mundo e impulsionaram a "cultura maker", um movimento que reúne pessoas comuns que fabricam seus próprios produtos, termo conhecido como *do it yourself* (DIY), ou, em português, "faça você mesmo".

No Brasil, o conceito ganhou força nos últimos cinco anos. O primeiro laboratório foi criado em dezembro de 2011 na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP).

Esses espaços têm sido utilizados no governo da Inglaterra através do projeto Open Policy Lab, lançado em 2014, com a criação de espaços criativos onde equipes transdisciplinares podem desenvolver os conhecimentos e habilidades para desenvolver políticas de uma forma mais aberta, baseada em dados, digital e centrada no usuário (OPEN, 2017).

No projeto, os cidadãos são empoderados com técnicas de co-design para identificarem e resolverem suas próprias necessidades através de ferramentas acessíveis e com a possibilidade



das criações feitas pelos civis serem adotadas oficialmente pelo governo inglês. Eles oferecem gratuitamente um kit de baixo custo com diferentes técnicas para a aplicação do co-design chamado de *Open Policy Making toolkit*. O objetivo é preparar as lideranças de comunidades locais para descobrirem suas necessidades e como podem pensar em conjunto com outros representantes para a melhor definição de soluções para melhoria de qualidade de vida de suas regiões. O projeto também inclui a utilização de dados abertos governamentais (OPEN, 2017).

O designer Laurence Grinyer (2016) indica os benefícios positivos na aplicação do design na construção de políticas públicas.

> [...] usando uma abordagem de design que constantemente reavalia o problema, as necessidades e as respostas, podemos ajudar todos os envolvidos a entender o verdadeiro problema que enfrentam e começar a ver o que o governo pode precisar fazer para corrigir esse problema (GRINYER, 2016, tradução nossa).

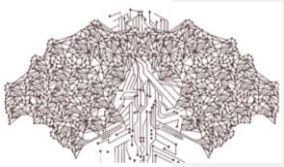
No Brasil, os Fab Labs podem ser extremamente úteis e usados para sediar algumas oficinas temáticas de construção de novas leis de iniciativa popular municipais de forma sistemática e atrair participantes que queiram se aprofundar nas técnicas do co-design. Os conhecimentos gerados nas oficinas seriam posteriormente adicionados ao software *Wikilegis*.

Hanauer (2012) afirma que se os participantes não se conhecem, é difícil criar uma comunidade forte que possa trabalhar em prol de um objetivo comum.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As constantes notícias sobre corrupção no cenário político global e principalmente no Brasil estão acelerando a busca por novos modelos de democracia que sejam mais abertos, transparentes e que respondam e priorizem as reais demandas e necessidades dos cidadãos. Por essa razão, o trabalho realizado pode ser uma resposta para os futuros governos municipais, estaduais e federais.

Mesmo que o futuro da participação popular direta na construção legislativa seja promissor, ele ainda está em fase embrionária e pode sofrer riscos. O Brasil deverá ser um país em destaque nesse cenário nos próximos anos, já que é líder mundial de acesso à internet e redes sociais. A internet foi absorvida no país de forma extremamente rápida e superior aos outros países em desenvolvimento, e novos aplicativos de participação política, como o Mudamos+, estão sendo rapidamente disseminados. Além disso, as assinaturas eletrônicas devem começar a ser mensuradas em poucos anos.



É sabido que as limitações apontadas referentes à criação de leis de iniciativa popular no Brasil podem ainda dificultar a real expressão popular e a efetividade na criação de leis de iniciativa populares. O povo deveria ter a opção de que a proposta de lei criada pela iniciativa popular seguisse sem a total dependência de um apadrinhamento parlamentar, pois atualmente a criação de uma lei de iniciativa popular não passa de apenas uma sugestão para dar andamento ao processo parlamentar tradicional, não tendo nenhum peso diferenciado em relação a outras leis ordinárias.

Pode-se acreditar que as novas gerações de nativos digitais que estão crescendo com a cultura da participação estarão prontas para criar políticas públicas e interagir com os governos de maneira dinâmica e em tempo real.

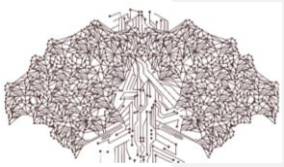
As etapas do processo de co-design podem e devem ser realizadas de forma híbrida com ambientes digitais (*Wikilegis*) e presenciais (Fab Labs) para que se tenha uma efetividade e maior abrangência na quantidade e diversidade de participantes compartilhando seus conhecimentos. Os grupos de trabalho devem ser pequenos e atrelados a uma rede de conhecimento compartilhado e agregado através da internet. A inteligência coletiva ajudará a resgatar o real significado da política para o bem comum, onde todos têm um papel fundamental nas mudanças e na continuidade de políticas públicas centradas nas pessoas e de interesse público.

É importante ressaltar que o Brasil precisará desenvolver projetos de inclusão de conhecimento em vias digitais, e não apenas de inclusão digital. A tecnologia por si só ajuda, mas não é capaz de gerar os resultados esperados de uma democracia direta, participativa e inteligente. Contudo, a utilização do co-design na criação de leis de iniciativa popular poderá aumentar a capacidade cognitiva dos cidadãos nas tomadas de decisão e no fortalecimento do senso de pertencimento e de comunidade entre os envolvidos

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUSTINI, Gabi; NICOLAU, Georgia; YACCOUB, Hilaine. **Espaços makers e educação digital no Rio de Janeiro.** Repensando a inclusão digital. Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio. 2017. Disponível em <https://d26k070p771odc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2017/03/20170331_Report-Rio-Mozilla-Club_PT-BR.pdf>. Acesso em: 19 abr. de 2017.

BARANAUSKAS, Maria C. C.; Martins, Maria C.; VALENTE, José A. (Orgs.). **Co-design de redes digitais: tecnologia e educação a serviço da inclusão social.** Porto Alegre: Penso, 2013.



BASS, Theo. **Five reflections on building a more inclusive democracy via the web.** NESTA Blog. Londres, Inglaterra. 16 dez. 2016. Disponível em: <http://www.nesta.org.uk/blog/five-reflections-building-more-inclusive-democracy-web>. Acesso em: 29 abr. 2017.

BEETHAM, David. **Parliament and Democracy in the Twenty-Fist Century: a guide to good practice.** Geneva, Suíça. Inter-Parliamentary Union, 2006. Disponível em: <http://www.ipu.org/PDF/publications/democracy_en.pdf>. Acesso em: 2 mai. 20017.

CÂMARA dos Deputados. **Como nascem as Leis.** Brasília - DF. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/a-camara/conheca/como-nascem-as-leis>. Acesso em: 19 mai. 2017.

CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. **O conhecimento em rede: como implantar projetos de inteligência coletiva.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CÓDIGO Orgánico de Economía Social del Conocimiento e Innovación. In: WikiCOESC+i da Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. Equador. 29 out. 2015. Disponível em: <http://coesc.educacionsuperior.gob.ec/index.php/C%C3%B3digo_Org%C3%A1nico_de_Econom%C3%ADa_Social_del_Conocimiento_e_Innovaci%C3%B3n>. Acesso em: 19 mai. 2017.

DELGADO, Rafael C. **Organic Code for the Social Knowledge and Innovation Economy of Ecuador.** Equador, Secretaría de Educación Superior, Ciência, Tecnologia e Innovación, 2014. Disponível em: <http://coesc.educacionsuperior.gob.ec/index.php/Organic_Code_for_the_Social_Knowledge_and_Innovation_Economy_of_Ecuador>. Acesso em: 04 mai. 2017.

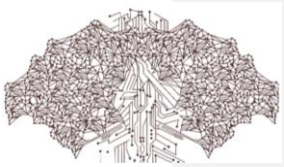
DESIGN COMMISSION. **Designing Democracy: How designers are changing democratic spaces and processes.** Londres, Inglaterra, mar. 2015. Disponível em: <http://www.policyconnect.org.uk/apdig/research/designing-democracy-essay-collection>. Acesso em: 15 jan. 2017.

DIRECT Democracy Navigator. Research Center of Citizen Participation, Institute for Democracy and Participation Research of the University of Wuppertal. Disponível em: <http://www.direct-democracy-navigator.org/>. Acesso em: 19 mai. 2017.

EVANS, Mark. **Seeing like a Citizen: Is Co-Design the Best Way to Support Vulnerable People?** Australia. The Policy Space. 30 jun. 2015. Disponível em: <http://www.thepolicyspace.com.au/2015/30/27-seeing-like-a-citizen-is-co-design-the-best-way-to-support-vulnerable-people>. Acesso em: 14 mai. 2017.

FARIA, Cristiano Ferri Soares. **O parlamento participativo do Século XXI: pode o povo ajudar os parlamentares a fazerem leis melhores?** Rio de Janeiro: UERJ, 2011. Disponível em: <http://www.bdtd.uerj.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo= 4698>. Acesso em: 29 abr. 2017.

FRIEDRICH, Pirjo. **Web-based co-design Social media tools to enhance user-centred design and innovation processes**. Aalto University School of Science. Espoo, Finlândia. 2013. Disponível em: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/science/2013/S34. pdf>. Acesso em: 29 abr. 2017.



GRINYER, Laurence. **Imagine a new mindset: the policy designer.** Policy Lab Blog. Londres, Inglaterra. 12 ago. 2016. Disponível em: <https://openpolicy.blog.gov.uk/2016/08/12/imagine-a-new-mindset-the-policy-designer>. Acesso em: 09 mai. 2017.

HANAUER, Rodrigo. **Co-design: a interação projetual entre organizações e atores externos no processo de desenvolvimento de novos produtos.** Porto Alegre, 2013. 167p. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/ handle/UNISINOS/4341/01b.pdf>. Acesso em: 14 mai. 2017.

HANAUER, Rodrigo; REMUS, Bruna; FRANZATO, Carlo. **Co-design de ambientes online para promover cidadãos.** 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Luís - MA: Universidade Federal do Maranhão, 2012. Disponível em: <https://www.slideshare.net/rodrigohanauer/artigo-hanauer-remus-reyes-franzato>. Acesso em: 29 abr. 2017.

HIRABAHASI, Gabriel et al. **Da gambiarra ao movimento maker: uma nova forma de ser inventor.** Estadão. Infográficos. Disponível em: <http://infograficos.estadao.com.br/e/focas/movimento-maker/>. Acesso em: 19 mai. 2017.

ICELAND DESIGN CENTER. **Design as a Driver for Future.** Iceland Design Policy 2014–2018. Islândia. Disponível em: <http://www.honnunarmidstod.is/media/pdf/iceland_designpolicy_ensk_web.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2017.

ÍNDICE de Democracia. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice_de_Democracia> Acesso em: 19 mai. 2017.

ITS Rio - Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio. **Relatório Projetos de lei de iniciativa popular no Brasil.** 2017. Disponível em: <https://d26k070p771odc. cloudfront.net/wp-content/uploads/2017/03/Relat%C3%B3rio-PLIPS-no-Brasil.pdf>. Acesso em: 17 abr. de 2017.

JOHNSON, Steven. **Emergência: A vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2015.

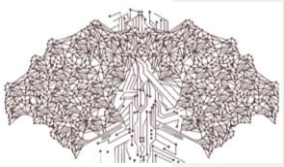
_____. **Cibercultura.** 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LINDNER, Julia. **50 Bibliotecas Públicas Viram Makerspaces.** Estadão. Disponível em: <http://infograficos.estadao.com.br/e/focas/movimento-maker/relacionado.php>. Acesso em 15 mai. 2017.

MAGRANI, Eduardo. **Democracia Conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático.** Curitiba: Juruá, 2014. 222p. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/14106/Democracia%20conectada.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2017.

MEDEIROS, Pedro. **Uma introdução à teoria da democracia.** Curitiba: Intersaberes, 2016.

MORAES, Anamaria; SANTA ROSA, José Guilherme. **Design Participativo, técnicas para inclusão de usuários no processo de ergodesign de interfaces.** Rio de Janeiro: Rio Book´s, 2012.



OPEN Policy Making toolkit. Cabinet Office. GOV.UK. Londres. Inglaterra. Disponível em: <https://www.gov.uk/guidance/open-policy-making-toolkit/getting-started-with-open-policy-making>. Acesso em: 19 mai. 2017.

PIMENTEL, M.; FUCKS, H. (Orgs.). **Sistemas Colaborativos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

POUSO, Renata G. P. G. **Iniciativa Popular Municipal: ferramenta de legitimação da democracia.** São Paulo: Saraiva, 2010.

PRIMO, Alex (Org.). **Interações em Rede.** Porto Alegre: Sulina, 2016.

SAHUGUET, Arnaud. **GitHub: the Swiss army knife of civic innovation?** NESTA Blog, Nesta Tech4Labs Issue #2. Londres, Inglaterra. 22 jan. 2015. Disponível em: <http://www.nesta.org.uk/blog/github-swiss-army-knife-civic-innovation>. Acesso em: 29 abr. 2017.

SAUNDERS, Tom; MULGAN, Geoff. **Governing with Collective Intelligence.** Nesta. Londres, Inglaterra. jan. 2017. Disponível em: <http://www.nesta.org.uk/publications/governing-collective-intelligence>. Acesso em: 29 abr. 2017.

SAWADA, Thiago. **São Paulo ganha laboratórios para fabricar 'quase tudo'.** São Paulo. Estadão: Link. 04 abr. 2016. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/inovacao,sao-paulo-ganha-laboratorios-para-fabricar-quase-tudo,10000048395>. Acesso em: 14 mai. 2017.

SHERRIFF, Laurence. **Sensing the Future: How will smart city principles and technology enable citizen co-creation in public policy-making, consent processing and service provision.** Nova Zelândia: Planning Institute, 2015. Disponível em: <http://www.align.net.nz/wp-content/uploads/2014/02/Sensing-the-Future-Laurence-Sherriff.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2017.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo: O poder de organizar sem organizações.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SIRI, Santiago. **Hacktivismo: La Red y su alcance para revolucionar el poder.** Buenos Aires: Sudamericana, 2015.

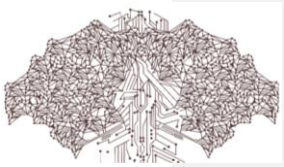
SOUSA, Rainer G. **Democracia grega x Democracia contemporânea.** Mundo Educação. Civilização Grega. Disponível em: <http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/historiageral/democracia-grega-x-democracia-contemporanea.htm>. Acesso em: 19 mai. 2017.

SPYER, Juliano. **Conectado: O que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SUROWIECKI, James. **A Sabedoria das Multidões.** Rio de Janeiro; Record, 2006.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony: **Macrowikinomics: Reiniciando os negócios e o mundo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

TEIXEIRA, Leandro A. **A Iniciativa Popular de Lei no Contexto do Processo Legislativo: Problemas, limites e alternativas.** 2008. Disponível em <http://www2.camara.leg.br/a-



camara/cursos/posgraduacao/arquivos/publicacoes/banco-de-monografias/pl-2a-edicao/copy_of_LeandroArantesTeixeiramonografiacursoPL2ed.pdf>. Acesso em 18/01/2017.

TORET, Javier; CALEJJA, Antonio. **Collective intelligence framework. Decentralised Citizens Engagement Technologies.** D-Cent, Mar. 2014 V2 Disponível em: <http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/collective_intelligence_ framework.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

COLETIVO TELA FIRME: COMUNICAÇÃO E ATIVISMO ALTERNATIVO NAS REDES DIGITAIS[1]

Adriana do Socorro Campos de Lira[2]; Célia Regina Trindade das Chagas Amorim[3]

Resumo: Este artigo tem como objetivo investigar a participação do Coletivo Tela Firme, nas redes digitais. O grupo é oriundo da periferia da cidade de Belém, capital do Estado do Pará, mas especificamente do bairro Terra Firme. O trabalho do Coletivo consiste na criação de vídeos caseiros, por meio dos quais busca revelar a cultura, as ações sociais e comunitárias, a violência e também as mazelas existentes na periferia. O grupo realiza ainda ações comunitárias, que envolvem palestras, atividades culturais, políticas e sociais nas comunidades onde atua. E as redes digitais se tornaram um ambiente propício para o comunicação alternativa do Tela Firme, tanto que a partir da interação nas redes sociais na internet, o trabalho dos jovens militantes ganhou visibilidade e reconhecimento da comunidade da qual faz parte, de grupos e movimentos locais e nacionais.

Palavras-chave: Coletivo Tela Firme; Redes digitais, Ativismo, Comunicação alternativa.

INTRODUÇÃO

O presente artigo faz uma análise do Coletivo de Jovens Tela Firme, oriundo do bairro da Terra Firme, periferia da cidade de Belém, Estado do Pará. O grupo foi criado em 2014 e o trabalho que desenvolve consiste, entre outras ações, na produção de vídeos caseiros que narram temas diversificados e de interesse público como política, arte, cultura e educação. O ativismo[4] do grupo envolve lutas, cooperativismo e conflitos, tendo em vista que em suas ações busca

1 . Proposta de Mesa Coordenada enviada ao Eixo Temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Mestranda do Programa de Ciências da Comunicação da UFPa, Especialista em Docência do Ensino Superior.). Integrante do Grupo de Pesquisa Mídia Alternativa na Amazônia Email: adrilira@gmail.com

3 . Célia Regina Trindade Chagas Amorim é Professora Doutora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA). Coordenadora do Projeto e do Grupo de Pesquisa Mídias Alternativas na Amazônia – CNPq/UFPA. Email: celia.trindade.amorim@gmail.com

4 Usualmente, o termo ativismo é compreendido como militância em uma causa específica e segundo Batista (2012), a constante utilização do termo "revela uma preocupação com a renovação da imagem dos movimentos de protesto" (BATISTA, 2012, p. 16).

comunicar e empoderar as pessoas o bairro da Terra Firme e de outras áreas de periferia sobre a sua condição como cidadãos e sobre os seus direitos.

A proposta inicial do grupo era utilizar a página no *Facebook*[5] e o canal do *Youtube*[6] para divulgar a sua produção audiovisual, no entanto, esse ativismo nas redes digitais ganhou outras proporções. O Tela Firme passou a ser reconhecido na comunidade onde atua e a desenvolver ações dentro do bairro, inclusive em parceria com instituições escolares, centros comunitários e outras frentes de luta que também atuam no bairro. Nesta perspectiva, esta pesquisa busca analisar como o trabalho do Coletivo Tela Firme se desenvolveu e ganhou amplitude a partir da interação nas redes digitais?

A hipótese é que a interação nas redes digitais possibilitou maior visibilidade ao trabalho desenvolvido pelo Tela Firme e o contato com outras iniciativas locais e nacionais permitiu maior articulação do grupo na comunidade onde atua, assim como em outros bairros da periferia.

Para tentar responder a questão levantada nesta investigação achamos importante trazer para a discussão autores que manifestam diversas percepções sobre o ativismo nas redes digitais como Castells (2003, 2005, 2015); Lemos (2005), Primo (2013). Para Castells (2015), os atores sociais e cidadãos no mundo inteiro estão cada vez mais utilizando a comunicação em rede para promover seus projetos. E a medida que as pessoas (os chamados usuários) se apropriam de novas formas de comunicação, elas constroem seus próprios sistemas de comunicação de massa (CASTELLS, 2015, p. 106 e 107).

Para Lemos (2005) e Primo (2013), a internet favorece processos tecnocomunicacionais de participação política e contribui para a articulação dos movimentos de resistência. É por isso que se tem observado o aumento de atividade de grupos politicamente engajados nas redes de comunicação, e que a cada dia ganha mais dimensão em seus ativismos *online*.

A internet é o canal mais utilizado pelo Coletivo Tela Firme para divulgação do trabalho que desenvolve. Sendo assim, destacamos que o ativismo do grupo no ambiente virtual possibilita ampla difusão pela flexibilidade que a comunicação em rede permite.

Neste sentido, o presente estudo está dentro da proposta da mesa coordenada pelo eixo temático 17, pois a participação do Tela Firme nas redes sociais, especificamente na internet, está relacionada aos temas que serão discutidos na respectiva mesa. A afirmação

[5] .A página do *Facebook* pode ser acessada no respectivo link:https://www.facebook.com/telafirme/videos. Acesso a partir de agosto de 2015.

[6] . A página do *Youtube* pode ser acessada nos respectivo link: https://www.youtube.com/results?search_query=tela+irme. Acesso a partir de agosto de 2015.

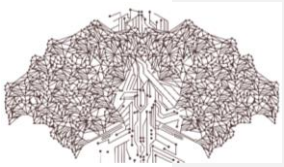
se justifica na premissa de que o grupo utiliza as redes sociais online como forma ativismo, resistência e de contestação ao que não é percebido sobre a periferia. O grupo tenta transformar o olhar da comunidade sobre a realidade da periferia que constantemente é conceituada de forma simplista, isto é, como um lugar onde só impera a violência, especialmente quando é retratada pela grande imprensa.

Esta pesquisa consiste na análise qualitativo-descritiva que tem como característica geral a construção da realidade, como aponta Günther (2006), e no processo de investigação se mostra como estratégia essencial para análise do objeto. Como técnica de coleta de dados optou-se pela entrevista que na concepção deste trabalho se apresenta como a mais apropriada para obtenção de dados subjetivos, que "se relacionam com os valores, as atitudes e as opiniões dos sujeitos entrevistados" (BONI; QUARESMA, 2005, p. 72). As entrevistas com quatro membros do *Coletivo Tela Firme*, Francisco Batista (comunicador popular e geógrafo), Izabela Chaves (estudante), Mailson Souza (editor multimídia) e Vanessa Alves (estudante) aconteceram no período de 14 a 20 de julho do respectivo ano.

Por meio do percurso metodológico citado anteriormente foi possível se chegar aos resultados alcançados nesta investigação, como poderá ser constado no decorrer da pesquisa, especificamente na análise final.

A COMUNICAÇÃO EM REDE

Como se observou o *Coletivo Tela Firme* atua tanto na periferia, (como uma frente alternativa junto à comunidade) quanto nas redes digitais (com postagens da produção audiovisual que é referência do grupo). No momento em que foi criado, o grupo tinha como foco ganhar espaço nas redes sociais na internet. E isso de fato aconteceu, pois a partir da interação nas redes sociais digitais o Coletivo passou a ter visibilidade, especialmente no bairro Terra Firme, como os próprios jovens destacaram anteriormente. Por meio desse reconhecimento os jovens que atuam no Coletivo passaram a ser convidados para participar de palestras e seminários, manifestações, projetos e tantos outros eventos até mesmo fora do Estado.



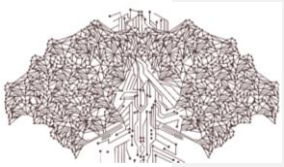
A participação do grupo nas redes sociais na internet possibilitou ainda a articulação com movimentos sociais, entidades e instituições, entre outras frentes de luta que formam uma rede de comunicação. É importante destacar que as redes sociais são estruturas organizadas por grupos ou pessoas com interesses comuns e já existiam antes mesmo do advento das redes digitais. Na periferia, por exemplo, essas organizações são cada vez mais constantes e como citam Silva e Gozanga (2005, p. 5) "a referência à comunidade tem absoluta pertinência no campo das redes sociais".

Já as redes são fenômenos coletivos e sua dinâmica implica em relações no âmbito dos grupos, sejam eles conjuntos de proteínas, células, espécies, sítios na internet, pessoas ou comunidades como explicam Castells (2003, 2005), Lemos (2010), Primo (2013). Na concepção dos estudiosos da temática a rede aparece quando é acionada, a dinâmica das redes é o resultado da ação de conexão de muitos em interação produtiva.

O conceito de rede não é novo, mas segundo Castells (2003, p. 7) "as redes ganharam vida nova em no contexto atual transformando-se em redes de informações energizadas pela internet". Por exemplo, as redes de comércio, de farmácia, de ensino, de amizade que são estruturas comuns nas sociedades são também práticas antigas, o que se pode considerar, se não de novo, mas atual no cenário econômico, político e social mundial que se apresenta na atualidade é o fato dessa sociedade em rede ser articulada por redes tecnológicas como aponta Castells (2003, 2005).

Para o autor, a sociedade em rede é uma forma de organização social transformada pelas redes de tecnologias digitais, mas afirma que o que caracteriza essa mudança não é a centralidade de conhecimento e informação e sim "a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso" (CASTELLS, 1999, p. 69). E por terem como características básicas a flexibilidade e adaptabilidade têm se proliferado, principalmente na economia e na sociedade levando muitas organizações estruturadas verticalmente a repensarem suas práticas. Pois em seus primórdios as redes eram centralizadas na vida privada, com isso tinham dificuldades em coordenar funções (concentrar recursos e/ou realizar uma determinada tarefa), só passaram a ter maior adaptação e até mesmo a ser mais flexíveis a partir da introdução das tecnologias da comunicação e informação, mais precisamente após o advento da internet como ressalta Castells (2003).

Outra importante discussão levantada por Castells (1999, 2003, 2005) em seus estudos sobre a sociedade em rede é a questão da comunicação. Em sua concepção, esse fenômeno atinge tanto grandes conglomerados (como as grandes empresas midiáticas e tecnológicas), quanto



pequenas iniciativas (individuais ou coletivas), que buscam se adequar à lógica da rede. Por exemplo, em sua concepção, a primeira utiliza a rede numa lógica capitalista buscando alcançar por meio da interatividade (que essa rede permite) as suas potencialidades como a sua abrangência. Já a segunda, também não despreza as potencialidades que essa rede pode oferecer, mas se propaga como redes horizontais que se apropriam dessa forma de associação para difundir seus ideais, lutas e reivindicações.

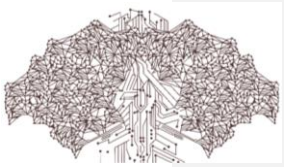
O sociólogo cita ainda cinco aspectos que representam a base material dessa sociedade em rede, a informação como matéria-prima é um deles, bem como a penetrabilidade dos efeitos das tecnologias digitais, a lógica das redes em qualquer sistema ou conjunto de relações, a flexibilidade e as convergências de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado.

E quando se trata da comunicação nos meios virtuais, a formação dessas redes é ainda mais significativa, como explica Maia (2011), o surgimento da internet repercutiu, entre outras coisas, engajamento cívico e formação de capital social. Sobre capital social a autora entende como as normas de confiança e reciprocidade a partir da interação social. Em sua concepção essas relações de proximidade do espaço virtual com o espaço físico (geográfico) são sustentadas e perpetuadas por sujeitos que em suas interações compartilham, de forma direta e diária, opiniões, valores e objetivos possibilitam a construção dessas redes cívicas e a colaboração recíproca desses indivíduos nesse lócus

Ao estudar a organização dos grupos urbanos em redes culturais Silva e Gozanga (2005) definem as articulações em redes "como um conjunto de elementos econômicos, políticos, sociais, tecnológicos, culturais, onde não existe predominância de um sobre o outro" (SILVA; GONZAGA, 2005, p. 5). Para as pesquisadoras essas redes são estruturadas na perspectiva de se promover a participação dos indivíduos e as instituições que as compõem em relações horizontais e colaborativas.

Em seus estudos, as referidas autoras buscam entender a estruturação em rede nos territórios das cidades a partir de suas práticas culturais. Isto é, na concepção de Silva e Gonzaga (2005), atualmente não é difícil encontrar nas periferias das grandes metrópoles jovens envolvidos em manifestações culturais em suas comunidades e que a partir das interações em rede acabam tendo contanto com outros projetos sociais, ONG's, entre outras iniciativas que partilham dos mesmos interesses e que estão relacionados à realidade do local onde vivem, como é o caso do Coletivo Terra Firme.

> Estes jovens identificam-se com outros que demonstram os mesmos interesses culturais e conformam grupos que se localizam espacialmente em suas comunidades. Além disso, eles estabelecem laços com outros jovens que reconhecem símbolos, signos e linguagens comuns, formando uma



> comunidade para além de seus lugares de moradia, uma comunidade que não tem uma espacialidade física. (SILVA; GONZAGA, 2005, p. 7).

Para as estudiosas, a partir dessas interações as relações entre esses jovens se tornam plurais e "conformam laços identitários e de pertencimentos e recriam uma "comunidade da prática", uma nova territorialidade, que não é traduzida em uma área física, mas sim em territórios em movimento" (SILVA; GONZAGA, 2005, p. 8). Como citam as autoras a partir da troca entre esses grupos forma-se um núcleo no qual podem ser identificadas uma diversidade cultural, política e social. E a partir das experiências compartilhadas esses jovens retornam para a periferia e disseminam suas ideias e assim constituem outras novas redes. Nas produções e nas ações implementadas pelo *Coletivo Tela a Firme* se observa a grande participação de jovens, que atuam de forma engajada como se pode observar na seção anterior.

Levando em consideração a relevância das mobilizações em rede e também o potencial que passou a ter a partir da comunicação nas redes digitais, no tópico seguinte será feito um breve contexto sobre a plataforma na perspectiva de uma melhor compreensão sobre esse meio comunicacional e suas facilidades e complexidades.

AS REDES DIGITAIS E OS SUJEITOS SOCIAIS

Os processos da existência das sociedades passaram a ser moldados pelas tecnologias, como aponta Castells (2005). Por isso, o autor busca evidenciar as redes digitais tomando como foco em sua análise o processo de transformação tecnológica no contexto econômico, social e cultural da nova organização social mundial. Mas o pesquisador é contundente quando esclarece que isso não quer dizer que a sociedade é determinada pelas tecnologias e sim que uma interfere na existência da outra.

A comunicação nas redes digitais é uma nova forma de mobilidade social, uma cultura de conexão generalizada e de apropriação do espaço urbano como explica Lemos (2005). Em sua concepção o meio digital permite com que se possa "pensar de forma mais colaborativa, plural e aberta" (LEMOS, 2010, p. 27). Apesar de reconhecer tal realidade, Castells (2015) chama atenção sobre o acesso em massa nas redes digitais quando alerta sobre as consequências "do papel do sistema multimídia e de suas instituições reguladoras para a cultura e para a política da sociedade" (CASTELLS, 2015, p.104).

Recuero (2014), não refuta a concepção de Castells, pois também afirma que essa interação pode sim trazer riscos. Um exemplo real citado pela estudiosa é a quebra nas normas de interação, ou seja, invasão do perfil por hackers, ofensas, descrédito. Mas também evidencia uma

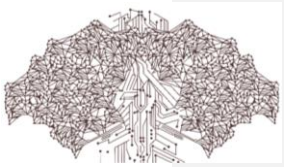
face positiva nesse modo que "constitui-se quando há interação legítima à face apresentada, ou seja, quando as normas da interação são respeitadas, gera-se capital social para a relação entre os atores" (RECUERO, 2014, p. 114). É importante assinalar que o entendimento sobre capital social nesta pesquisa está relacionado aos valores diferenciados para os atores envolvidos nessas interações nas redes sociais como Maia (2011) já assinalou anteriormente.

Diante do exposto observa-se que a comunicação nas redes digitais é múltipla, composta de pluralidades e compreende desde uma simples interação nas redes sociais até grandes empreitadas de empresas que investem na comunicação *online*. Como aponta Moraes (2000), o ambiente virtual vai além de um simples envio de e-mail, de pesquisas e entretenimento "projeta-se como fórum online capaz de revitalizar lutas e movimentos civis, na atmosfera de permutas própria da cultura de redes (MORAES, 2000, 144), como vimos na introdução deste capítulo.

Nesta perspectiva o ambiente digital se tornou uma plataforma na qual se observa "uma nova realidade humana, síntese das relações homem-máquina, homem-homem" (SILVA, TEIXEIRA E FREITAS, 2015, 178). Por isso, a contemporaneidade é denominada de a sociedade da informação e da tecnologia digital como aponta Castells (1999), ou como um dilúvio informacional, como sugere Lévy (1998), entre outras definições que fazem referência às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs).

E por estar interconectada, esta mesma sociedade passa por mudanças significativas no âmbito social, cultural, econômico e também político, que não se restringem mais aos limites do seu contexto físico como esclarece Silva, Teixeira e Freitas (2015). Tais mudanças, entre outras coisas, fazem referência à explosão de informação e avanços tecnológicos que surgem a toda hora e que tem modificado as formas de interação (espaço e tempo), assim como as relações humanas (a conexão entre diferentes públicos que comungam ou não as mesmas opiniões).

Como se observa, são inúmeras as discussões sobre as redes digitais, especialmente em pesquisas científicas. A preocupação em dar ênfase à comunicação no meio digital é no intuito de tentar compreender, entre outras questões, a relação dos sujeitos sociais que se manifestam e se apropriam desse ambiente nas mais diversas interações. E diante disso, percebe-se ainda a importância de discutir aspectos favoráveis ou não da comunicação nas redes digitais.



Como um ambiente de comunicação aberta e que favorece processos tecnocomunicacionais de participação política como aponta Lemos (2005), o meio digital se tornou "um lócus de saber, uma cidade de signos, uma maneira de difusão da comunicação e de pensamento dos coletivos humanos" (SILVA; TEIXEIRA; FREITAS, 2015, p. 181). Uma plataforma que agrega muitas tecnologias e favorece formas de comunicação, que constituem também um ambiente social de trocas simbólicas e geram o capital social, seja por meio de e-mails, blogs, sites ou pelas redes sociais. Falta link

Com relação a colaboração existente nas redes, Maia (2011) esclarece que para a construção do capital social, sob a perspectiva de uma relação mútua e durável "não basta que existam relações marcadas pela pequena distância de espaço e de tempo, mas, também que os sujeitos reconheçam a proximidade e a afinidade entre eles e possam, assim, coordenar ações com senso de efetividade" (MAIA, 2011, p. 69). Um exemplo são iniciativas que surgem de espaços como a periferia e que geralmente utilizam as redes digitais para expor situações críticas das comunidades das quais fazem parte com usuários das redes que também enfrentam as mesmas problemáticas.

E nessa perspectiva passa a ser importante entender a relação dos sujeitos e atores sociais dentro desse processo. Isto é, a comunicação nas redes digitais vem promovendo novas subjetividades, uma delas pode se dizer que seria essa busca em disseminar ideais de lutas (como no caso dos Coletivos e movimentos sociais) e que por meio da interação nas plataformas online, seja possível ganhar maior destaque nas lutas sociais.

Para Moraes (2000), além dos conhecimentos múltiplos a comunicação digital congrega também forças e interesses contraditórios. No entanto, o estudioso é contundente quando diz que o internauta é quem vai tomar decisões sobre a interação de acordo com sua conveniência, seja de forma individual ou coletiva. Sobre essa percepção o autor faz a seguinte colocação:

> No ciberespaço, as contradições não precisam ser silenciadas, porque é da essência mesma do virtual a veiculação simultânea e indefinida de conteúdos, pouco importando as suas procedências, os seus alinhamentos ideológicos, as suas armas de confrontação e fascínio. (MORAES, 2000, p. 143).

A questão levantada é relevante, pois o que se tem observado em uma boa parte das interações online, especificamente, nas redes sociais é uma realidade crítica com relação a contradições citadas por Moraes (2000). Isto é, a exclusão do outro, quando este não compartilha da mesma opinião de um determinado grupo.

Outro ponto discutido por Moraes (2000) e Maia (2011), trata-se do fato da existência da comunicação virtual não dissociar práticas *online* e *offline*. Para Moraes (2000, p. 144) "embora

a práxis virtual seja pautada por especificidades que a distinguem claramente dos meios convencionais, há uma relação de complementaridade com o real, que resulta na progressiva hibridação de recursos tecnológicos". Com relação a essa perspectiva o autor entende que os processos não se anulam, eles se intensificam e se mesclam.

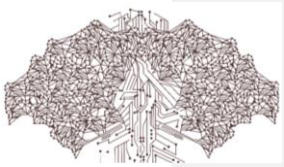
Isto é, os ambientes *online* e *offline* não estão dissociados, eles se interligam e, como explica Maia (2011), a interação na internet deve ser integrada ao ambiente físico, pois é uma forma suplementar das interações face a face. No decorrer da pesquisa as percepções de Moraes (2000) e Maia (2011), com relação a associação da comunicação no espaço físico (geográfico) e no espaço virtual vão ficar ainda mais evidente, pois ambos estão incorporados.

Como se observa o estudo sobre a comunicação no ciberespaço é amplo e exige uma abordagem mais aprofundada no que se refere as tecnologias da informação e comunicação, assim como a interação do público nesse espaço digital e virtual. Nesse sentido é interessante compreender como se dá a participação política nas plataformas digitais de comunicação.

ATIVISMO SOCIAL E POLÍTICO NA PERIFERIA E NAS REDES DIGITAIS

As tecnologias da comunicação têm possibilitado novas formas de interação e aumentado a participação de diversos atores da sociedade civil nas redes digitais. O que chama a atenção é o crescente ativismo político dessas organizações sociais (partidária ou não) na internet e que utilizam o ambiente para difundir suas ideias, expressar suas opiniões e reivindicar direitos, como por exemplo, as ações do *Coletivo Tela Firme*. Essa forma de mobilização é denominada de ciberativismo, que para muitos autores como Lemos e Lévy (2010), Castells (2013, 2015) e Silveira (2010) é uma nova fronteira de participação e organização política, flexível e descentralizada.

O ativismo de grupos politicamente engajados nas redes de comunicação é uma prática que ganha cada vez mais dimensão, pois como explica Lemos e Lévy (2010), a tendência do ciberativismo futuramente alcançar novos patamares, no que refere a questão política, por exemplo. Principalmente no aprofundamento da democracia, que consiste numa "governança mundial, Estado transparente, cultura da diversidade, ética da inteligência coletiva" (LEMOS, LÉVY, 2010, p. 33). Pois na concepção dos autores a internet se tornou um espaço de comunicação mais inclusivo, transparente e universal o que vai influenciar na vida pública, no que se refere a liberdade e responsabilidade de cada cidadão.



O ciberativismo, do modo que é tomado nesta pesquisa pode ser um gerador de cidadania, pois na concepção aqui exposta entende-se que esse tipo de ativismo contribui para o fortalecimento da democracia e tem sido um meio encontrado pelos atores civis para potencializar suas lutas. O *Coletivo Tela Firme*, por exemplo, se apropria das facilidades das redes digitais para postagem de sua produção audiovisual, para divulgar as ações que realiza na periferia e de seus parceiros e também praticar um ativismo político-social, pois utiliza o meio para fazer críticas e denúncias do descaso e omissão do poder público na periferia.

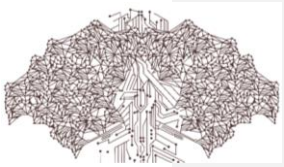
Sob este aspecto, Lemos (2005), se refere a ideia de que os atores sociais que surgem no ambiente *on-line* lutam por causas comuns, como é o caso do grupo de jovens deste estudo, têm a possibilidade de uma ampla divulgação de suas atividades, por um custo menor e de forma mais democrática. Essas características, comuns na plataforma podem ser compreendidas como um "novo domínio público propiciando e ampliando as relações sociais, trocas públicas, culturais, entre outras, que emergem na contemporaneidade" (LEMOS, 2005, 187).

E o ativismo nas redes digitais tem ganhado força e dimensão, principalmente no Brasil que atualmente enfrenta uma crise política que tem levado a população a protestar contra situações críticas relacionadas à situação do país. As redes digitais viraram um ambiente crucial para os debates que tomam grandes proporções e com os mais diversos discursos relacionados à questão. Mas é preciso se ter consciência que as novas tecnologias e a internet não irão resolver as demandas relacionadas aos movimentos sociais e tantas outras problemáticas da sociedade.

Como se percebe, a participação da sociedade civil em questões que antes se restringiam apenas a grupos específicos como os movimentos sociais, Organizações Não Governamentais (ONGs), entre outras entidades ganhou maior amplitude, assim como a ação de pessoas, associações e coletivos que lutam em prol de direitos dos cidadãos. As mídias digitais de atores sociais engajados nessas frentes de ações também contribuíram para o fortalecimento dessas iniciativas, que geralmente têm como foco o ativismo político-social nas redes digitais.

Castells (2013) enxerga as redes digitas como um espaço no qual o sujeito pode exercer a sua autonomia. Pois segundo sua concepção nas redes de comunicação digitais essa autonomia pode ser exercida como força transformadora. Para o autor o sistema vai além:

> Também reduz a vulnerabilidade do movimento a ameaça de repressão, já que há poucos alvos específicos a reprimir, exceto nos lugares exceto nos lugares ocupados, e a rede pode se reconstituir enquanto houver um número suficiente de participante, frouxamente conectados por seus objetivos e valores comuns. A conexão em rede como um modo de vida protege-o tantos dos adversários quanto dos próprios perigos internos representados pela burocratização e pela manipulação. (CASTELLS, 2013, p. 123).



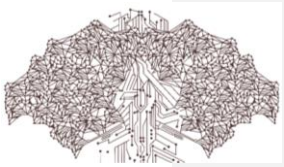
Para o autor essas redes horizontais e interativas na internet têm a garantia desse espaço ser constituído por redes abertas de comunicação que a caracteriza como uma estrutura descentralizada que possibilita aos sujeitos engajados politicamente, por exemplo, maior chance de participação. E nessa perspectiva Castells (2013) entende que pelo fato da interação acontecer em um meio digital, os movimentos não precisam, necessariamente, de uma organização vertical ou de uma liderança formal e garantem a participação de um público geral.

O que Castells (2013) aponta tem relação com a percepção de Moraes (2007) quando o estudioso diz que "a comunicação virtual, gradativamente, se insere no esforço de construção de uma cultura de solidariedade social baseada numa ética de reciprocidades entre os sujeitos comunicantes" (MORAES, 2007, p. 17). Logo, subtende-se que essa proposição tem motivado atores sociais a utilizarem as redes *online* como forma de mobilização e articulação, mas o estudioso esclarece que as tecnologias digitais não devem ser consideradas como dispositivos que substituem as organizações sociais nos espaços físicos.

> Reconhecer espaços novos na arena virtual em absoluto significa subordinar as batalhas políticas ao avanço tecnológico, ou ainda aceitar impulsos voluntaristas que subestimam mediações sociais e mecanismos clássicos de representação política. Estou convencido de que é no território físico, socialmente vivenciado, que se travam e se travarão as lutas decisivas por uma outra comunicação e um outro mundo possíveis (MORAES, 2007, p. 17).

O argumento de Moraes (2007) está relacionado à participação de atores sociais que se mobilizam por meio de iniciativas como as fomentadas pelo *Coletivo Tela Firme,* que desenvolve um importante trabalho de cunho social descentralizado, horizontal e com perspectivas que podem ser fundamentais para o exercício da cidadania política na periferia e nas redes digitais. Principalmente, pelo ativismo que pratica, que prima em conscientizar e empoderar a comunidade sobre o espaço no qual vive de forma que os moradores possam se perceber, perceber o outro e construir uma identidade. A atuação do grupo na comunidade no bairro Terra Firme e outros espaços periféricos, o legitima como um coletivo de mídia alternativa, pois ele sai do espaço virtual e a partir de tal premissa se torna possível construir um espaço de autonomia como aponta Castells (2015).

Observa-se que as frentes de lutas oriundas da periferia se apropriam do meio tecnológico de comunicação para praticarem seu ativismo e, geralmente atuam na perspectiva das mídias alternativas, que "são articuladas ao modelo da contra-informação, que tem como função desobstruir o acesso à opinião pública para os mais diferentes grupos sociais, políticos, étnicos, religiosos, de gênero e indicação sexual" (MAZETTI,



2017, p. 1). O espaço virtual com sua temporalidade, espacialidade, flexibilidade, horizontalidade se tornou um ambiente propício para essa prática comunicativa.

A MÍDIA ALTERNATIVA NO ESPAÇO VIRTUAL

Em seu *modus operandi*, a comunicação alternativa, geralmente tem um viés político-social, promove ações colaborativas e participativas e se articula com outras iniciativas e movimentos. E a comunicação em rede é uma das formas grupos que lutam numa perspectiva contra hegemônica têm para se articular e organizar. E quando se trata das redes digitais as perspectivas são ainda maiores, especialmente, pela acessibilidade e facilidade da informação. Para Moraes (2007), as redes digitais favorecem convívios participativos e de reciprocidades, seus fluxos de informação, permitem a circulação de ideias e favorecem a comunicação alternativa em rede. Em sua concepção "as redes podem ativar conexões, simbólicas e solidárias, de sujeitos e atores coletivos" (MORAES, 2007, p. 3).

Essa horizontalidade talvez seja o principal argumento para o ativismo alternativo nas redes digitais. As dimensões elencadas por Moraes (2007) não se diferenciam das perspectivas do autor da Obra Mídia Radical, John D. H. Downing (2004). Na concepção do pesquisador a internet tem sido uma nova era para esse meio comunicacional.

> Sendo uma infra-estrutura interconectada para múltiplas formas de comunicação, ela promove um período de convergência das tecnologias de mídia. Ao proporcionar a transmissão fácil de textos simples bem como os meios de combinar e recombinar uma série de formatos de mídia e atores sociais permite a distribuição de conhecimentos e recursos a quase todos os lugares do globo, de maneira até inédita (DOWNING, 2004, p. 270).

Para o autor, a rede de comunicação virtual oferece tanto ao indivíduo, quanto ao coletivo "a chance de comunicar-se, com suas próprias vozes e com uma audiência internacional de milhões de pessoas (DOWNING, 2004, p. 270- 271). Essas possibilidades têm levado as mídias alternativas a utilizarem as plataformas digitais como forma de ativismo. E os meios alternativos de comunicação geralmente estão engajados em lutas pela democratização da informação, pelos direitos dos cidadãos e contra a hegemonia capitalista e neoliberal, ou seja, a atuação das mídias alternativas é um trabalho de luta social e de resistência.

As formas como os meios alternativos se apropriam das redes tecnológicas são as mais diversas, pois assim como utilizam as plataformas numa lógica de contrainformação, ao que geralmente é noticiado pela grande imprensa, também buscam através das redes sociais *online* a divulgação do trabalho que desenvolvem. O *Facebook* e *Youtube* são os ambientes na rede mais

utilizados pela mídia alternativa, principalmente pela facilidade de acesso. Mas outros meios de comunicação no ambiente digital também têm sido utilizados para disseminação de práticas ativistas da mídia alternativa, como por exemplo, os blogs que acabam formando comunidades virtuais como a rede *Somos Todos Lúcio Flávio Pinto*[7].

O exemplo citado, além de evidenciar como a comunicação alternativa se propaga na web, também evidencia como uma rede contra-hegemônica pode promover uma ação cívica e contribuir para com demandas sociais e de interesse público. Sendo assim, os meios de comunicação alternativos encontraram no ambiente digital um espaço ideal para a sua militância.

COLETIVO TELA FIRME: ATIVISMO POLÍTICO-SOCIAL NAS REDES DIGITAIS

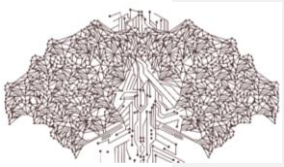
Quando a incerteza, a angústia e a indignação se misturam com o desejo de justiça, de mudança e de esperança provocam sentido para as lutas de grupos, movimentos sociais e outras organizações que se mobilizam na busca por transformações do espaço onde vivem. A realidade que cerca a periferia leva a esse tipo de engajamento, um exemplo é o ativismo do Coletivo Tela Firme, objeto de estudo desta investigação.

O grupo foi idealizado em 2011, pelo geógrafo, comunicador popular e militante da periferia na defesa dos direitos humanos, José Francisco dos Santos Batista. Neste mesmo ano, o comunicador retornava de Moçambique, na África, onde vivenciou experiências como professor e participante de um programa de rádio da Comissão de Justiça e Paz (CPJ), da Arquidiocese da Beira, que é um organismo da igreja católica, que também atua na defesa dos direitos humanos no país.

Inicialmente José Francisco pretendia implantar uma TV comunitária no bairro Terra Firme e produzir programas e matérias que dessem destaque à realidade local. O comunicador então discutiu a ideia com pessoas envolvidas em projetos e movimentos sociais, culturais e políticos na comunidade como Mailson Souza, Vanessa Alves, Thalisson Assis e Fraan Silva. Mesmo sabendo que o desafio era grande todos aceitaram apoiar Francisco.

> Em 2011 quando eu voltei da África, antes de voltar pra cá eu pensei, eu sempre atuei no bairro, no movimento de igreja, na Comissão de Justiça e Paz, na Pastoral da Juventude (grupo da igreja), movimentos sociais, quando chegar na Terra Firme eu vou fazer o que da vida em termo de movimento social?

[7] Segundo Amorim (2014), a mobilização deu início em 2012 e tinha como objetivo dar apoio ao sociólogo e jornalista Lúcio Flávio Pinto, que ainda hoje sofre perseguições por lutar pelos direitos de comunicação na Amazônia.

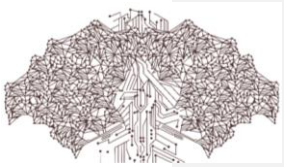


> Com o advento da internet e tudo, aí eu pensei acho interessante criar uma TV Comunitária até pra gente mudar esse estigma de bairro violento, que aqui só tem coisa ruim. Tanta coisa boa que tem. [...] E eu compartilhei a ideia com o Mailson, com outras pessoas. [...] E aí eu tinha visto um vídeozinho da Fraan e do Thalisson, eles faziam uma comicidade de repórter uma coisa bem caseira, mas muito legal, [...] começou a se pensar nessa possibilidade. Daí foi... A gente reuniu em 2013, né? [...] Aí a gente tava agoniado com o tempo, aquela questão que a gente já sabe que as pessoas são ocupadas, aí sempre vinha e voltava eu disse não. Aí eu tava no grupo de teatro JAVE, aqui da Paróquia Santa Maria e lá tem o Mailson que dirigia a peça e também tava começando a trabalhar com esse negócio de edição de vídeo aqui na praça, acho que final de 2013, dezembro. Aí eu conversei com ele aqui: "Mailson, cara" (eu expus a ideia). "Tá a fim de fazer isso, uma TV comunitária? O que tu achas? [...] umbora tratar como se expressa o carnaval no bairro? Foi que a gente fez isso aqui. (FRANCISCO BATISTA, entrevista concedida em 14 de jul. de 2017).

A ideia inicial do grupo era mostrar as coisas boas que existem no bairro Terra Firme como o carnaval de rua, por exemplo, mas para começar um projeto tão pertinente como o proposto por José Francisco necessitaria de organização, tempo e recursos. Mas a vontade, o desejo e a determinação de colocar o projeto em prática foram maiores que as impossibilidades. Tanto, que as coisas foram acontecendo e quando menos se esperava o Coletivo já dava o seu primeiro passo, como explica Mailson Alves.

> [...] quando o Francisco falou isso pra mim, "cara isso é muito parecido com algo que eu já fazia e que eu sentia muita falta em fazer". Só que assim, pra mim, como muitas coisas que a gente já tinha pensado em fazer (eu digo eu), pra mim ainda iria demorar muito a sair. [...] Aí ele me ligou acho que um final de semana, um sábado que era pra gente vir aqui na praça que ele já tinha duas pessoas pra ajudar a gente nesse projeto. Ele falou sobre o Thalisson e a Fran, explicou um pouco do trabalho que eles faziam e chamou a gente pra vir aqui na praça, pra gente conversar, discutir enfim. Como que seria o projeto, etc, etc. Eu vim assim meio que sem pretensão nenhuma, já trouxe também a Vanessa. [...] ela também se interessou pela ideia. [...] E aí quando foi eu acho uns dois dias depois o Francisco já convidou a gente pra ir na casa dele pra gente conhecer um espaço, na verdade, onde foi nosso primeiro cenário, que era o quarto da irmã dele. [...] Aí beleza fomos pra lá pra casa do Francisco. E nesse mesmo dia a gente já criou a logo do *Tela Firme*. Ele falou mais ou menos como que seria, tinha que pegar o gênero, os dois gêneros etc. Tinha que ter a pipa que ele adora pipa, é um símbolo nosso né? [...] E aí a gente foi desenhando modelando. Bacana, tá aqui. Esse aqui é nosso esboço de logo do *Tela Firme*. Voltamos pra casa e quando foi no outro dia o Francisco já apareceu com as camisas do *Tela Firme* com a logo pronta. (MAILSON SOUZA, entrevista concedida em 20 de jul. de 2017).

Como Mailson Souza e o próprio Francisco Batista enfatizaram a escolha da pipa tem relação com fato de ser um símbolo de lazer na periferia. Pois o ato de empinar pipa é uma brincadeira muito comum entre as crianças de bairros como o Terra Firme.



No mês de março de 2014, especificamente no dia 6, foi publicada a primeira produção audiovisual do grupo (o vídeo "Carnaval"). De lá pra cá, o *Tela Firme* já produziu diversos outros vídeos, além do ativismo político-social do grupo tanto na periferia quanto nas redes sociais digitais.

A escolha do Coletivo Tela Firme pelo ativismo na rede digital pode ser compreendida dentro da perspectiva**s** do potencial que a plataforma pode oferecer como destacam Castells (2003, 2005), Lévy (1999) e Lemos (2005). Como por exemplo, a rápida difusão da informação, a acessibilidade, adaptabilidade, entre outras características que tornam o meio um lócus para divulgar os mais diversos trabalhos, como por exemplo, os de caráter político, educativo, cultural e social como a ação desenvolvida pelo *Tela Firme*. A produção audiovisual pode ser encontrada no canal do *Youtube* e na página do *Facebook.*

Quando o *Tela Firme* começou a se articular, o *Facebook* foi a primeira opção encontrada para divulgar o trabalho do grupo. Segundo Mailson Souza a ideia era postar a logo na página e criar uma expectativa nas pessoas que acessassem a página. "Criamos a *fanpage*[8] e ninguém falava o que era o *Tela Firme*, botava a nossa logo e falava "aguardem vem aí!. Sabe, aquela coisa bem varejão mesmo?"

(MAILSON SOUZA, entrevista concedida em julho de 2017). No entanto, as postagens dos vídeos foram feitas inicialmente no canal que o grupo criou no *Youtube*, mas na concepção de Vanessa Alves, a *fanpage* acabou sendo a ferramenta mais indicada pelos recursos que oferece.

> Quando a gente começou a postar os vídeos no *Youtube*, a gente tinha que tá compartilhando link e convidando a galera a assistir e tal e isso dava um pouquinho de trabalho e nem todo mundo tinha paciência de tá abrindo link e tal e tá indo assistir o vídeo no *Youtube*. Então a gente acabava perdendo visualização por causa disso. Aí a gente veio com a alternativa da página, que na página, passou na *timeline* o vídeo já abria automaticamente, a galera se interessava e já começava a assistir. (VANESSA ALVES, entrevista concedida em 20 de jul. de 2017).

Para o Coletivo, as visualizações e os acessos na página são de grande importância, pois a partir deles é possível perceber se o trabalho despertou interesse do público. Mas vale esclarecer que a intenção do grupo ao fazer as postagens não necessariamente se limitou em medir o nível de aceitação (claro, que não desconsideraram o grande acesso e visualizações dos vídeos), e sim atingir um público alvo como menciona Francisco Batista.

> Nós não temos a massa, nós temos um público que está atento as questões, e de uma certa forma, ele se expande um pouco além daquilo que é, digamos um

[8] *Fanpage* ou página de fãs, trata-se de uma página específica dentro do *Facebook* que pode ser criada por empresas ou qualquer iniciativa com ou sem fins lucrativos de forma a permitir que clientes ou usuários do sistema possam interagir na rede social.

> grupo de militantes. Mas vai além, vai um colega da escola do amigo, do colega da igreja, do movimento. Acho que alcança isso. (FRANCISCO BATISTA, entrevista concedida em 14 de julho de 2017).

E para atingir esse público, o grupo procurou criar estratégias, como por exemplo, mudar o formato dos vídeos. A falta de equipamento tem impossibilitado a produção mensal de vídeos, com isso o grupo passou a utilizar a página do *Facebook* para destacar outros meios de atuação na periferia, como explica Vanessa Alves.

> Com o problema da gente não tá produzindo muito o vídeo, aí veio a alternativa de tá produzindo a matéria escrita. Ah! Participei de um ato que tava falando sobre chacina, sobre isso, sobre aquilo vamos produzir, vamos fazer uma matéria, uma nota alguma coisa e postar. Que isso também, de uma certa forma movimenta a página, a galera acompanha e tal. Então é aquilo que eu tava falando, a gente vai se moldando na medida do possível no que a gente pode a gente tá indo e se inserindo e tentado compensar. (VANESSA ALVES, entrevista concedida em 20 de julho de 2017).

A publicação de notas, como por exemplo, o texto de repúdio criado pelo *Tela Firme*, em janeiro de 2017, em reivindicação às chacinas ocorridas na capital, no primeiro semestre de 2017 é um exemplo de uma estratégia de participação pensada pelo grupo. E diante do grande índice de violência registrado no período citado, o Coletivo não poderia deixar de se manifestar. Ao total foram 45 assassinatos ocorridos na grande Belém e região metropolitana nos meses de janeiro, abril maio e junho. Crimes bárbaros e sem precedentes. Um dos casos teve como vítimas quase trinta pessoas de vários bairros da periferia de Belém. E essa barbárie ocorreu em um único final de semana.

Na referida nota, como pode ser constatado na fig. 1 (abaixo), o Coletivo denuncia a omissão do poder público com relação à criminalidade que se instalou na capital paraense no período mencionando anteriormente.

Figura 1: Nota publicada na página do Tela Firme no *Facebook* (2017).



Fonte: imagem reproduzida na página do Tela Firme no *Facebook* (2017).

A manifestação do *Tela Firme* por meio de notas é mais uma forma que o grupo encontrou de fazer suas denúncias e mostrar o seu posicionamento diante das opressões sofridas por episódios como o citado acima e tanto outros que acontecem na periferia e que são tratados na maioria das vezes apenas como uma notícia factual. No entanto, como pode ser observado no texto do *Tela Firme* há um forte apelo do grupo contra a omissão do poder público diante da realidade de violência em espaços segregados, como a periferia. A utilização da página do *Facebook* para publicação de notas e divulgação de eventos realizados no bairro tem relevância e tem sido uma estratégia para continuar o ativismo na rede digital, mas a comunidade pede que o grupo volte a publicar os vídeos como fazia no primeiro ano de criação do grupo.

> A gente é acionado, as pessoas reivindicam o nosso "retorno" com aqueles moldes de TV e tal. Então, a gente que retomar um pouquinho não como TV aquela estrutura de apresentador, mas retomar os vídeos o audiovisual, mas continuar também com o que nós já estamos fazendo articular com os movimentos sociais e postar matéria na nossa *fanpage*. (FRANCISCO BATISTA, entrevista concedida em 14 de jul. de 2017).

As pessoas que integram o Coletivo são enfáticas ao afirmar que conciliar um trabalho voluntário e sem recursos é uma tarefa árdua, mas apesar das barreiras a intenção é continuar o ativismo que tanto tem fortalecido tanto os membros do grupo como outros moradores que têm acesso aos vídeos ou participam de alguma ação do *Tela Firme* na comunidade. Nesta perspectiva subtende-se que o ativismo do grupo empodera, fortalece e conscientiza por meio de uma comunicação alternativa, de uma linguagem audiovisual e de um engajamento político-social que tem como foco a cidadania.

Como se pode perceber as ações do Coletivo Tela Firme começaram nas redes sociais na internet, com postagem da produção audiovisual do grupo no canal do *Youtube* e na página do *Facebook*. A partir dessa participação no meio digital o trabalho dos jovens militantes do Coletivo

ganhou visibilidade e passou a ser reconhecido por outros grupos, movimentos, organizações, entre outras frentes de luta que atuam local e nacionalmente.

Com isso, o Tela Firme passou a realizar ações na periferia por iniciativa própria ou em parceria com outras iniciativas que desenvolvem ações sociais na periferia. Então, a página do grupo no *Facebook* passou a ser utilizada também para divulgação dessas ações dos jovens militantes, assim como um ativismo político-social, já que nas publicações o Coletivo mostra a sua indignação diante do descaso e ausência do poder público na periferia e acima de tudo com as pessoas que vivem nesse no espaço.

E essa interação nas redes digitais permitiu até mesmo que membros do Coletivo como Izabela Chaves participassem da expedição fotográfica intitulada "Norte das Águas"[9]. O evento foi realizado nos municípios de Altamira, Manaus, Xingu, Belo Monte e contou com participação cinco jovens de diferentes localidades do Brasil. Segundo Izabela Chaves, além da oportunidade de fazer com que os participantes tivessem contato com o Rio Amazonas, a expedição possibilitou ainda, que todos aprendessem sobre fotografia e refletissem sobre a questão da água, especialmente em relação a questão ambiental. Tanto que a experiência despertou na jovem uma sensibilidade para perceber ainda mais situações críticas da sua própria realidade. Um exemplo é a imagem registrada pela militante na Vila da Barca. Ver fig. 27.

Figura 2: Imagem feita na Vila da Barca Belém/PA (2016).

[9] A expedição fotográfica "Norte das Águas" foi idealizada por Ahad Shah e liderado por Tyrone Turner (National Geografic Creative) entre os dias 26 de maio e 01 de junho de 2016. A expedição faz parte da programação dos preparativos para o 8 Fórum Mundial da Água, que vai ser em Brasília em 2018.



Fonte: Izabela Chaves (2016).

A consciência ambiental possibilitou que novas ações fossem articuladas. “Eu voltei da expedição aí fortaleceram as bases com o Ame Tucunduba, os projetos ambientais, e a gente tem essa parceria de divulgar coisas aqui do bairro junto com eles” (IZABELA CHAVES, entrevista concedida em 19 de jul. de 2017). A experiência de Izabela remete ao pensamento de Silva e Gozanga (2005), quando as respectivas autoras enfatizam que a partir dessa interação em rede e o contato de jovens da periferia com outros projetos sociais resulta em uma ampla participação desses sujeitos em redes horizontais e colaborativas.

Considerações finais

A pergunta que norteia o presente trabalho está centrada na questão de como o Coletivo Tela Firme se desenvolveu e ganhou amplitude a partir da interação nas redes digitais? Com base nesta indagação, observou-se que a participação do grupo nas redes sociais na internet deu visibilidade ao trabalho que este desenvolve na periferia de Belém e possibilitou ainda que os jovens militantes do Coletivo passassem a se articular com outros movimentos sociais que atuam no espaço local ou em outros Estados do país. A partir da interação nas redes digitais, o Tela Firme passou a ser convidado a participar de eventos sociais e comunitários, como a Marcha na Periferia, por exemplo, uma programação nacional organizado pelos movimentos CST – Conlutas e o Quilombo Raça e Classe e que aconteceu durante três anos consecutivos (2014 a 2016), no bairro Terra Firme, em Belém. O ativismo do Coletivo que começou com a publicação de vídeos ganhou força, novas parcerias, como também mudanças em seu *modus operandi*, isto é, o grupo passou também a promover ações sociais e políticas nas comunidades onde atua. Nesta

perspectiva se confirma a hipótese de que a interação nas redes digitais possibilitou maior visibilidade ao trabalho desenvolvido pelo Tela Firme e o contato com outras iniciativas locais e nacionais permitiu maior articulação do grupo na comunidade onde atua, assim como em outros bairros da periferia.

Referências bibliográficas

BONI, Valdete; QUARESMA, Silvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC.** Vol. 2 nº 1 (3), janeiro-julho/2005, p. 68-80.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da Internet. Trad. Maria Luiza X. A. de Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Trad. Roneide Venâncio Majer. 8 ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2005.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da Internet. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **O poder da Comunicação**. São Paulo; Rio de Janeiro. Paz e Terra: 2015.

DOWNING, John D. H. ***Mídia radical****:* rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa: esta é a questão? **Psicologia:** Teoria e Pesquisa Mai-Ago 2006, Vol. 22 n. 2, pp. 201-210.

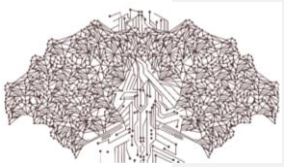
LEMOS, Andre. Cibercultura e Mobilidade: a era da conexão. Disponível em: http://docs12.minhateca.com.br/127443048,BR,0,0,Cibercultura-e-Mobilidade.-A-Era-da-Conex%C3%A3o-Andre-Lemos.pdf. Acesso em 12 de jun. de 2017.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAIA, Rousiley C. M. Internet e esfera civil: Limites e alcances da participação política. _____. GOMES, Wilson. MARQUES. Francisco P. J. A. **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MORAES, Denis. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. Disponível em: http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/16072-16073-1-PB.pdf: Acesso em 16 de Nov. de 2017.

MORAES. Denis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Eptic. vol. IX, n. 2, mayo – ago**. / 2007. Disponível em:https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/114335/mod_resource/content/1/Comunica%C3%A7%C3%A3o%20alternativa,%20redes%20virtuais%20e%20ativismo_%20avan%C3%A7os%20e%20dilemas_Denis%20de%20Moraes.pdf. Acesso em: 30 de jun. de 2017.



MORAES. Denis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Eptic. vol. IX, n. 2, mayo – ago**. / 2007. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/114335/mod_resource/content/1/Comunica%C3%A7%C3%A3o%20alternativa,%20redes%20virtuais%20e%20ativismo_%20avan%C3%A7os%20e%20dilemas_Denis%20de%20Moraes.pdf. Acesso em: 30 de jun. de 2017.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In. PRIMO, Alex (org.) **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

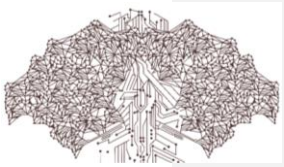
RECUERO, Raquel. **Curtir, compartilhar, comentar:** trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. Revista Verso e Reverso, 2014, v.28, n.68, pp.117-127.

SILVA, Regina Helena A. GONZAGA, Milene M. Redes Culturais em Territórios Urbanos. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1702-2.pdf. Acesso em: 30 de mar. de 2017.

SILVA, Taziane M. TEIXEIRA, Talita O. FREITAS, Sylvia, M. P. Ciberespaço: uma nova configuração do ser no mundo. Psicologia em Revista, v. 21, n. 21, p. 176-106 abr. Belo Horizonte, 2015.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, São Paulo, v.1, 2010, p. 28-39.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



COLETIVOS INDÍGENAS E INTERCULTURAIS NA ERA DIGITAL ESTUDO EXPLORATÓRIO MULTICASO A PARTIR DO PONTÃO DE CULTURA VIVA *THYDEWÁ*[1]

Filipe Augusto Couto Barbosa[2]

1 Introdução ao tema e aos sujeitos da pesquisa

Thydêwá é uma redução de *Wiryjidetzam Thydêwá*, expressão que significa algo próximo a "Esperança da Terra" em Língua Portuguesa, nome "iluminado" na cabeça do jovem Jaguriçá, filho de um casal de indígenas Kariri-Xokó e Pankaruru, nesta ocasião, associados e reunidos para o batismo de uma nova Organização da Sociedade Civil (OSC) na Região Nordeste do Brasil, que, em seu sítio oficial[3] na internet, assim se apresenta:

> Indígenas de várias nações se aliam a não indígenas para construir a OSC THYDEWA, iniciando seus trabalhos em 2001 e formalizando-se em agosto de 2002. Sempre com o objetivo de promover a consciência planetária, valendo-se do diálogo intercultural, da valorização da diversidade e das culturas e conhecimentos tradicionais; visando um desenvolvimento integral para todos em harmonia e paz. (THYDÊWÁ, 2016c)

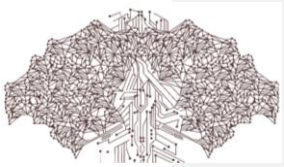
Os trabalhos da Thydewá se iniciaram com o projeto "Índios na visão dos Índios", com a "formação de indígenas de várias etnias e nações para atuarem como historiadores, antropólogos, jornalistas e fotógrafos de suas próprias realidades" (THYDEWÁ, 2018), e que compartilham seus trabalhos em *e-books*, disponíveis para *download* gratuito no sítio eletrônico da Thydewá.

No Brasil, para estimular estas fontes de contra-hegemonia, especialmente, os grupos étnicos e artísticos mais excluídos dos circuitos culturais principais, em 2004, o governo brasileiro lança uma política pública cultural inovadora no país, batizada Pontos de Cultura. E, com de três a quatro anos de existência, em 2005, a OSC Thydewá (caso principal aqui observado) concorre ao primeiro edital público para Pontos de Cultura com a iniciativa da rede de comunicação indígena "Índios On-line", e é contemplada, nascendo aí o Ponto de Cultura Viva Índios On-line.

1 . Artigo apresentado ao "Eixo Temático 5 – O local digital das culturas: povos tradicionais, povos indígenas, diásporas e redes digitais", do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador da Universidade Federal de Goiás (UFG), doutorando em Sociologia (UFG/2015-) e Mestre em Antropologia Social (UFG/2015). E-mail: scientificfil@gmail.com.br

3 . Endereço eletrônico da OSC Thydewá: <http://www.thydewa.org/>.



Segundo os "ponteiros"[4] que me pareceram centrais na OSC Thydewá, o cineasta argentino Sebastián Gerlic, presidente da ONG, e Potyra Tê Tupinambá, diretora da ONG, advogada e militante dos Direitos Humanos Indígenas e das causas das mulheres indígenas, o trabalho da Thydewá consiste em gestar "Células de Inteligência Coletiva", cujos sujeitos se tornem tão logo os protagonistas de cada ação, com autonomia para gerir seus próprios projetos culturais, sendo que as orientações devem seguir um princípio comunitário.

> A ONG Thydêwá vem trabalhando com esse conceito desde 2005 quando formalizou seu convênio como Ponto de Cultura Viva: "Índios On-Line". O Convênio permitiu a sustentação de 07 micro pontinhos – CÉLULAS. Cada uma das 07 comunidades indígenas participantes tinha seu grupo de gestão, de ação, sua autonomia, seus propósitos. Em cada CÉLULA participava um número diferente de pessoas, jovens e adultos. A premissa era direcionar suas atividades não pela necessidade dos participantes, mas sim pelo ORGANISMO, pela comunidade indígena. (THYDEWÁ, 2012)

A OSC Thydewá e o Ponto de Cultura Índios-On-line estimularam o aprendizado e certas práticas ligadas às mídias e redes digitais de comunicação, criando novas tecnologias sociais de inclusão digital que visam empoderar as comunidades indígenas (THYDEWÁ, 2016c). Ao se apropriarem culturalmente das mídias e técnicas a que são apresentados nos projetos e oficinas de inclusão digital/social, os indígenas agem com autonomia e acabam ressignificando os usos daquelas, criando novas funções cosmológicas para estes objetos e saberes. Resultam disso não somente linguagens novas e híbridas no uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), mas também o seu uso estratégico e pragmático, de forma a atender aos anseios e necessidades das próprias comunidades indígenas, agregando ferramentas poderosas aos esforços de resistência e revalorização das culturas e vidas dos Povos Indígenas, na criação de alternativas econômicas e de manejo de recursos, nas lutas por direitos e resolução de conflitos territoriais.

O projeto Pontos de Cultura é a principal política do Programa Cultura Viva — e parte importante da Ação Cultura Digital — proposto pelo MinC (Ministério da Cultura), e visa estimular grupos da sociedade civil que desenvolvem atividades ligadas à promoção das culturas 'étnicas' e populares (mestiças) do Brasil, nas suas mais variadas expressões, impulsionando as suas ações com financiamento, kits multimídia, prêmios (em dinheiro e em reconhecimento) e

[4] . De acordo com Nunes (2012, p. 46), "os ponteiros correspondem aos principais articuladores entre os gestores públicos e artistas, populares, ativistas e agentes culturais. Por ocupar esta posição intermediária, os ponteiros são (...) atores-chave para análise da gestão compartilhada entre governo e sociedade". São, portanto, "atores estratégicos fundamentais para a execução desta política pública cultural", ocupando "diferentes posições em uma rede de relações locais e supra-locais".

com meios próprios à articulação com o Estado, e entre si (entre os próprios Pontos de Cultura), em uma Teia virtual de compartilhamento de experiências e aprimoramento das ações. (BARBOSA DA SILVA, 2011)

Segundo o Ministro da Cultura à época, o músico e pensador tropicalista Gilberto Gil, a noção de "pontos de cultura" remete a uma analogia com os "pontos vitais" do nosso corpo, que poderiam ser estimulados através de um "Do-in antropológico",[5] "massageando pontos vitais, mas momentaneamente desprezados ou adormecidos, do corpo cultural do País".

> Enfim, para avivar o velho e atiçar o novo. Porque a cultura brasileira não pode ser pensada fora desse jogo, dessa dialética permanente entre a tradição e a invenção, numa encruzilhada de matrizes milenares e informações e tecnologias de ponta. (BRASIL, 2003)

Os Pontos de Cultura partem "de iniciativas da sociedade civil", então, selecionadas "pelo MinC por meio de edital público", o qual é "responsável por articular e impulsionar ações já existentes em suas comunidades". Para cada implementação, não há "modelo único", mas há "a ideia de transversalidade da cultura e da gestão compartilhada entre o poder público e a comunidade" como um eixo de atuação em comum. Parte do Programa Cultura Viva, os Pontos de Cultura têm como objetivos "incentivar, preservar e promover a diversidade cultural brasileira", de modo a reconhecer "iniciativas da própria sociedade" e a possibilitar políticas públicas culturais que dialoguem com as cosmovisões específicas dos grupos, que não somente as demandam, como também as criam e executam; e, como parte da Ação Cultura Digital, promove-se o "compartilhamento de produções simbólicas e conhecimentos tecnológicos gerados pela ação autônoma, porém em rede, dos Pontos de Cultura", que, ao "interligar as ações locais e promover a troca de experiências dos pontos, bem como a comunicação entre eles a partir da tecnologia digital" (BARBOSA DA SILVA, 2011, p. 45), potencializando suas redes de compartilhamento e sociabilidade, e quebrando a lógica generalista e *top-down* das políticas públicas aos modos *benefactor* e gerencial.

No contexto atual, a OSC Thydewá representa o "Pontão de Cultura Viva Esperança da Terra", articulando a "Rede de Pontos de Cultura Indígena do Nordeste", a qual conecta oito grupos indígenas (a saber: Kapotó-Plakiô, Kariri-Xokó, Xokó, Pankararu, Pataxó de Barra Velha,

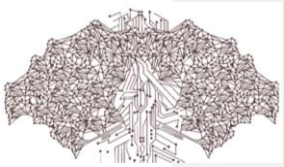
[5] . De acordo com Michio Kushi (1985), o "*Do-in*" é uma compreensão espiritual e prática do que é o Universo e o corpo humano, sendo composta por antigos exercícios macrobióticos, dentre os quais estão técnicas de automassagem baseada nos pontos meridionais da medicina tradicional chinesa visando regular e melhor distribuir a energia vital (*chi*) pelo corpo, prevenindo e tratando moléstias.

Pataxó de Cumuruxatiba, Pataxó Hã Hã Hãe e Tupinambá) entre si e com o mundo, estimulando nestes grupos ações de inclusão digital/social.

No sentido aqui utilizado, acredito que, atualmente, inclusão digital significa também inclusão social — e não no sentido da aplicação socioeconômica deste último termo, como é usual, ou como um mecanismo automático, como se a simples capacitação técnica com aulas de informática implicasse em inclusão social —, que, com a inclusão digital/social, os sujeitos indignados passam cada vez mais a ter consciência da sua posição estrutural e histórica de "exclusão social", e, assim, setores desprivilegiados da sociedade civil passam a se organizar para promover seus interesses (GHON, 2005), para reivindicar dignidade e um lugar de fala mais autônomo (e horizontal no diálogo com a modernidade), lutar para produzir as condições de seu reconhecimento.

Esses movimentos sociais não 'brotam' do nada, são continuidade e efeito do novo alcance e reconfiguração dos movimentos sociais que ocorriam presentemente, ou seja, são os desdobramentos rizomáticos dos movimentos indígenas (e também dos quilombismos). Uma política cultural que parte das comunidades alvo em si é também efeito desses nossos movimentos, que se infiltraram no Estado, é o empoderamento dessas comunidades pela apropriação cultural e política das TICs, que passam a reescrever as suas próprias histórias e, assim, seu futuro, conscientizando suas próprias comunidades da condição de exclusão social e de colonialidade a que têm sido submetidos, e também conscientizando a sociedade civil brasileira em geral, e das sociedades nacionais em globalização, que passam a acessar os conteúdos e informações produzidos pelas próprias sociedades indígenas, desvinculando as identidades dos Povos Indígena daqueles estereótipos edênicos e/ou racistas projetados pelo pensamento eurocêntrico e pelos meios de comunicação hegemônicos no imaginário nacional brasileiro e global/moderno.

Destarte, as apropriações culturais que fazem das TIC não são puramente técnicas, mas encarnam os conflitos geopolíticos e socioculturais que vivem os Povos Indígenas no Brasil, conflitos estes que se dão em âmbitos de diferentes níveis: em nível local, com os vizinhos da sociedade nacional brasileira, com quem os Povos Indígenas mantêm conflitos territoriais e buscam diálogo horizontal (com o Estado), em uma constante reivindicação de direitos, ou mesmo do simples cumprimento de seus direitos já conquistados e sagrados pela Constituição da República Federativa do Brasil; e, também, no âmbito global, em que os Povos Indígenas buscam diálogos interculturais (tanto com organismos internacionais, quanto com outros povos também considerados 'originários' em suas respectivas regiões) e mostram sua diversidade, propondo

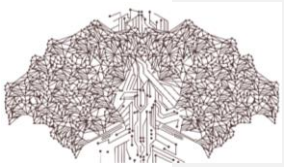


soluções e modelos alternativos aos que atualmente impõem as sociedades ditas desenvolvidas e modernas frente aos novos desafios humanos.

Assim sendo, acredito que, no Brasil, estando os principais canais e tecnologias de informação e comunicação dominados por certas elites e por seus esforços para estabelecer um processo de hegemonia cultural eurocentrado, e devido ao surgimento e à ampliação do acesso ao ciberespaço (como um universo alternativo de informação e comunicação, e espaço de produção e de armazenamento do patrimônio cultural digital e digitalizado), os grupos étnicos até então subalternos na formação da sociedade nacional brasileira passaram a se apropriar das TIC para estabelecer processos de contra-hegemonia. Segundo observei neste estudo exploratório, estes processos se dão baseados principalmente em três frentes: (1) criando novos canais interculturais de comunicação entre indígenas e, também, com não-indígenas, visando a articulação política e a interação regional, nacional e internacional das 'populações tradicionais'; (2) criando novas formas de ativismo on-line (midiativismo e/ou ciberativismo indígenas), como expansão e continuidade daqueles movimentos sociais indígenas que ocorrem presencialmente; e (3) criando novas formas de educação baseadas nas TIC, as quais contribuem para a preservação e a atualização dos patrimônios culturais indígenas. Essas redes de articulação cultural, de mobilização política e de preservação e atualização dos patrimônios culturais possibilitam o registro de suas práticas em formatos (hiper-) midiáticos diversos, na 'nuvem', na internet, além de engendrar novos patrimônios culturais digitais próprios dos Povos Indígenas (e de cada povo, ou coletivo de povos, como no caso da Rede de Pontos de Cultura Indígena do Nordeste, articulada por meio do Pontão de Cultura Viva Esperança da Terra, ou Thydewá). Esse resgate e atualização do patrimônio cultural indígena no ciberespaço se presta não somente a proteger ou ainda simplesmente a perpetuar suas culturas tradicionais, mas, principalmente, intenta as fortalecer e reciclar enquanto potência e como uma espécie de reescrita "descolonial" (ESCOBAR, 2010) da história e do futuro dos Povos Indígenas no Brasil.

2 Metodologia

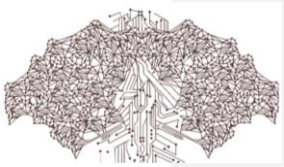
A presente pesquisa é um estudo semelhante às práticas de observação etnográfica e/ou etnometodológica da antropologia social e da sociologia, mas que, porém, não está baseado na interação, e sim nos dados, e não é um estudo de caso típico, pois se permite a comparação, partindo de um caso central para uma rede de casos, ou 'multicaso', buscando por possíveis conceitos centrais e padrões nas formas pelas quais os ameríndios aqui em vista têm se apropriado



do ciberespaço para fortalecer suas comunidades e produzir contra-hegemonia; ou seja, como ressignificam as mídias e a internet (e o ciberespaço como um todo) com objetivo de empoderar suas comunidades. No centro da rede 'multicasos' aqui em vista, está a *Thydewá*, OCS que completou 15 anos em 2017 e que tem promovido a iniciação/inclusão digital/social indígena, fomentando Células de Inteligência Coletiva, em que os sujeitos alvos das ações sociais são os protagonistas, tomando-as nas comunidades e as recriando com autonomia; e, em segundo plano, a presenta pesquisa tem como objetivo pensar o engajamento da Thydewá no política pública Pontos de Cultura (posteriormente, desmembrada em um parte específica dedicada aos povos originários no Brasil, os Pontos de Cultura Indígena).

Esta pesquisa se dá a partir de dados e informações digitais e digitalizadas, que, em sua grande maioria, estão disponíveis na *Internet*, publicamente, recolhidos por mim de forma ativa (e não interativa, ou seja, de modo objetivamente alheio a minha interferência e por meio de recursos computacionais reprodutíveis), preservando metodologicamente a espontaneidade dos sujeitos na produção e difusão destes conteúdos tornados dados; tais dados são aqui 'rastros' da interatividade dos sujeitos, aparentemente apagados e dispersos (desconectados) no espaço-tempo multidimensional dos *bits* e da internet, mas ainda bem vivos enquanto expressões de um patrimônio intercultural novo e em expansão, cujas redes e significados precisam ainda ser mapeados e apreciados em sua operação e cristalização, nos novos formatos de comunidade e de grupo étnico híbridos que engendram.

Neste caso, procedi ao recolhimento de arquivos digitais, textualidades, áudios, visualidades e combinações destes em 'lugares' no ciberespaço (tais como: *blogs*, *sites*, *fun pages*, grupos e redes de amigos na mídia social [MS] *Facebook*, perfis e canais de vídeos na MS *Youtube*, e outras) nos termos de uma observação etnográfica em ambiente virtual. Defronte tal tarefa, abordei as atuações dos sujeitos e seus grupos de uma forma descritiva-interpretativa, destacando as explicações e significados de suas práticas nos termos dos próprios 'conceitos nativos', enquanto dotadores de sentido àquele universo específico de sistemas de expectativa e de interação. Recorrerei nesses casos a informações presentes em *sites*, documentos e arquivos digitais relacionados à Thydewá. Como foco da análise, esta pesquisa traz as apropriações culturais que estes grupos fazem das TICs, principalmente, em seu uso para refrear e reverter processos históricos de colonização e etnocídio, armas comunicacionais, educacionais e informacionais que utilizam para resolver seus conflitos políticos e territoriais com a sociedade nacional e o Estado no Brasil contemporâneo; e, em segundo plano, analiso como a política cultural dos Pontos de Cultura pode ter incentivado essa guinada nos projetos de inclusão digital/social de sujeitos indígenas.



3 Resultados

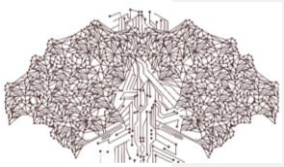
A breve análise multicaso aqui empreendida trata de iniciativas e projetos sociais desenvolvidos a partir da OCS *Thydêwá*, ONG que se tornou um Pontão de Cultura Viva (uma rede de Pontos de Cultura), e visa descrever essas iniciativas a fim de entender como se dão as apropriações culturais e políticas das TICs pelos Povos Indígenas envolvidos com a OCS, e também como a principal política pública do Programa Cultura Viva do MinC estimulou o uso das TICs em ações culturais de iniciativa da sociedade civil como esta.

Pude encontrar iniciativas interculturais com vários objetivos e de vários tipos, tal como de estratégias de projeção e divulgação da cultura dos Povos Indígenas participantes da rede (que reúne uma maioria de povos da Região Nordeste), tais como, por exemplo, a partir dos *e-books* infantis da série "*Kwatiara*: sabedorias indígenas para uma nova era" (THYDÊWÁ, 2016a); cuja proposta é descrita de forma simples e poética, sugerindo que somos todos crianças e que podemos ser transformados pelas histórias indígenas:

> Acreditamos que as histórias indígenas podem ser transformadoras para o mundo todo.
> Os interessados podem escrever livremente um conto, uma memória, uma história. As propostas são livres e podem nascer de qualquer indígena. É importante que o autor se atente para o fato de que o livro será lido por e para crianças (de 0 a 100 anos).
> A ONG, através de uma comissão, selecionará dois autores para fazermos dois livros digitais. O livro será digital e poderá ser baixado em *tablets* e celulares, assim como em PDF.

Os *e-books* são disponibilizados em língua espanhola, francês, inglês e português, através de várias plataformas (da *Apple*, *Google* e *Amazon*), e, enquanto as três versões em línguas estrangeiras são vendidas para arrecadar dinheiro, as versões em português são distribuídas gratuitamente, a fim de "diminuir os preconceitos que os indígenas brasileiros sofrem no Brasil". (THYDÊWÁ, 2016a)

Encontramos também projetos mais abrangentes, tal como a já mencionada rede "Índios on-line", projeto amplo, dinâmico e inclusivo, que transcendeu a Região

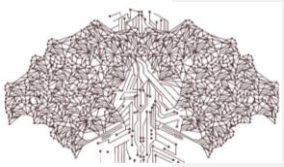


Nordeste, aos poucos, reunindo sujeitos indígenas de diversas partes do país; segundo a descrição no sítio eletrônico da Thydewá, trata-se de a Rede Índios On-line é "um canal de diálogo, encontro e troca" (THYDÊWÁ, 2016c), independente articulada por meio de um *blog*.

> Um portal de diálogo intercultural, que valoriza a diversidade, facilitando a informação e a comunicação para vários povos indígenas e para a sociedade em forma geral [...].
> Nossos objetivos são: facilitar o acesso à informação e comunicação para diferentes povos indígenas, estimular o diálogo intercultural. Promover-nos a pesquisar e estudar nossas culturas. Resgatar, preservar, atualizar, valorizar e projetar nossas culturas indígenas. Promover o respeito pelas diferenças. Conhecer e refletir sobre a nossa situação atual. Salvaguardar os bens imateriais mais antigos desta terra Brasil. Disponibilizar na internet arquivos (textos, fotos, vídeos) sobre os nossos povos para Brasil e o Mundo. Complementar e enriquecer os processos de educação escolar diferenciada multicultural indígena. Nos qualificar para garantir melhor nossos direitos. (THYDÊWÁ, 2016c)

Nota-se a sua preocupação em estabelecer um canal de comunicação intercultural entre Povos Indígenas no Brasil e também com não-indígenas; em articular politicamente os Povos Indígenas na luta por direitos; e para a preservação/atualização e projeção de suas culturas no mundo globalizado. Quando se visita o *blog* da rede "Índios On-line" é notório qual dos propósitos predominou, tendo vista o contexto de conflitos políticos, de modo que se tornou uma ferramenta importante de articulação e de mobilização indígena em prol da defesa de seus diretos, especialmente, por meio de uma nova forma de jornalismo engajado.

O *blog* "Índios On-line" se constituiu, portanto, como espaço para uma espécie de jornalismo investigativo, engajado e simbolicamente muito particular, a que os próprios denominam "Etno-jornalismo", de modo que, não somente torna mundialmente pública a violência a que estão submetidos os indígenas no seu cotidiano, mas também as suas vitórias, no reconhecimento de novas Terras Indígenas e nas reintegrações de posse, por exemplo; assim como publicam suas iniciativas políticas e materiais importantes para os seus grupos étnicos (tais como seus livros, músicas, filmes, obras de arte, etc.), a celebração e a divulgação de seus projetos interculturais, com encontros e oficinas, entre



muitas outras coisas — estas últimas manifestações mais a cargo da Thydêwá, que conta com um site mais robusto e variado em conteúdo.

A *Thydêwá* também criou o seu próprio *blog*, o qual atua nesse mesmo sentido. Fazendo uma análise de conteúdo das 'reportagens' deste último, nos últimos três anos (2014-2016), 47 no total, média de pouco mais de uma matéria por mês, pode-se notar os temas mais acionados nesse período a partir da recorrência de palavras-chave; tal como se pode depreender da seguinte 'nuvem de palavras' (em que o maior tamanho das palavras e relativamente proporcional a seu número de ocorrências), constituída a partir da análise monolítica de todo o *corpus* textual formado da reunião daquelas reportagens (cerca de 18.000 palavras no total, repetições de 2.400 formas); considerando nesta apenas verbos e substantivos, tem-se a nuvem de palavras expressa no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Nuvem de palavras do conteúdo do *blog* da Thydewá (2014-2016).



Fonte: gerado a partir do software Iramuteq (2014).

Reparando apenas a frequência de palavras relacionadas ao imaginário tecnológico, nota-se que o tema tem bastante importância e recorrência no conteúdo das matérias "etno-jornalísiticas", por exemplo: "tecnologia" (com 28 ocorrências); "informação" (com 16); "internet" (com 11), fora a palavra "rede", que não necessariamente remete a um sentido tecnológico em todos os casos, mas que aparece em grande parte das reportagens e com um sentido híbrido, como rede social/digital; número de recorrências significativas em um universo de 47 matérias jornalísticas (média 4 por trimestre) dos mais variados assuntos.

Observando a nuvem de palavras como um todo, nota-se que a referência genérica a si próprios — "indígena" — é de uma recorrência que se sobrepõe a todas as outras, e isso é bastante compreensível na medida em que os usos sociais da *Internet* são em grande medida de natureza autobiográfica e relacional. A partir da análise do gráfico, à exceção do termo "indígena", podemos observar que a palavra de maior importância nesses últimos três anos é a palavra "mulher", o que acredito se dever não somente a características dessa OSC, mas a um processo relativamente recente de empoderamento das mulheres indígenas, com o aumento da sua participação em lideranças, e como

ativistas e intelectuais no plano intercultural, inclusive assumindo certo protagonismo na apropriação cultural das TICs.

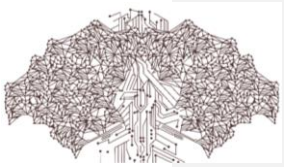
Nos casos ligados à Thydewá, tal indicativo se confirma pela representatividade das mulheres indígenas no ciberativismo, que é expressiva, a partir, por exemplo, de projetos como a rede "Eu sou pelas Mulheres Indígenas",[6] que une mulheres das oito comunidades indígenas ligadas à Thydewá, dando origem a subprojetos de apropriação da mídia como a uma estação de rádio online, a Radia Cunhã[7] (*cunhã* = mulher em tupi; em alguns contextos pode fazer referência também a mulheres que ocupam posição de liderança no seus povos), que se anuncia como movimento feminista indígena, servindo ao combate do machismo e ao empoderamento das mulheres indígenas, e difundindo conteúdos de seu interesse.

A importância das mulheres no ciberativismo indígena fica evidente também no filme documentário de curta-metragem "Indígenas digitais" (2010), produzido no âmbito da Thydewá, que contém entrevistas com várias mulheres indígenas engajadas na vida política de suas comunidades e cujas performances evidenciam já certa intimidade com as TICs enquanto ferramenta de articulação política, de contra-hegemonia e de promoção do patrimônio cultural de seus povos. Este documentário será aqui de grande valia também, no sentido de o utilizarmos para explicar, nos termos dos próprios indígenas, a partir dos seus depoimentos, como se dá essa apropriação estratégica das TIC em suas comunidades. Sobre o documentário Indígenas Digitais, de acordo com Potyra Tê Tupinambá (2010), diretora da Thydewá:

> No curta-metragem, integrantes de várias nações indígenas, como a Tupinambá (BA), a Pataxó Hã Hã Hãe (BA) e a Pankararu (PE), relatam como celulares, câmeras fotográficas, filmadoras, computadores e, principalmente, a internet vêm sendo ferramentas importantes na busca das melhorias para as comunidades indígenas e nas relações destas com o mundo globalizado. O filme aborda a necessidade do povo indígena de se expressar para o mundo e mostra como várias tribos dialogam entre si, conhecendo umas a realidade das outras. Uma espécie de "link" entre a tecnologia e a manutenção das tradições, permitindo a inserção dos índios no mundo globalizado, mas, principalmente,

6 . <http://www.mulheresindigenas.org/projeto/>.

7 . <https://soundcloud.com/radia-cunha/sets/radia-cunha?utm_source=soundcloud&utm_campaign=share&utm_medium=facebook>.



> deixando que eles sejam protagonistas de sua própria história. "Os índios apelidaram os computadores conectados à internet de 'arco digital' porque é assim que eles agora desejam 'caçar' a conquista dos seus direitos territoriais, de saúde, educação e de cidadãos do Brasil", enfatiza Sebastián Gerlic, idealizador e diretor do documentário.

Surge aqui um conceito nativo híbrido e intercultural, a noção de "arco digital" (e também a noção de "caçada virtual"), em que se nota uma apropriação mais do que análoga ou simplesmente metafórica das práticas digitais envolvidas no uso de uma ferramenta de busca na *Internet* ou das práticas carnais de uma caçada com arco e flecha na mata; o que fica mais claro na fala de um dos indígenas entrevistados no documentário:

> O computador... ele serve como um arco... o arco tradicional servia pra caçar, pescar e defender o povo (...) ...e o computador também faz isso... ele faz a caçada, né? ... uma caçada virtual ...a gente procuramos os ministérios, as ONGs, e enviamos projetos através da internet... a gente elaboramos projetos, planejados com a comunidade... esses projetos a gente elaboramos via internet, e enviamos... e quando esses projetos, eles é aprovado e aplicado na comunidade como fonte de renda pro povo, então, é como se fosse uma grande caçada... e o computador, conectado à internet, é como se fosse um arco, que a gente denominamos de arco digital. (INDÍGENAS DIGITAIS, 2010)

Desse entendimento, que já vinha se consolidando desde o início da OSC Thydewá, nasceu o projeto "@rco Digital"[8] (KARIRI-XOCÓ, GRAMACHO, GERLIC, 2007), que está ligado à REDE Índios Online, "uma rede para aprender a pescar" no mundo digital e interconectado, e que mostra como o computador conectado à Internet pode ter se tornado o novo "arco e flecha" indígena, defendendo o povo (nas articulações políticas e lutas por direitos e territórios) e provendo a subsistência (dando-lhes acesso a informações de grande importância para suas relações socioeconômicas contemporâneas).

Há também o projeto Laboratório de Arte, Tecnologia e Comunicação Oca Digital, que promove e organiza "oficinas de formação em arte-tecnologia e mídias locativas", de modo a fortalecer seu uso na "transformação social" (THYDEWÁ, 2012). Como afirma Sebastián Gerlic, o coordenador do projeto: "A OCA Digital funciona como uma Célula de Inteligência Coletiva, onde converge e dialoga a diversidade cultural". As intenções

[8] . Endereço para material (e-book) com partilhas de experiências derivadas do projeto: <http://www.thydewa.org/downloads/arco.pdf>.

de tal projeto não são, portanto, exclusivamente educativas ou simplesmente de uma formação técnica indígena , mas são também e principalmente culturais e políticas, com os usos das mídias ressignificados para a descolonização, à luta por direitos e ao estabelecimento de núcleos indígenas de "contrainformação", os quais desmistifiquem os preconceitos sobre os Povos Indígenas no imaginário nacional, atualizando, projetando e valorizando, assim, as suas culturas, como se pode depreender do material produzido sobre as experiências dos participantes do projeto, disponível no sítio eletrônico da Thydewá.[9]

E é preciso se levar em conta, não somente os projetos organizados, mas também aquelas apropriações cotidianas, por exemplo, em torno da preocupação de reprodução e de atualização do patrimônio cultural indígena, por meio do fortalecimento das relações intergeracionais, pensando nos sentidos gerais da educação, em uma das suas duas funções básicas, na qual as gerações mais velhas devem garantir a reprodução da cultura através da educação das gerações mais jovens:

> Os nossos filho se interessa por computador, por internet, televisão e acaba esquecendo do nosso ritual, das nossas festa, os nossos costume [...] e, eu acho que, no momento, a gente fazê um vídeo, um DVD, pra gente tá guardando [...] pra aí, duma hora pra outra, a gente chegá, chamá o filho, que tá ligado na televisão, no computador [...] e a gente coloca ali pra eles vê. (INDÍGENAS, 2010)

Neste caso, observa-se que há a preocupação e a utilização das TICs na preservação e reprodução da cultura tradicional diante da ruptura que as próprias TICs representam, buscando reintegrar as gerações através do interesse dos jovens nestas e dos mais velhos em transmitir os seus saberes para aqueles. A tecnologia foi apropriada aí no sentido de resolver um "conflito geracional" que é bastante sério e comum entre os povos indígenas brasileiros na contemporaneidade, devido ao fato de os jovens estarem sendo "seduzidos" pelos "objetos e tecnologias dos não-indígenas", e não mais se interessarem pelas práticas tradicionais, como também observa Carlos Fausto (2011, p. 162), a respeito de um caso

[9] . Endereço para material (e-book) com partilhas de experiências derivadas do projeto. Disponível em: <http://www.thydewa.org/wp-content/uploads/2012/10/partilhas_ocadigital.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2017.

semelhante; segundo este autor, o uso das práticas rituais sobre "um passado idealizado (...) sempre serviu como método pedagógico para criar uma imagem de futuro para os jovens", porém, agora estes estão em busca de outras habilidades para se projetarem no mundo globalizado, como, por exemplo: aprender a língua portuguesa, ir à escola formal e à universidade, conseguir trabalho para ter dinheiro e poder adquirir objetos tecnológicos não-indígenas, etc.

Assim sendo, esta preocupação de registrar e garantir a reprodução dos modos de ser indígenas está presente no contexto de diversos povos, como fica evidente em registros filmográficos produzidos no âmbito de um dos projetos pioneiros no Brasil e no mundo, bastante conhecido e reconhecido internacionalmente, o projeto "Vídeo nas Aldeias", que completou 30 anos de existência no ano de 2016. Célio Turino (2011, p. 40), idealizador e gestor dos Pontos de Cultura e do Programa Cultura Viva, sinteticamente, assim descreveu o projeto Vídeo nas Aldeias:

> O índio na frente e atrás das câmeras; roteiro, direção, edição e atuação, feitos pelos próprios índios; o índio na visão do índio. A construção de uma nova narrativa do Brasil, feita de baixo para cima.
> Puro protagonismo dos esquecidos que se desescondem.

No âmbito deste projeto, vários indígenas passaram a produzir filmes, tornaram-se os próprios cinegrafistas e documentaristas do cotidiano e dos acontecimentos importantes de suas comunidades, o que também culminou em um novo tipo de linguagem, um "cinema índio" (FAUSTO, 2011), resultando do projeto Vídeo nas Aldeias uma espontânea "escola de cinema indígena" (CARELLI, 2011).

Retomando algumas falas do documentário Indígenas Digitais (2010), produzido no âmbito da OSC Thydewá ― todos os seus filmes e vídeos podem ser encontrados na "VídeOCA"[10] (e também outros arquivos digitais, como arquivos de áudio com músicas indígenas), e em uma *playlist* na mídia social YouTube[11] (arquivos audiovisuais de outras pessoas envolvidas com iniciativas semelhantes podem ser encontrados no canal da

[10] . Endereço eletrônico da VídeoOCA da Thydewá: <http://www.thydewa.org/midia/>. Acesso em: 29 jul. 2017.

[11] . Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DQL81cv-D9w&list=PLzU8Gh62ypXjSEdeoApTQ-_WeQz_dsIli>. Acesso em: 29 jul. 2017.

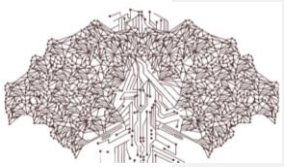
REDE Índios Online no YouTube)[12] —, passo a analisar agora o sentido do resgate, renovação e promoção das culturas indígenas, como estratégia de atualização e continuidade dos seus patrimônios culturais, e também uma nova forma de existência e resistência em um mundo globalizado. Partamos da seguinte fala:

> A apropriação dessas mídias, como o rádio, impressos, essas coisas, e a internet, é a continuação da nossa história... é através desses mecanismos que nós podemos estar divulgando o nosso pensamento e tudo o que acontece dentro da nossa comunidade... é a forma da gente existir pra outras pessoas também. (INDÍGENAS, 2010)

É de se notar sua preocupação com o elemento cultural (evidente em termos como: "nossa história", "nosso pensamento", "nossa comunidade"), tanto visando sua atualização ("é a continuação da nossa história"), quanto sua promoção (como notamos nos trechos: "divulgando o nosso pensamento", "é a forma da gente existir pra outras pessoas também"). E é interessante notar como essa preocupação cultural nunca se mostra em dissociação das preocupações de tipo político-territorial, mostrando que o uso das TICs serve também às lutas comunitárias e à defesa da integridade ecológica de seus territórios, como podemos notar na seguinte fala:

> Acho que a importância do índio... por ele ser índio, ele não tem que estar só na mata, a gente não tem que tá só caçando e pescando... já não existe mais mata pra gente caçá, já não tem peixe no rio pra gente pescá... então, agora a gente vai dizer ao mundo que o homem branco, os grandes latifundiários destruíram o habitat dos indígenas, deixaram a gente sem nada... então um celulá pro povo indígena do Brasil é muito importante... e aí a gente vai avançando, conforme a tecnologia avança a gente tem de avançar, pra mostrar ao mundo o que nós precisamos... nós plantamos, preservamos, mas precisamos estar englobados dentro do mundo, das coisas que acontecem lá fora, porque, às vezes, as coisas se decide sem falar com o índio, que tá na base, aquele índio que vive ali, na sua cultura, no seu jeito de sê, humilde... e a gente precisa dessa tecnologia pra falar pro mundo o que nós queremos... queremos também preservar, tê uma terra demarcada, tê uma saúde indígena de qualidade, mas, assim, sempre observando que nós, povos indígenas, queremu vivê em nosso habitat, com a nossa liberdade, com um jeito de vida nosso. (INDÍGENAS, 2010)

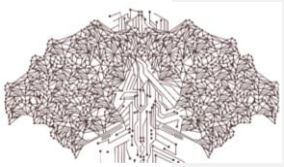
[12] . Disponível em: <https://www.youtube.com/user/indiosonline>. Acesso em 29 jul. 2017.



É notável também como as preocupações ambiental, territorial e comunicativa se completam para formar a visão política deste sujeito indígena, muito preocupado em estar a par das decisões políticas que envolvam seu "habitat" e "liberdade", nos termos de que estes possam prover ao seu povo um "jeito de vida" próprio. Essa fala aproveita também para desmistificar a ideia do indígena pejorativamente 'selvagem' e a transformar na ideia de pessoas moralmente íntegras e que entendem a necessidade de preservar o seu meio ambiente, diferentemente dos "latifundiários" (a quem fazem uma oposição estratégica), que "destruíram o habitat dos indígenas". E, nesse contexto, o depoente faz considerações em relação ao uso aparelho de telefone celular, que os possibilita articular ações políticas e se comunicar com as autoridades de Estado, e conclui que é necessário para os indígenas avançarem "conforme a tecnologia avança". Captando esse aspecto, surgem, por exemplo, projetos como o Celulares Indígenas, subsidiário da REDE Índios On-line, que, de acordo com os mesmos, trata-se de: "Um programa para dar mais imediatez na comunicação dos indígenas, um programa para fazer vídeos, um programa para expandir a REDE INDIOS ON-LINE pelo Brasil afora"; celulares que servem também como instrumento de denúncia para os 'etno-jornalistas'.

Sintetizando essas demandas, inclusive de forma humanista (no sentido de mostrar a humanidade dos Povos Indígenas relativamente aos aspectos comunicacionais, naturais e sociais do Ser Humano), a fala de uma indígena mostra como o relativismo também pode criar uma noção de semelhança da espécie e de igualdade de direitos, colocando o desejo natural e evidente de querem a interação e a comunicação intercultural mediante uma falsa ideia de que o que buscam os indígenas é o isolamento.

> No Brasil, nós somos muitos povos, cada um com sua realidade, e o ser humano tem por dinâmica própria fazer a interação, fazer o contato, necessita comunicar-se entre si, nesse caso, os povos indígenas, e com outros povos também... então, é uma dinâmica muito natural da humanidade e isso não é diferente para os povos indígenas... muita gente acha que a gente fica só na mata, vivendo da caça e da pesca, mas isso não condiz com a realidade de todos os povos... então, a gente quer ter o nosso espaço, as nossas terras, manter as nossas tradições, mas, ao mesmo tempo, mostrar-se para o mundo, mostrar a nossa realidade, e interagir da melhor maneira possível. (INDÍGENAS, 2010)

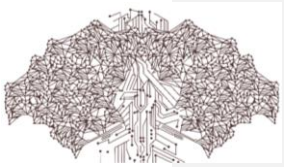


Outra das falas também demonstra essa preocupação e esse interesse dos sujeitos em estabelecer uma comunicação intercultural (no caso dessa fala, especialmente, entre os Povos Indígenas), e argumenta que essas iniciativas ajudam a resolver os problemas da imagem degradada que até mesmo o ensino escolar formal normal constrói a respeito dos indígenas, e aponta as vantagens de se conhecerem por meio do "contato direto" e, assim, acessarem suas "histórias verídicas".

> Através da rede Índios Online eu pude conhecer a cultura dos povos Pankararú e Tupinambá aqui do Nordeste, que antes eu só conhecia por meio de jornais e livros didáticos, e, quando se fala, fala bem poquinho, ou não fala nada, ou fala mal... até mesmo o que a gente aprende nas escolas, naqueles livros que dão pra gente ler... (...) então, eu passei a tê um contato direto com os povos, com aqueles que colocavam suas histórias verídicas ali... então, esse contato se tornou maior, uniu o Brasil inteiro num só canal. (INDÍGENAS, 2010)

Ressaltando o caráter comunitário e estratégico das apropriações das TICs, no qual se valoriza a comunidade, as articulações entre "parentes" e entre vários povos, e suas lutas políticas por direitos, o movimento indígena, presencialmente ou no ciberativismo, tal como capturei nas seguintes falas (cada uma de um indivíduo diferente) do documentário Indígenas Digitais (2010):

> O nosso trabalho com a internet é mais voltado pra contribuir com o nosso movimento, com as nossas lutas, dá mais visibilidade ao que acontece dentro do nosso povo mesmo... já que a gente passa por muitas dificuldades, e muitas vezes não esperar um jornalista chegá e fazê uma matéria sobre determinado assunto, a gente mesmo tem a possibilidade e a autonomia de falar o que acontece dentro do nosso povo.
>
> A denúncia na internet fica mais fácil porque é tipo um registro a nível mundial... porque ali muitas pessoas vão ter acesso, vão estar lendo, e aquelas pessoas que têm espírito de justiça vão estar enviando e-mails para as autoridades competentes, pra estar exigindo do órgão que faça seu papel.
>
> A tecnologia, assim, é importante que a gente possa passar a mensagem para o Governo Federal, que ele possa resolver os problemas da nossa Terra, a parte dos poceiros, que tá ocupado... para que a gente possa passar informação para o presidente da FUNAI, para o ministro, e não só para o ministro, como para o próprio presidente e para todos os outros países... então, é importante que a gente fale da nossa terra... que tire os poceiros, que faça a demarcação, não só de Pankararú, mas como de outras nações indígenas.

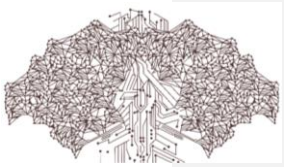


> A gente tem aí a internet, né? Isso é ciberativismo. Então, é você continuá esse movimento que você tá fazendo aqui, presencial, através do mundo virtual, é publicando uma matéria, é trocando um e-mail com um parente, é entrando no ninho da Esperança da Terra e fazendo o movimento lá também, isso se chama ciberativismo... dá pra alcançar muitas pessoas, muitos indígenas e não indígenas também... sensibilizá pras nossas necessidades usando a internet.
>
> O indígena digital é o índio que se apropria da ferramenta, que faz o uso dela pra ajudar a sua comunidade, pra tá aproximando a sua comunidade, que dá voz a sua comunidade, pra apresentá tudo o que acontece na sua comunidade (...) pra tá fortalecendo a nossa causa, a nossa luta.

É perceptível nessas falas a criação de várias categorias híbridas e interculturais, que são representativas dessa iniciação digital, e que a eles e a nós torna mais inteligíveis as apropriações culturais que fazem das TICs, como a noção de "indígena digital", ligada não à simples ideia de um indígena que se funde e à tecnologia digital, mas de um indígena "que dá voz a sua comunidade" e que se utiliza das TICs para defender sua "causa". De acordo com as definições de uma etno-jornalista que foi bastante ativa na REDE Índios On-line, e que é uma das fundadoras e coordenadora da primeira rádio indígena *online* do Brasil — a Rádio Yandê,[13] surgida no ano de 2013 —, Renata Machado Tupinambá (2016), além de uma autonomia cultural em relação à produção de informação, a "etnomídia" e a "etnocomunicação" como um todo possibilitam aos Povos Indígenas no Brasil "quebrar antigos estereótipos ou preconceitos ocasionados pela falta de informação especializada nos principais veículos de comunicação". Ou seja, além de se informarem e comunicarem a seu modo, os indígenas as utilizam também estrategicamente, para educar e acabar com a ignorância dos outros a respeito de si, fazendo política e criando laços mais reais e menos estereotipados de identidade e diferença com as outras culturas da nação e do globo.

Há também projetos ligados à arte e ao artesanato indígenas, a RISADA (Rede Indígena Solidária de Arte e Artesanato) que realiza cursos, eventos e oficinas relacionadas com arte e tecnologia, envolvendo vários artistas indígenas em projetos de arte digital; ou como os próprios se descrevem:

[13] . Endereço eletrônico da Rádio Yandê: <http://radioyande.com/>. Acesso em: 29 jul. 2017.

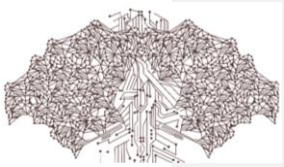


> Somos um grupo de indígenas, alguns de nós artesãos e ou artistas; todos nós preocupados com o Meio Ambiente, todos nós preocupados com nossas culturas, com a preservação de nossas matas e de nossas tradições, com as artes e conhecimentos tradicionais de nossos povos. Alguns de nós artesãos digitais, que apropriados das tecnologias de Informação e comunicação registramos com fotos e vídeos nossa realidade e usamos a internet para proteger nossa natureza e para dar condições de vida digna aos artesãos de nossas comunidades.
> (THYDEWÁ, 2015)

Enfim, as formas étnicas particulares de apropriação das TIC são muito variadas e são como pontes entre as cosmologias ameríndias e interculturais modernas, e, é a partir destas que os sujeitos indígenas criam aparatos simbólicos e técnicos de natureza híbrida, atendendo aos seus interesses, seja no sentido afirmar sua identidade, de fazer movimento social e político, ou de reproduzir seu patrimônio cultural (digital e digitalizado) de forma autônoma no ciberespaço.

4 Considerações finais

Destarte, as apropriações estratégicas das TICs e as formas como estas são também ressignificadas no seio de cada grupo étnico e nos termos das várias culturas indígenas e também não-indígenas em interação podem significar maneiras de reação e de disputa por um novo lugar de fala no cenário global, no qual, historicamente, seu lugar tem sido o de colonizados, ou subsumidos nas culturas nacionais imaginadas (como ‘resíduo genético’ ou ‘culturas do passado’), ou de excluídos social (e, agora, excluído digital). Mas, a partir de iniciativas de ciberativismo como as da Thydêwá e do estimulo conceitual e estrutural fornecido pela política cultural dos Pontos de Cultura, isso vem se revertendo. Assim, neste caso e em muitos outros casos semelhantes, a dimensão comunicacional e seus aparatos técnicos não-humanos funcionam como catalisadores das forças sociais, acelerado o fluxo e a reflexividade da informação aceleram o metabolismo social, podendo servir à mudança social, à descolonização do imaginário e da história, e, gradualmente, também, das relações econômicas e geopolíticas (de direitos e territoriais) entre os Povos Indígenas e a sociedade nacional brasileira, e, mais ainda, nas arenas culturais e políticas internacionais.



5 Referências

BRASIL. Ministério da Cultura. **Discurso do ministro Gilberto Gil na solenidade de transmissão do cargo**. Brasília, DF, 2003. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/discursos/-/asset_publisher/DmSRak0YtQfY/content/discurso-do-ministro-gilberto-gil-na-solenidade-de-transmissao-do-cargo-35324/10883>. Acesso em: 28 out. 2017.

CARELLI, Vincent. Um novo olhar, uma nova imagem. In: ARAÚJO, Ana Carvalho Ziller (Org.). **Vídeo nas aldeias 25 anos:** 1986-2011. Edição bilíngue. Tradução para o inglês David Rogers. Olinda, PE: Vídeo nas Aldeias, 2011. Inclui DVD. p. 42-51.

ESCOBAR, Arturo. Worlds and knowledges otherwise: the latin american modernity/coloniality research program. In*:* MIGNOLO, Walter D.; ESCOBAR, Arturo (Ed.). **Globalization and the decolonial option.** London: Routledge, 2010. p. 33-64.

FAUSTO, Carlos. No registro da cultura. In: ARAÚJO, Ana Carvalho Ziller (Org.). **Vídeo nas aldeias 25 anos:** 1986-2011. Edição bilíngue. Tradução para o inglês David Rogers. Olinda, PE: Vídeo nas Aldeias, 2011. Inclui DVD. p. 160-168.

GOHN, Maria da Glória Marcondes. **Educação não-formal e cultura política**: impactos sobre o associativismo do terceiro setor. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2005. (Coleção Questões da nossa época, v. 71).

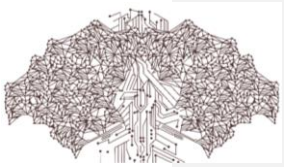
INDÍGENAS digitais. Produção executiva: Márcia Cardim. Direção, fotografia e roteiro: Sebastián Gerlic. Montagem e finalização: Matteo Bologna. Masterização: Glauco Neves. Produção nas terras indígenas: Jaborandy Tupinambá, Fábio Baenã Hãhãhãe e Helder Santos Almeida. Salvador: Thydêwá, Cardim Projetos, Oi Futuro, 2010. (26min05s), son. color. Disponível em: <https://vimeo.com/11283052>. Acesso em 30 jan. 2017.

IRAMUTEQ. Software livre para análises multidimensionais de textos e questionários baseado no software R e na linguagem Python. Versão 0.7 alpha 2, publicada em 22 dez. 2014. Desenvolvido por LERASS – *Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales*. Toulouse, França. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/>. Acesso em: 28 abr. 2017.

KARIRI-XOCÓ, Nhenety; GRAMACHO, Derval C.; GERLIC, Sebastián. Arco digital: uma rede para aprender a pescar. Maceió: Thydêwá, 2007. 64 p. Disponível em: <http://www.thydewa.org/downloads/arco.pdf>. Acesso em 30 jan. 2017.

KUSHI, Michio. **O livro do Do-In:** exercícios para o desenvolvimento físico e espiritual. Tradução Norberto de Paula Lima, Juracy Cançado. São Paulo: Ground, 1985.

NUNES, Ariel. **Por um "Do-In antropológico"**. Pontos de Cultura e os novos paradigmas nas políticas públicas culturais. Goiânia, GO: UFG, 2012. Originalmente apresentado como



Dissertação para obtenção do título de Mestra em Antropologia Social, pela Universidade Federal de Goiás, em agosto de 2012. Disponível em: <http://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Dissertacao-2012-Nunes-Por_um_do_in_antropologico.pdf>. Acesso em: 1 out. 2017.

BARBOSA DA SILVA, Frederico Augusto. Cultura viva e o digital. In: INSTITUO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Pontos de cultura:** olhares sobre o Programa Cultura Viva. Organizadores Frederico Barbosa, Lia Calabre. Brasília: IPEA, 2011. 245 p. cap. 1, p. 13-60.

THYDÊWÁ. **Conheça a série Kwatiara:** sabedorias indígenas para uma nova era. 2016a. Disponível em: <http://www.thydewa.org/conheca-a-serie-kwatiara-sabedorias-indigenas-para-uma-nova-era/>. Acesso em: 30 jan. 2017.

THYDÊWÁ. **Índios na visão dos Índios**. 2018. Disponível em: <http://www.thydewa.org/projetos/indios-na-visao-dos-indios/>. Acesso em: 7 jan. 2018.

THYDÊWÁ. **Índios online**. 2016b. Disponível em: <http://www.thydewa.org/work/indios-online/>. Acesso em: 30 jan. 2017.

THYDÊWÁ. **Oca Digital**. 2012. Disponível em: <http://www.thydewa.org/projetos/oca-digital/>. Acesso em: 28 jul. 2017.

THYDEWÁ. Oca digital. **Partilhas.** Ilhéus, BA, 2012. Disponível em: <http://www.thydewa.org/wp-content/uploads/2012/10/partilhas_ocadigital.pdf>. Acesso em: 7 jul. 2017.

THYDÊWÁ. **Rede Indígena Solidária de Arte e de Artesanato abre suas portas "virtuais" no Dia da Árvore**. 2015. <http://www.thydewa.org/rede-indigena-solidaria-de-arte-e-de-artesanato-abre-suas-portas-virtuais-no-dia-da-arvore/>. Acesso em: 20 abr. 2017.

THYDÊWÁ. **Thydêwá**. 2016c. Disponível em: <http://www.thydewa.org/thydewa/>. Acesso em: 30 jan. 2017.

TUPINAMBÁ, Potyra Tê. Indígenas Digitais. In: **Índios Online**. 15 out. 2010. Disponível em: <http://www.indiosonline.net/indigenas-digitais/>. Acesso em: 28 jul. 2017.

TUPINAMBÁ, Renata Machado. Etnomídia, uma ferramenta para a comunicação dos povos originários. Em um cenário de disputas de terras e violência, é necessário que os nativos sejam seus próprios interlocutores. In: **Brasil de Fato**. Soberania. Niterói, RJ. 11 ago. 2016. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2016/08/11/etnomidia-por-uma-comunicacao-dos-povos-originarios/>. Acesso em: 29 jul. 2017.

TURINO, Célio. Vídeo nas aldeias. In: ARAÚJO, Ana Carvalho Ziller (Org.). **Vídeo nas aldeias 25 anos:** 1986-2011. Edição bilíngue. Tradução para o inglês David Rogers. Olinda, PE: Vídeo nas Aldeias, 2011. Inclui DVD. p. 40.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

COMPETÊNCIA MIDIÁTICA: O ATIVISMO DOS FÃS DE *THE HANDMAID'S TALE* [1]

Daiana Sigiliano [2]; Gabriela Borges [3]

Resumo

A competência midiática envolve o domínio de conhecimentos, habilidades e atitudes dos indivíduos em relação aos conteúdos. Nesse sentido, o fenômeno contribui para a autonomia e o desenvolvimento da capacidade crítica dos cidadãos, estando presente tanto na maneira como consumimos os conteúdos midiáticos, quanto no modo como os produzimos. Ferrés e Piscitelli (2015) propõem uma metodologia de análise da competência midiática que abrange seis dimensões. Neste artigo iremos focar na dimensão da ideologia e valores para analisar três protestos realizados pelos fãs da série *The Handmaid's Tale*. As manifestações foram organizadas pelo site *The Handmaid's Coalition* nos meses de março, maio e junho de 2017, nos Estados Unidos. Conclui-se que a partir dos arcos narrativos explorados na trama os fãs estabelecem um paralelo com a contemporaneidade. Através de relatos e protestos os telespectadores ávidos se engajam em prol dos direitos das mulheres e da igualdade de gênero.

Palavras-chave: competência midiática; *The Handmaid's Tale*; cultura de fãs; ativismo.

Introdução

Além de ter alterado os processos criativos, industriais e tecnológicos que envolvem as narrativas ficcionais seriadas, a cultura da convergência trouxe novas possibilidades para o público ávido[4]. De acordo com Pearson (2010) e Booth (2010) o atual ecossistema de conectividade introduziu formas até então inéditas de sociabilidade e produção de conteúdo na cultura de fãs.

Bennett (2014) pontua que na contemporaneidade a comunicação e a influencia dos fãs nos fluxos de mídia foram ampliados. A autora afirma que a Internet e, principalmente, a emersão das redes sociais digitais permitiram o desenvolvimento de comunidades mais segmentadas e a

1Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Mestre em comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora, membro do grupo do Grupo de Pesquisa em Redes, Ambientes Imersivos e Linguagens (UFJF), pesquisadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual e da Rede Obitel Brasil. E-mail: daianasigiliano@gmail.com

3Professora e coordenadora do PPGCOM/UFJF, coordenadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual e integrante da Rede Euroamericana de Alfabetização Mediática ALFAMED, sendo coordenadora da equipe brasileira. E-mail: gabriela.borges@ufjf.edu.br

[4] Aquele que possui uma ligação intelectual e afetiva com algo.

troca instantânea de informação. Nesse sentido, os universos ficcionais das narrativas seriadas podem ser analisados minuciosamente à medida que as cenas vão ao ar na televisão.

Criada em 2006, a Wikia – Home of Fandom[5] é a maior plataforma colaborativa de fãs do mundo. Atualmente, o site contém 335 mil páginas destinadas a filmes, vídeo jogos, livros e programas televisivos e recebe 185 milhões de acessos mensais. Todo o conteúdo vinculado na plataforma é elaborado de maneira colaborativa entre os membros. Além de abrangerem informações gerais sobre as atrações, tais como a audiência dos episódios, as fichas técnicas do eleneco e a biografia dos personagens, a Wikia auxilia na compreensão das tramas.

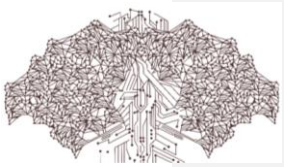
A conversação em rede[6] também possibilitou a formação de conexões, aparentemente, diretas entre os fãs e os roteiristas dos programas. Como ressalta Bennett (2014, p.8),

> [...] antes os fãs só podiam estabelecer contato com os produtores/roteiristas através de cartas, que muitas vezes eram interceptadas pelos canais, com as redes sociais como o Twitter, o Facebook e o Instagram essa comunicação ficou mais direta e imediata[7] (livre tradução das autoras).

Além de trocar informações e tirar dúvidas sobre o universo ficcional, a ampliação do diálogo estabelecido pelos fãs pode alterar o curso das decisões tomadas pelas emissoras. Como, por exemplo, nas ações organizadas pelos *fandoms*[8] durante o período de renovação das temporadas das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses.

Diante dos baixos índices de audiência e da ameaça de cancelamento após a exibição da segunda temporada, os fãs de *The Leftovers* (2014-2017, HBO) decidiram se mobilizar para chamarem a atenção do canal HBO. Caracterizados como personagens da história, os membros do *Guilty Remnant*[9], e segurando placas com a palavra '*Renew*[10]' um grupo de fãs se reuniu na porta da sede da emissora em Nova York, nos Estados Unidos, para pedir a renovação do programa. O protesto rapidamente foi noticiado pela imprensa e divulgado pelo público nas redes

[5] Disponível em: < http://www.wikia.com/fandom>. Acesso em: 22 jan. 2018.
[6] A conversação em rede "[...] surge dos milhares de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos de interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais" (RECUERO, 2014, p.19).
[7] "[...] in previous years, fans could send messages to the object of fandom via a letter in the post, which may have been filtered by management, the possibility for a direct and more immediate connection has arisen, through social media platforms such as Twitter, Facebook and Instagram."
[8] *Fandom* se refere a um conjunto de fãs, em sua tradução literal o termo faz referência há algo como 'reino dos fãs', pela presença do sufixo dom proveniente de *kingdom* (reino).
[9] Na série o *Guilty Remnant* é um grupo que acredita que a Partida foi um Arrebatamento Bíblico. Um dos seus propósitos é fazer com que os 'deixados para trás' não se esqueçam do que aconteceu. Disponível em http://the-leftovers.wikia.com/wiki/Guilty_Remnant. Acesso em: 22 jan. 2018.
[10] Renovem em português.



sociais. Para demonstrar apoio ao *fandom*, fãs de várias partes do mundo publicaram mensagens usando a *hashtag #renewtheleftovers*. Após quatro[11] dias de protesto a HBO anunciou a renovação de *The Leftovers* para a sua terceira e última temporada. Apesar de a emissora não ter declarado oficialmente o que a levou a produzir novos episódios, muitos[12] sites especializados atribuíram à decisão a ação organizada pelos fãs em Nova York.

Segundo Jenkins (2012), Hirsjärvi (2013), Herrero-Diz *et al.* (2017) e Borges *et al.* (2017) estas práticas da cultura de fãs dialogam diretamente com o conceito de competência midiática. "Assistir à televisão como fã envolve níveis de atenção diversos e convoca competências diversas de espectador, diferente de quando se assiste ao mesmo conteúdo de forma causal" (JENKINS, 2015, p 73). Como ressalta Booth, em entrevista a Grandío (2016, p. 148-151), o público ávido possui um entendimento crítico não só dos universos ficcionais, mas das plataformas digitais. Isto é, os fãs sempre abraçam as novas tecnologias e buscam compreender as potencialidades da arquitetura informacional das redes sociais para propagarem e ressignificarem seus conteúdos.

De acordo com Ferrés e Piscitelli (2015, p.3), a competência é "[...] geralmente entendida como uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado". Nesse sentido, a competência midiática contribui para a autonomia e o desenvolvimento da capacidade crítica dos cidadãos, estando presente tanto na maneira como consumimos os conteúdos midiáticos, quanto no modo como os produzimos.

A partir deste aporte teórico este artigo tem como objetivo analisar as dimensões da competência midiática que estão em operação nos protestos organizados, nos Estados Unidos, pelos fãs da série *The Handmaid's Tale* (Hulu, 2017-atual). Para a reflexão desta questão iremos adotar a metodologia proposta por Ferrés e Piscitelli (2015) para avaliar e promover o desenvolvimento da competência midiática na cultura participativa. Segundo os autores, as revoluções tecnológicas e neurobiológicas apontam a necessidade de potencializar a dimensão participativa dos processos de comunicação. Neste sentido, a participação não se refere apenas aos modos como um indivíduo se expressa criativamente, pois a análise das mensagens também influi no modo como elas são criadas. Desta forma, a competência midiática é formada a partir de uma abordagem ativa e dialógica, levando em consideração a participação do interlocutor nos processos de seleção, interpretação, aceitação ou rejeição, análise crítica e transmissão, entre

[11] O protesto começou no dia 7 de dezembro de 2015 e o anúncio da renovação aconteceu no dia 11 de dezembro.
[12] Tais como: Hollywood Reporter, TV Line, TV Guide, Deadline, Seriable e Digital Trends.

outros, que estimulam e sustentam a sua produção criativa.

O protagonismo feminino nas narrativas ficcionais seriadas

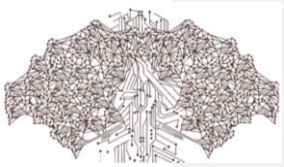
De acordo com Lotz (2006) até a década de 1980 a mulher era representada nas narrativas ficcionais seriadas estadunidenses a partir de uma perspectiva sexista. Apesar de evidenciarem, pontualmente, as habilidades intelectuais da mulher, as personagens de tramas como, por exemplo, *Police Woman* (1974-1978, CBS), *Get Christie Love* (1974-1975, ABC), *Charlie's Angels* (1976-1981, ABC) e *Wonder Woman* (1975-1979, ABC) eram subordinadas aos homens e sexualmente objetificadas (SIGILIANO; CAVALCANTI; BORGES, 2017).

Produzida pelo canal estadunidense CBS, a série *Cagney e Lacey* (1981-1988, CBS) representou uma quebra de paradigma (LOTZ, 2006). Protagonizada pelas atrizes Sharon Gless e Tyne Daly. A trama, que se estendeu por sete temporadas, tinha como arco narrativo central a rotina de investigação das detetives Christine Cagney (Sharon Gless) e Beth Lacey (Tyne Daly). Como pontua Lotz (2006), além de inteligentes e habilidosas as personagens levantavam reflexões sobre a sororidade. O retorno positivo da crítica e da audiência vez fez com que outros canais dos Estados Unidos investissem em séries com mulheres independentes, bem sucedidas profissionalmente e empoderadas. Tais como *Buffy The Vampire Slayer* (1997-2003, The WB), *La Femme Nikita* (1997-2001, CTV), *Felicity* (1998-2002, WB), *Sex and the City* (1998-2004, HBO), *Providence* (1999-2002, NBC), entre outras.

Porém, é importante ressaltar que essa mudança no modo de representação da mulher nas narrativas ficcionais seriadas estadunidenses não abrange todas as produções exibidas entre os anos 1980 e 1990. Como afirmam Lotz (2006) e Dow (2010), muitas séries, apesar de serem protagonizadas por personagens femininas, tinham como arco narrativo central a busca, mesmo que indireta, pela aprovação de uma figura masculina.

A partir dos anos 2000 as séries passam a explorar, de forma mais pontual, o protagonismo feminino (MITELL, 2010; MARTIN, 2014). Segundo Martin (2014, p.22), as personagens deixam de ser "[...] um obstáculo ou um estímulo ao progresso existencial do herói masculino". As séries *Weeds* (2005-2012, Showtime), *Damages* (2007-2012, FX), *Homeland* (2011-presente, Showtime), *Halt and Catch Fire* (2014-2017, AMC) e *Big Little Lies* (2017-atual, HBO), por exemplo, são norteadas pelos pontos destacados pelo autor.

O mesmo acontece com as tramas de Shonda Rhimes. Criadora e produtora das séries *Grey's Anatomy* (2005-presente, ABC), *Scandal* (2012-presente, ABC), *How to Get Away with*



Murder (2014-presente, ABC) e *The Catch* (2016-2017, ABC), a roteirista desenvolve personagens fortes, complexas e inteligentes que se distanciam do sexismo e da objetificação presentes nos programas das décadas de 1970 e 1980. Como destaca Levine (2013, p.142-143),

> As personagens femininas de *Grey's* se distanciam da perfeição, elas têm falhas, têm problemas na vida pessoal e profissional, e muitas vezes são infelizes. Mas em nenhum momento suas escolhas profissionais são colocadas em questão, representando um erro. Pelo contrário, a profissão é aquilo que as define, as deixa orgulhosas, o que também acaba se distanciando do formato *soap opera*, a escolha por uma carreira, por uma profissão não entra em conflito com a vida pessoal[13] (livre tradução das autoras).

A ascensão do protagonismo feminino nas narrativas ficcionais seriadas não se limita ao âmbito televisivo, a representação de mulheres que se opõem a lógica do patriarcado também está presente nas produções originais dos serviços de conteúdo *on demand*. Plataformas como a Netflix, a Amazon Prime Video e o Hulu estrearam nos últimos anos séries que além de serem protagonizadas por mulheres, abordam questões ligadas à misoginia. As séries *Orange Is the New Black* (2013-presente, Netflix), *The Fall* (2013-2015, BBC Two/ Netflix), *The Marvelous Mrs. Maisel* (2017-atual, Amazon Prime Video) e *I Love Dick* (2016, Hulu), por exemplo, são constantemente usadas na discussão de temas relacionados ao feminismo[14]. Entretanto, é importante destacar que apesar da nítida mudança na ficção seriada, ainda estamos distantes de um cenário que reflita, de fato, a paridade entre personagens femininos e masculinos.

Produzida pelo Hulu, *The Handmaid's Tale* (2017- atual) é baseada no romance[15] homônimo de Margaret Atwood, lançado em 1985. A trama é ambientada na distopia de Gileade, uma sociedade totalitária que foi anteriormente parte dos Estados Unidos. Após a queda drástica na taxa de natalidade, Gilead passa a ser governada um fundamentalismo religioso que trata as mulheres como propriedade do estado. As poucas mulheres férteis são forçadas à servidão sexual como uma última tentativa de repovoar o mundo. A série é protagonizada por Elisabeth Moss, a

[13]The female characters of Grey's are flawed, beset with troubles, and frequently unhappy, but their work as surgeons is never represented as a mistake or even as a particularly costly choice. It defines them and makes them proud, another nod to daytime soap opera, with its accomplished career women who suffer unrelated personal travails.

[14] Disponível em: <http://theconversation.com/orange-is-the-new-black-is-fast-becoming-a-feminist-classic-40353>, <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/01/the-fall-the-most-feminist-show-on-television/384751/> , < https://www.usatoday.com/story/life/tv/2017/11/28/review-the-marvelous-mrs-maisel-foul-mouthed-antidote-patriarchy/897864001/> . Acesso em: 25 jan. 2018.

[15] No Brasil publicado como 'O Conto da Aia'.

atriz interpreta Offred, uma aia vive entre comandantes e suas mulheres cruéis e busca sobreviver e encontrar a filha.

O viés político de *The Handmaid's Tale* chamou imediatamente a atenção do público, poucas semanas após a sua estreia a trama já tinha se tornado um dos grandes símbolos do feminismo, no âmbito do audiovisual. Vestidas como as aias da atração do Hulu, os fãs da série têm se mobilizado pelos Estados Unidos em prol da luta pelos direitos das mulheres. Como ressalta Vagianos (2017, Online),

> Mulheres com longas túnicas vermelhas e chapéus brancos – em referência à personagem Offred, da distopia de Margaret Atwood O Conto da Aia (*The Handmaid's Tale*) – se tornaram uma visão cada vez mais comum ao longo dos últimos meses. Do Texas à Califórnia e até a capital Washington, mulheres têm usado os trajes de aia para protestar contra retrocessos nos direitos reprodutivos das mulheres e sistema de saúde da gestão Trump.

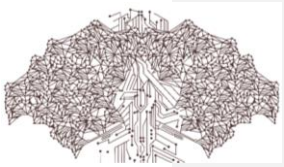
Porém, o ativismo não se restringe apenas as narrativas ficcionais seriadas que exploram, de algum modo, questões relacionadas ao feminismo. De acordo com Brough e Shresthova (2012) e Bennett (2014) a resistência e a mobilização criativa, cultural e social estão imbricadas com a cultura de fãs em sua totalidade.

A cultura de fãs e o ativismo

Van Zoonen (2004, p. 46) afirma que, nas práticas da cultura de fãs, é possível identificar o que há de mais fundamental para a democracia política: a informação, a discussão e o ativismo. Seja através das discussões, das mobilizações ou do engajamento, os fãs estabelecem uma relação muito próxima com questões que envolvem a participação cívica e cidadã (BROUGH; SHRESTOV, 2012). Como pontua Jenkins (2008, p. 285-321), a ampliação do ativismo político está acontecendo, em parte, graças ao modo como o público ávido se engaja criativamente e criticamente na cultura popular.

De acordo com Amaral *et al.* (2015) a mobilização dos fãs pode ser associada a diversas formas de resistência no âmbito criativo e cultural. Nesse sentido, o ativismo engloba um amplo universo de práticas como, por exemplo, campanhas reivindicando a permanecia de um programa no ar, discussões sobre a representação de minorias e a promoção de questões sociais na trama, o engajamento em torno da liberação de algum conteúdo específico, etc. (AMARAL *et al*., 2015).

Brough e Sheresthova (2012) afirmam que o ativismo de fãs apresenta quatro pontos centrais. São eles: as interconexões entre a participação política e cultural; a tensão entre a

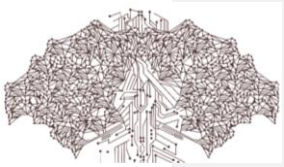


participação e a resistência; o papel do afeto/gosto em mobilizar a participação cívica; o impacto das mobilizações no perfil do *fandom*. As questões ressaltadas pelas autoras podem ser observadas em distintas práticas da cultura de fãs. Fundada em 2015, a entidade filantrópica *The Harry Potter Alliance*[16] engaja fãs do mundo inteiro em prol de campanhas sociais. As ações, organizadas pelos leitores da franquia de J.K. Rowling, já chegaram a arrecadar mais de 41 mil livros para as pessoas que não tem acesso à literatura, e cerca de 123 mil dólares para as vítimas do terremoto no Haiti.

Considerada por Rose (2011) e Jenkins, Ford e Green (2014) um dos casos mais tangíveis sobre o poder de influência dos fãs nas decisões das emissoras estadunidenses, a renovação de *Chuck* (2007-2012, NBC) só foi possível por conta de mobilização do *fandom* da série. Conforme explica Rose (2011), em 2011 o programa estava prestes a ser retirado do ar pela NBC, entretanto os telespectadores ávidos criaram uma campanha para chamar a atenção das empresas que patrocinavam a atração. Liderados pelo site *We Give a Chuck*[17], o objetivo da ação era mostrar ao canal que a métrica de audiência não representava o número real de telespectadores do programa. Para isso, durante os intervalos comerciais de *Chuck*, os fãs enviavam tuítes para os perfis dos anunciantes comentando sobre o produto e demonstrando que eles poderiam dar retorno às marcas. Entretanto, mesmo com a repercussão nas redes sociais e a divulgação na imprensa especializada (TIME, 2009), a NBC continuava irredutível na sua decisão. A um passo de perder sua série favorita, os fãs tiveram que mudar sua estratégia. Através do site *We Give a Chuck* eles pediram que todos os telespectadores do programa fossem ao Subway, o patrocinador com a maior cota publicitária[18] da atração, todas às segundas-feiras e comprassem um sanduíche. A aceitação do *fandom* foi tamanha que a empresa teve que contratar funcionários para suprir a demanda (ROSE, 2011, p.196). O resultado não poderia ser outro, a NBC voltou atrás e decidiu produzir novos episódios de *Chuck*.

As redes sociais também exercem um papel fundamental no ativismo do público ávido, os grupos do Facebook *Aussie X-Files Fans*[19] e *heART*[20], mantidos pelos fãs da série *The X-Files* (1993-2002[21], Fox), por exemplo, organizam leilões com itens da trama para projetos educacionais na África do Sul (JONES, 2012). Cada campanha feita pelos fãs do programa arrecada, em média, 20 mil euros. Dessa forma, a ligação afetiva e intelectual que os fãs têm com

[16] Disponível em: < http://www.thehpalliance.org/> . Acesso em: 26 jan.2018.
[17] Disponível em: <http://www.wegiveachuck.com/> . Acesso em: 26 jan 2018.
[18] Estimada em 34 milhões de dólares (ROSE, 2011, p. 194).
[19] Disponível em: < https://www.facebook.com/axfcharity/> . Acesso em: 27 jan. 2018.
[20] Disponível em: < http://heART.keyofx.org/> . Acesso em: 27 jan. 2018.
[21] Depois de 14 anos de hiato, a décima e a décima primeira temporada foram exibidas em 2016 e 2018.



os programas vai além dos universos ficcionais e passa a mobilizar ações sociopolíticas.

O ativismo dos fãs de *The Handmaid's Tale*

A competência midiática envolve o domínio de conhecimentos, habilidades e atitudes dos indivíduos em relação às mensagens midiáticas. Para operacionalizar metodologicamente o uso do conceito, Ferrés e Piscitelli (2015, p. 8-14) definiram seis dimensões a partir das quais os indicadores são elaborados. Por sua vez, estes se relacionam tanto ao âmbito de análise, isto é, a forma como as pessoas recebem e interagem com as mensagens, quanto ao âmbito de expressão, que se refere ao modo como as mensagens são produzidas pelas pessoas. É importante ressaltar que os pontos teorizados pelos autores estão inter-relacionados, ou seja, esta separação é feita para que possamos analisar didaticamente cada uma delas. São elas: linguagem, ideologia e valores, estética, tecnologia, processos de interação e de produção e difusão.

Neste artigo iremos focar na dimensão da ideologia e valores, segundo Ferrés e Piscitelli (2015, p. 13-14), esta dimensão envolve a capacidade dos interagentes de repercutir de forma crítica o modo como as representações midiáticas estruturam nossa percepção da realidade; a habilidade de detectar, contrastar, buscar e avaliar as intenções e interesses presentes nos conteúdos; a capacidade de analisar criticamente as produções, identificando estereótipos; bem como gerir as próprias emoções, identificando o potencial mecanismo de manipulação das telas. No âmbito da expressão está relacionada com a capacidade de usar as novas mídias para se comprometer como cidadão, além de elaborar e modificar produtos para questionar valores ou estereótipos presentes nas produções midiáticas.

A partir da metodologia proposta por Ferrés e Piscitelli (2015) iremos analisar três protestos realizados pelos fãs de *The Handmaid's Tale*. As manifestações foram organizadas pelo site *The Handmaid's Coalition* nos meses de março, maio e junho de 2017, nos Estados Unidos (EL PAIS, 2017; BBC, 2017; HAUSER, 2017).

Criado em 2017, o site *The Handmaid's Coalition*[22] tem como objetivo instruir fãs do mundo todo na realização de mobilizações em prol dos direitos da mulher e da igualdade de gênero. Conforme explica a fã e fundadora da organização Emily Morgan (THE HANDMAID'S COALITION, 2017, Online),

> Nosso trabalho visa um mundo em que todos, independentemente do sexo, raça, religião, orientação sexual ou identidade de gênero, tenham voz igual nas discussões e decisões políticas nos níveis local, estadual

[22] Disponível em: <https://handmaidcoalition.org/>. Acesso em: 28 jan. 2018.

> e federal. Nós nos esforçamos para criar um espaço online onde os membros podem encontrar apoio e oportunidade para compartilharem suas experiências[23] (livre tradução das autoras).

Nos últimos meses, o site recebeu mais dois mil formulários de voluntários de vários países como Estados Unidos, Canadá e Espanha. Com o *slogan* "Lutar para evitar que a ficção se torne realidade[24]" o *The Handmaid's Coalition* mistura o universo ficcional da série do Hulu com a contemporaneidade, mostrando que a história diatópica criada por Margaret Atwood é mais verossímil do que aparenta.

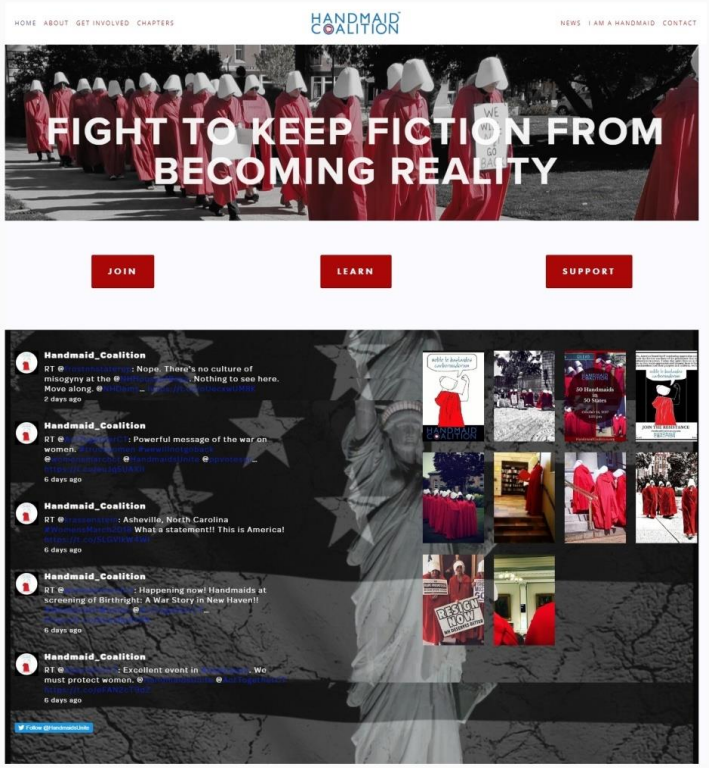


Figura 1: Captura de tela do site *The Handmaid's Coalition*

[23] We do this to work toward an world in which everyone, regardless of sex, race, religion, sexual orientation, or gender identity, has an equal voice in the political discussions and decisions at local, state, and federal levels. We strive to create a place online where members can find support and an opportunity to share their experiences.
[24] Fight to keep fiction from becoming reality no inglês.

Fonte: The Handmaid's Coalition[25]

O site apresenta informações como, por exemplo, o contexto da série *The Handmaid's Tale*, o perfil dos fãs que administram a plataforma, as notícias sobre projetos de lei relacionados às minorias e os direitos da mulher, etc. Porém, o ponto central do *The Handmaid's Coalition* são as instruções que o site disponibiliza para os fãs que pretendem organizar um protesto em suas cidades. O formulário de cadastro dos voluntários que querem ajudar de alguma maneira a causa, seja propondo ações de engajamento nas redes sociais, traduzindo os materiais da organização ou participando efetivamente dos protestos, inclui informações desde dados básicos (nome, e-mail, cidade, etc.) até uma seção onde o fã pode compartilhar suas experiências. Os relatos abrangem denúncias de assédio sexual, depoimentos sobre relacionamentos abusivos e descrições sobre projetos de lei, relacionados às questões sociais defendidas pela organização, que estão sendo propostos pelos governantes de vários países do mundo. Nesse sentido, o site ajuda os fãs a compreenderem criticamente o universo ficcional de *The Handmaid's Tale*, estabelecendo uma correlação entre a ficção e a realidade. Usando os temas abordados nos arcos narrativos da trama para se engajarem politicamente.

Disponibilizado para *download* em PDF o *The Handmaid's Guide*[26] ensina os fãs o passo a passo, com medidas e moldes, da confecção das roupas usadas nas manifestações. Como iremos discutir mais adiante, os protestos organizados pelo público ávido da série do Hulu seguem um padrão, além de se manterem em silêncio as ativistas se vestem como a protagonista da trama, interpretada pela atriz Elisabeth Moss. No universo ficcional de *The Handmaid's Tale* as roupas fazem referência à República de Gilead[27], o lugar fictício onde se passa a história. O vermelho usado pelas aias representa a fertilidade das mulheres, associando o tom escarlate com a menstruação. Como explica a figurinista da série Ane Crabtree (VANITY FAIR, Online, 2017),

> O vermelho é a cor da regra, do útero, das mulheres desenfreadas e pecadoras. Historicamente, o vermelho é visto como símbolo de poder, usado por reis e líderes religiosos, mas o único poder que as aias têm é a capacidade de dar descendência[28] (livre tradução das autoras).

[25] Disponível em: <https://handmaidcoalition.org/>. Acesso em: 28 jan. 2018.

[26] Disponível em: <https://handmaidcoalition.org/the-handmaids-guide/>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

[27] Disponível em: < http://the-handmaids-tale.wikia.com/wiki/Republic_of_Gilead>. Acesso em: 28 jan. 2018.

[28] The color red indicates the Handmaids' fertility, echoing the color of menstrual blood. Historically, red has been seen as a symbol of power, worn by kings and religious leaders, yet the Handmaids' only power is their presumed ability to bear children.

Em contrapartida, o azul turquesa presente nas vestes das esposas dos comandantes faz alusão à Virgem Maria, simbolizando a pureza e a santidade. Para as fãs que integram o *The Handmaid's Coalition* além de significarem a repressão do patriarcado, as roupas das aias se tornaram um emblema da solidariedade e da colaboração das mulheres na luta pela igualdade de gênero (EL PAIS, Online, 2017).

Emily Morgan (THE HANDMAID'S GUIDE, Online, 2017), afirma que além do aspecto simbólico, a roupa adotada pelas fãs durante os protestos é funcional. Como explica a fundadora da organização, o chapéu branco ajuda a proteger as identidades das manifestantes e a uniformidade dos trajes reforça as causas pelas quais o *fandom* luta (THE HANDMAID'S GUIDE, Online, 2017).

Desde a criação do *The Handmaid's Coalition* os protestos dos fãs da série do Hulu têm crescido de maneira significativa. Segundo as reportagens do El Pais (2017), BBC (2017) e CNN (2017) nos últimos meses foram realizadas manifestações não só nos Estados Unidos, mas na Espanha, Alemanha, Polônia e Portugal. Além de se vestirem com as aias da série, os fãs adotam uma postura específica durante as ações. Como descreve a repórter do New York Times, Christine Hauser, "Silenciosas e com as cabeças curvadas, os ativistas com roupas vermelhas e chapéus brancos aparecem em manifestações contra a discriminação de gênero e a violação dos direitos civis[29] (HAUSER, Online, 2017) (livre tradução das autoras). No *The Handmaid's Guide* as organizadoras afirmam que silêncio faz alusão aos abusos e repressões sofridas pelas mulheres. Ao olharem as aias protestando o público faz, mesmo que involuntariamente, uma correlação entre as causas de Offred (Elisabeth Moss) na trama e a atual conjuntura política e social, propiciando o entendimento crítico do diálogo entre ficção e a realidade.

Nesse artigo vamos iremos nos debruçar sobre três protestos realizados nos meses de março, maio e junho de 2017, nos estados do Texas, Washington e Nova Hampshire, nos Estados Unidos.

[29] Silent, heads bowed, the activists in crimson robes and white bonnets have been appearing at demonstrations against gender discrimination and the infringement of civil rights.



Figura 2: No sentido horário vemos os protestos no Texas, Washington e Nova Hampshire, respectivamente. Na parte debaixo da imagem vemos as cenas da série *The Handmaid's Tale*.
Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Em março de 2017, os corredores do Capitólio do Texas foram tomados pelos fãs de *The Handmaid's Tale*. As mulheres protestavam contra um projeto de lei anti aborto proposto pelo legislativo do estado. Apesar de estarem completamente em silêncio[30], as manifestantes carregavam cartazes que mostravam as restrições do aborto, no Texas, embargadas desde que a Suprema Corte Roe V. Wade legalizou o procedimento em todo o país. Nesse sentido, os fãs da trama do Hulu usavam o espaço para chamar a atenção para o processo histórico conjuntural dos direitos reprodutivos nos Estados Unidos e como o mesmo é fundamental para a saúde integral das mulheres.

Lideradas por grupo local de voluntários do *The Handmaid's Coalition*, as fãs da atração do Hulu também se engajaram contra o machismo. Em maio de 2017, um grupo de aias protestaram na porta da State House de Nova Hampshire pedindo o afastamento do político Robert Fisher, do partido Republicano. As reivindicações foram em decorrência da participação[31] de Fisher em um fórum do Reddit chamado *The Red Pill*[32], que é conhecido por seu conteúdo

[30] Disponível em: < https://goo.gl/wu4syF>. Acesso em: 29 jan. 2018.
[31] Disponível em: <http://www.unionleader.com/politics/update--rep-fisher-resigns-in-wake-of-red-pill-scandal-20170517> . Acesso em: 30 jan. 2018.
[32] O fórum existe desde 2012 e possui 195 mil membros.

extremamente misógino. As manifestantes levaram cartazes com frases mostrando o sexismo presente nas postagens dos membros do fórum.

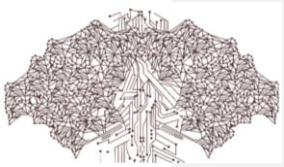
Por fim, em junho de 2017, para protestar contra o sistema de saúde da gestão de Donald Trump as fãs de série se reuniram em frente ao Capitólio, em Washington. Enquanto o Senado debatia sobre a possível interrupção do Planned Parenthood, as manifestantes vestidas como as aias de *The Handmaid's Tale* mostravam faixas alertando que caso o projeto de lei fosse aprovado milhares de mulheres ficariam sem acesso a atendimento médico. Segundo a voluntária do *The Handmaid's Coalition* Elena Lipsiea, a interconexão estabelecida entre o universo criado por Margaret Atwood e a atual situação política dos Estados Unidos ajuda as pessoas a compreenderem a importância do engajamento em movimentos sociais. "Vestir-se como uma aia passa uma mensagem clara à nossa administração e ao Senado sobre o quanto estamos antenas as decisões tomadas no Capitólio e de que maneira esse projeto pode afetar radicalmente nossas vidas[33]", explica a fã (BONDARENKO, Online, 2017) (livre tradução das autoras).

Os protestos organizados pelos fãs de *The Handmaid's Tale* em prol da luta pelos direitos das mulheres e pela igualdade de gênero dialogam diretamente com a dimensão da ideologia e valores proposta por Ferrés e Piscitelli (2015). A partir dos arcos narrativos explorados na trama os fãs estabelecem um paralelo com a contemporaneidade. Como pudemos observar o universo ficcional do programa estimulou os telespectadores ávidos a se aprofundarem nas questões sociais retratadas na história. Seja através de relatos sobre abusos, da investigação de projetos de lei que vão de encontro aos direitos das mulheres ou das manifestações os fãs passam a se comprometerem como cidadãos críticos.

Considerações Finais

O ativismo dos fãs de *The Handmaid's Tale* ressalta a relevância da leitura crítica e criativa de um conteúdo midiático. Nesse sentido, os temas abordados nos arcos narrativos da série estimulam a reflexão dos telespectadores ávidos. Os fãs, mesmo que indiretamente, traçam um paralelo entre o universo ficcional da série do Hulu e a contemporaneidade, refletindo sobre os direitos das mulheres e a igualdade de gênero. Essa ponte estabelecida entre a ficção e a realidade propicia a emersão de mobilizações em prol das questões sociopolíticas.

[33] "Dressing up as a handmaid gives a clear message to our administration and the Senate about how seriously we take their decisions and how radically it can affect our lives".



O site *The Handmaid's Coalition* também reforça o comprometimento cidadão dos fãs. Além de ajudar na organização dos protestos, promover a troca de informações e experiências de vida, a plataforma propicia a instrução dos telespectadores ávidos. Todo o protesto é norteado por um constante acompanhamento de projetos de lei e de medidas governamentais que possam ferir de algum modo os direitos das mulheres. Nesse contexto, o ativismo dos fãs não se resume a uma simples transposição da sociedade distópica criada por Margaret Atwood para a atual conjuntura política, mas a interpretação crítica da causa, envolvendo pesquisas sobre o tema, seus objetivos e consequências.

Dessa forma, a dimensão da ideologia e valores proposta por Ferrés e Piscitelli (2015) está presente no modo como os fãs se relacionam com *The Handmaid's Tale*. A trama vai além do serviço de conteúdo *on demand* e serve de ponto de partida para quê as discussões sobre as questões culturais, sociais e políticas relacionadas aos direitos das mulheres sejam exploradas pelos fãs de diversas formas.

Referências bibliográficas

AMARAL, A. *et al.* De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira". Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. In **Galáxia**, n.29, 2015, p. 141-154. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641255011>. Acesso em: 31 jan. 2018.

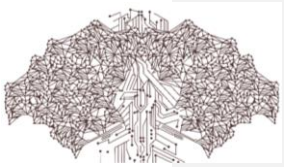
BENNETT, L. Tracing Textual Poachers: reflections on the development of fan studies and digital fandom. In **Journal of Fandom Studies**, v. 2, n.1, p.5-20, 2014. Disponível em: <http://williamwolff.org/wp-content/uploads/2015/01/lbennett_1-libre.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2018.

BONDARENKO,V. Planned Parenthood staged a 'Handmaid's Tale'-inspired demonstration on Capitol Hill to protest the healthcare bill. **Business Insider**, Online, 2017. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/planned-parenthood-staged-a-handmaidens-tale-demonstration-2017-6>. Acesso em: 31 jan. 2018.

BOOTH, P. **Digital Fandom**: New Media Studies. Nova York: Peter Lang, 2010.

BORGES, G. *et al*. Fãs de Liberdade, Liberdade: curadoria e remixagem na *social TV*. In Vassallo de Lopes, M. I. (Ed.), **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II**: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa. Porto Alegre: Sulina, p.93-135, 2017.

BROUGH, M.; SHRESTOVA, S. Fandom meets activism: Rethinking civic and political participation. In **Transformative Works and Cultures**. v. 10, 2012. Disponível em: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/303>. Acesso em: 31 jan. 2018.



DOW, B. Ally McBeal, Lifestyle Feminism, and the Politics of Personal Happiness. In **The Comunication Review**, v.5, n.4, p. 259-264, 2002. Disponível em: < http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10714420214688>. Acesso em: 31 jan. 2018.

FERRÉS, J; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. In **Lumina**, v. 9, n, 1, p. 1-16, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/3EQnc6>. Acesso em: 31 jan. 2018

GRANDÍO, M. **Adictos a las series**: 50 años de lecciones de los fanes. Barcelona: UOC, 2016.

'Handmaid's tale' protest at US Ohio abortion bill. **BBC**, Online, 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-40264004>. Acesso: 31 jan. 2018.

'Handmaid's tale' protest at US Ohio abortion bill. **CNN**, Online, 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-40264004>. Acesso em: Acesso em: 1 out. 2017.

HAUSER, C. A Handmaid's Tale of Protest. **The New York Times**, Online, 2017. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/06/30/us/handmaids-protests-abortion.html>. Acesso em: 31 jan. 2018.

HERRERO-DIZ, P. *et al.* Estudio de las competencias digitales en el espectador fan español. In **Palabra Clave**, v.20, n.4, p,17-947,2017. Disponível em: < http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/917>. Acesso em: 31 jan. 2018.

HIRSJÄRVI,I. Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas. Un desafío global.In **Anàlisi Monogràfic**, p. 37-48, 2013. Disponível em: < https://ddd.uab.cat/record/112869>. Acesso em: 31 jan. 2018.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H. *et al*.. **Cultura da Conexão** - Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, H. **Invasores do Texto** - Fãs e cultura participativa. Rio de Janeiro: Marsupial Editora, 2015.

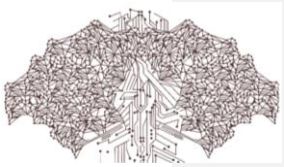
Jenkins, H. Lendo criticamente e lendo criativamente. In **Matrizes**, v.9, n.1, p. 11-24, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/48047/51801>. Acesso em: 331 jan. 2018.

LEVINE, E. Grey's Anatomy: Feminism. In: THOMPSON, E.; MITTELL, J. (Eds). **How To Watch Television**. New York University Press, 2013, p.139-147.

LOTZ, A. **Redesigning Women**: Television After the Network Era. Chicago: University of Illinois Press, 2006.

MARTIN, B. **Homens Difíceis** – Os Bastidores do processo criativo de Breaking Bad, Família Soprano, Mad Men e outras séries revolucionárias. São Paulo: Aleph, 2014.

MITTELL, J. **Television and American Culture**. New York: Oxford University Press, 2010.



No mundo pós-Trump, a revolução feminista se tingiu de vermelho. **EL PAÍS**, Online, 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/15/estilo/1500086391_231471.html>. Acesso em: 31 jan. 2018.

PEARSON, R. Fandom in the Digital Era. In Popular **Communication**: The International Journal of Media and Culture, v. 8, n. 1, p. 84-95, 2010. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15405700903502346>. Acesso em: 31 jan. 2018

RECUERO, R.**A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

ROSE, F. **The Art of Immersion**: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories. New York: W W Norton & Company, 2011.

Saving Chuck: Dont't Applaud, Throw Money, **TIME**. Disponível em: <http://entertainment.time.com/2009/04/23/saving-chuck-dont-applaud-throw-money/>. Acesso em: 31 jan. 2018.

SIGILIANO, D.; CAVALCANTI, G.; BORGES, G. Feminismo e *TV Social*: A Repercussão dos telespectadores interagentes sobre o empoderamento de Dana Scully em *The X-Files*. In: Anais...**40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, p. 1-15, 2017.Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0573-1.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2018.

THE HANDMAID'S COALITION. Online, 2018. Disponível em: <https://handmaidcoalition.org/>. Acesso em: 31 jan. 2018.

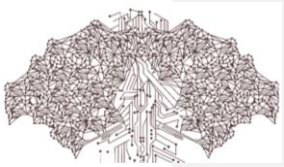
THE HANDMAID'S GUIDE. Online, 2018. Disponível em: <https://handmaidcoalition.org/the-handmaids-guide/>. Acesso em: 31 jan. 2018.

The Symbolism of the Color Red in The Handmaid's Tale. **VANITY FAIR**, Online, 2017. Disponível em: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2017/05/the-symbolism-of-the-color-red-in-the-handmaids-tale>. Acesso em: 31 jan. 2018

VAGIANOS, A. Estas mulheres receberam Donald Trump vestidas como Offred, de 'Handmaid's Tale'. **Huffpost**, Online, 2017. Disponível em: < https://goo.gl/FTjbGQ/>. Acesso em: 31 jan. 2018.

VAN ZOONEN, L. **Entertaining the Citizen**: When Politics and Popular Culture Converge. Lanham: Rowman& Littlefield, 2004.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



COMUNICAÇÃO INTEGRADA ALIADA ÀS ESTRATÉGIAS DE *MARKETING* DIGITAL[1]

Cristiane Silva do Nascimento Pereira[2]; Diogo Duarte Rodrigues[3];
Alberto Quintanilha Alves da Silva Correia[4]; Fernanda Estevão Lourenço[5]

Resumo: Este trabalho tem o objetivo de demonstrar como a comunicação integrada pode propiciar o compartilhamento de informações entre os integrantes de uma empresa, em prol do favorecimento às estratégias de marketing digital. Tal demonstração tem enfoque na premissa de que os indivíduos componentes de uma organização são qualificados usuários cibernéticos e potenciais contribuintes para a identificação de fatores favoráveis para o marketing digital. Para isso será utilizada pesquisa abrangendo leitura textual em livros, artigos científicos e sites. Conclui-se que, uma comunicação integrada que privilegie a expertise coletiva dos membros de uma organização favorece às estratégias de marketing digital.

Palavras-chave: comportamento do consumidor, comunicação integrada; inteligência coletiva; *marketing* digital.

1. Introdução

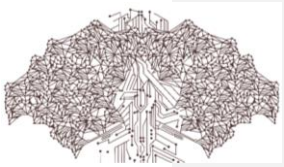
[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 –Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Pesquisadora é docente da Universidade Castelo Branco (UCB). Mestre em Administração (UNIGRANRIO), coordenadora do projeto de pesquisa e extensão *A Comunicação Interna e a Gestão de Procedimentos Operacionais em PMI's* (UCB) e professora-orientadora do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: profcristianepereira@outlook.com.

[3]. Pesquisador é docente da Universidade Castelo Branco (UCB). Mestre em Ciência da Informação (IBICT/UFRJ). E-mail: diogodrj@gmail.com.

[4]. Pesquisador é discente da graduação tecnológica em Processos Gerenciais – Gestão Empresarial (UCB), bacharel em Direito (UNESA), aluno extensionista do projeto de pesquisa e extensão *A Comunicação Interna e a Gestão de Procedimentos Operacionais em PMI's* (UCB) e aluno voluntário do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: albertotus@hotmail.com.

[5]. Pesquisadora é discente da graduação tecnológica em Processos Gerenciais – Gestão Empresarial (UCB), especialista em Orientação Educacional e Pedagógica (UCAM-AVM); bacharel em Letras (UFRJ) e aluna extensionista do projeto de pesquisa e extensão *A Comunicação Interna e a Gestão de Procedimentos Operacionais em PMI's* (UCB). E-mail: nandaestevao86@gmail.com.



De maneira muito acelerada, os avanços tecnológicos alcançam os indivíduos e essa realidade assume importância central na formação de cada pessoa no que diz respeito à percepção global do mundo virtual (CHAHIN, *et al*., 2004, p. 125). A internet tem causado mudanças no modo como nos relacionamos e adquirimos conhecimento. Tais modificações também podem ser percebidas no processo de vendas. Os consumidores passaram a ter maior controle, utilizando a internet para pesquisarem empresas, serviços e produtos, compararem preços e informações, lerem comentários e críticas de outros consumidores e decidirem se farão ou não a compra. Esse novo comportamento, obviamente, exige uma nova postura por parte de quem oferece produtos e serviços, cenário que demanda a aplicação de estratégias de Marketing Digital (RESULTADOS DIGITAIS, 2014).

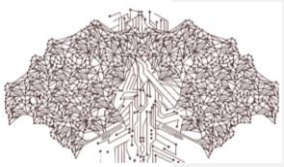
O americano Philip Kotler, um dos fundadores dos estudos na área de *marketing* e professor de *Marketing* Internacional na Universidade Northwestern, localizada em Evanston, cidade do Estado de Illinois, Estados Unidos, quando perguntado pela Revista Exame (2014) sobre em qual área do *marketing* se concentraria se estivesse iniciando a carreira, o docente afirmou que se dedicaria à mídia digital, pelo fato de estarmos na era digital.

O marketing tradicional e o marketing digital se complementam, realidade que também ocorre entre as mídias *off-line* e *on-line*, permitindo que elas eficazmente trabalhem em parceria. É importante a percepção e a compreensão do momento atual, tempo em que a globalização e o desenvolvimento tecnológico, proporcionam velozes mudanças, que promovem ciclo contínuo e irreversível de alterações desafiadoras para o setor de *marketing* (TELLES, 2011, p. 176).

Para que exista e subsista, qualquer tipo de organização precisa que as pessoas que a integram se comuniquem e estejam de acordo em atuarem de forma ordenada em prol de objetivos comuns[6]. A comunicação integrada proporciona que diversas áreas e subáreas atuem de maneira sinérgica, formando um conjunto harmonioso, onde diversos setores trabalham de forma conjunta em prol do alcance dos objetivos gerais da empresa. As consequências desse tipo de comunicação é uma maior probabilidade de a organização alcançar os seus objetivos (KUNSCH, 1997, p. 115).

As estratégias de *marketing* devem ser desenvolvidas a partir de informações advindas dos diversos departamentos de uma empresa. A área de *marketing* não deve trabalhar de forma isolada

6. QUECONCEITO. **Conceito de Organização**. Disponível em: <http:/queconceito.com.br/organização>. Acesso em: 01 de outubro de 2017.



do restante da corporação. Há uma nova perspectiva em relação ao *marketing* que se baseia na interação constante entre todas as áreas de uma organização[7].

O indivíduo pós-moderno, incluso no contexto do ciberespaço, ambiente participativo e socializante, tem amplo conhecimento e o privilégio de ligar-se à inteligência coletiva (LÉVY, p. 30). Cada indivíduo, empoderado da *Media and Information Literacy* - MIL[8], é capaz de colaborar com a empresa em que trabalha, e esta, por sua vez, precisa ter uma cultura organizacional propícia a uma comunicação integrada que seja adequada para a viabilização dessa colaboração.

A comunicação integrada, favorecendo as estratégias de *marketing* digital a partir da viabilidade da participação dos indivíduos de uma organização nos *insights* produzidos para o desenvolvimento dos mesmos, permite o compartilhamento de percepções e potencialidades adquiridas e desenvolvidas sob a esfera virtual, sendo esta a proposta da presente pesquisa.

O artigo tem o objetivo de demonstrar como a comunicação integrada pode propiciar o compartilhamento de informações valorosas entre os integrantes de uma empresa, em prol do favorecimento às estratégias de marketing digital, sob o enfoque da premissa de que os indivíduos componentes de uma organização são qualificados usuários cibernéticos e potenciais contribuintes para a identificação de fatores favoráveis para o marketing digital.

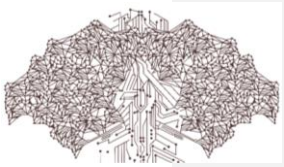
2. Metodologia

Com o intuito de demonstrar como a comunicação integrada pode propiciar o compartilhamento de informações em prol do favorecimento às estratégias de *marketing* digital, a metodologia utilizada trata-se de pesquisa pura, na qual se observa a aquisição do conhecimento de forma teórica (CORDEIRO, 2012) e exploratória, proporcionando conhecimento sobre assunto já conhecido, visto sob nova perspectiva (CASARIN, 2012).

A pesquisa abrangeu leitura textual em livros, artigos científicos e *sites* realizando reflexões críticas sobre os elementos que compreendem o conjunto multidisciplinar abordado. Segundo Mascarenhas (2014, p. 49), a investigação bibliográfica baseia-se na análise de livros, artigos, dicionários e enciclopédias, por exemplo.

[7]. REVISTA EXAME. **Marketing exige integração entre as áreas da empresa**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/marketing/marketing-exige-integracao-entre-as-areas-da-empresa/. Acesso em: 30 de setembro de 2017.

[8]. O termo *MIL* significa Literacias de Mídia e Informação. Trata-se de um conceito novo, criado pela UNESCO, no intuído de designar o desenvolvimento de capacidades e habilidades de cidadãos com a mídia de a informação no ambiente do século XXI.



3. Referencial Teórico

3.1. Considerações gerais acerca do *Marketing* Digital

Para Kotler e Keller (2006), "*marketing* é um processo social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, da oferta e da livre troca de produtos e serviços de valor com outros". Em Administradores (2014), vemos a conceituação do *marketing* digital como sendo "o bom e velho *marketing* (...) trabalhado por meio das ferramentas digitais".

A empresa Opt3 *Marketing* Digital (2017) define o *marketing* digital como "conjunto de estratégias e ações voltadas para a promoção de uma marca na internet, atraindo novos negócios, criando relacionamentos e desenvolvendo uma identidade" e o difere do *marketing* tradicional a partir da justificava de que no primeiro há a utilização de canais *on-line* e métodos para a análise de resultados em tempo real.

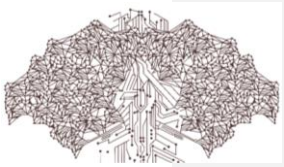
A página virtual *Marketing* de Conteúdo (2017) conceitua o *marketing* digital como "o conjunto de atividades que uma empresa ou pessoa executa *on-line* com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca". De acordo com o *site*, o *marketing* digital vem crescendo bastante por razão de haver cada vez mais pessoas conectadas à internet.

3.2. Marketing Digital, um novo modelo de negócio

Afirmar que o marketing digital é um novo modelo de negócio compreende o empenho do empresário em legitimar a sua atividade econômica na web, ou seja, será um modelo de negócio se houver esforços para isso, através de planejamentos e estratégias (NEGÓCIO RENTABILIZADO, 2017).

Explicando que o *marketing* digital é uma área na qual são feitas atividades a partir da produção e otimização de conteúdos, do rankeamento de *sites* e do aumento de tráfego ou de taxa de conversão, o *site Marketing* & Cia (2017) o sugere como novo modelo de negócio, citando como uma inovação promissora a criação de agência de *marketing* digital, modalidade que se encontra listada entre outros tipos de novos modelos de negócios no rol ilustrado pelo referido *site*.

O marketing digital é um novo modelo de negócio que tem a sua evolução expandida de acordo com o avanço da internet como maior fonte de informação em nível global. "Trata-se de



uma plataforma conveniente, acessível e que oferece oportunidades competitivas para negócios de todos os tamanhos". É uma modalidade que tem diferenciação pelo conjunto de ferramentas, que vão muito além da navegação em si (INTERNET INNOVATION, 2012).

Rez (2016) cita o *marketing* digital como ferramenta para a atração de novos negócios e o desenvolvimento da identidade de uma marca. Relata que o alcance das ferramentas digitais e a intensidade das inovações tecnológicas proporcionaram novo perfil para o consumidor digital.

3.3. O comportamento do consumidor digital

Não há dúvidas de que existem formas de popularizar as práticas do *marketing* digital, porém, é preciso entender como funciona este ambiente e quais são os comportamentos de seus atores. MOHR *et al*. (2011, p.172) determina que "o processo de compra começa quando o comprador identifica uma necessidade ou um desejo, a partir de um problema ou uma oportunidade". Por ora, STRAUSS e FROST (2012, p.104) definem o consumidor digital como "multifacetado" - por estar sempre conectado a diferentes mídias eletrônicas - e por não ser identificado com exatidão pelo fato de não permanecer num website por longo tempo, optando, quase sempre, pela praticidade das conversas eletrônicas.

Pode-se afirmar que o consumidor moderno é um indivíduo conectado às novas tendências de compra e dotado de empoderamento, sendo mais bem informado e com maior poder de escolha. Com o crescente número de acesso à internet, a grande rede provocou hábitos diferentes e questionamentos novos por parte dos consumidores (FERREIRA JÚNIOR e AZEVEDO, 2015, p. 23).

Uma recente pesquisa da Conversion, agência líder em SEO no Brasil, mostrou que 93% dos usuários da internet estão habituados a compras *on-line*. Dado um número relevante do consumo, as empresas precisam construir uma imagem institucional forte nas redes sociais a fim de fidelizar os clientes. (CONVERSION, 2017). E, pensando nessa transposição do cenário de compras, do *off-line* para o *on-line*, Dion Hinchcliffe, líder do pensamento digital, comparou o comportamento do consumidor entre as mídias tradicionais e as mídias sociais, sugerindo a atual relação de influência no ato de compra:

A propaganda ou a promoção ganharam aspectos secundários, visto que "a internet possibilita que um cliente exasperado se comunique com milhares de amigos com um clique de *mouse*: boca a boca de forma exponencial" (STRAUSS e FROST, 2011, p. 11), ou seja, o comprador via internet está no comando do processo de compra. Ele investiga, pesquisa, lê críticas, busca informações sobre a empresa dentro do seu círculo de convívio, e, até duvida da

loja virtual, sendo ela uma marca meramente desconhecida ou mesma conceituada no mercado (CONVERSION, 2017).

Atualmente, a maioria do conteúdo disponibilizado na internet, sobretudo em redes sócias e comunidades, resulta da interação do usuário. O *consumer-generate media* (CGM- mídia gerada pelo consumidor) é o termo que define a intervenção do usuário nas redes (ALCÂNTARA, P. 139), uma atitude capaz de transformar o cenário de compras.

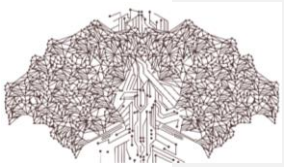
Na atual conjuntura dos mercados, a competitividade entre as empresas ganhou características dessemelhantes aos aspectos vistos anteriormente ao surgimento da internet. De acordo com BUENO (p. 40), hoje, o consumidor não é mais um agente passivo, ele é um indivíduo que cobra, cada vez mais, informações sobre os processos antes guardados a sete chaves, e está disposto a denunciar conduta indevida das empresas. (BUENO p. 40 *apud* LI e BERNOFF, p. 9-11) ainda traz o conceito de *groundswell* para explicar a ação de "conseguir o que desejam ou precisam (usuários) a partir da interação pessoal, e, não, necessariamente a partir das instituições".

Pensando nessa liberdade do consumidor na web, as empresas devem estabelecer conteúdos produtivos na rede, já que "qualquer interação na Internet deve ser consentida e ser enganado é a pior experiência pela qual um usuário pode passar: ele não esquecerá quem o enganou e é provável que seus amigos também" (Alcântara, p. 217). Tomando como base essa nova perspectiva de relação entre empresa e consumidor, é possível afirmar que o comportamento digital estabelece a comunicação nas grandes mídias sociais como forma indispensável para o sucesso. De acordo com Nassar e Figueiredo (1995, p. 21):

> "Nessa guerra de comunicação, espalhada em tantas frentes de batalhas, as empresas vão construindo as suas imagens institucionais. Ou seja, aquela imagem que é a soma de todas as outras imagens da empresa. A somatória final, por exemplo, da imagem dos produtos da empresa (sua qualidade, seu preço, sua durabilidade etc). mais a imagem da relação da empresa com o consumidor. Isso acrescentando a outros tantos aspectos simbólicos que a comunicação e as ações das empresas (que viram notícias ou não) vão passando aos mais diversos públicos ao longo da história de cada uma dessas organizações".

A atual comunicação mercadológica se direciona a conhecer e envolver o consumidor digital com lógicas em entretenimento, sendo assim, as marcas compreenderam a importância do relacionamento com o cliente, tanto no mundo *off-line* quanto no *on-line*, enquanto o consumidor também percebeu que pode influenciar e direcionar o comportamento das empresas, participando cada vez mais do que elas fazem. (SAAD e SILVEIRA, 2016, p. 124).

De um modo geral, a interatividade com o cliente merece mais atenção nas redes sociais e, talvez, este seja o caminho certo para promover as vendas pela internet, em consonância com o



comportamento mostrado por parte dos usuários. STRAUSS e FROST (2012, p. 260) nos dá esse entendimento com o seguinte exemplo: a empresa Godiva Chocolate lançou uma campanha virtual cujo tema foi "Eu amo chocolate". As vendas virtuais envolvendo a marca e outras do mesmo ramo somaram o número de um milhão em apenas uma semana e a página oficial no Facebook ganhou nada menos que 15 mil membros novos.

3.4. Estratégias de *Marketing* Digital

Para Ferreira Júnior e Azevedo (2015, p. 134) as principais estratégias do *marketing* digital estão focadas no ato de passar a mensagem certa para a pessoa certa e no momento exato, adequando, assim a comunicação e aumentando por consequência a assertividade da ação de *marketing*. Por isso, as redes sociais estão se tornando tão atrativas para as campanhas de nichos específicos, com características próprias de consumo.

A Opt3Marketing Digital (2017) apresenta em seu dicionário diversas estratégias de marketing, dentre as quais nove estão expostas no quadro a seguir:

QUADRO 1 – ESTRATÉGIAS DE MARKETING

ESTRATÉGIAS	**FINALIDADES**
Advergame	Estratégia que utiliza os games como ferramentas para a divulgação de ideias e a promoção de marcas, produtos e serviços.
Advertainment	Estratégia que tem o intuito de entreter os consumidores em troca de atenção e visibilidade às marcas, utilizando principalmente produções audiovisuais.
Buzz Marketing	Conhecido como o *marketing* boca a boca, é uma estratégia que estimula indivíduos a passarem uma mensagem para outros, principalmente no ambiente digital, aumentando a abrangência e servindo como forte influenciador.
Community Management	Estratégia que consiste no desenvolvimento de conteúdos e relacionamento para as redes sociais, através de porta vozes. Nela existe a atuação do gestor de comunidades virtuais.
Conversion Rate Optimization– CRO	Compreende estratégias focadas em melhorar a *performance* de *sites*, extraindo o máximo do tráfego e aumentando o percentual de conversões desejadas pela empresa.
	Marketing orientado aos experimentos, focado em buscar oportunidades/brechas (*hacks*) para o sucesso e criar estratégias

GrowthHacking	específicas visando resultados rápidos para o crescimento (*growth*) da empresa.
Inbound Marketing	Estratégia focada em atrair potenciais clientes e direcioná-los para o momento da venda [...] se concentrando na criação e compartilhamento de conteúdo de qualidade nos meios digitais, alinhado com os interesses do público-alvo.
Link Building	Conjunto de estratégias com o objetivo de conseguir mais *links* externos que apontam para determinado *site*, com o intuito de influenciar e melhorar o posicionamento nos mecanismos de buscas.
Links Patrocinados	Anúncios pagos que têm como objetivo gerar um maior número de conversões, trabalhando estratégias relevantes com intuito de chamar a atenção de potenciais consumidores.

.FONTE: Opt3Marketing Digital (2017)

Na Expo Fórum de *Marketing* Digital, anunciada como o principal evento de *marketing* digital do Brasil, ocorrida nos dias 30 e 31 de agosto de 2017 em Santo Amaro, São Paulo, foi esclarecida uma dúvida que é comum entre os iniciantes no tema: a compreensão da diferença entre os termos *growth hacking* e *marketing* digital. Pelo ponto de vista apresentado foi explicado que, enquanto o *marketing* normalmente encarrega-se de duas missões: *awareness* (percepção) e aquisição - promovendo um produto ou serviço para a obtenção de novos clientes, o *growthhacking*, além de abranger esses dois pontos, tem atuação na ativação e retenção dos clientes, no faturamento e na recorrência da empresa e na preparação para o crescimento do negócio. Outro ponto de vista abordado, no intuito de desmistificar a sensação de complexidade em torno do tema, explicou que o *growth hacker* torna-se eficaz quando decide o que não fazer, focando nas estratégias que trarão mais resultados, visto que, um profissional dessa área pode atuar em diferentes gargalos, sendo comum perder-se em diversos experimentos claramente tendentes a apresentarem resultado pouco satisfatório (CONTENTOOLS, 2017).

De acordo com o *site* Internet Innovation (2012), as ferramentas que as empresas mais utilizam em *marketing* digital para o aumento da visibilidade de páginas de internet e atraírem consumidores são os *banners* de *displays* em portais, os *links* patrocinados e a otimização de páginas. O *mobile marketing*, o social media *marketing* e o *e-mail marketing* também são amplamente utilizados na gestão de relacionamento com o cliente.

No entendimento de KENDZERSKI (2009, p. 110) o sucesso na estratégia de *marketing* digital é uma questão bastante complexa. Para ele, a etapa inicial da evolução

de um *site* que pretende ser bem sucedido deve concentrar o investimento em cinco estratégias, conforme demonstra a figura abaixo:

Figura 2: Etapas de evolução de um *site* e estratégias para a divugação inicial



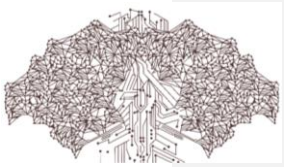
FONTE: Web Marketing e Comunicação digital

As estratégias de *marketing* devem satisfazer o consumidor *on-line*, caracterizado exigente e criterioso e que tem acesso infinito às informações sobre quaisquer produtos e serviços (NOVA ESCOLA DE *MARKETING*, 2016). Trata-se de um indivíduo mundialmente conectado e privilegiado pela capacidade de desenvolver conhecimentos a partir da interface homem/máquina, "conjunto de programas e aparelhos materiais que permitem a comunicação entre um sistema informático e seus usuários humanos" (Lévy, 1993, pág. 108).

3.5. O indivíduo conectado

O indivíduo conectado vivencia aspectos relacionados ao mundo virtual que têm características extensivas e ilimitadas. Lévy (1996, p. 24 e 25), explica que não há limites entre temporalidade e localidade na realidade da virtualização e, para o que se define como o real, ou seja, o que não é virtual, é possível estabelecer limites claros, ao passo que, para o que se encontra sobre o prisma virtual, há a heterogênese, termo a respeito do qual o autor citou pretendendo dar sentido de circunspeção.

A cultura de convergência é uma forma de relação na qual, pessoas que não se conhecem, dividem referências e ideias espalhadas entre diversos meios de comunicação. Isso acontece em



larga escala nas interações do ciberespaço. Uma premissa importante do conceito de cultura de convergência é a possibilidade de cada indivíduo ser potencialmente um produtor de informações (MARTINO, 2015).

Outra questão relevante é a inteligência coletiva proposta pela cibercultura. Ela (a inteligência coletiva) tem aspecto socializante, descompartimentalizante e emancipador, podendo servir de maneira muito significativa para a capacitação da percepção individual social de cada indivíduo. Quanto mais os processos de inteligência coletiva se desenvolvem, melhor é a apropriação de indivíduos em competências que lhes farão capazes de agregarem conhecimentos nos meios em que participam (LÉVY, 2010, p. 29 e 30).

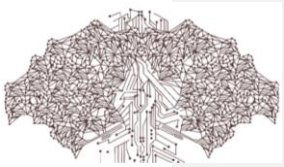
De acordo com Doyle (1994) no que tange à categorização de habilidades fundamentais para a competência em informação, a avaliação e o uso da informação, no âmbito do ciberespaço, são habilidades que favorecem para que os indivíduos sejam capazes de determinarem precisão e relevância nas informações, criarem novas opções de informação para substituírem informações imprecisas, integrarem novas informações em um corpo de informações existentes e aplicarem informações em pensamentos críticos e resolução de problemas.

3.6. Cultura de Convergência e Inteligência Coletiva

A cultura de convergência é uma forma de relação na qual, pessoas que não se conhecem, dividem referências e ideias espalhadas entre diversos meios de comunicação. Isso acontece em larga escala nas interações do ciberespaço. Uma premissa importante do conceito de cultura de convergência é a possibilidade de cada indivíduo ser potencialmente um produtor de informações (MARTINO, 2015).

Outra questão relevante é a inteligência coletiva proposta pela cibercultura. Ela (a inteligência coletiva) tem aspecto socializante, descompartimentalizante e emancipador, podendo servir de maneira muito significativa para a capacitação intelectual de cada indivíduo e, bem como para a percepção da realidade social do meio em que convive. Quanto mais os processos de inteligência coletiva se desenvolvem, melhor é a apropriação dos indivíduos em competências que lhes farão capazes de agregarem conhecimentos nos meios em que participam (LÉVY, 2010, p. 29 e 30).

3.7. A Comunicação Integrada



A Comunicação se trata de um processo contínuo e indispensável. Vê-la sob a ótica de um processo enfatiza a sua natureza inerente à vontade humana. Sendo ela, portanto um processo comunicativo, tem-se a definição de que a mesma seja "um conjunto de elementos interdependentes e dinâmicos que, de maneira multidimensional, atuam sinérgica e continuadamente" (KUNSCH, 2016).

De acordo com (MOHR, 2011, p. 307), é possível haver comunicação integrada quando ferramentas de alto nível dependem da eficiência de outras de nível mais baixo, porém, não menos importantes neste processo, já que todas as ferramentas empregadas de forma organizada contribuem para o envio de mensagens consistentes para o público-alvo.

Na comunicação integrada são somados todos os esforços comunicativos de uma organização e se analisam as funções estratégicas de todas as atividades da empresa, de modo a integrá-las continuamente. Isso resulta em uma comunicação empresarial que ocorre de forma harmoniosa, onde todas as partes conversam entre si, garantindo um resultado eficaz (DEV2, sem data).

Para Bueno (2014), a comunicação integrada, não consiste na junção entre várias competências ou atividades, mas expressa vínculo com os processos organizacionais e, bem como, com a cultura organizacional. Ela se realiza a partir de uma política formal e estabelecida para ocorrer de maneira permanente.

O plano estratégico de comunicação de qualquer organização deve utilizar diretrizes para o alcance dos objetivos. Para que as diretrizes sejam assimiladas e compreendidas, é necessária uma comunicação integrada entre toda a empresa (NASCIMENTO, 2016).

Kunsch (2003, p. 150) define como filosofia da comunicação integrada a que "direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica". A Comunicação pode ocorrer a partir do planejamento da comunicação integrada e da utilização de ferramentas necessárias para que a comunicação alcance o público almejado (DREYER, 2017).

A comunicação integrada é fator imprescindível para quaisquer processos empresariais. A Comunicação Integrada de *Marketing* tem o seu *mix* composto por relações públicas e publicidade, *marketing* direto, propaganda, venda pessoal, *marketing* na internet e promoção de vendas, composição esta que, para a satisfação de objetivos organizacionais estratégicos deve ter

referidas áreas integradas entre si (OGDEN, 2002, p. 9). A gestão de recursos humanos propõe uma gestão por competência mais integrada aos objetivos e à missão da organização (NERI, 2013). A gestão estratégica dos custos e despesas de uma empresa, para que seja efetiva no controle gerencial, precisa der realizada de forma integrada aos diversos departamentos da entidade (SILVA e GARBRECHT, 2016, p. 14).

Empresas que buscam uma gestão moderna de informação e gerenciamento tendem a utilizar fluxos transversais de comunicação. Esse modelo objetiva que a comunicação esteja integrada em todos os setores da empresa e proporciona uma maior efetividade da comunicação e do trabalho (KUNSCH, 2003).

4. Discussões

O crescente e acelerado desenvolvimento das tecnologias da informação vem modificando a forma de os indivíduos perceberem a realidade, de modo que os proporciona serem capazes de participarem de processos estratégicos na área de comunicação organizacional e a comunicação integrada é o processo que propicia essa participação (MORAES JÚNIOR, 2008).

A Comunicação é um processo contínuo e indispensável. Vê-la sob a ótica de um processo enfatiza a sua natureza inerente à vontade humana. Trata-se de um processo comunicativo definido como "conjunto de elementos interdependentes e dinâmicos que, de maneira multidimensional, atuam sinérgica e continuadamente" (KUNSCH, 2016).

Para Bueno (2014), a comunicação integrada, não consiste na junção entre várias competências ou atividades, mas expressa vínculo com os processos organizacionais e com a cultura organizacional. Ela se realiza a partir de uma política formal e estabelecida para ocorrer de maneira permanente.

Empresas que perseguem uma gestão moderna de informação e gerenciamento tendem a valorizar a comunicação integrada, sabendo que a sua utilização proporciona maior efetividade da comunicação. Isso tende a favorecer para que ocorram as contribuições dos indivíduos (KUNSCH, 2003, adaptado).

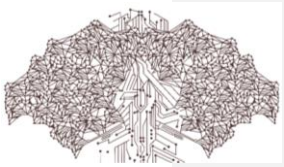
De acordo com Kunsch (2003, p. 150) a comunicação integrada acontece nas empresas de acordo com uma atuação sinérgica. Para Bueno (2014), a comunicação integrada, vai além da junção entre as várias competências ou atividades da empresa e se realiza vinculada a processos organizacionais e a partir de uma política formal estabelecida para ocorrer de maneira permanente. Há de se deduzir a importância de se somarem os esforços comunicativos

da organização e de se analisar as funções estratégicas de todas as atividades da empresa, integrando-as continuamente (REZ, 2017). Neste passo, torna-se possível observar que as estratégias pertinentes ao marketing digital, em vista do seu grau de importância estratégica, devem ter relevante importância. Convém ponderar que elas almejam a satisfação do consumidor digital.

Saad e Silveira (2016, p. 124) comentam que os consumidores digitais vêm apresentando mudanças de comportamento, o que ocorre por causa da maneira acelerada de como têm ocorrido os avanços tecnológicos, realidade que, de acordo com Chahin *et al* (2004, p. 125) tem importância central na formação de cada pessoa no que diz respeito à percepção do mundo virtual.

Pois bem. Se a afirmação de que as estratégias de marketing digital podem contar com a participação de todos os membros e departamentos de uma empresa, por qual meio ou processo isto acontece? Ferreira Júnior e Azevedo (2015, p. 134) dizem que as principais estratégias do marketing digital estão focadas no ato de passar a mensagem certa para a pessoa certa e no momento exato, adequando assim a comunicação e aumentando por consequência a assertividade da ação de marketing. É fato que, cada indivíduo integrante de uma empresa, independente do setor a que pertença, está incluso no contexto do ciberespaço. Cada pessoa que pertence a uma empresa, ao mesmo tempo em que é pertencente à organização, é, simultaneamente, indivíduo conectado, por óbvio, participante do contexto social e, bem como, segundo dizem Saad e Silveira (2016, p. 124) da atual comunicação mercadológica que se direciona a conhecer e envolver o consumidor digital.

Um indivíduo, pertencente a uma empresa, ainda que não seja da área de marketing, pode dar colaboração importante para as estratégias de marketing digital. Este indivíduo pode ser capaz de identificar, a partir de um olhar de consumidor, deficiências da gestão de relacionamento e perceber ações que podem ser adotadas ou melhoradas em favor da melhoria dos processos e em prol da satisfação do consumidor digital. Pode, por exemplo, identificar que uma estratégia de *Link Building* não está sendo realizada de forma adequada, ou que uma estratégia *Inbound Marketing* não está despertando grande interesse, por precisar de atualização de conteúdo. Além disso, pode avaliar uma *Advertainment*, analisando a sua capacidade de entreter. Essa percepção, é oportuno ressaltar, advém da sua condição de indivíduo conectado, capaz de perceber aspectos da realidade virtual e representa um ponto de vista valioso, identificado por quem é capaz de enxergar a organização por dentro e por fora. Se por um lado há a capacidade de enxergar a realidade mercadológica de acordo com o ponto de vista do consumidor digital, há, de igual modo, a possibilidade de contribuir com a empresa na apresentação e sugestão de ideias úteis para a formulação ou a adequação das estratégias de marketing digital.



5. Considerações finais

O presente trabalho demonstrou como a comunicação integrada pode propiciar o compartilhamento de informações entre os integrantes de uma empresa, favorecendo às estratégias de marketing digital, por meio da expertise coletiva dos membros da organização, qualificados usuários cibernéticos e potenciais contribuintes para a identificação de fatores favoráveis para o *marketing* digital.

Uma pesquisa que se desperta a partir do presente trabalho é como e quais ferramentas tecnológicas podem favorecer às ações de endomarketing.

Insta observar que, não basta, para uma empresa, ter indivíduos bem capacitados, munidos de competências e habilidades no que tange à realidade virtual. As contribuições que podem ser feitas para o marketing digital ocorrerão a partir do processo adequado de comunicação integrada, que, nesse sentido, será uma força na elaboração das estratégias de marketing digital.

Referências bibliográficas

ALCÂNTARA, Candice. Cumplicidade Virtual. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2013.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: alinhando teoria e prática**. São Paulo: Manole, 2014. (Série Comunicação Empresarial)

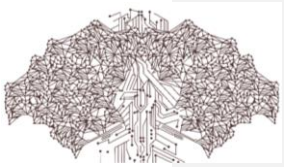
_____ [Org.]. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. São Paulo: Manole, 2015. (Série Comunicação Empresarial)

CASARIN, Helen de Castro Silva; CASARIN, Samuel José. **Pesquisa científica: da teoria à prática**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

CHAHIN, Ali [*et al*.]. **e-gov.br: a próxima revolução brasileira: eficiência, qualidade e democracia: o governo eletrônico no Brasil e no mundo**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

CONTENTOOLS. **Expo Fórum de *Marketing* Digital 2017: O que foi discutido no evento da Digitalks?**. Disponível em: < http://contentools.com.br/marketing-de-conteudo/expo-forum-de-marketing-digital-2017/>. Acesso em 02 de outubro de 2017.

CONVERSION. **Pesquisa Conversion do Consumidor Digital 2017**. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/ebooks/pesquisa-conversion-consumidor-digital-2017.pdf>. Acesso em: 30 de setembro de 2017.



CORDEIRO, Gisele do Rocio; MOLINA, Nilcemara Leal; DIAS, Vanda Fattori [Orgs.]. **Orientações e dicas para trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

DEV2. **O que é comunicação integrada**. Disponível em: < http://dev2.com.br/blogs/o-que-e-comunicacao-integrada/>. Acesso em: 07 de outubro de 2017.

DOYLE, C. **Information literacy in information society: a concept for the information age**. New York: Eric Clearinghouse on Information & Technology; Syracuse University, 1994.

DREYER, Bianca Marder. **Relações públicas na contemporaneidade – contexto, modelos e estratégias**. São Paulo: Summus, 2017.

FERREIRA JÚNIOR, Áquiles Batista; AZEVEDO, Ney Queiros de. ***Marketing* Digital: uma análise do mercado 3.0**. Curitiba: Intersaberes, 2015.

INTERNET INNOVATION. ***Marketing* Digital – Conceito e Definição**. Disponível em: <https://www.internetinnovation.com.br/blog/marketing-digital-conceito-e-definicao/>. Acesso em: 08 de outubro de 2017.

KENDZERSKI, Paulo Roberto. **Web *Marketing* e Comunicação Digital – bem vindo ao mundo digital**. 2. ed. São Paulo: RR Donnelley Moore, 2009.

KOTLER, P.; KELLER K. L. **Administração de *marketing***. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

_____ [Org.]. **Comunicação Organizacional Estratégica: aportes conceituais e aplicados**. São Paulo: Summus, 2016.

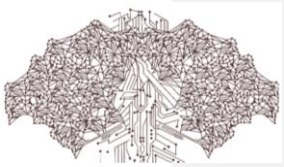
LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência – o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 1993.

_____. **O Que é o Virtual?**. São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **Cibercultura**; tradução de Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

MASCARENHAS, Sidnei A. [Org.]. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson, 2014. (Série Bibliográfica Universitária Pearson)

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.



MARKETING DE CONTEÚDO. **O que é *marketing* digital: tudo o que você sempre quis saber sobre o assunto está aqui**. Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/marketing-digital/#afinal>. Acesso em: 01 de outubro de 2017.

MARKETING & CIA. **5 Modelos de Negócios Digitais**. Disponível em: <http://marketingcia.com.br/5-modelos-de-negocios-digitais/>. Acesso em: 02 de outubro de 2017.

MOHR, Jakki [*et al*]. **Marketing para mercados de alta tecnologia e de inovação**. Tradução Heloisa Coimbra e Juliana Gevel. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. Título original: *Marketing of high-technology products and innovations*.

MORGADO, Maurício Gerbaudo. **Comportamento do consumidor *online*: perfil, uso da Internet e atitudes**. São Paulo: FGV-EAESP, 2003. 159 p. Disponível em <http://www.rede.bz/wp-content/files/biblioteca/86623.pdf>. Acesso em: 13 de outubro de 2017.
NASCIMENTO, Renato Souza do. **Comunicação empresarial integrada**. Rio de Janeiro: Seses, 2016.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial?** Coleção primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 1995.

NERI, Aguinaldo (Org.). **Gestão de RH por competências e a empregabilidade**. São Paulo: Papirus, 2013.

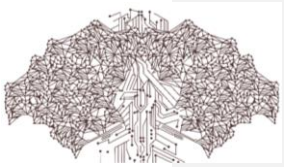
NEGÓCIO RENTABILIZADO. ***Marketing* Digital é apenas uma renda extra ou novo modelo de negócio?**. Disponível em: < http://negociorentabilizado.com/marketing-digital-e-apenas-uma-renda-extra-ou-novo-modelo-de-negocio/>. Acesso em 02 de outubro de 2017.

OGDEN, James R.. **Comunicação integrada de *marketing***. Tradução/revisão técnica Cristina Becellar. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

OPT3 *MARKETING* DIGITAL. **Dicionário do *marketing* digital – conheça as principais palavras e expressões do *marketing* digital para você nunca mais esquecer**. Disponível em: <http://opt3.com.br/wp-content/uploads/2017/05/EBook-1-Dicion%C3%A1rio-do-Marketing-Digital-1.pdf>. Acesso em: 01 de outubro de 2017.

RESULTADOS DIGITAIS. **Como vender mais utilizando *marketing* digital e geração de leads**. Disponível em: <http://resdigitais.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2014/09/ebook-Como-vender-mais-utilizando-marketing-digital-e-gera%C3%A7%C3%A3o-de-leads.pdf>. Acesso em: 30 de setembro de 2017.

REZ, Rafael. **Marketing Digital e o novo perfil do consumidor digital**. *Nova escola de marketing*, 2016. Disponível em: <http://novaescolademarketing.com.br/marketing-de-conteudo/marketing-digital-e-o-novo-perfil-do-consumidor-digital>. Acesso em 13 de outubro de 2017.



_____. **Comunicação Integrada**. *Nova Escola de Marketing*, 2017. Disponível em: < http://novaescolademarketing.com.br/comunicacao-corporativa/comunicacao-integrada/>. Acesso em 15 de outubro de 2017.

QUECONCEITO. **Conceito de Organização**. Disponível em: <http:/queconceito.com.br/organizacao>. Acesso em: 01 de outubro de 2017.

REVISTA EXAME. **Kotler diz o que faria se estivesse começando hoje**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/revista-exame/kotler-por-kotler/>. Acesso em: 30 de setembro de 2017.

_____. ***Marketing* exige integração entre as áreas da empresa**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/marketing/marketing-exige-integracao-entre-as-areas-da-empresa/. Acesso em: 30 de setembro de 2017.

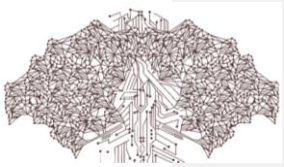
SAAD, Elizabeth; SILVEIRA, Stefanie C. [Orgs.]. **Tendências em comunicação digital**. São Paulo: ECA/USP, 2016.

SILVA, Ernani João; GARBRECHT, Guilherme Teodoro. **Custos empresariais: uma visão sistêmica do processo de gestão de uma empresa**. Curitiba: Intersaberes, 2016.

STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. **E-*marketing***. Tradução Regina Claudia Loverri. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. Título original **E-marketing**. 6. ed. norte-americana.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: estratégias de *marketing* digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais – *cases*, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2010.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL E MOBILIDADE: PERFIL DOS APLICATIVOS OFICIAIS DAS PREFEITURAS BRASILEIRAS[1]

Nayra Veras de Araujo[2]

Resumo: O artigo consiste numa pesquisa exploratória sobre os aplicativos oficiais das prefeituras brasileiras tendo como recorte as capitais dos 26 estados. O trabalho discute as características dos aplicativos e sua classificação a partir das áreas de concentração e fluxos comunicacionais. Como marco teórico de referência temos os debates sobre comunicação pública. O artigo tem como objetivo empírico apresentar um panorama sobre como as prefeituras brasileiras estão utilizando aplicativos de dispositivos móveis para a comunicação com o cidadão e, como objetivo teórico, aproximar as discussões sobre comunicação pública com o debate sobre mídias móveis.

Palavras-chaves: Aplicativos. Comunicação Pública. Prefeituras. Brasil.

Introdução

A relação entre mídias digitais móveis e gestão pública não é uma prática recente. Intensificada a partir do início do século XXI, a temática tem sido tratada sobretudo nas discussões sobre práticas de bom governo, associadas às discussões sobre governo eletrônico e seu desdobramento em governo móvel, ou *m-government*. As discussões se manifestam em um ambiente em que se proliferam novas formas e possibilidades de relacionamento do cidadão com o Estado, das quais podemos citar as tecnologias móveis e sua crescente capacidade de capturar, classificar e transmitir imagens, sons, localização e outros dados. A captação de dados do ambiente associada à capacidade para informar a sua localização faz com que as aplicações desenvolvidas usando aplicativos móveis sejam a primeira manifestação da visão de computação ubíqua onde a computação pode acontecer em qualquer lugar e a qualquer hora. (WINKLER; ZIEKOW; WEINBERG, 2012).

Nos últimos anos, os discursos associados ao uso das tecnologias na gestão pública aparecem relacionados também à questão das cidades inteligentes[3] (*smart cities*) (KITCHIN,

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 3: Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisadora é doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia – UFBA. Mestre em Políticas Pública (UFPI) e participa do Laboratório de Pesquisa em Mídia Digital, Redes e Espaço em Comunicação (UFBA). E-mail: nayraveras@hotmail.com

3 Cidades inteligentes são projetos de iniciativas públicas e/ou privadas, marcados por uma forte narrativa tecnocrática e valorização do papel transformador dessas tecnologias no tecido urbano (LEMOS, 2017).

2016; NAM e PARDO, 2014; ALBINO, BERARDI e DANGELICO, 2015), que buscam o desenvolvimento sustentado e a melhoraria da qualidade de vida dos cidadãos, ampliando as formas de participação e interação com os gestores e o poder público (ALBINO, BERARDI e DANGELICO, 2015). Esse debate está vinculado ao atual estágio de desenvolvimento da internet móvel, da internet das coisas (IoT), do Big Data e da governança algorítmica, o que inclui também a discussão sobre os serviços disponibilizados aos cidadãos através de aplicativos de dispositivos móveis.

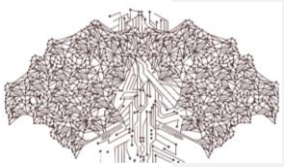
Neste artigo propomos uma aproximação da temática dos aplicativos móveis com as discussões sobre comunicação pública. Com o objetivo de oferecer um panorama sobre como as prefeituras brasileiras têm utilizado aplicativos na gestão pública municipal e como tais usos se relacionam com o conceito e práticas da comunicação pública.

O estudo exploratório revelou diversos usos para os aplicativos, incluindo aqueles ofertados para divulgar eventos, realizar consultas públicas, solicitar serviços, etc. O foco da pesquisa são os aplicativos desenvolvidos e/ou gerenciado pelas prefeituras, ou contratados por ela, para o uso oficial na gestão pública municipal. Com o levantamento foi possível verificar que os aplicativos são utilizados principalmente com três objetivos: comunicação com o cidadão, oferta de informações ou disponibilização de serviços. Essas apresentações serão detalhadas ao longo do artigo que se estrutura em três partes, além desta introdução e das considerações finais. A primeira discute o conceito de comunicação pública; a segunda apresenta o recorte e as justificativas para escolha do corpus, além dos resultados da pesquisa e a terceira apresenta uma discussão sobre a temática.

Comunicação Pública: revisando um conceito

Desde que começou a figurar como objeto de estudo no cenário brasileiro por volta de meados dos anos 1990, os trabalhos envolvendo a temática da comunicação pública têm sempre como parte de suas atividades a revisão teórico conceitual da bibliografia já produzida sobre o assunto. Tais pesquisas concentram-se geralmente na consulta e referência aos mesmos autores, com efeito Matos (2009), Brandão (2009), Duarte (2009), Zémor (1995) estão entre os autores mais citados. A comunicação pública aparece como aquela voltada para o interesse público cujo foco é resguardar os direitos do cidadão e garantir o exercício da cidadania.

O termo comunicação pública começa a ser utilizado ainda na década de 1920, mas é somente a partir dos anos 1990 que se intensificam as publicações nessa área e se concentram esforços no sentido de sistematização de uma definição. No Brasil, a expressão passou a integrar



o rol de referências acadêmicas sobre o assunto em 1995, quando o francês Pierre Zémor, presidente da associação francesa *Communication Publique*, órgão que reúne os responsáveis pela comunicação das instituições públicas da França, lançou o livro *La communication publique*, um documento pioneiro na sistematização dos usos da comunicação pública no âmbito das instituições governamentais (MONTEIRO, 2009). No Brasil, traduzido livremente pela professora Elizabeth Brandão, em 1998, o livro de Zémor ganhou repercussão entre pesquisadores e estudantes da área. Desde então, as pesquisas na área não têm escapado da revisão conceitual sobre como definir comunicação pública, estando entre eles autores como Brandão (2009), Matos (2009); Bucci (2015), Duarte(2009), Haswani (2013) e Escudera (2015).

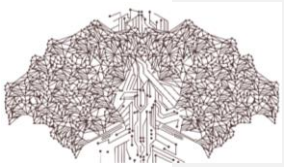
Para Pierre Zémor, a comunicação pública diz respeito a troca e a partilha de informações de utilidade pública, ou de compromissos de interesse geral e se situa necessariamente no espaço público, sob o interesse do olhar do cidadão e suas informações asseguram o interesse geral e implicam transparência. Zémor defende que as finalidades da Comunicação Pública não devem estar dissociadas das finalidades das instituições públicas, cujas funções são de:

> […] a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) de ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); d) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social (ZÉMOR, 1995, p.1).

Pelo exposto, depreende-se da leitura de Zémor que a Comunicação Pública tem por finalidade principal a tomada de consciência do cidadão enquanto ator no processo de comunicação com o Estado, que figura como principal fonte de informação. Assim, seu objetivo é a informação para a cidadania e seu objeto são temas de interesse geral com vistas a alcançar a finalidade prevista. Desse modo, para Zémor é fundamental a compreensão de que a comunicação pública deve ter como foco de sua atenção o cidadão.

Duarte (2009) é um autor brasileiro que segue as orientações de Zémor, para quem a Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, segundo ele, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. Adotam-se como referência, conceitos como cidadania, democratização, participação, diálogo, interesse público. O objetivo central é fazer com que a sociedade ajude a melhorar a própria sociedade. Nesse trabalho de qualificar a gestão do público, a comunicação pública pode ser fundamental para:

> a) identificar demandas sociais; b) definir conceitos e eixos para uma ação pública coerente e integrada; c) promover e valorizar o interesse



> público; d) qualificar a formulação e implementação de políticas públicas; e) orientar os administradores em direção a uma gestão mais eficiente; f) garantir a participação coletiva na definição, implementação, monitoramento, controle e viabilização, avaliação e revisão das políticas e ações públicas; g) atender as necessidades do cidadão e dos diferentes atores sociais por obter e disseminar informações e opiniões, garantindo a pluralidade no debate público; h) estimular uma cidadania consciente, ativa e solidária; i) melhorar a compreensão sobre o funcionamento do setor público; j) induzir e qualificar a interação com a gestão e a execução dos serviços públicos; e k) avaliar a execução das ações de interesse coletivo. (DUARTE, 2011, p. 128).

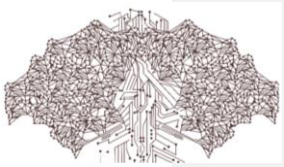
Neste mesmo aspecto, o autor italiano Stefano Rolando (2011) defende que a comunicação pública trata-se de uma tarefa claramente identificada no plano social para diminuir a distância entre instituições e cidadãos na vida cotidiana e, portanto, em torno de: 1) Leis e sua aplicação; 2) do acesso a serviços e 3) da necessidade de promover os interesses coletivos e desenvolver competitividade.

Conforme Duarte (2009), o uso da expressão está associado ao esforço de melhorar a vida das pessoas pela comunicação. “Para conseguir isso, os instrumentos de comunicação são utilizados a partir do ponto de vista do cidadão em sua plenitude e não apenas em suas faces de consumidor, eleitor, usuário” (DUARTE, 2009, p. 61). Com isso, entendemos que a visão do autor se aproxima da compreensão de Zémor e destaca o aspecto de igualdade entre indivíduos, independente da posição social ou econômica que ele ocupe.

A comunicação pública deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo (DUARTE, 2009). Corroborando o argumento de Duarte, Matos (2009, p. 4) afirma que “na comunicação pública, o cidadão não é visto como beneficiário das ações de governo. Deve ser visto como parceiro moralmente capaz de formular, expressar e defender seus pontos de vista em processos deliberativos e decisórios”.

Para a Haswani (2013, p. 120):

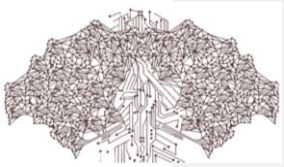
> Os pontos de vista mais consagrados destacam que a comunicação pública compreende processos diversos e faz interagir atores públicos e privados na perspectiva de ativar a relação entre Estado e cidadãos, com o intuito de promover um processo de crescimento civil e social. Seu objeto são temas de interesse geral e sua finalidade é contribuir para a realização desse interesse. Os atores que promovem essa modalidade de



> comunicação são, em primeira instância, os sujeitos institucionais – o ente Estado, abstrato, e suas administrações, braço concreto do executivo – no sentido de implementar a transparência e a maior eficácia da ação dos poderes públicos, mas também de sensibilizar os cidadãos sobre problemas de particular interesse e significado para o desenvolvimento civil da sociedade.

Conforme Duarte (2009), as grandes barreiras da comunicação não são a falta de instrumentos ou de informação, mas "a dificuldade em ajudar o interessado a descobrir que ela existe, onde está, como acessá-la e como utilizá-la para aumentar seu conhecimento e capacidade de agir". (DUARTE, 2009, p. 67). A compreensão de Duarte corrobora um argumento defendido por Haswani (2011), que é a defesa da Comunicação Pública como uma atitude proativa do Estado para a informação dos cidadãos sobre direitos constitucionais. Para isso, Kunsch (2011) defende que o debate sobre comunicação pública abrange distintos campos de conhecimento e práticas sociais e profissionais. Segundo ela, "as áreas de comunicação organizacional e relações públicas abrigam, de modo privilegiado, essa experiência, à medida que as instituições públicas e privadas desenvolvem ações estratégicas dirigidas a públicos específicos, com instrumentos de comunicação em defesa do interesse público (KUNSCH, 2011, p. 15). Acrescentando que como espaço estratégico de visibilidade, os meios de comunicação de massa são essenciais à consecução da comunicação pública. Conforme a autora, na era digital a comunicação pública conta com novos suportes e meios que revolucionam conteúdos, assim como as formas e processos de produzir comunicações. As tecnologias de informação surgiram e se desenvolvem para favorecer a comunicação, o relacionamento e a participação de cidadãos nas questões de interesse coletivo, mas Kunsch (2011) alerta que elas podem simplesmente ser meras promotoras de maior rapidez de circulação da informação e oferecer serviços de má qualidade. Isto se não vierem acompanhadas de uma profunda reestruturação administrativa no setor público e de um olhar mais atento das organizações para ascensão da sociedade civil na vida política dos países, se não estiverem sustentadas por estratégias apropriadas de comunicação (KUNSCH, 2011).

Neste contexto, os aplicativos são apresentados pelos governos atuais como nova ferramenta de comunicação entre governo e sociedade. As possibilidades de mobilidade, de captura de dados e de troca de informações em tempo real faz com que os dispositivos móveis e, consequentemente os aplicativos, sejam citados como ferramentas que possibilitem maior acesso à informação e também melhores possibilidades de participação. A literatura sobre governo móvel defende que este oferece poderosa capacidade transformacional para o setor público, trazendo oportunidades de acesso aos recursos públicos, informações e serviços. Os custos mais baixos e a facilidade de uso dos dispositivos são citados como responsáveis por remover as barreiras e



proporcionar capacitação para que os cidadãos se conectem rápida e eficientemente com o governo (OCDE, 2011). Como vantagens são citados a otimização de custos, as melhorias de comunicação e coordenação de dados, o acesso a grupos difíceis de alcançar (ex: idosos, pessoas com deficiência, cidadãos que vivem em áreas rurais), a personalização de serviços, a mobilidade e onipresença. Entretanto, conforme vimos no parágrafo anterior, não é somente a existência de novas ferramentas que conduzirá a melhores práticas de comunicação pública, pois esta precisa estar amparada em novas formas de gestão e de educação no debate público. Deste modo, ao propor a investigação sobre os aplicativos no contexto dos municípios brasileiros é também uma forma de verificar quão inovador tem sido a comunicação proporcionada por esses dispositivos.

Em síntese, o que se percebe é que o conceito de comunicação pública aparece na literatura como um conjunto de regras que guia práticas comunicacionais entre Estado, governo e sociedade, com o objetivo de informar para construir cidadania. A bibliografia sobre o assunto, na maioria das vezes, parte de estudos com tradição organizacional/institucional que remete a pensá-las sob uma perspectiva de estratégia administrativa. Num esforço de síntese entendemos a comunicação pública como um processo que não tem pólo de emissão único. Embora o Estado (incluindo aí suas unidades administrativas – União, estados e municípios; e as instituições dos três poderes – Executivo, legislativo e Judiciário) possam atuar na maioria das vezes como emissor do processo de comunicação pública, essa não é sua exclusividade. Entretanto, ele não pode ser deixado de fora do processo, pois, via de regra a comunicação pública tende a atingir o Estado, que ora age como emissor, ora como interlocutor e ora como receptor de demandas e informações. Em todo caso, é necessário esclarecer que a comunicação pública não se confunde com a comunicação estatal, pois esta se manifesta quando o Estado atua em benefício próprio, excluindo sua preocupação com o cidadão. Neste ponto, cabe uma observação de Brandão (2009) de que "a comunicação pública não é comunicação governamental, diz respeito ao Estado e não ao governo".

O foco da ação da comunicação pública é o cidadão, e este não deve ser visto como um pólo passivo do processo de comunicação, mas aquele dotado de direitos e garantias e capaz de atuar e exigir do Estado espaço para interlocução sobre temas de seu interesse. Deste modo, o Estado deve dispor de canais para tomada de consciência do cidadão enquanto ator no processo de comunicação com o Estado, o isso inclui abertura de canais de comunicação, participação e compartilhamento por parte do cidadão.

Nossa compreensão é que a Comunicação Pública se define como a comunicação realizada pelo Estado, em relação com os cidadãos (estes compreendidos como atores de direitos), com vistas a informar sobre os direitos (o que inclui informação sobre os direitos e a forma como

acessá-los e amparadas por um dispositivo legal), realizada por diferentes meios, de modo a atingir os diferentes níveis de participação. Em todos os casos ressalta-se a comunicação pública como uma modalidade de comunicação que precisa ser pensada de forma estratégica e integrada visando atingir uma finalidade específica e não com posturas isoladas. A Comunicação Pública tem assim, um viés estratégico, gerenciado normalmente pelos departamentos e profissionais de comunicação; e também político, pensado pelos gestores públicos.

Em termos políticos, os estudos de comunicação pública se aproximam das discussões sobre democracia e demanda como critério de análise não apenas a definição sobre suas estratégias operacionais, mas também a presença de critérios de participação, transparência e publicidade que se manifestam também no discurso jurídico legal, como a Constituição Federal, a Lei de Acesso a Informação, a Lei de Acesso à Informação (nº 12.527/2011), Lei de Responsabilidade Fiscal e Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/ 2014).

Panorama dos aplicativos oficiais dos municípios brasileiros

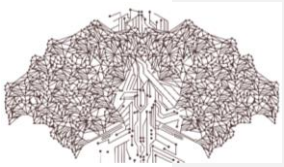
O Brasil lidera a lista de países com mercado mais competitivos do mundo para aplicativos móveis (TAKAHASHI, 2016). Apesar disso, pesquisa realizada em 2015 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) revela que uso de tecnologias móveis, e, consequentemente, de aplicativos de dispositivos móveis para a oferta de informações e serviços ainda é um desafio para as prefeituras brasileiras. De acordo com a pesquisa[4], apenas 4% das prefeituras brasileiras oferecem aplicativos para dispositivos móveis.

O percurso metodológico da pesquisa consistiu na observação dos aplicativos utilizados pelas prefeituras das 26 capitais dos estados brasileiros. Para isso, procedeu-se busca[5] na loja da *Play Store*[6] e consulta nos portais governamentais das prefeituras. Foram considerados aplicativos que atendiam simultaneamente a quatro requisitos: 1) ter como público-alvo o cidadão; 2) estar disponível para download na *Play Store*; 3) ser apresentado pela Prefeitura como um aplicativo oficial; 4) ter no mínimo 100 downloads. A definição desses critérios implica dizer que alguns aplicativos ficaram fora da amostra por não atenderem a um dos critérios, mesmo que se tratasse de experiências com temáticas relevantes para a cidadania e por consequência, para a comunicação pública. É necessário dizer ainda que o foco da pesquisa são os aplicativos

[4] A pesquisa da Cecti.br foi realizada entre julho e outubro de 2015 e entrevistou 996 prefeituras e 620 órgãos públicos federais e estaduais.

[5] Os dados foram coletados nos meses de setembro e outubro de 2017.

[6] Pesquisa da consultoria IDC revela que 95,5% dos aparelhos comercializados entre julho e setembro de 2016 rodavam o sistema operacional Android no Brasil.



desenvolvidos e/ou gerenciado pelas prefeituras, ou contratados por ela, para o uso oficial na gestão pública municipal. Deste modo não foram analisados aplicativos de mídias sociais genéricas[7], como Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, You Tube e Google Maps. Também não foram analisados aplicativos como Uber e Waze[8]. Foram excluídos ainda os aplicativos usados para a gestão interna da prefeitura e aqueles destinados a eventos específicos[9].

No levantamento realizado nesta pesquisa foi possível catalogar a presença de 90 aplicativos diferentes distribuídos pelas 26 capitais dos estados brasileiros. Se consideramos os aplicativos que são utilizados em mais de uma cidade esse número sobe para 104.

Apenas nas cidades de Macapá (AP) e Boa Vista (RR) não foram identificados aplicativos de acordo com os critérios estabelecidos. Foi possível observar que há uma tendência a proporcionalidade entre a quantidade de dispositivos ofertados e o tamanho da população da cidade, ou seja, cidades com maior concentração populacional também apresentam maior quantidade de aplicativos. Mas essa não é regra, Vitória (ES), por exemplo, está entre as capitais com menor concentração populacional do país, mas possui a mesma quantidade de aplicativos de grandes metrópoles como Salvador e Fortaleza, por exemplo.

QUANTIDADE DE APLICATIVOS OFICIAIS POR CAPITAL

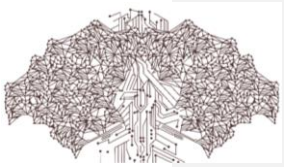
ESTADO	CIDADE	POPULAÇÃO[10]	QT. APPS
SP	São Paulo	12.106.920	19
RJ	Rio de Janeiro	6.520.266	18
BA	Salvador	2.953.986	6
CE	Fortaleza	2.627.482	6
MG	Belo Horizonte	2.523.794	3
AM	Manaus	2.130.264	4
PR	Curitiba	1.908.359	2
PE	Recife	1.633.697	3
RS	Porto Alegre	1.484.941	6
GO	Goiânia	1.466.105	3
PA	Belém	1.452.275	2
MA	São Luís	1.091.868	2

[7] No levantamento exploratório foi possível verificar que algumas prefeituras fazem uso de aplicativos gerais para oferta de serviços próprios da prefeitura. Como por exemplo a Prefeitura de Manaus que usa o aplicativo Google Maps para informar a população sobre a localização das carretas de saúde, que oferecem serviço itinerante de consultas e exames. Em alguns casos também foi identificado o uso do WhatsApp por algumas secretarias ou órgãos para facilitar a comunicação com o cidadão. Ex: Prefeitura de Porto Velho (RO), Natal (RN), Campo Grande (MS).

[8] Exceto para os casos em que a Prefeitura tem um acordo/contrato assinado para troca de informação. Ex: Prefeitura do Rio de Janeiro e o aplicativo waze.

[9] Cita-se, como exemplo, o aplicativo "Carnaval 2017 – tem folia na cidade" disponibilizado pela prefeitura de Rio Branco (AC) com a programação do carnaval, e Recife bom de bola, criado para programação e interação do campeonato em 2015 entre outros.

[10] Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Estimativa população 2017. Acesso: 17/10/2017.



AL	Maceió	1.029.129	3
RN	Natal	885.180	2
MS	Campo Grande	874.210	1
PI	Teresina	850.198	2
PB	João Pessoa	811.598	2
SE	Aracaju	650.106	1
MT	Cuiabá	590.118	4
RO	Porto Velho	519.436	2
SC	Florianópolis	485.838	1
AP	Macapá	474.706	0
AC	Rio Branco	383.443	2
ES	Vitória	363.140	6
RR	Boa Vista	332.020	0
TO	Palmas	286.787	4
Total			104

Dados dos aplicativos: pesquisa da autora.

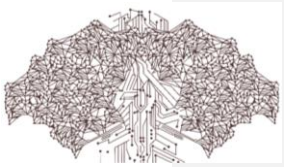
Os aplicativos foram classificados por área/setor de concentração em: 1) Administração Pública; 2) Cidadania e Direitos; 3) Lazer, Cultura e Turismo; 4) Educação; 5) Finanças e Tributos; 6) Infraestrutura Urbana; 7) Meio Ambiente; 8) Mobilidade (Trânsito e Transporte); 9) Saúde e 10) Segurança.

O setor de mobilidade é o que apresenta maior concentração de aplicativos por áreas. Ao todo foram verificados o uso de 28 aplicativos nesse setor, um percentual[11] de 26,9%. O setor inclui as atividades de trânsito e transporte, inserindo-se aplicativos com a finalidade de fornecer informações sobre os horários de ônibus ou metrô, localização de estacionamentos, reclamações e denúncias sobre problemas em vias públicas.

Dos 28 aplicativos identificados, 15 (53,6%) tem a funcionalidade de informar sobre o horário do ônibus, seja online ou off-line. Para a oferta dos serviços online, as funcionalidades mais exigidas dos usuários é o compartilhamento de geolocalização. Dos aplicativos de transporte é possível verificar que os apps Meu ônibus, Cittamobi e Moovit são os principais aplicativos a oferecerem esses serviços.

Além dos apps que disponibilizam informações sobre rota e horários dos ônibus, destacam-se entre os aplicativos de mobilidade aqueles destinados ao aluguel de bicicletas. Eles representam 14,3% dos aplicativos de mobilidade. Na sequência aparecem os apps cuja finalidade é registrar ocorrências no trânsito, são dois apps que aparecem em três cidades: são eles Noa Cidadão, disponível na cidade de Salvador, e Capester utilizado nas prefeituras de Vitória e Porto Alegre para o registro de infrações de trânsito através de vídeos. Em menor proporção, aparecem

[11] Os percentuais são dados por aproximação.



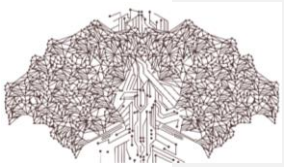
os aplicativos para metrô, táxi e estacionamento. Cada um com 3,7%. As prefeituras do Rio de Janeiro e Vitória utilizam ainda o Waze para o monitoramento oficial do trânsito da cidade.

Em segundo lugar, com maior representatividade aparecem os aplicativos de Administração Pública que inclui aqueles voltados para questões com informações públicas sobre o funcionamento de órgãos públicos e serviços de atendimento ao cidadão (SAC) como agendamento de serviços eletrônicos, emissão de contracheque de servidores, Ouvidoria e Diário Oficial. Eles estão presentes em 17 capitais e correspondem a 16,3% do universo analisado. Nessa área estão inseridos aplicativos para o registro de solicitação de serviços e comunicação com o cidadão, tais como: Fala Campo Grande, Tag Ouvidoria Belo Horizonte, BH Resolve Mobile. Nos aplicativos de administração estão incluídos também aqueles que oferecem serviços para os servidores públicos, como o DescontApp, Portal do Servidor e Rh 24 horas. Embora haja uma grande quantidade de aplicativos nessa área, diferentemente dos aplicativos de trânsito, os quais apresentam uma padronização sobre os serviços ofertados, nesta categoria estão agrupados serviços muitos diferentes, incluindo serviços de ouvidoria, diário oficial, SAC e agendamento eletrônico.

Em terceiro lugar, em termos de representatividade, estão os aplicativos da área de Finanças e Tributos, com 13,5%. Embora liste a terceira posição, verifica-se um desequilíbrio na sua distribuição, pois 71,4% desse percentual é representado pela cidade de São Paulo. Os aplicativos dessa área oferecem serviços para emissão de IPTU, emissão e acompanhamento de nota fiscal e pagamento de impostos e taxas. Além de São Paulo, foram identificados aplicativos com essas funcionalidades em Manaus, Fortaleza e Salvador.

Na sequência, com um percentual de 12,5%, estão os aplicativos classificados na área de Saúde. Entre as funcionalidades encontradas nos serviços dessa área estão: disponibilizar informações sobre o funcionamento das Secretarias Municipais de Saúde, localização de unidades de atendimento de saúde, informações sobre postos de medicamento, marcação de consultas e denúncias de registro de focos do mosquito da dengue. O registro de focos do mosquito *Aedes aegyptis* dengue apresenta o maior percentual de atividades nessa área, sendo responsável por 38,5% dos aplicativos nessa área, incluindo-se Goiânia contra o Aedes, Xô Aedes, Aqui Mosquito não se cria e Xô Mosquito.

A área de infraestrutura representa 9,6% do total e está presente em 10 cidades. O foco desses aplicativos é fazer o registro de problemas urbanos como iluminação pública, pavimentação asfáltica, buraco nas vias, coleta de lixos e entulhos. Sua funcionalidade principal é solicitar um serviço ao setor público ou fazer o registro de algum problema urbano como uma denúncia, ressaltando o poder do cidadão como um ente fiscalizador do serviço público.



Pertencem a esse grupo os aplicativos Porto Velho iluminada, Colab, Cidade iluminada, SP 156 e 1746 Rio. O aplicativo Colab se repete em cinco das prefeituras analisadas (Curitiba, Natal, Porto Alegre, Recife e Teresina).

A área de Meio Ambiente contempla 5,8% dos aplicativos. As principais funcionalidades identificadas nesses aplicativos são o registro de denúncias de crimes ambientais, indicações de locais para entrega de lixo reciclável e informações climáticas sobre o tempo/clima.

Em menor proporção aparecem os aplicativos da área de segurança, com apenas 1,9% e sendo representado pelos aplicativos "Juntos pela Segurança" e "Ordem Pública Cuiabá".

A classificação em áreas não esgota todas as possibilidades interpretativas e nem todas as classificações possíveis para os aplicativos analisados. Em decorrência disso e visando analisar os aplicativos em termos de comunicação, procedeu-se a classificação sobre os fluxos de comunicação.

Uma preocupação recorrente quando se trata de comunicação pública é avaliar o nível de interação e aproximação entre o setor público e os cidadãos, avaliando as ferramentas e dispositivos que a entidade pública dispõe para comunicação com o cidadão. Em decorrência dessa preocupação neste trabalho buscou-se avaliar também os fluxos de comunicação dos aplicativos.

Sobre isso, antes de apresentar os resultados, cabe uma advertência inicial: aplicativos de comunicação são apenas uma entre tantas funcionalidades específicas oferecidas pelos mesmos. Deste modo, avaliar o fluxo de comunicação em aplicativos de serviços por vezes é uma tarefa inexequível. Ainda assim, nos esforçamos para apresentá-la.

Da amostra avaliada foi possível identificar cinco modelos de fluxos diferentes. Fluxo unidirecional foi o predominante, verificado em 49% dos aplicativos. Este modelo representa troca de informações entre cidadão e prefeitura em apenas um sentido. Ou seja, o cidadão/usuário ou envia informações ou recebe informações. Os números indicam que as informações partindo da prefeitura acontecem em maior proporção, estando presente em 40,4%. Somente 8,6% são desenvolvidos com o objetivo de solicitar informações dos usuários em um processo de comunicação unilateral.

Na sequência aparecem os aplicativos de fluxo bidirecional, eles representam 38,5% dos aplicativos analisados. Via de regra, listamos nessa categoria aqueles aplicativos em que o cidadão pode se comunicar com o setor público para solicitar um serviço, e o mesmo recebe uma resposta ou pode monitorar o acompanhamento da sua solicitação pelo próprio aplicativo. Em algumas situações o acompanhamento não é possível, mas como o aplicativo dispõe de um canal de abertura para que o usuário possa enviar informações para a prefeitura. Entretanto, como dito

anteriormente o esforço por classificar os níveis de comunicação nos obrigou a incluir apps de serviços nessa modalidade, assim aqueles que apresentam funcionalidades transacionais, ou seja, em que o usuário acessa o serviço via dispositivo e executa toda sua atividade eletronicamente foram listados na categoria de bidirecionais. Apesar do foco ser a comunicação entre cidadão e prefeitura, foi verificado ainda um fluxo bidirecional entre cidadão-cidadão. O melhor exemplo desse último tipo é o Táxi Rio, um aplicativo desenvolvido pela Prefeitura do Rio de Janeiro para comunicação entre taxistas e usuários de táxis. A proposta do aplicativo é ser uma alternativa oficial para substituir o uso de aplicativos para transporte clandestino (ilegal) de passageiros.

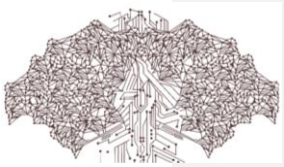
Em resumo, foram categorizados como bidirecionais:

1. Aplicativos de comunicação entre cidadão e prefeitura. Ex: 1746 Rio, Vitória Online, Fala Campo Grande, Acelera SP, BH resolve mobile etc.
2. Aplicativos de transação eletrônica: Zona Azul Beira Mar, Zona Azul, Nota Paulistana, Nota Salvador.
3. Aplicativos de comunicação entre cidadãos: Táxi Rio, Pic Pay.

E por fim, em menor proporção, estão os aplicativos classificados aqui com fluxo multidirecional, eles representam 11,5% da amostra analisada e corresponde aqueles aplicativos em que, tanto a prefeitura quanto os cidadãos contribuem para a oferta de dados e informações.

Em relação aos fluxos de comunicação e as áreas identifica-se algumas tendências. Os aplicativos na área de Cultura/Lazer/Turismo têm, predominantemente, o fluxo de comunicação unidirecional descendente (da Prefeitura para o Cidadão – Turista), via de regra se trata de aplicativos de serviços para orientar o turista sobre pontos turísticos, história da cidade, restaurantes, hotéis e sistemas de transportes. Não há muitas possibilidades de comunicação. Exceção para o aplicativo Labnavia que se trata de um game interativo e educativo com orientações sobre o espaço urbano.

Diferentemente do setor de turismo, a área de infraestrutura urbana concentra o maior percentual de aplicativos com abertura para a participação ou comunicação com o cidadão. No geral se trata de aplicações em que o cidadão pode reportar problemas de infraestrutura urbana como buracos nas vias, entulho, lixo, melhoria das calçadas, iluminação etc. O registro se faz através do compartilhamento da localização e de fotos do incidente. Em 100% dos aplicativos nessa área é possível fazer um registro de ocorrência para enviar informações para o setor público. A diferença entre eles está na forma de recepção e compartilhamento dessas informações: nos aplicativos Porto Velho iluminada e Olhares Urbanos o cidadão envia suas postagens ou denúncias sobre problemas urbanos, mas não recebe *feedback* ou acompanha a sua postagem, é o típico caso de fluxo unidirecional ascendente (do cidadão para a prefeitura); no SP 156, Cidade



iluminada, Alô Pequi e 1746 Rio a comunicação ocorre no fluxo bidirecional. Ou seja, o cidadão entra em contato com a prefeitura e tem a possibilidade de acompanhar o andamento da sua solicitação via aplicativo; no aplicativo Colab, por sua vez, é possível fazer o registro e acompanhar a solicitação e o registro dos demais usuários. É possível ainda compartilhar e apoiar a causa, num claro exemplo de fluxo multidirecional.

A área de Cidadania e Direitos é constituída basicamente de aplicativos de Procon, e em sua totalidade apresentam fluxo bidirecional. Em geral, os aplicativos funcionam disponibilizando informações sobre os direitos do consumidor, orientações sobre locais de atendimento e espaço para registro de denúncias.

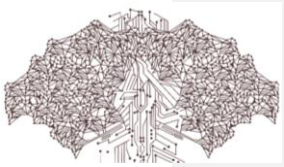
A área de Finanças e Tributos apresenta fluxos variados, não é possível estabelecer um padrão sobre esse quesito. O único padrão verificado é que os aplicativos são principalmente de serviços, mesmo aqueles classificados como bidirecionais, trata-se de aplicativos de transações eletrônicas com alguma abertura para a comunicação.

A área de mobilidade concentra-se em aplicativos de fluxos bidirecionais ou unidirecionais da Prefeitura para o cidadão, isto porque, como dito anteriormente, a principal funcionalidade identificada nessa área é a oferta de informações sobre a rota e horário dos ônibus (comunicação unilateral). Ocorre em alguns casos a oferta de canais para que o cidadão possa interagir com a prefeitura.

Nas áreas de saúde e meio ambiente, o fluxo unidirecional da prefeitura para o cidadão é predominante. E na área de administração aparecem na mesma proporção unidirecional e bidirecional.

Discussão

O uso da internet no setor público trouxe em seu bojo expectativas de que poderiam ampliar ou amplificar as possibilidades de participação e engajamento da sociedade em questões de interesse público. De lá pra cá, sites, redes sociais e diversas outras mídias sociais (blogs, chats, fóruns etc.) têm sido pensados como ferramentas estratégicas para melhoria da comunicação com a sociedade. Os aplicativos de dispositivos móveis representam a nova face desse discurso, presente nas discussões teóricas sobre o gerenciamento urbano e nos debates políticos que os citam como canais para viabilizar a oferta de serviços e comunicação com os cidadãos. Conforme Kitchin (2014) tecnologias e serviços digitais aumentam e facilitam a forma como entendemos e planejamos cidades, como gerenciamos serviços e vivemos nas vidas urbanas. Mas, se por um lado, é correto afirmar que os serviços de governo móvel têm obtido êxito na melhoria do acesso

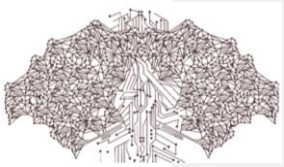


aos serviços à população, ainda não se podemos dizer o mesmo em relação à comunicação, entendido aqui como a abertura para o diálogo com a sociedade.

Com os dados disponibilizados neste artigo foi possível constatar que a maior concentração de aplicativos destina-se a ser um canal de emissão de informações, gerando um fluxo unidirecional descendente, em que a Prefeitura mais emite informação que recebe. Embora esse processo seja importante e agora esteja disponível na palma das mãos, o fluxo não difere muito da proposta de um diário oficial, por exemplo, presente em estágios anteriores de comunicação pública. Neste ponto, a realidade das prefeituras não difere muito do cenário nacional evidenciado por outras pesquisas que analisam aplicativos do âmbito do governo federal (MATOS NETO, 2016; LIMA, 2017) e apontam o predomínio de iniciativas de prestação de serviços e provimento de informações ao cidadão. Para Matos Neto (2016) isso significa que os órgãos públicos brasileiros priorizam tais dimensões em detrimento de outros valores democráticos como participação política e deliberação política. Para nós essa conclusão é precipitada, pois a falta de canais de participação pode ser também decorrente da falta de infraestrutura técnica, material e de pessoal para o acompanhamento e gerenciamento desses canais de participação. Admitir tal afirmação sem indagar os formuladores dos desenvolvedores e os gestores públicos nos parece uma análise precipitada e para nós reforça a necessidade de ouvir tais atores para a compreensão do fenômeno de uma forma mais ampla.

No âmbito internacional o cenário não é muito diferente, conforme estudo de Ertiö (2013), que investigou cerca de cem aplicativos do setor público de diversas partes mundo, as experiências têm se concentrado em aplicativos que registram uma comunicação mais unidirecional e, na sequência, bidirecional. Eles procuram entender o comportamento ou formação de opinião, sendo poucas as evidências de sustentação de diálogo entre governos locais e cidadãos através de serviços baseados em dispositivos móveis.

Ainda assim, observa-se o que o desenvolvimento de aplicativos participativos, ou seja, em que os cidadãos são convidados a participar e interagir fornecendo dados sobre o ambiente urbano, tem se intensificado nos últimos anos. Na realidade brasileira eles geralmente vem seguidos de discursos políticos que ressaltam o poder de participação do cidadão. Pelos números apresentados neste artigo, vemos que não se trata de oportunidades de diálogo, mas de um fluxo unidirecional ascendente, do cidadão para a prefeitura, presente em 8,6% do universo da análise. Ou seja, o cidadão reporta um problema, mas não tem condições de acompanhar os dados que fornece. Ele atua assim como um sensor do ambiente urbano, fornecendo dados para o setor público sem saber de que forma serão gerenciados: se no seu interesse, no interesse da coletividade ou no interesse dos governantes e gestores públicos. Conforme Ertiö (2013) esses



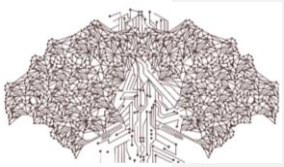
aplicativos podem contribuir para a capacitação e conscientização dos cidadãos, mas não contribuem para sua participação, apenas permitem que os governos conheçam o quê está acontecendo na base. Esses aplicativos podem fornecer-lhes informações pragmáticas, que podem ser usadas na entrega dos serviços.

A autora acrescenta que a participação móvel é um fenômeno bastante novo e suas implicações a longo prazo ainda não são vistas. Até agora, o impacto dos aplicativos de planejamento participativo é modesto. No entanto, os aplicativos já mudaram os papéis dos cidadãos de receptores de informações (usuários de aplicativos) para sensores (provedores de conteúdo) e parceiros (desenvolvedores de aplicativos). (ERTIÖ, 2013)

As possibilidades de interatividade entre Cidadão – Prefeitura – Cidadão através de um ambiente comunicacional compartilhado, proporcionado por um fluxo multidirecional representa as maiores vantagens em termos de comunicação pública, pois além de emitir informação e propor um canal de abertura para o diálogo/participação acrescenta-se também o princípio da transparência, permitindo assim o controle social. Trata-se de experiências em que as informações são disponibilizadas de forma transparente, permitindo ao cidadão acompanhar suas demandas e também as de outras pessoas. O Colab e o Siga Denúncia são alguns desses exemplos na realidade dos municípios brasileiros. É importante destacar que o gerenciamento depende de como a estrutura governamental está apta para o atendimento e comunicação com os cidadãos.

Esse tipo de prática é o que Ertiö (2013) apresenta como aplicativos de "crowdsourcing", que coleta e usa o conhecimento dos cidadãos na resolução de problemas. Dado o atual estágio de desenvolvimento dos aplicativos no setor público, a autora sugere que, por enquanto, seria mais apropriado falar sobre detecção participativa, em vez de tomada de decisão participativa através de aplicativos. A autora reconhece-se que o campo só está emergindo e que as mais interessantes gerações de aplicativos participativos ainda não foram desenvolvidos e que, com a gradual aceitação de aplicativos nas gerações futuras, metas orientadas para a resolução de problemas devem se tornar mais comum.

Com relação ao fluxo de informações, a autora destaca que além de comunicação pública, consulta e participação, os cidadãos agora podem se comunicar entre si usando aplicativos, bem como interagir com "objetos inteligentes", ou informações incorporadas que pode ser recuperadas por outros usuários, que é um tipo mais sofisticado de comunicação pública. Em relação ao cenário brasileiro, podemos citar como exemplo desse tipo de interação o aplicativo Cittamobi, que tem como função principal oferecer o horário dos ônibus, e baseia-se nas informações coletadas através de sensores acoplados nos ônibus do transporte público e que fornecem



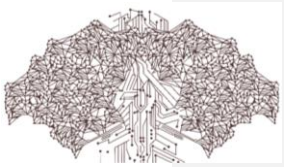
informações em tempo real. Um claro exemplo de como objetos inteligentes, no caso ônibus com sensores, podem ser comunicar usando aplicativos e fornecer dados de interesse público.

A classificação por área permitiu observar que a maior área de interesse das prefeituras para oferta de serviços via aplicativos móveis têm sido a área de mobilidade, com ênfase para aqueles que informam sobre horário e rota de ônibus. A concentração nessa área nos leva a sugerir três argumentos explicativos: o primeiro é que, por se tratar de serviços de mobilidade é a área que mais se identifica com a natureza dos dispositivos móveis; a segunda é a preocupação contemporânea das gestões municipais em administrar o trânsito nas cidades em decorrência do crescimento da frota de veículos nas cidades e, terceiro, que por se tratar de um serviço local demanda a atuação prioritária da prefeitura mais do que em outros setores como saúde e educação, por exemplo em que responsabilidade do município é compartilhada com Estados e União.

Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo apresentar um mapeamento dos aplicativos oficiais das prefeituras brasileiras. O corpus analisado permitiu apresentar algumas conclusões iniciais sobre a realidade brasileira e apontar também algumas características peculiares que, embora não façam parte do objeto de análise do artigo, merecem ser citadas. A primeira dela é o uso do WhatsApp como uma plataforma de comunicação oficial de algumas secretarias municipais, presente principalmente em capitais com um quantitativo populacional menor. A segunda, é que foi possível verificar que, além da oferta de serviços e comunicação, os usos dos aplicativos se voltam também para eventos, o que não exige das prefeituras um monitoramento e acompanhamento permanente e servem mais para a divulgação do evento, prática verificada, sobretudo, em grandes eventos do calendário, como o carnaval. Além dos eventos, em menor escala, é possível indicar o uso ainda para consultas populares num determinado período, como por exemplo o aplicativo Ouvindo Nosso Bairro desenvolvido pela Companhia de Governança Eletrônica da Prefeitura de Salvador. Trata-se de uma consulta pública sobre os investimentos de Salvador e esteve disponível para votação eletrônica por período determinado. O aplicativo não foi contemplado na análise porque não estava mais disponível no período da coleta de dados desse artigo. Foram identificados ainda games que se apresentam também na versão de aplicativos e, embora, não sejam canais para comunicação direta com o cidadão contribuem para a cidadania por se tratar de jogos com propostas inclusivas, a exemplo do app Clean city e Alter, ambos da prefeitura de Curitiba.

Quanto ao tema principal dessa pesquisa, a relação entre aplicativos e comunicação pública, podemos dizer que comunicação pública, tradicionalmente pensada através dos



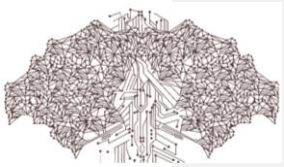
conteúdos das mídias massivos, ao ser analisada sob a ótica dos aplicativos recruta a necessidade de outros critérios de análise, como a relação com desenvolvedores, algoritmos, sensores e as questões envolvendo privacidade, por exemplo. As classificações dadas até o momento oferecem os primeiros passos para análise, mas ainda deixam muitas lacunas.

Embora tenhamos nos esforçados por apresentar um panorama sobre os fluxos comunicacionais, sabemos que entre prefeitura e cidadão tem muitas instâncias que não devem ser excluídas do processo de análise. A começar pelo fato de que uma parte significativa dos aplicativos não são desenvolvidas pelas prefeituras, mas por desenvolvedores externos que, às vezes, são os responsáveis pelo monitoramento dos conteúdos disponibilizados via aplicativos. Ademais é importante ressaltar que mesmo quando o fluxo de comunicação é unidirecional é possível a coleta de dados (ex: localização, fotos etc.) sobre os usuários através do sistema de login e de cadastro nos aplicativos. Ou seja, mesmo nos casos em que os cidadãos estão apenas consumindo informações ele pode está fornecendo dados de modo inconsciente, ficando os questionamentos: quem é o responsável pelo gerenciamento desses dados? Como as prefeituras se apropriam dessas informações para garantir os direitos de cidadania? Muitas perguntas ainda carecem de respostas e elas se referem a conceitos importantes da discussão sobre a comunicação pública como publicidade e transparência. No atual cenário, verifica-se que a privacidade também passa a ser um valor fundamental e que era quase ausente nas discussões sobre comunicação pública no contexto das mídias massivas.

Em termos metodológicos, apontamos como caminhos uma análise que contemple as diferentes variáveis envolvidas no desenvolvimento e monitoramento dos aplicativos, o que envolve a preocupação com os objetivos do seu desenvolvimento, a natureza dos seus desenvolvedores, a equipe de pessoal responsável pelo gerenciamento do aplicativo, a relação com outros canais de comunicação (redes sociais, sites, newsletter, etc.), a finalidade das aplicações, os interesses dos gestores públicos e a relação com as políticas públicas desenhadas com cada área de interesse. É claro que uma abordagem dessa dimensão demanda naturalmente um recorte mais reduzido de modo a dar conta de todas as nuances apresentadas, deixando indícios para pesquisas futuras.

Referências

ALBINO, Vito; BERARDI, Umberto; DANGELICO, Rosa Maria. Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives. J**ournal of Urban Technology**, 2015, Vol. 22, No. 1, 3–21. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1080/10630732.2014.942092



BRANDÃO, Elisabeth**.** Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL. (1988). Constituição da República Federativa do Brasil.

_____. (2011). **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Lei de Acesso a informação.

_____. (2014). **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.** Marco Civil da Internet.

BUCCI. Eugênio. **O Estado de Narciso**: a comunicação pública a serviço da vaidade particular. 1ª ed. São Paulo; Companhia das Letras,2015.

DUARTE, Jorge. Instrumento de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2ed. São Paulo: atlas, 2009.

_____. Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. São Paulo: Atlas, 2002.

ESCUDERA, Regina. **A Voz do Cidadão na Esfera pública**: construindo um novo paradigma profissional. Curitiba: Appris, 2015.

ERTIÖ, Titiana. M-participation: the emergence of participatory planning applications. **Research briefings**. 2013.

HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação Pública**: bases e abrangências. São Paulo: Saraiva, 2013.

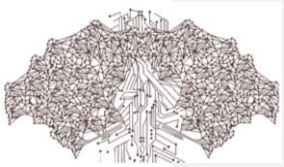
_____. Comunicação pública 360 graus e a garantia dos direitos. In: KUNSCH, Margarida M. K. **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. 1ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora, 2011.

KITCHIN, Rob. Reframing, reimaging and remaking smart cities. This short paper was written as an introductory framing essay for the '**Creating smart cities' workshop to be hosted by the Programmable City project at Maynooth University**, Ireland, 5- 6. September 2016.

_____. From a single line of code to an entire city: reframing thinking on code and the city. Presented at the **Code and the City workshop**, 3rd-4th September 2014, Programmable City, NIRSA, National University of Ireland Maynooth.

KUNSCH, Margarida M. K. Comunicação Pública a serviço da Sociedade e do Cidadão. In: _____. **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. 1ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora, 2011.

LIMA, Cíntia Caldas Barcelar de. **Aplicativos móveis de interesse público:** limites e possibilidades para a cidadania no Brasil. (Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília), 2017.



MATOS, Heloisa. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATOS NETO, Eurico Oliveira. Democracia digital móvel? Explorando o uso de aplicativos para fins democráticos no âmbito do Governo Federal Brasileiro**. In: Anais do IX Simpósio Nacional da ABCiber** (Eixo Tematico 01 – Cidadania / Direitos Civis / Participacão), 2016.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

NAM, Taewoo; PARDO, Theresa A. Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions. **The Proceedings of the 12th Annual International Conference on Digital Government Research, 2014.**

OCDE**. M-Govenment**: Mobile Technologies for responsive governments and connected societies. OECD Publishing, 2011.

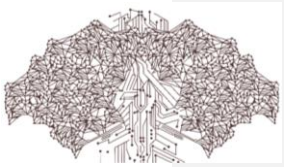
ROLANDO, Stefano. A dinâmica evolutiva da Comunicação Pública. In: KUNSCH, Margarida M. K. **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. 1ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão editora, 2011.

TAKAHASHI, Dean. Brazil, Mexico, and the U.S. have the most competitive app markets. Disponível em: http://venturebeat.com/2016/05/23/brazil-mexico-and-the-u-s-have-the-most-competitive-app-markets/ Acesso: 26/08/2016

WINKLER, T. J; ZIEKOW, H; WEINBERG, M. Municipal Benefits of Participatory Urban Sensing: A Simulation Approach and Case Validation. In: **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research** v.7 n.3 p. 101-120 – dez 2012 . Disponível em: http://www.scielo.cl/pdf/jtaer/v7n3/art10.pdf

ZÉMOR, Pierre. **La Communication Publique**. PUF, COL, Que sais-je? Paris, 1995. Tradução Elizabeth Brandão.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



COMUNICAÇÃO PÚBLICA, LETRAMENTO POLÍTICO E REDES SOCIAIS DE INTERNET[1]

Michel Carvalho da Silva[2]

Resumo

Discute-se as possibilidades de letramento político da página do Senado Federal no Facebook, observando as publicações feitas no primeiro semestre de 2017. A análise descritiva procura localizar elementos que possuem potencial de elevar o repertório da população acerca das políticas públicos, do funcionamento do Estado, do processo legislativo e dos deveres e direitos do cidadão. O trabalho reflete como a comunicação pública digital pode contribuir para educação cidadã dos leitores da referida plataforma on-line, examinando o conteúdo informativo disponibilizado. A análise preliminar indica que a página do Senado Federal reúne condições de contribuir com a alfabetização cidadã dos internautas por meio de suas publicações.

Palavras-chave: comunicação pública; letramento político; Facebook; Senado Federal.

Introdução

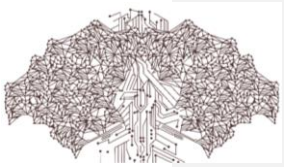
A onipresença das tecnologias de comunicação e informação na contemporaneidade provocou uma reconfiguração da vida social, cultural e política, tendo reflexos nos comportamentos, nos hábitos de consumo e na ação política. A internet passa a possibilitar um novo elo entre o Estado e o cidadão enquanto ator participante da democracia que ajuda a aperfeiçoar.

Nos últimos anos, algumas experiências de democracia digital[3], têm facilitado a interação entre a sociedade e os mais diversos órgãos de governo, contribuindo, assim, como forma de obter conhecimento político, formar opinião e participar de processos decisórios (Gomes, 2011). Apesar de as instituições democráticas serem objeto de ampla e continuada desconfiança dos cidadãos, avança a ideia, defendida por diferentes teóricos da ciência política, que associa democracia a acesso à informação pública (Rothberg, 2009).

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 18: *Tecnopolítica, Estado, crise da democracia representativa*, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Doutorando em Ciências Humanas e Sociais (UFABC). Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP). É jornalista concursado na Câmara Municipal de Cubatão (SP). Contato: *michel.carvalho@ufabc.edu.br*.

3 De forma sintética, entendemos democracia digital como o uso de recursos tecnológicos, de projetos baseados em tecnologias e até das experiências de uso pessoal e social das tecnologias de comunicação e informação para aperfeiçoar os processos democráticos.



Nesse sentido, a comunicação institucional de órgãos públicos e parlamentos passa a ter papel importante na tentativa de assegurar transparência à administração, fluxos de informação e canais de e-participação[4]. Existe no imaginário popular a tese de que quanto maior for o volume de informação disponível referente aos representantes eleitos e sobre a esfera de governo, menor será a chance deste poder conseguir ocultar fraudes e a má gestão dos recursos (Marques, 2016). Com isso, cresce a percepção de que governos transparentes administram melhor porque a ampliação da informação proporciona a existência de uma gestão pública com menos corrupção e, por sua vez, mais eficiente (Filgueiras, 2017).

Dessa forma, governos e parlamentos, por meio do uso de redes sociais de internet (RSI), têm a chance de ampliar as informações disponíveis sobre a máquina pública e, assim, desenvolver novas competências políticas no conjunto da sociedade. Essa ideia encontra eco no conceito de letramento político, que propomos neste trabalho a partir de sua relação com a comunicação pública de governos e parlamentos.

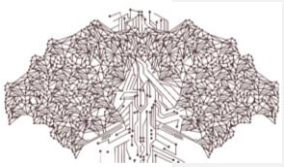
O presente trabalho, então, analisa as publicações elaboradas pelo Senado no Facebook no primeiro semestre de 2017, verificando se essa plataforma on-line pode funcionar como lócus de educação política, ao desempenhar um papel pedagógico na difusão de conhecimentos acerca de valores republicanos[5] e democráticos, mesmo sem objetivos essencialmente instrucionais.

O trabalho inicia, na próxima seção, uma discussão teórica sobre as contradições intrínsecas ao conceito de comunicação pública. Em seguida, nos concentramos na ideia de letramento político e sua relação com o aperfeiçoamento da democracia. Na sequência, o objeto deste artigo - a página do Senado Federal no Facebook – será descrita em detalhes. Depois, apresentamos os procedimentos metodológicos que sustentam o estudo e lançamos análises preliminares acerca das possibilidades de letramento político dessa plataforma on-line.

As dimensões da Comunicação Pública

[4] A e-participação é entendida como o fenômeno tecnológico oportunizado pelas tecnologias de informação e comunicação que, em tese, possibilitam a participação dos cidadãos via ambiente digital (computador ou celular). De acordo com a literatura do campo, a e-participação se apresenta nas seguintes formas de engajamento: e-voting, e-activism, e-consulting, e-petitioning, e-polling, e e-deliberation.

[5] De acordo com Benevides (2004), os valores republicanos devem ser entendidos como o respeito às leis, o respeito ao bem público e o sentido de responsabilidade no exercício do poder.



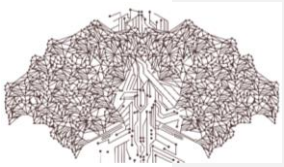
O paradigma habermasiano e normativo de esfera pública norteia boa parte das definições de comunicação pública (Haswani, 2014; Koçouski, 2012; Duarte, 2011; Rolando, 2011; Brandão, 2009; Lopez, 2004; Oliveira, 2004; Matos, 1999). Brandão, por exemplo, considera comunicação pública como "processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade civil com o objetivo de se configurar como espaço de negociação entre interesses das diversas instâncias de poder da vida pública de uma nação" (2009, p.31). Lopez (2004) entende que essa modalidade de comunicação ocorre na esfera pública, seja para construir bens públicos (política), para incidir na agenda pública (midiática), para fazer a comunicação das entidades do Estado com a sociedade (estatal), para construir sentido compartilhado ao interior da organização (organizacional), ou como resultado das interações próprias dos movimentos sociais (da vida social).

Já Bucci (2015) ressalta que não basta propor que tudo o que tenha lugar na esfera pública seja comunicação pública. Para o autor, os princípios da impessoalidade e da publicidade, contidos na Constituição Federal, são fundamentais no momento de se definir o que é ou não comunicação pública. Assim, os gestores públicos têm o dever de tratar em público os assuntos que sejam do interesse de todos, uma vez que a informação sobre os negócios públicos é um direito fundamental de cada um de nós.

Mas se a comunicação pública é legitimamente associada ao dever do Estado de informar e o direito do cidadão de ser informado, não podemos desconsiderar sua dimensão política. Brandão (2009) entende que a comunicação pública é identificada como comunicação política quando ocorre o uso de instrumentos e técnicas da comunicação para a expressão pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos, tanto de governos quanto de outros atores sociais.

Nas instituições públicas, a comunicação se presta à divulgação de serviços oferecidos, ações de accountability e dispositivos que estimulem a participação da sociedade, porém, isso não inviabiliza que os dispositivos comunicacionais tentem elaborar uma imagem pública que produza opiniões favoráveis, dispute enquadramentos e influência e, quiçá, preferências eleitorais (Weber, 2017). Na verdade, essas duas dimensões da comunicação institucional estão imbricadas, de modo que não se pode apontar facilmente onde começa uma e termina o outra.

Zemor (1995) afirma que o Estado de Direito exige uma separação clara entre a comunicação relacionada à conquista do poder e a comunicação relativa ao exercício do poder. Porém, a construção de uma imagem pública positiva passa necessariamente por uma comunicação persuasiva e de convencimento no sentido de conquistar adesão e credibilidade junto à opinião pública.



Como um dispositivo estratégico para reforçar simbolicamente a imagem pública dos agentes de governo, a comunicação pública tem relação com a visibilidade das coisas, no sentido de publicizar, de dar a conhecer, e, assim, tornar a instância governamental menos opaca. Apesar disso, observamos que muitos gestores públicos e legisladores utilizam a comunicação pública somente de forma a privilegiar a promoção de sua própria imagem.

A partir desses olhares e contradições sobre a comunicação nas instituições públicas, entendemos que esse campo abrange diferentes práticas sociais e profissionais, o que nos faz refutar qualquer tipo de simplificação acerca da comunicação institucional desenvolvida pelos parlamentos.

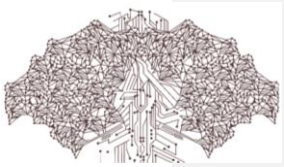
Quando falamos particularmente da comunicação institucional dos parlamentos, Matos (1999) sustenta que essa modalidade tem dois papéis fundamentais: a informação bruta e simples; e a formação de atitudes cidadãs, participativas e conscientes. A divulgação imediata das discussões e dos processos de tomada de decisão no parlamento, de acordo com a autora, rivaliza com a privacidade e a dificuldade de penetração por parte da sociedade nas decisões administrativas do Executivo (municipal, estadual e federal).

Recentemente, os diferentes órgãos legislativos começaram a investir em perfis e páginas nas RSI como estratégia de comunicação institucional, com a finalidade de divulgar informações de caráter público e tentar uma aproximação entre a instância decisória e o conjunto dos representados.

O letramento político como exigência democrática

O termo "letramento", tradução para o português da palavra inglesa *literacy*, é originalmente associado no campo da educação como o estado ou condição que assume o sujeito que aprende a ler e a escrever (Tfouni, 2010). Esse conceito se aproxima da ideia de "alfabetização", no entanto, o indivíduo alfabetizado é aquele que somente sabe ler e escrever; já o letrado, além de ler e escrever, responde adequadamente às demandas sociais da leitura e da escrita.

O conceito de letramento parte da premissa que a escrita traz consequências sociais, culturais, políticas, econômicas, cognitivas, linguísticas, quer para o grupo social em que seja introduzida, quer para o indivíduo que aprenda a usá-la (Soares, 1998). Segundo a autora, o sujeito letrado não se apropria apenas da "técnica" da leitura e escrita, correspondente a alfabetização,



mas desenvolve a habilidade de uso dessa tecnologia, conforme uma prática social, que tem a ver com o processo de letramento.

Quando ampliamos a ideia de letramento para outros campos sociais, como da comunicação, da cidadania e da política, consideramos que os sujeitos letrados, ou seja, aqueles que se desenvolveram determinadas competências informacionais, são capazes de, a partir da utilização de diferentes aparatos, compreender, interpretar e relacionar dados e informações que têm impactos em seu cotidiano.

A ideia de letramento político utilizada neste trabalho se aproxima do sentido elaborado por Cosson (2008), a partir das contribuições de Crick (1998), que associa o fenômeno ao processo de apropriação de práticas, conhecimentos e valores para a manutenção e aprimoramento da democracia. O autor entende que o letramento político, como processo educativo, exige aquisição e aprendizagem e, por ser de natureza política, requer conhecimento e experiência.

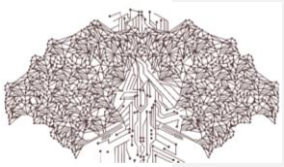
Segundo Cosson, o conteúdo necessário ao letramento político é relacionado geralmente ao funcionamento da máquina governamental, com ênfase para os mecanismos democráticos, o que inclui, por um lado, um conhecimento sobre eleições, partidos e instituições, e, por outro, os direitos e deveres dos cidadãos. Em outras palavras, o conceito se refere aos conhecimentos sobre a organização do poder e como ele funciona em uma sociedade democrática.

Dahlgren (2011) corrobora com essa ideia de letramento político e ressalta que a participação e a vitalidade das esferas públicas dependem de culturas cívicas robustas, sendo essencial que haja um certo nível de literacia. Dessa forma, reitera-se a importância da educação para a democracia, de modo que os cidadãos possam compreender o que circula no debate público e, a partir disso, entender a realidade em que estão envoltos.

Alguns teóricos, que defendem a educação para democracia, afirmam que cidadãos não nascem prontos, portanto, precisam ser forjados por algum processo de formação cidadã ou letramento político, que, de alguma forma, contribua para gerar o tipo de cidadão desejado. Galston (2001) entende que o conhecimento cívico (*political knowledge*) ajuda os sujeitos a entender seus interesses como indivíduos e como membros de grupos. Para ele, quanto mais conhecimentos o cidadão dispor, maiores serão as chances de entender o impacto das políticas públicas em seu cotidiano.

Galston ressalta que o civismo[6] favorece o engajamento político em assuntos de interesse público. Dessa forma, o letramento político qualificaria a participação cívica, ao desenvolver conhecimentos, habilidades, atitudes e valores democráticos.

[6] Geralmente, o civismo aparece associado à militarização nos estudos histórico-educacionais centrados na análise dos sistemas estatais de ensino. A instituição da disciplina Educação Moral e Cívica no currículo



A tese de que a educação política é fundamental para a formação dos cidadãos e princípio inerente ao pleno funcionamento de um sistema democrático encontra respaldo nos mais diversos autores (Dewey, Bobbio e Stuart Mill). Ambos defendem, mesmo com abordagens diferentes, que a democracia não exige apenas o governo da maioria, mas a possibilidade de fomentar, em todos os seus cidadãos, a capacidade de pensar, participar na elaboração e aplicação das políticas públicas e, ainda, poder julgar os resultados.

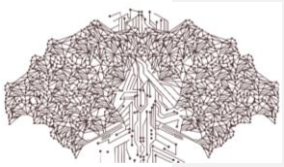
Evidentemente que a capacidade de compreender o processo decisório e julgar ações políticas não depende exclusivamente de estratégias de letramento político. Essa competência depende do acesso a informações públicas de posse dos governos e parlamentos. Cabe, então, aos agentes públicos fornecer dados sobre o processo de produção de decisão política, de forma compreensível, e que esse conteúdo possa ser acessado facilmente pela população.

No Brasil, a página do Senado Federal no Facebook é um dos ambientes on-line mais populares que disponibilizam informação pública e de relevância à coletividade. Na próxima seção, apresentaremos essa plataforma virtual, que publica conteúdos sobre direitos, assuntos legislativos e temas de interesse geral.

O uso do Facebook pelo Senado Federal

A página do Senado Federal no Facebook foi criada em agosto de 2010, durante a presidência do ex-senador José Sarney (PMDB-AP). A plataforma on-line publica informações sobre projetos de lei em tramitação, audiências públicas, reuniões, votações e atividades institucionais desta Casa Legislativa. Além disso, ela divulga ideias legislativas e consultas públicas do programa E-Cidadania. A página ainda veicula conteúdo de prestação de serviço e de caráter cidadão, que inclui cursos oferecidos à população pelo Instituto Legislativo Brasileiro (ILB), e-books da biblioteca digital do Senado, informações sobre a legislação vigente e reflexões de grandes pensadores mundiais.

escolar de todas as escolas do país por vinte e quatro anos contribuiu para atrelar a ideia de civismo com o regime militar. Neste trabalho, trabalhamos com a ideia de civismo de Tocqueville (2004), que diz respeito ao espírito associativista em que as pessoas agem a favor de uma causa comum, em nome da nação. Trata-se de uma ação coletiva orientada pelo bem-estar social e pela igualdade de condições.



Segundo o Núcleo de Mídias Sociais (NMS) do Senado[7], ocorreu um aumento de mais 1,5 milhão de seguidores na referida página no ano passado, o que significa que mais do que dobrou o número de seguidores em comparação a 2015 (872 mil). De acordo com o site Socialbakers, no dia 31 de dezembro de 2016, havia 2.398.430 pessoas curtindo a plataforma, colocando-a como a quarta maior do país entre as páginas de governo, atrás do Exército Brasileiro, do Ministério da Educação (MEC) e da Polícia Federal; e a vigésima sétima do mundo.

De acordo com o site Quintly[8], a página do Senado no Facebook alcançou o primeiro lugar entre as instituições do governo em algumas ocasiões em 2015, superando até perfis de relevância global como a NASA e a Casa Branca. Esse ranking, que se altera constantemente, leva em conta a quantidade de pessoas interagindo com as publicações, o que é aferido pelo número de compartilhamentos, curtidas e comentários.

Para se ter ideia da popularidade da página do Senado no Facebook, entre janeiro e dezembro de 2016, foram publicados 1.639 posts, sendo que o alcance médio por publicação foi de 900 mil pessoas. Ao longo do ano, por dia (em média), 3,3 milhões de pessoas diferentes viram as postagens. De acordo com o relatório citado anteriormente, nos doze meses do ano foram totalizados 36 milhões de curtidas, 10,2 milhões compartilhamentos e 3,8 milhões de comentários.

O NMS publica geralmente cinco posts diários nos dias úteis, e quatro posts diários nos demais, resultando, em média, 33 publicações por semana. Esses números podem mudar de acordo com a intensidade das atividades da casa ou por conta de um fato que exija uma publicação imediata do Senado, como ocorreu durante o processo de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff no Congresso, em 31 de agosto de 2016. Os horários de publicação costumam ocorrer por volta de 9, 11, 14, 17 e 20 horas.

Em relação ao perfil dos curtidores (gráfico 1) da página do Senadkmno no Facebook, 62% são mulheres e 38% homens. Já em termos de idade, a maior parte das pessoas que curtem a mencionada plataforma está na faixa etária entre 25 e 34 anos, seguido do grupo que se encontra entre 18 e 24 anos, e em terceiro lugar os que estão entre 35 e 44 anos. Os dados foram fornecidos pelo próprio Facebook ao NMS.

[7] O Núcleo de Mídias Sociais (NMS) da Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal produz um relatório semanal destacando as principais postagens da semana, classificadas de acordo com o alcance obtido. O relatório é elaborado com dados disponibilizados pelo Facebook Insights, serviço de estatísticas mantido pelo próprio Facebook e acessível aos administradores de páginas.

[8] Disponível em http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2015/08/28/pagina-do-senado-no-facebook-alcanca-o-primeiro-lugar-do-mundo-entre-orgaos-de-governo. Acesso em 14/10/16.

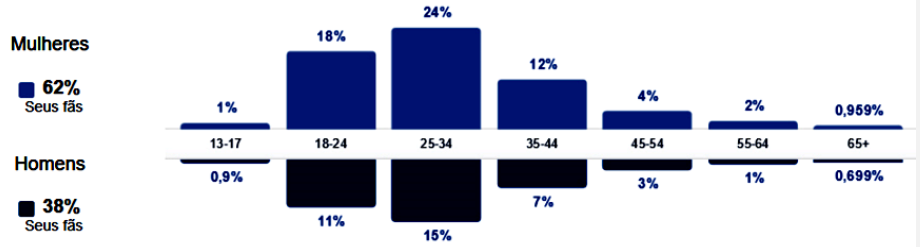


Gráfico 7 - Perfil das pessoas que curtiram a página do Senado (gênero/idade)

Segundo Moisés de Oliveira Nazário[9], gestor responsável pelo NMS, o Núcleo tenta responder sempre que há perguntas ou considerações objetivas por parte dos leitores, e que estejam dentro âmbito de atuação da equipe de comunicação institucional, como, por exemplo, questionamentos sobre tramitação de projetos ou acerca da realização de audiências ou eventos. De acordo com o gestor, não há uma política de interação entre os senadores e os internautas na página do Senado, cabendo a cada gabinete decidir como proceder. Os comentários feitos nas publicações não são encaminhados para os gabinetes, mas podem ser consultados a qualquer momento, uma vez que são públicos.

Pelo elevado número de comentários, Nazário comenta que o NMS não consegue visualizar todas as mensagens dos leitores. Com relação à moderação, o gestor informa que a equipe optou pela cautela, procurando resguardar ao máximo o direito de expressão dos internautas, de modo que é possível ver que muitas críticas feitas ao Senado permanecem visíveis para todos os leitores da página no Facebook. O NMS adota uma política de uso para os usuários da página (https://www.facebook.com/SenadoFederal/info/?tab=page_info), além disso, a própria rede social bloqueia alguns tipos de comentários, como aqueles escritos somente com letras maiúsculas. A página também aplica filtros contra a ocorrência de palavrões e links externos (neste caso com o objetivo de evitar vírus).

Metodologia e descrição de dados

Tendo em vista o que foi apresentado anteriormente, são discutidas neste tópico as questões de ordem metodológica que orientam a análise de dados. A metodologia utilizada na investigação foi desenvolvida pelo próprio autor do presente trabalho, que desenvolve a tese

[9] Em entrevista concedida ao autor, por email, no dia 1° de setembro de 2017.

doutoral "*As possibilidades de letramento político das Redes Sociais de Internet: um estudo sobre a Comunicação Institucional do Senado no Facebook*"[10], no Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC (UFABC).

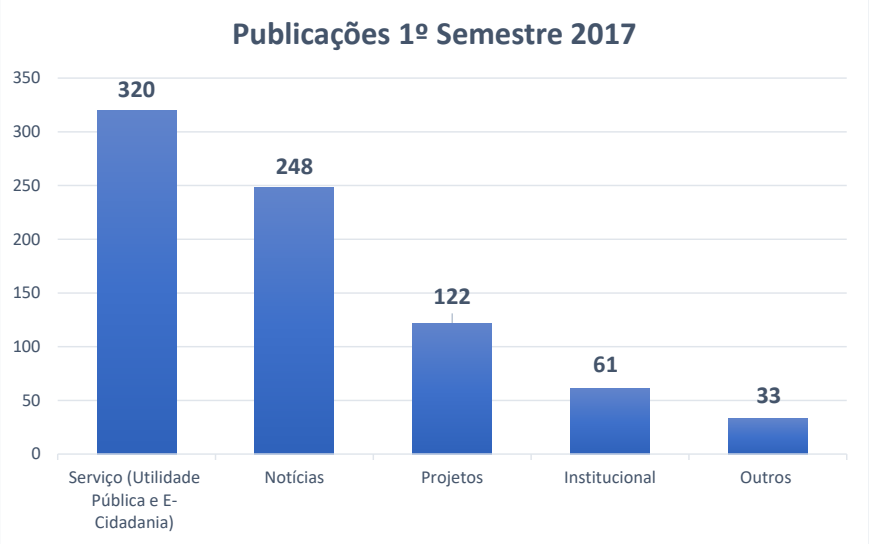
O corpus a ser analisado é constituído por todas as postagens da página do Senado Federal no Facebook, publicadas entre 1º de janeiro e 30 de junho de 2017. No total, foram contabilizadas 784 publicações, que foram posteriormente classificadas em cinco categorias: Serviço, Notícias, Projetos, Institucional e Outros.

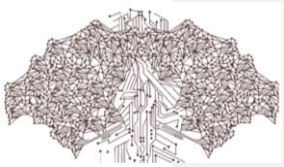
Na categoria "Serviço", foram consideradas postagens com o caráter de prestação de serviço, como informações sobre direitos do consumidor, legislação trabalhista, alistamento militar, código de trânsito e acesso a direitos (criança e adolescente, idosos e direitos humanos em geral). Nesta categoria também constam as publicações relativas ao E-Cidadania, que permite que os cidadãos elaborem uma ideia legislativa ou participem de uma consulta pública.

Na categoria "Notícias" estão reunidas as postagens que apresentam um viés jornalístico, informando sobre o cotidiano do Senado, como a realização de uma audiência pública ou o desfecho de uma votação. A categoria "Projetos" é composta por publicações relativas às matérias legislativas (projetos de lei e de emenda constitucional, entre outros) em discussão no Senado. Já na categoria "Institucional" selecionamos postagens sobre a Biblioteca do Senado, as enquetes do DataSenado[11], as informações sobre o Siga Brasil - Painel Cidadão, a oferta de cursos pelo ILB e as ações de marketing institucional. Por fim, a categoria "Outros" reúne publicações sobre efemérides (datas comemorativas), dicas de português e frases de pensadores.

As categorias utilizadas neste trabalho não encerram a discussão sobre a complexidade de classificar um determinado conteúdo informativo. As fronteiras entre um e outro são muito próximas, mas levamos em consideração os links disponibilizados em cada publicação e, até mesmo, o tipo de discurso utilizado. Como se trata de um estudo preliminar, é provável que essas categorias sejam redefinidas para representar melhor o objeto empírico da pesquisa.

A seguir, apresentamos um panorama geral (gráfico 2) das publicações desenvolvidas no Senado no primeiro semestre de 2017.





O gráfico 2 revela que das 784 publicações da página do Senado no Facebook, elaboradas no 1º semestre de 2017, 41% são da categoria "Serviço", seguida de "Notícia" (32%) e "Projeto" (15%), respectivamente. As categorias menos recorrentes na mencionada plataforma on-line são "Institucional" (8%) e "Outros" (4%).

Observamos que as publicações do Senado no Facebook são constituídas basicamente por um texto acompanhado de uma imagem que remete à temática do conteúdo. Geralmente, as postagens disponibilizam links referentes a matérias do site do Senado, da Radio Senado e também de outras instituições (Ministério da Saúde, Controladoria-Geral da União, Ministério da Educação, entre outras). Verifica-se também que as publicações podem disponibilizar vídeos explicativos e links das páginas institucionais dos senadores, tramitações, localização das matérias legislativas, leis, transmissões ao vivo, websites, tumblr, manuais e acervos bibliográficos. Existem também conteúdos veiculados sem links, como frases motivacionais e de famosos pensadores.

Em relação ao texto da publicação que aparece fora da imagem, observa-se que são apresentadas as informações que contribuem para contextualizar e subsidiar cada post. Cada postagem tem diferentes dimensões informativas, sendo que as primeiras estão na própria imagem: o título, o texto de apoio que eventualmente se coloca, e a ilustração utilizada. As demais camadas se encontram no texto externo e nos links fornecidos. Assim, cada leitor pode se aprofundar na informação conforme seu interesse e sua disponibilidade de tempo. Evidentemente, alguns leitores podem se satisfazer apenas com a informação que está na imagem, outros

acessarão também o texto externo e alguns clicarão nos links. Em resumo, verificamos que se busca oferecer, pelo menos, informações essenciais aos que somente lerem o texto da imagem.

Um fator que também chama a atenção é a tentativa da página do Senado no Facebook em disponibilizar informações relativas a legislações numa linguagem inteligível para o público em geral. O uso de determinadas expressões verbais demonstra que a mencionada plataforma on-line se preocupa em estabelecer um diálogo com o leitor. A utilização de léxicos como "Veja", "Acompanhe", Saiba mais", Tire suas dúvidas", "Conheça" e "Baixe grátis" confirma esse caráter instrutivo da comunicação institucional desenvolvida pelo Senado.

Outro aspecto importante ao analisar as postagens do Senado no Facebook é em relação a publicações do E-Cidadania. O programa institucional oportuniza a participação do cidadão por meio de enquetes relativas a assuntos que estão sendo discutidos no Senado e também através da criação de ideias legislativas, que são encaminhadas à Comissão de Direitos Humanos e Participação (CDH) quando obtém 20 mil apoios. Dessa forma, a RSI favorece um tipo específico de e-participação, que mobiliza a população a refletir sobre temas de interesse público no momento de votar nas consultas públicas ou de elaborar uma ideia legislativa.

Em seguida, apresentamos o gráfico 3 que mostra as reações (compartilhamentos, curtidas e comentários) dos leitores da página do Senado no Facebook no período analisado.

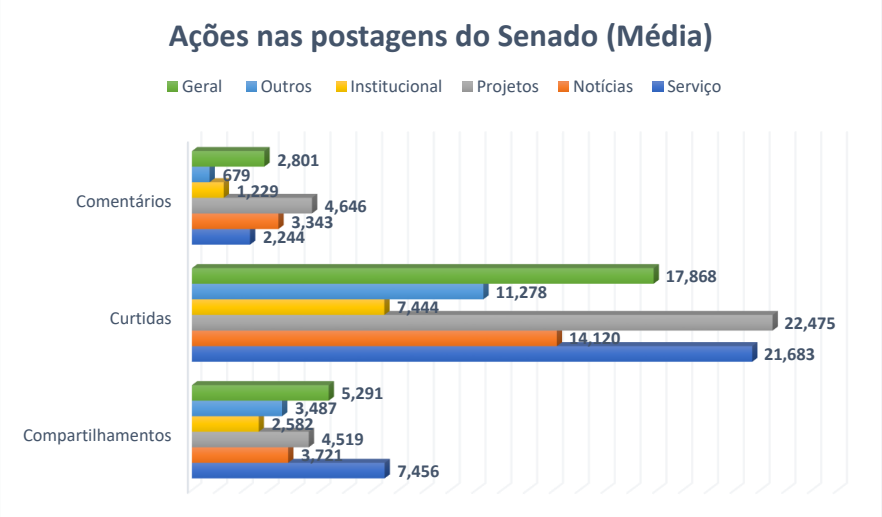


Gráfico 3 - Reações dos leitores da página do Senado no Facebook

comentários dentro do universo pesquisado. Isso pode ocorrer porque tais publicações apresentam

as propostas de lei com maior nível de polemicidade e que costumam mobilizar grupos políticos antagônicos.

No entanto, a publicação mais curtida foi a da categoria "Serviço" que se refere às formas de violência contra a mulher. O post, com 1.299.916 curtidas, disponibiliza ao cidadão uma cartilha sobre a Lei Maria da Penha, com perguntas e respostas. Já a publicação mais comentada foi da categoria "Notícia" e se relaciona com uma reportagem da agência de notícias do Senado sobre a ideia legislativa, elaborada por um cidadão comum, que criminaliza o funk. O post, com 84.777 comentários, apresenta links da notícia sobre a audiência pública que discutirá a proposta, além do requerimento marcando o evento e, por fim, a consulta pública sobre a ideia legislativa.

A categoria "Serviço" apresenta a melhor média de compartilhamentos, sendo que a publicação com a maior marca foi a que se refere ao direito de pedir a interrupção dos serviços caso se planeje não utilizá-los por pelo menos 30 dias. O post, com 238.117 compartilhamentos, disponibiliza links dos regulamentos para banda larga, telefone fixo e TV por assinatura.

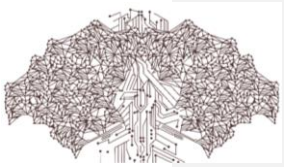
A ação "compartilhar" tem como principal função ampliar o alcance de um conteúdo, conferindo visibilidade para a informação que está sendo veiculada na página. Nesse contexto, compartilhar um enunciado é tomar parte na divulgação do conteúdo, sinalizando que o usuário considera importante que outras pessoas tenham acesso àquela informação de interesse público.

Observando os números relativos ao engajamento on-line, em termos de curtidas, comentários e compartilhamentos, verifica-se a disposição de um grupo significativo de cidadãos em interagir sobre assuntos que estão sendo objeto de discussão no Senado.

Considerações Finais

O trabalho mostra que as publicações do Senado Federal no Facebook no período investigado apresentam elementos que podem representar ganho informacional no que tange a conhecimentos cívicos (máquina de Estado, processo legislativo, direitos e deveres do cidadão, entre outros). A plataforma on-line tem a possibilidade de promover o que chamamos de letramento político, mesmo sem objetivos instrucionais.

As informações disponibilizadas pela página do Senado no Facebook, em suas diferentes categorias (serviço, notícias, projetos, institucional e outros), podem elevar a capacidade de julgamento dos cidadãos sobre assuntos de interesse público, principalmente se pensarmos que a formação de opinião está atrelada à posse de dados como leis, códigos e notícias do cotidiano legislativo. A comunicação pública digital, então, deve investir em estratégias que favoreçam o



letramento político, objetivando desenvolver competências cidadãs, associadas ao conhecimento sobre os direitos (civis, políticos e sociais) e aos processos decisórios.

É evidente que a maior disponibilização de informações públicas nas redes sociais de internet não garante que os cidadãos compreenderão os meandros que constituem a máquina pública. Além disso, nem toda informação divulgada pelos governos e parlamentos é a mais relevante para o bem comum. Não podemos esquecer que a comunicação institucional de órgãos públicos, por mais que se oriente pelo interesse público, atende a interesses políticos, que se pauta, muitas vezes, somente pelo fortalecimento de sua imagem pública e da lógica eleitoral.

A educação cívica é um componente importante da democracia, devendo ser compreendida como algo que vai além do ensino formal. Nesse sentido, um órgão legislativo, como o Senado Federal, quando se preocupa em decodificar os meandros do universo político por meio de sua comunicação pública digital, acaba contribuindo com esse processo formativo do cidadão.

Sem dúvida, as redes sociais de internet representam uma contribuição significativa para o provimento de insumos informativos dos quais os cidadãos precisam para participar do debate público. Mas não adianta pensar em estratégias do letramento político por meio da página do Senado no Facebook se estas não estiverem acompanhadas de oportunidades efetivas de interferência do cidadão no processo de produção de decisão política.

REFERÊNCIAS

BENEVIDES, Maria V. **Educação para a democracia**. Lua Nova. Revista de Cultura e Política, v. 38, p. 223-237, 2004.

BRANDÃO, Elizabeth. Conceito de comunicação pública, In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação Pública, Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2012.

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

COSSON, Rildo. **Letramento Político**: trilhas abertas em um campo. E-Legis, v. 7, p. 49-58, 2011.

_____. **Escolas do Legislativo, escola de democracia**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2008.



CRICK, Bernard. **Education for citizenship and the teaching of democracy in schools**: final report of the advisory group on citizenship. London: QCA, 1998.

DAHLGREN, Peter. **As culturas cívicas e a internet para uma contextualização da participação política**. Revista Media & Jornalismo. Nº 18, vol. 10, n.º 1 – Primavera /Verão 2011, p. 11–30. Disponível em: <http://www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/18artigo-1.pdf>. Acesso em: 06/03/17.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. (Org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2. ed. 2009.

FILGUEIRAS, FERNANDO. A política pública de transparência no Brasil: tecnologias, publicidade e accountability. In: FILGUEIRAS, Fernando; MENDONÇA, Ricardo F.; PEREIRA, Marcus A. G. (Org.). **Democracia digital: publicidade, instituições e confronto político**. 1ed.Belo Horizonte: Editora UFMG, 2016, v. 1, p. 79-112.

GALSTON, William A. **Political knowledge, political engagement and civic education**. Annual Review of Political Science. v. 4, p. 217-234, 2001. Disponível em: <http://www.arjournals.annualreviews.org>. Acesso em 21/03/17.

GOMES, Wilson. Participação política online: questões e hipóteses de trabalho. In: GOMES, W. & MAIA, R. C. M. & MARQUES, F.P.J.A. **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HASWANI, Mariângela F. **Comunicação pública**: bases e abordagens. São Paulo: Saraiva, 2013.

KAÇOUSKI, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, Heloiza. (org.). **Comunicação pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2013.

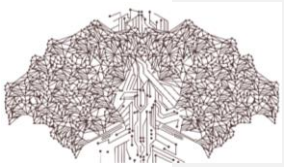
LÓPEZ, Juan C. J.. **Experiencia de la Comunicación Pública, The communication initiative network**, Canadá, ago. 2003. Seção América Latina. Disponível em: <httpwww.comminit.com/es/ node/150447>. Acesso em 06/08/15.

MARQUES, Francisco P. J. A. Internet e Transparência Política. In: MENDONÇA, Ricardo F.; FILGUEIRAS, Fernando; PEREIRA, Marcus A. (Org.). **Democracia Digital: Publicidade, Instituições e Confronto Político**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2016, v. 1, p. 55-78.

MATOS, Heloiza. **Comunicação Pública – Democracia e Cidadania**: o caso do Legislativo. Líbero, v. 2, p. 32-37, 1999.

OLIVEIRA, Maria J. C. **Comunicação pública**. Campinas, Alínea, 2004.

PENTEADO, Claudio L. C.; SILVA, Michel C.; SOUZA, Paulo R. E.. **E-participação e agonismo**: um estudo de caso dos debates on-line na página do Facebook do Senado Federal. In: 40° Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais



(ANPOCS), 2016, Caxambu-MG. Anais do 40º Encontro Anual da Anpocs, de 24 a 28 de outubro de 2016, em. Caxambu - MG: Anpocs, 2016.

ROLANDO, Stefano. A dinâmica evolutiva da comunicação pública. In KUNSCH, Margarida. M. K. (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011.

ROTHBERG, Danilo. **Informação de diagnóstico, democracia e inclusão digital**. Liinc em Revista, v. 5, p. 4-18, 2009.

SENADO FEDERAL. **Relatório das Mídias Sociais**: Janeiro a Junho de 2017. Brasília: SECOM, 2017.

SOARES, Magda. Letramento: um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.

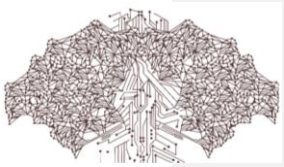
TFOUNI, Leda Verdiani. **Letramento e alfabetização**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

TOCQUEVILLE, Alexis. **A democracia na América**: sentimentos e opiniões. De uma profusão de sentimentos e opiniões que o estado social democrático fez nascer entre os americanos. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

WEBER, Maria H. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria H.; COELHO, Marja P.; LOCATELLI, Carlos. (Org.). **Comunicação Pública e Política**: pesquisa e práticas. Florianópolis: Editora Insular, 2017, v. 1, p. 23-56.

ZEMOR, Pierre. **La Communication Publique**. Paris: PUF, 1995.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



COMUNICAÇÃO, DEMOCRACIA E GOVERNO ELETRÔNICO: ESTUDO DE CASO DA SECRETARIA DE ESTADO DE SAÚDE DE MINAS GERAIS

Leandro Peters Heringer[1]; Rodrigo Baroni de Carvalho[2]

Resumo

A pesquisa analisou como ocorre o uso do Facebook como plataforma de relacionamento com o cidadão no contexto da comunicação pública cidadã bem como suas implicações no âmbito do Governo Eletrônico 2.0. A metodologia de pesquisa compreendeu análise documental, de conteúdo da Fan Page, bem como questionários respondidos por gestores públicos e internautas identificados como influentes por meio de indicadores gerados pela ferramenta Fanpagekarma. A pesquisa concluiu que há subutilização dos aspectos colaborativos da mídia social em relação às possibilidades de estímulo à participação do cidadão, prevalecendo um fluxo unidirecional de informação do Governo para o Cidadão, que é característico do estágio inicial de Governo Eletrônico. A comunicação pública unidirecional demonstra uma percepção ultrapassada em que o emissor é o detentor do conhecimento e o receptor é visto como massa no conceito marxista do termo. Não há estímulo à participação do cidadão em um potencial espaço de e-democracia.

Palavras-chaves: Governo Eletrônico; e-participação; comunicação política, comunicação cidadã, mídias sociais

Introdução

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) proporcionam novas formas de comunicação, negócios e relacionamentos, tanto no nível interpessoal quanto interorganizacional. Os órgãos governamentais passaram a utilizar recursos dessas tecnologias para, entre outras finalidades, disponibilizar serviços *online*, aumentar a transparência, reduzir custos e fomentar a participação do cidadão.

Há estudos sobre os portais como canais de relacionamento com o cidadão (Lara e Gosling, 2016) e da e-participação (Cunha, Coelho e Pozzebon, 2014) .Ribeiro Soares e Monteiro (2015) apontam a necessidade de estudos qualitativos para averiguarem o conteúdo de postagens

1 Mestre em Administração (PUCMinas). E-mail: lheringer@gmail.com

2 Doutor em Ciência da Informação (UFMG / University of Toronto - Canadá), Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da PUCMinas. Email: baroni@pucminas.br

de administradores de páginas no Facebook e o efeito desse conteúdo nas interações subsequentes. Por sua vez, Cunha *et al.* (2014) destacam o crescente interesse, tanto no âmbito acadêmico quanto governamental, em novas formas de relacionamento entre a Administração Pública e os cidadãos.

Para além da introdução, o artigo está organizado da seguinte forma: referencial teórico enfatizando comunicação pública, e-gov e mídias sociais; metodologia de pesquisa; análises (documental, de conteúdo e dos questionários); e conclusão.

Objetivos

Considerando-se a importância do espaço virtual como potencial esfera de relacionamento entre o Governo e a população, o objetivo da pesquisa consistiu em analisar o uso do Facebook como plataforma de relacionamento com o cidadão no contexto da comunicação pública governamental e suas implicações nos âmbitos do Governo Eletrônico 2.0. Para tanto, foi adotada como unidade empírica a *Fan Page* da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG).

Justificativa

O desenvolvimento da Internet, em especial da Web 2.0, possibilitou o surgimento de um novo lugar para relacionamentos. Desse modo, surgem ações tanto da sociedade quanto governamentais no intuito de favorecer esferas públicas de discussão para democratizar ações de interesse público.

A adoção das mídias sociais no *e-gov* 2.0 está de acordo com a visão cidadã-cêntrica do Governo focada no relacionamento entre Administração Pública e Cidadão. Percebe-se que a participação do cidadão é estimulada e que o *e-gov* 2.0 ultrapassa a concepção puramente de Governo Eletrônico como *accountability*, prestação de serviços *online* e modo de diminuir gastos. O Governo Eletrônico tem por escopo também constituir uma esfera pública em que a Administração Pública tenha comunicação de mão-dupla com o cidadão, percebendo sua realidade, suas demandas e, consequentemente, possa, por meio de relacionamento, dados e informações, elaborar e/ou aperfeiçoar ações e políticas públicas tanto na visão de sociedade quanto de forma individualizada para o cidadão.

Além do contexto de lacuna da pesquisa, há também implicações práticas referentes às ações da Administração Pública que justificam a escolha do tema deste trabalho.Com objetivo de qualificar o âmbito organizacional, o Programa Nacional de Gestão Pública e



Desburocratização (GESPÚBLICA) foi instituído pelo Decreto n. 5.378 de 23 de fevereiro de 2005 sendo resultado da associação do Programa de Qualidade do Serviço Público e do Programa Nacional de Desburocratização. O GESPÚBLICA tem como base os princípios constitucionais e como pilares os fundamentos da excelência gerencial, orientados para sustentar o modelo de Excelência em Gestão Pública. Como critérios, a GESPÚBLICA (2007) adota alguns princípios: (a) excelência dirigida ao cidadão; (b) gestão participativa; (c) gestão baseada em processos e informações; (d) valorização das pessoas; (e) visão de futuro; (f) aprendizado organizacional; (g) agilidade; (h) foco em resultado; (i) inovação (Pereira,2011).

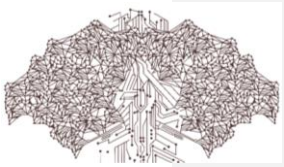
O acesso à Internet no Brasil, medido pela presença de provedores no País, cresceu 43,6% entre 2006 e 2014 e estando presente em 65,5% das cidades brasileiras, segundo o Suplemento de Cultura do Perfil dos Estados e Municípios Brasileiros (Estadic/Munic), divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2014. Em 2006, menos da metade das cidades do País (45,6%) tinha provedores de Internet e, em 2014, 65,5%dos municípios possuíam provedores.

A relevância das mídias sociais é destacada, uma vez que as atividades preponderantes dos internautas são: o envio de mensagens instantâneas utilizado por 83% dos internautas e a participação em mídias sociais, como o Facebook, com 76%. (Fonte:www.cetic.br disponível em 28 de janeiro de 2016).

Convém ressaltar que a Gestão do Conhecimento nas redes e mídias sociais possui importância dupla. A primeira em relação ao público com quem se fala e a segunda diz respeito sobre o que o cidadão fala. Deste modo, segundo Fialho (2014), a estrutura de qualquer organização deve ser estudada e compreendida relativamente às suas redes múltiplas de relações internas e externas.

Portanto, o estudo de caso do relacionamento do cidadão com a Administração Pública por meio da *Fan Page* do *Facebook* da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais, no âmbito do *e-gov* 2.0, demonstra-se atual, relevante e pertinente tanto para suprir uma lacuna teórica existente na literatura nacional e emergente na literatura internacional quanto para possível uso da Administração Pública na aplicação das políticas de governo eletrônico.

Metodologia / Materiais & Métodos



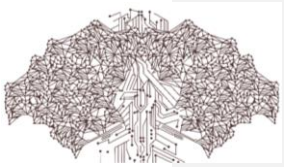
A pesquisa pode ser classificada como estudo de caso exploratório/descritivo de caso único (YIN, 2001). O caso é descritivo/exploratório por analisar as relações entre Cidadão e Governo na potencial esfera pública digital e de caso único por centralizar essa análise no Facebook do órgão gestor do Sistema Estadual de Saúde de Minas Gerais, que é a Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG). Nesse contexto, a perspectiva qualitativa, pela análise de conteúdo dos *posts* da *Fan Page* da SES-MG, favorece analisar e descrever o relacionamento entre Cidadão e Governo tanto em relação ao conteúdo das mensagens quanto ao fluxo de mensagem (G2C ou C2G). Nesta pesquisa, foi utilizada a triangulação de fontes de dados (YIN, 2001) a partir da combinação de três diferentes métodos de coleta de dados:

- análise documental das resoluções normativas sobre e-gov no Governo de Minas, orientações da Subsecretaria de Comunicação do Estado de Minas Gerais a respeito das mídias sociais e materiais gráficos de campanha da SES-MG;
- análise quantitativa e qualitativa do conteúdo dos *posts* da *Fan Page* da SES-MG;
- questionários estruturados aplicados aos gestores governamentais e aos cidadãos mais frequentes na rede social da SES-MG.

A análise documental consistiu na análise de publicações de caráter regulamentar publicadas pelo Governo de Minas Gerais a respeito das TICs bem como manuais de implementação e de redação dos sítios eletrônicos. A observação em relação aos materiais gráficos tem sua relevância devido ao fato de informar ao cidadão a existência ou não da *Fan Page* e, por conseguinte, de seu conteúdo.

Por sua vez, a análise de conteúdo compreendeu a análise de 1038 *posts* da *Fan Page* da SES-MG no período de 1º de dezembro de 2015 a 30 de junho de 2016 e em materiais gráficos. Também houve análise quantitativa dos dados da *Fan Page* da SES-MG relacionados às métricas de engajamento nas mídias sociais. Essa análise proporcionou a possibilidade de categorização dos *posts*, bem como dados sobre o engajamento e ações dos internautas em relação à página institucional no Facebook.

Adicionalmente, foram aplicados questionários estruturados para Gestor Funcional de mídias sociais da Assessoria de Comunicação da SES-MG, para o Gestor Estratégico do Sistema Estadual de Saúde de Minas Gerais bem como questionários estruturados para seguidores da *Fan Page* da SES-MG indicados como maiores influenciadores pelo software Fanpagekarma, excluindo os seguidores que tenham vínculo empregatício com a Administração Pública Estadual. A utilização de entrevistas para esses três perfis baseia-se na pesquisa realizada por Heller Baird e Parasnis (2011) que apresentaram as percepções dos gestores e dos seguidores da página da IBM no Facebook.



Desenvolvimento / Resultados

Comunicação Cidadã, Pública e Governamental

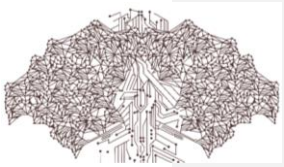
A contextualização do papel da comunicação governamental é fundamental para a abordagem da comunicação cidadã. É importante ressaltar que a publicização dos atos dos poderes públicos constitui determinação constitucional. Outra legislação que aborda e regulamenta de forma relevante o tema é a Lei da Transparência. Dessa forma, a característica primeira da comunicação governamental é o de informar sobre as ações dos poderes. Portanto, as características pública e publicista da comunicação governamental estão ligadas de forma intrínseca com a comunicação pública. Trata-se de uma forma legítima de a Administração Pública prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são do interesse público (BRANDÃO, 2009, p.5). Contudo, a comunicação governamental tem papel mais amplo do que o de informar o cidadão potencializando sua característica de comunicação cidadã.

O conceito de comunicação pública não é pacificado na literatura e apresenta diversas abordagens segundo Haswani (2007). Rego (1985) destaca que a comunicação governamental é uma necessidade social, já que os cidadãos são informados por meio da comunicação governamental dos atos da Administração Pública e dos governos em diversas esferas. Contudo, o autor salienta que a comunicação deveria ser em mão-dupla, uma vez que, também é por meio dela, que a Administração Pública tem ciência dos desejos e anseios dos cidadãos.

Segundo Brandão (2009), pode-se entender a comunicação governamental como comunicação pública tanto pela característica de influenciar a construção da agenda pública quanto pelo seu escopo de informar o cidadão, prestar contas e estimular a participação do cidadão.

Para De Matos (2006), a expressão comunicação pública apresenta basicamente três grupos de significação e sentido: a) utopia; b) conceito renovado de comunicação governamental; c) próximo passo nas relações comunicativas entre o Estado (não o governo) e a sociedade" (DE MATOS, 2006, p.61).

Em uma percepção ampliada de comunicação governamental dentro de um paradigma relacional, a comunicação unidirecional, com papéis claros e estanques de emissor e receptor, é sobreposta por uma visão comunicacional em que os elementos que constituem o processo



comunicativo se interrelacionam de forma dinâmica, buscando a circularidade e globalidade do processo, que possibilitam a intervenção de sujeitos sociais, interação, ações partilhadas e processos de troca (FRANÇA, 2002).

Contrapondo a SALDANHA (2006), o objetivo da comunicação pública e governamental deve, portanto, sobrepor objetivo de disseminar as informações contidas e preconizadas em lei, já que pode favorecer o exercício da cidadania por meio de participação e colaboração nas ações e políticas públicas tendo o caráter de comunicação cidadã.

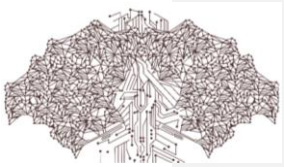
Reddick e Norris (2013) salientam que uma característica da Web 1.0 é a informação, o serviço, a política e a governança em mão única indo do Governo para o Cidadão. Já no contexto da Web 2.0 e das mídias sociais e, por consequência no *e-gov* 2.0, a informação é criada conjuntamente, cidadãos demandam serviços, a política pública é negociada e a governança compartilhada. O'Reilly (2005) acredita que usuários agregam valor e organizações devem ser aptas para aparelhar a inteligência coletiva por meio das mídias sociais.

Dessa forma, Nam (2012) ressalta que o *Governo Aberto* precisa ser avaliado do ponto de vista dos cidadãos. Para Nam (2012), combinadas com a contínua expansão e progresso das funções de Governo Eletrônico convencionais, várias iniciativas de *e-gov* são realizadas para aumentar a satisfação dos cidadãos com o Governo bem como a confiança no desempenho da Administração Pública ao defender os valores fundamentais da transparência, participação pública e colaboração.

No contexto do Governo Eletrônico, a comunicação governamental pode exercer papel estratégico no aproveitamento de potenciais espaços de esferas públicas digitais sobrepondo os próprios conceitos de comunicação pública e governamental tornando-se comunicação cidadão. O foco seria mais do que informações em mão única, mas proporcionar um processo comunicacional efetivo, relacional e democrático entre a Administração e o Cidadão.

Governo Eletrônico

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) passaram a fazer parte do cotidiano de pessoas e organizações de forma intensa nos últimos anos. Nam (2012) afirma que *Governo Aberto* defende a transparência, participação e governança (por meio da colaboração), como valores fundamentais do Governo Eletrônico. Para Meijer, Curtin e Hildebrandt (2012), o conceito de *Governo Aberto* é baseado na visão e na voz exemplificados pela transparência e pela participação, respectivamente. Dessa forma, entendem os autores que a transparência refere-se ao acesso aberto à informação do Governo e a participação está ligada ao acesso aberto a arenas de



tomada de decisão.

Alexandrini, Piske e Piske (2006) classificam as TICs no *e-gov* brasileiro em três categorias: acesso à informação; participação de cidadãos; e serviços de transação, informatização das relações internas do governo, e deste com os diversos setores da sociedade.

Para Pinho (2008), o conceito de Governo Eletrônico é mais amplo que a prestação de serviços, já que compreende relacionamento entre o Cidadão e a Administração Pública, possibilitando maior participação social e transparência. Assim, percebe-se que há visões diferenciadas de Governo Eletrônico, podendo classificá-las como uma visão instrumental em que o foco está no *accountability*, na prestação de serviços e disponibilização de informações e outra relacional em que há uma percepção com foco no cidadão para aprimorar a prestação de serviços de forma personalizada, estímulo à participação e à *e-democracia*.

Conceitualmente, o *e-gov* é apresentado sob diversos prismas. Reddick (2010) explica que o *e-gov* tenta responder eficientemente as necessidades do cidadão e aumentar a participação do cidadão no processo decisório, considerando que os serviços do governo *off- line* têm um acesso limitado e exigem mais esforços e tempo para o cidadão adquirir serviços. Tais percepções podem ser notadas como uma perspectiva relacional que propõe um caminhar entre os conceitos de *e-gov*, *e-participação* e *e-democracia*.

Lidén (2013) enfatiza que o Governo Eletrônico é relativo ao uso da tecnologia para alcançar a eficácia nas operações internas do Governo, mas também para melhorar a qualidade em acessibilidade aos serviços públicos. A e-participação é importante uma vez que a legitimidade das instituições democráticas depende dos cidadãos e de seu nível de confiança nestas instituições. Já a e-democracia é definida pelo autor como o uso das TICs nos processos políticos democráticos em matéria de informação, discussão e tomada de decisões. Lidén (2013) ressalta ainda que a e-democracia é dependente de condições tecnológicas e que a infraestrutura é o fator mais importante para a existência da e-democracia.

Cunha e Miranda (2013), ao demonstrarem o modelo referencial de Governança Eletrônica, apresentam os conceitos de e-governança, e-administração pública, e-serviços públicos e e-democracia. Entende-se por e-governança o exercício de uma nova forma e uma nova possiblidade de governar com a participação de ampla rede de atores. Já e-democracia refere-se à ampliação da prática democrática, utilizando as TICs envolvendo um processo comunicacional amplo e englobando o conceito de *accountability*. Assim, a e-democracia embarcaria os esforços para aperfeiçoamento da gestão pública e as definições de e-administração pública e de e-serviços



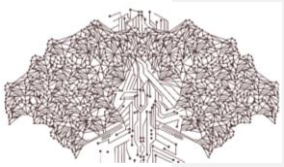
públicos. Por e-serviços compreende-se a prestação de um serviço público de melhor qualidade de forma igualitária e universal, considerando-se o respeito à democracia e cidadania. Já a e-administração pública pressupõe aperfeiçoamentos dos processos governamentais e do trabalho interno do setor público por meio do uso das TICs.

No presente texto, aborda-se o a comunicação governamental e Governo Eletrônico na concepção cidadã-cêntrica distinguindo os conceitos de *e-gov*, e-participação e e-democracia. Por *e-gov*, entende-se uma política em que há a favorecimento de maior *accountability*, acesso a informações, redução de custos bem como relacionamento com o cidadão focado em proporcionar atendimento aos desejos e necessidades, incentivando a participação do cidadão e considerando informações a respeito do cidadão e o conhecimento tácito da sociedade. Por *e- participação*, adota-se a visão de Macintosh e Whyete (2008) de ser participação que utiliza tecnologias disponíveis na Internet no intuito de proporcionar acesso à informação e favorecer o engajamento do cidadão nas ações e políticas públicas bem como seu empoderamento. Curran e Singh (2011) apresentam uma importante diferenciação conceitual entre *e-gov* e *e- democracia* ao relacionar o Governo Eletrônico com mudanças internas na burocracia pública, enquanto a *e-democracia* consiste em preocupações e ações para viabilizar a relação entre os atores políticos e cidadãos nos processos políticos.

Modelos de Governos Eletrônicos

Reddick (2011) analisa diferentes formas de participação no Governo que vão desde a via única (da Administração Pública para o Cidadão), de duas vias de interação dirigida a partir da Administração Pública (consultivo), e a mais alta forma de e-participação da interação bidireccional dirigida de Cidadãos para a Administração Pública e vice-versa (participativa).

Os três modelos de e-participação apresentados pelo autor são de Chadwick e May (2003); Macintosh (2003) e Mustafa Kamal (2009). O primeiro modelo é o Gerencial, que se refere à prestação de serviços mais eficientes e eficazes por meio do Governo Eletrônico. O segundo modelo é o Consultivo, em que o cidadão é incluído no processo de decisão política. O terceiro modelo, considerado por Reddick (2011) a forma mais elevada de e-participação, é o modelo Participativo, que se concentra em dois sentidos interação com o Governo e os Cidadãos. No modelo participativo, a contribuição dos cidadãos pode moldar diretamente as políticas públicas. Assim, será apresentado de forma sucinta cada modelo. Segundo Reddick (2011), os três modelos podem ser representados em um *continuum* com o modelo Gerencial a ser a forma mais baixa de e-participação e o modelo Participativo sendo a forma mais elevada com a interação entre cidadão e o Governo. O modelo Consultivo está em posição intermediária entre a gestão e



participativa no seu nível de e-participação ativa.

e-gov e e-gov 2.0

Partindo dos conceitos já apresentados de *e-gov*, e-participação e e-democracia, nota- se que há um movimento do que se convencionou chamar de *e-gov 2.0*. O desenvolvimento da Internet, em especial da Web 2.0, possibilitou o surgimento de um novo lugar para relacionamentos. Desse modo, surgem ações tanto da sociedade quanto governamentais no intuito de favorecer esferas públicas de discussão para democratizar ações de interesse público.

Brainard e McNutt (2010) definem quatro estágios de *e-gov*: prestação de informações, interação, transação e transformação. Os autores enfatizam que a OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) observa que o Governo Eletrônico em grande parte ainda está em fase de prestação de informações, com algum tipo de interação, seja por meio de *blogs*, *e-mail*, Twitter ou discussão em grupo. Entende-se que, independentemente da tecnologia específica usada, a maioria das iniciativas de *e-gov*, de acordo com a OCDE (2009), ainda se concentra em fornecer informação aos cidadãos, sendo que ações de transação e transformacionais são extremamente carentes por Governos ao redor do mundo. A denominada *Web* 2.0 amplia essas possibilidades, constituindo-se assim em um espaço com capacidade de potencializar a aproximação entre a Administração Pública e o Cidadão.

Chun, Shulman, Sandoval e Hovy (2010) descrevem a evolução do *e-gov* em diferentes fases que descrevem os padrões de interações dos governos digitais com o público. O primeiro estágio consiste na digitalização de informações do Governo, ou seja, na disponibilização de dados e informações *online*. O segundo estágio é caracterizado por interações simples não necessariamente síncronas, como o *e-mail*, entre Governo, cidadãos e outras partes interessadas, portanto, uma fase informacional. A terceira fase é a possibilidade de transações *online*, tais como a realização de atividades como pagamentos de impostos e emissão de documentos, ou seja, a relação transacional. Já a última etapa tem por fundamento a governança compartilhada em que há tomada de decisão colaborativa. Nas três primeiras fases, a comunicação é exclusiva ou predominantemente unidirecional do Governo para o cidadão com *feedback l*imitado, o que caracteriza o denominado Governo Eletrônico 1.0 (CHUN *ET AL.*, 2010).

Tais tecnologias são entendidas como um conjunto de mídia social por meio da qual os indivíduos são participantes ativos na criação, organização, edição, combinação, no compartilhamento, comentário e classificação de conteúdo Web. Além disso, a mídia social possibilita a formação de uma rede social por meio da interação e conexão entre os participantes.

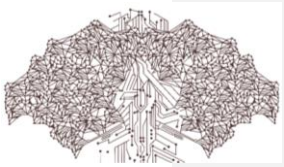
São exemplos de tecnologias da Web 2.0: *blogs*, *wikis*, mídias sociais, (*Facebook*, *Twitter*, *YouTube*), modos de comunicação baseados na Web, como *chats*, entre outros. Um dos objetivos, além da transparência e da participação, é que haja governança compartilhada e a participação dos cidadãos no Governo Eletrônico, consistindo em um passo no sentido de um processo mais democrático para o qual o termo *e-democracia* tem sido cunhado. Este novo paradigma faz com que o Governo seja mais transparente, mais responsável e mais confiável, uma vez que os cidadãos, os servidores públicos e outras partes interessadas participam da formulação de políticas, criação de conteúdo, coleta de dados, compartilhamento de conhecimento e estruturação e tomada de decisão colaborativa (CHUN *ET AL*., 2010).

A adoção das mídias sociais no *e-gov* 2.0 está de acordo com a visão cidadã-cêntrica do Governo focada no relacionamento entre Administração Pública e Cidadão. Percebe-se que a participação do cidadão é estimulada e que o *e-gov* 2.0 ultrapassa a concepção puramente de Governo Eletrônico como *accountability*, prestação de serviços *online* e modo de diminuir gastos. O Governo Eletrônico tem por escopo também constituir uma esfera pública em que a Administração Pública tenha comunicação de mão-dupla com o cidadão, percebendo sua realidade, suas demandas e, consequentemente, possa, por meio de relacionamento, dados e informações, elaborar e/ou aperfeiçoar ações e políticas públicas tanto na visão de sociedade quanto de forma individualizada para o cidadão. Esta percepção de Governo Eletrônico pode caminhar para a denominada *e-democracia* (PINHO, 2008; CURRAN & SINGH, 2011).

e-gov e mídias sociais governamentais

Batista (2011, p.70) classifica as mídias sociais da seguinte forma:

> a) redes sociais: são representações estabelecidas na Internet das relações e interações entre indivíduos de um grupo;
>
> b) comunidades virtuais: são grupos formados por indivíduos que compreendem e possuem um compromisso com um senso de valores, crenças e convenções que são compartilhadas entre si e que estabelecem uma relação que vai além do objetivo utilitário de uma particular interação, sem haver, necessariamente, uma interação face a face;
>
> c) mídias sociais: são ambientes disponibilizados na Internet que permitem aos indivíduos compartilhar opiniões, ideias, experiências e perspectivas com os outros indivíduos. Essas mídias podem permitir tanto a construção das mídias sociais como a construção de comunidades virtuais.



Bonsón, Royo e Ratkai (2015) destacam que as mídias sociais são particularmente efetivas quando as informações podem ser eficientemente disseminadas em larga escala e o público é disperso. Assim, essas mídias possibilitam oportunidades crescentes de participação para os cidadãos.

Chun e Reyes (2012) explicam que as ferramentas de mídias sociais podem prover à organização informações sobre opiniões, emoções, intenções, comportamento e caraterísticas dos usuários. A mídia social usada pelo Governo é considerada inovação tecnológica e agente de transformação em gerar ao cidadão engajamento nas campanhas oficiais bem como ativismo para compartilhar governança promovendo democracia, conforme destacado por Chun (2012).

Bonsón, Torres, Royo e Flores (2012) enfatizam os principais benefícios que as mídias sociais oferecem para organizações públicas, enfatizando os reforços da transparência e da participação dos cidadãos. Os autores explicam que esses benefícios podem ser obtidos por meio do aumento da visibilidade do governo; do compartilhamento de dados e *insights* sobre os processos de tomada de decisão para se tornar mais transparente; tornando-se mais atraente, aberto e participativo; e oferecendo a possibilidade de todas as partes interessadas a se envolver em processos colaborativos (MERGEL E BRETSCHNEIDER, 2013). Segundo Bonsón *et al.* (2012), um dos principais problemas para o relacionamento Governo-Cidadão é a confiança, que pode ser adquirida por meio da promoção de atividades transparentes e eficazes. Assim, o uso das mídias sociais no setor público, para os autores, deve ser entendido como parte de uma mudança de paradigma em curso maior para uma maior autonomia e participação do cidadão.

Análise Documental

No âmbito da análise documental, foram inicialmente analisadas publicações de caráter regulamentar relacionadas ao tema Governo Eletrônico, em ordem cronológica, disponibilizadas no sítio http://www.planejamento.mg.gov.br mantido pela Secretaria de Planejamento e Gestão do Estado de Minas Gerais (SEPLAG-MG). Como o contexto deste trabalho é a SES-MG, no âmbito da análise documental, foram considerados não apenas diretrizes estaduais sobre Governo Eletrônico, mas também documentos específicos da SES-MG. A preocupação com os sítios governamentais e a determinação para a publicação de seus endereços eletrônicos nas produções gráficas oficiais são claras ao analisar o material gráfico (*folders* e cartazes em versões impressas e digitais) produzido pela SES-MG relacionado à AIDS, dengue, gripe, saúde da mulher, tuberculose e vida saudável. Embora sejam feitas publicações sobre os temas na *Fan Page* da SES-MG, no material gráfico não consta o endereço de nenhuma mídia social, estando presentes os endereços eletrônicos de *hotsites* como o http://www.saude.mg.gov.br/dengue.

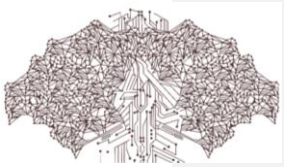
Na *homepage* do portal http://www.saude.mg.gov.br a única menção às mídias sociais é a presença de ícones no cabeçalho, apesar de ser possível compartilhar o conteúdo das páginas nas mídias sociais. Nos *hotsites*, são disponibilizadas artes temáticas com presença de *hashtags* como #TuberculoseTemCura, todavia não há citação à *Fan Page* em texto ou na própria imagem a ser compartilhada. Assim, a análise documental possibilita afirmar que há uma crescente atenção ao e-gov no âmbito do Governo do Estado de Minas Gerais. Contudo, ainda há a necessidade de melhor articulação entre os atores governamentais no que tange à agregação de funcionalidades mais colaborativas e a evolução em direção aos conceitos de e-gov no âmbito das mídias sociais. Ressalta-se que não há diretriz das secretarias de Governo em relação à utilização das mídias sociais, ficando, portanto, a cargo de cada órgão.

Análise do Conteúdo da Página do Facebook da SES-MG

A análise de conteúdo da página no Facebook da SES-MG contemplou o período de sete meses entre dezembro de 2015 e julho de 2016 e proporcionou o montante de 1032 *posts*. O período foi definido com base na quantidade de meses necessários para se atingir o número de 1.000 *posts* que foi uma premissa assumida para se ter um volume considerável. As categorias foram definidas pelos autores deste trabalho considerando-se a proximidade do conteúdo das postagens e a relevância em termos de ações dos internautas (curtidas, compartilhamentos, reações e comentários).

No período analisado, foram 100.370 curtidas, 624 reações positivas, 15 reações negativas, 20 surpresas, 1.139 comentários, 22.716 compartilhamentos e 84 respostas. Dos 1032 *posts* analisados apenas um possuiu caráter colaborativo. A categoria AIDS/HIV foi a que se destacou no quesito engajamento/post, já que teve 7741 interações com 11 postagens. Em termos absolutos, a categoria Doenças ligadas ao *Aedes aegypti* teve 45.601 interações com 160 postagens. As reações por *post* são detalhadas em ordem decrescente na Tabela 3.

A categoria com maior número de *posts* é de notícias com 218, confirmando o caráter informacional da *Fan Page*. O engajamento do cidadão por meio de curtidas, compartilhamentos, reações e comentários demonstra um distanciamento entre o conteúdo produzido e o interesse do internauta. Cruzando os dados com a análise da produção de conteúdo da *Fan Page*, pode-se afirmar que o conteúdo quase exclusivamente informacional produz um engajamento baseado em curtidas que não prioriza o modelo relacional e a comunicação em mão dupla, que é marca do e-gov 2.0. Entende-se haver o que Reddick e Norris (2013) denominaram Web 1.5, ou seja, uma adoção parcial, mas incompleta da Web 2.0 por parte da Administração Pública, visto que 1031



posts possuíram caráter exclusivamente informativo, não estimulando nem a participação nem a colaboração dos seguidores da *Fan Page*.

Em um comparativo entre órgãos oficiais de saúde, as páginas do Facebook do Ministério da Saúde, CES-MG, do Conselho de Secretários Municipais de Saúde de Minas Gerais (COSEMS-MG), da Escola de Saúde Pública do Estado de Minas Gerais (ESP-MG), FUNED, Fundação Hemominas, Rede FHEMIG, Secretaria de Estado de Saúde de São Paulo (SES-SP) e SES-MG foram analisadas utilizando a ferramenta Fanpage Karma no período entre 1º de dezembro de 2015 a 30 de junho de 2016. A escolha pelos órgãos decorre pelo fato de constituírem o Sistema Estadual de Saúde de Minas Gerais ou de ser o órgão gestor da saúde pública nacional, no caso do Ministério da Saúde, ou ainda de ser a Secretaria de Estado de Saúde com ação nas mídias sociais e ter o estado mais populoso da região sudeste , no caso da Secretaria de Estado de Saúde de São Paulo.

Considerando as páginas encontradas na ferramenta e o período estabelecido, entende-se que a ESP-MG, as secretarias de estado de Saúde de Minas Gerais e de São Paulo possuem postagens com média de, no mínimo, uma publicação diária. Dessa forma, os dados comparativos completos só puderam ser feitos entre essas instituições. As demais possuem dados apenas parciais e relativos às postagens, mas taxas como engajamento não são disponibilizadas.

Tabela 01 - Índices comparativos entre *Fan Pages*

Instituição	Número de Seguidores	Engajamento (%)	Interação do Post (%)	*Post* por dia (média)	Número de *posts*	Número de reações, comentários e compartilhamentos
ESP-MG	9.148	0,28	0,33	3,08	658	15.839
Ministério da Saúde	1.746.583	1,14	0,22	5,20	1.108	3.752.685
SES-MG	85.044	0,18	0,08	4,87	1.039	125.130
SES-SP	75. 961	0,45	0,14	3,55	758	76.433

Fonte: Dados da pesquisa analisados por *FanPageKarma.*

Na Tabela 01, nota-se que a SES-MG, embora tenha o segundo maior número de seguidores e o segundo maior número de posts, possui as menores taxas de engajamento e de interação por post.

Cruzando os dados com a análise da produção de conteúdo da *Fan Page*, pode-se afirmar que o conteúdo quase exclusivamente informacional produz um engajamento baseado em curtidas que não prioriza o modelo relacional e a comunicação em mão dupla que é marca do e-gov 2.0.

Análise de Questionários

A coleta de dados por meio de questionários ocorreu no 2º semestre de 2016 com gestores e internautas da *Fan Page* da SES-MG. Seguiu-se a metodologia de Heller Baird e Parasnis (2011) que apresentou a visão e a expectativa de gestores e clientes da IBM sobre o papel da mídia social. Os seguintes gestores foram selecionados devido ao seu grau de influência: o Gestor Funcional de Mídias Sociais da SES-MG e o Gestor Estratégico do Sistema Estadual de Saúde.

Segundo o Gestor Funcional, não há um manual institucional de utilização das mídias sociais governamentais, apesar de, na SES-MG, haver orientações para que os jornalistas desta instituição possam produzir conteúdo para a Web, utilizando ferramentas *online* gratuitas. Embora haja informação a respeito do perfil do usuário da *Fan Page*, tais dados não são considerados na elaboração de comunicação dirigida. Nas respostas do Gestor Funcional, ressalta-se a negação do Facebook como mídia e instrumento de marketing. O respondente refuta a perspectiva do uso da rede social como plataforma de marketing de relacionamento, já que a abordagem do CRM é percebida como instrumento mercadológico e antagônico aos objetivos de uma Secretaria de Estado. Infere-se, a partir da análise do conteúdo das respostas do Gestor Funcional, que o Facebook é percebido como uma possibilidade de uma linguagem mais próxima do cidadão sem necessariamente trazer avanços no campo da interatividade. A visão é que a rede social se aproxima de um mural digital em que a forma mais leve e despojada das informações é o item mais valorado.

Para o Gestor Estratégico, os papéis da mídia social institucional consistem em fortalecer o Sistema Único de Saúde (SUS) em Minas Gerais, informar os públicos, ser espaço de relacionamento com os públicos da instituição, bem como espaço para sugestões, críticas de ações e políticas. Percebe-se na resposta uma concepção mais ampla e relacional do que a apontada

anteriormente pelo Gestor Funcional. Contudo, no que diz respeito a denúncias ou reclamações, a orientação é que sejam feitas pelos internautas nos canais de Ouvidoria (Fale Conosco da SES-MG / Portal da Transparência e Ouvidoria do SUS). Mais uma vez, a mídia social é percebida como ambiente mais leve e descontraído, em consonância com a visão anterior do Gestor Funcional, não sendo considerada pelo Governo de Minas Gerais como local de relacionamento com o cidadão.

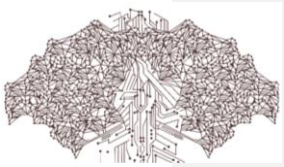
O perfil dos 24 internautas influenciadores apontados pela ferramenta Fanpagekarma foi analisado segundo informações que constam em seus perfis nas mídias sociais. Excluindo-se os servidores públicos dos influenciadores, restaram 13 influenciadores qualificados para responder o questionário, sendo que destes cinco preencheram e enviaram o formulário. Ressalta-se que houve contato diário por meio de mídias sociais e/ou telefone com os influenciadores.

Percebe-se que a expectativa dos influenciadores que responderam o questionário está focada em concepção de e-gov 1.0 com informações, sendo o centro do anseio dos internautas. Entretanto, há desejo de que o Facebook seja um espaço com maior interatividade e com possibilidade de interação por meio de curtidas e compartilhamentos. Nota-se que mesmo sendo influenciadores, a prática de comentários não foi citada pelos respondentes, ou seja, a externalização de opiniões, críticas e sugestões não foi posta em prática. Apesar de cientes de que, no período estudado, não houve nenhuma ação de característica interativa como enquete ou e-votação, os influenciadores respondentes ainda afirmam que a mídia social da Secretaria possui participação. A análise do conteúdo postado pela Secretaria de Saúde e compartilhada pelos internautas influenciadores denota a falta de uma política de comunicação inclusiva e efetivamente com foco na e-participação e no relacionamento entre Administração Pública e Cidadão.

Conclusão

Os resultados corroboram o que Rego (1985) constatou: embora a comunicação governamental devesse ser de mão-dupla no intuito de informar o cidadão e de ser informado sobre "o estado de espírito dos cidadãos", o Brasil se acostumou com o "oficialismo informativo".

Informar o cidadão é uma das funções da comunicação governamental e a atividade é estimulada na perspectiva de Governo Eletrônico 1.0. Contudo, tendo por base os dados aferidos, as respostas aos questionários, análise da legislação vigente e os conceitos apresentados, evidencia-se a não percepção do espaço *online* como esfera pública digital. Assim, entende-se



que a característica da comunicação apresentada ainda é de comunicação institucional governamental com base em conceitos de comunicação de mão-única, não relacionais.

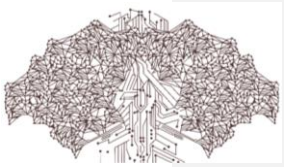
A não utilização de ferramentas já consagradas no âmbito virtual utilizadas inclusive por outras esferas públicas, como o Senado Federal, de e-consulta, conteúdos com perguntas aos cidadãos nem a gestão de informações a respeito do cidadão e provenientes do cidadão que poderiam colaborar tanto na elaboração de ações e políticas de saúde quanto no próprio planejamento da comunicação evidencia a característica de Governo Eletrônico 1.0 e de comunicação governamental unilateral distanciando-se dos conceitos de e-gov 2.0, e-participação, e-democracia e, consequentemente, de comunicação cidadã.

Ressalta-se que esta prática não é exclusiva do órgão analisado nem do contexto nacional. Em sua pesquisa sobre órgãos públicos tailandeses, Gunawong (2015) salienta que o foco também esteve na produção de informações e notícias para a população e que essa prática não implica necessariamente em maior transparência. O autor ainda enfatiza a necessidade dos órgãos públicos produzirem informação de interesse e relevância para o cidadão.

Os resultados do presente trabalho corroboram os achados de Bonsón *et al.* (2015) para quem há um desperdício de potencial das mídias no que diz respeito ao engajamento do cidadão. Para além do engajamento, os autores afirmam que as mídias sociais oferecem oportunidade para interação direta com o público e proporcionam um canal inovador de participação, disseminação de informação e educação. Ribeiro Soares e Monteiro (2015) ratificam a percepção de desperdício do potencial das mídias sociais, visto que elas podem proporcionar, entre outros benefícios, promoção de contínuas interações entre organização e público e o consequente aumento de exposição da organização no ambiente virtual.

No caso apresentado, há a concepção de transposição do caráter informativo do portal institucional para a mídia social, em exemplo perfeito do que Reddick e Norris (2013) chamaram de web 1.5. Não é concebida a utilização das mídias e redes sociais para fomentar grupos de discussão de políticas públicas nem relacionamento com cidadãos.

Considerando-se os objetivos da pesquisa, conclui-se que as formas de comunicação do Estado com o Cidadão e do Cidadão com o Estado no Facebook da SES-MG ocorrem em concepção de mão única. Dessa forma, percebe-se que a participação ocorre trivializada por meio de curtidas, reações, compartilhamentos e comentários, notadamente, por meio de curtidas e compartilhamentos. Por consequência, pode-se afirmar que a mídia social não é utilizada com foco no cidadão e suas demandas como ferramenta tanto de e-gov 2.0 quanto de comunicação cidadã.



A relevância do estudo está presente tanto na parte teórica ao relacionar comunicação cidadão e governo eletrônico quanto em demonstrar empiricamente a ação da comunicação em uma instituição pública. Assim, novos estudos podem ser feitos a título de comparação com outros órgãos públicos na mesma esfera ou em outras esferas governamentais. A replicação do estudo pode mostrar ser essa o *modos operandi* da comunicação governamental ou se ações e políticas de comunicação cidadão e governo eletrônico em perspectivas cidadãs-cêntricas estão ocorrendo tanto nas esferas municipal, estadual e federal quanto nos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário.

Referências

ALEXANDRINI, Fábio et al. Prefeitura Virtual: a Internet a Serviço da Comunidade. **Gestão & Regionalidade (Online)**, v. 22, n. 65, 2006.

BATISTA, Flávia Preuss Siqueira. **Gestão de marcas por meio das redes sociais: um estudo sobre a utilização do facebook**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

BONSÓN, Enrique et al. Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. **Government information quarterly**, v. 29, n. 2, p. 123-132, 2012.
BONSÓN, Enrique; FLORES, Francisco. Social media and corporate dialogue: the response of global financial institutions. **Online Information Review**, v. 35, n. 1, p. 34-49, 2011.

BRAINARD, Lori A.; MCNUTT, John G. Virtual government–citizen relations: Informational, transactional, or collaborative?. **Administration & society**, v. 42, n. 7, p. 836-858, 2010.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito et al. Conceito de comunicação pública. **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**, v. 2, p. 1-33, 2007.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil.Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL, LEI Nº. 12.527, de 18 de novembro de 2011. **Regula o acesso a informações, previsto no inciso XXXIII do art. 5o, no inciso II do § 3o do art**, v. 37, 2013.



CHADWICK, Andrew; MAY, Christopher. Interaction between States and Citizens in the Age of the Internet:"e-Government" in the United States, Britain, and the European Union. **Governance**, v. 16, n. 2, p. 271-300, 2003.

CHUN, Soon et al. Government 2.0: Making connections between citizens, data and government. **Information Polity**, v. 15, n. 1, 2, p. 1-9, 2010.

CHUN, Soon Ae et al. Government 2.0: Making connections between citizens, data and government. **Information Polity**, v. 15, n. 1, p. 1, 2010.

CHUN, Soon; LUNA-REYES, Luis Felipe. (2012). Social media in government. *Government Information Quarterly, 29*, 441–5.

CUNHA, Maria Alexandra Viegas Cortez da; MIRANDA, Paulo Roberto de Mello. O uso de TIC pelos governos: uma proposta de agenda de pesquisa a partir da produção acadêmica e da prática nacional. **Organizações & sociedade**, v. 20, n. 66, p. 543-566, 2013.

CURRAN, Tom; SINGH, Ravi. E-democracy as the future face of democracy: a case study of the 2011 Irish elections. **European View**, v. 10, n. 1, p. 25-31, 2011.

DE MATOS, Heloiza Helena Gomes. Comunicação política e comunicação pública. **Revista Organicom**, v. 3, n. 4, 2011.

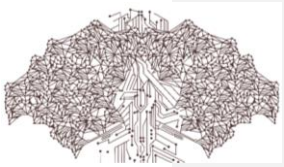
DO REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. **Marketing Politico e governamental um roteiro para campanhas politicas e estrategias de comunicacao**. Summus Editorial, 1985.

FRANÇA, V Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, L.G. , WEBER, M.H. , FRANÇA, V. , PAIVA, R.(Orgs.). Estratégias e culturas da comunicação.Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002

GUNAWONG, Panom. Open government and social media: A focus on transparency. **Social Science Computer Review**, v. 33, n. 5, p. 587-598, 2015.

HASWANI, M. Comunicação pública e as novas dimensões para as relações públicas. **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**, p. 209-223, 2007.

HELLER BAIRD, Carolyn; PARASNIS, Gautam. From social media to social customer relationship management. **Strategy & leadership**, v. 39, n. 5, p. 30-37, 2011.



MUSTAFA KAMAL, Muhammad. An analysis of e-participation research: moving from theoretical to pragmatic viewpoint. **Transforming Government: People, Process and Policy**, v. 3, n. 4, p. 340-354, 2009.

LIDÉN, Gustav. Supply of and demand for e-democracy: A study of the Swedish case. **Information Polity**, v. 18, n. 3, p. 217-232, 2013.

MACINTOSH, Ann; COLEMAN, Stephen. Promise and problems of e-democracy: Challenges of online citizen engagement. **Organisation for Economic Co-operation and Development**, 2003.

MACINTOSH, Ann; WHYTE, Angus. Towards an evaluation framework for eParticipation. **Transforming government: People, process and policy**, v. 2, n. 1, p. 16-30, 2008

MERGEL, Ines; BRETSCHNEIDER, Stuart I. A three-stage adoption process for social media use in government. **Public Administration Review**, v. 73, n. 3, p. 390-400, 2013.

MEIJER, Albert; THAENS, Marcel. Alignment 2.0: Strategic use of new internet technologies in government. **Government Information Quarterly**, v. 27, n. 2, p. 113-121, 2010.

NAM, Taewoo. Citizens' attitudes toward open government and government 2.0. **International review of administrative sciences**, v. 78, n. 2, p. 346-368, 2012.

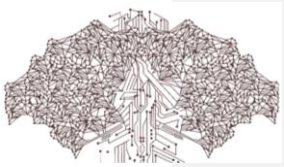
Organização para a Cooperação de Desenvolvimento Econômico. (2009). *Annual Report*. Economic Surveys: Brasil. Recuperado a partir de https://www.oecd.org/newsroom/43125523.pdf.

PINHO, José Antonio Gomes de. Investigando portais de governo eletrônico de estados no Brasil: muita tecnologia, pouca democracia. 2008.

REDDICK, Christopher G. Impact of citizen relationship management (CRM) on government: Evidence from US local governments. **Journal of E-governance**, v. 33, n. 2, p. 88-99, 2010.

REDDICK, Christopher G. Citizen interaction and e-government: Evidence for the managerial, consultative, and participatory models. **Transforming Government: People, Process and Policy**, v. 5, n. 2, p. 167-184, 2011.

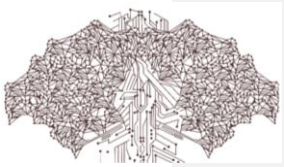
REDDICK, Christopher G.; NORRIS, Donald F. Social media adoption at the American grass roots: Web 2.0 or 1.5?. **Government Information Quarterly**, v. 30, n. 4, p. 498-507, 2013.



RIBEIRO SOARES, Felipe; REIS MONTEIRO, Plínio Rafael. Marketing digital e marketing de relacionamento: interação e engajamento como determinantes do crescimento de páginas do Facebook. **NAVUS-revista de gestão e tecnologia**, v. 5, n. 3, 2015.

YIN, ROBERT K. Estudo de caso: planejamento e métodos/Robert K. **Yin. Trad. Daniel**, 2001.Recuperado a partir de http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_EGOV.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



CONEXÕES COM PERFIS FICTÍCIOS: *BRANDED CONTENT* E NOVOS PAPÉIS DOS SUJEITOS DA ENUNCIAÇÃO NA CIBERCULTURA[1]

Sandro Tôrres de Azevedo[2]; Mariana Ayres Tavares[3]; Daniele de Castro Alves[4]

Este trabalho busca refletir sobre a interação estabelecida entre marcas anunciantes e público consumidor através da conexão ocasionada por perfis de personagens fictícios em mídias sociais digitais. A partir de metodologia indutiva, procura analisar a ação de *branded content* desenvolvida pela cerveja Antarctica[5] em torno da websérie "No gogó", desenvolvida a partir de novembro de 2016 e vigente até o momento, na qual a marca criou e mantém desde então um perfil fictício na rede social Facebook para representar o personagem "Guto da BOA", um dos protagonistas da narrativa. O objetivo principal é observar o esquema actancial (GREIMAS, 1973) em jogo e o regime de interação (LANDOWSKI, 2009) organizado entre anunciante e consumidores, considerando todo um processo de hibridação constituído entre o virtual, o ficcional e o real, bem como entre a marca, o ator e o personagem, a fim de desvelar complexidades que vêm à tona no contexto da conectividade instituída na cena enunciativa dialógica inerente à cibercultura.

O percurso da pesquisa se inicia com a demarcação do objeto de análise, a saber: o *branded content* – especificamente o conteúdo de entretenimento (ou *brandentertainment*) e seus desdobramentos transmidiáticos empreendidos pela marca Antarctica, incluindo canais de *videocasting*, páginas em redes sociais, eventos, intervenções urbanas e até peças em mídias

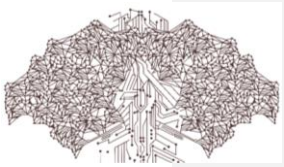
[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Sandro Tôrres de Azevedo é professor da Facha-RJ. É doutor em Estudos de Linguagem (UFF), mestre em Comunicação e Cultura (UFRJ) e membro do Grupo de Pesquisa em Retórica do Consumo (ReC - UFF/CNPq). E-mail: sandro.torres@facha.edu.br.

[3] Mariana Ayres Tavares é professora da Facha-RJ. É doutoranda em Ciência da Informação e da Comunicação (CELSA Paris-Sorbonne), mestre em Comunicação Social (PUC-Rio) e membro do Grupo de Pesquisa em Retórica do Consumo (ReC - UFF/CNPq). E-mail: ayres.mari@gmail.com.

[4] Daniele de Castro Alves é professora da Facha-RJ. É doutoranda em Comunicação (UERJ) e Mestre em Comunicação (UERJ) e membro do Grupo de Pesquisa em Retórica do Consumo (ReC - UFF/CNPq). E-mail: danieledecastroalves@gmail.com.

[5] Ver: http://www.antarctica.com.br, último acesso em 12/10/2017.



tradicionais, seguindo um fluxo de mensagens em circuito, tal como enseja o atualmente recorrente modelo ciberpublicitário (cf. ATEM; OLIVEIRA; AZEVEDO, 2014).

Toma-se a recente dissertação de Daniele de Castro Alves (2017) como referência balizadora para a visada sobre esse objeto. Assim, é considerado que as propriedades instauradas pela Web 2.0, que possibilitam a participação mais ativa do usuário, colaboram para rearticular a criação de conteúdo e a utilização da internet.

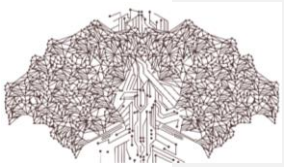
Enfim, diante desse quadro de análises semióticas, é identificada uma tática discursiva alinhada com os hiperestímulos tão aludidos nas teorias contemporâneas sobre a cultura de consumo (cf. FEATHERSTONE, 1995; BAUMAN, 2008) – e, por isso, é observada a necessidade de um desfecho focado numa proposição crítica acerca do fenômeno investigado, o que é feito a partir de Barats (2013).

Transformações midiáticas e entretenimento como linguagem

Profundas mudanças socioculturais e novos hábitos de consumo são instaurados com o desenvolvimento das NTIC´s e da Web 2.0, que contribuem para a participação mais ativa do usuário e para rearticular o consumo dos diferentes meios: "a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos" (JENKINS, 2009, p.43). Neste contexto, o público apresenta um comportamento migratório ao buscar experiências de entretenimento em meio ao conteúdo disperso em múltiplos suportes na narrativa transmidiática (JENKINS, 2009).

Diante deste novo cenário, a difusão das mídias digitais e dos *gadgets*, com várias funções, problematizam a noção de meio, já que diferentes formas de fruição e experiências estéticas de produtos midiáticos são possíveis a partir da articulação de diferentes dispositivos-elos:

> Como arranjos midiáticos entendemos todo um conjunto de novos modos de diferentes mídias se associarem a outras mídias para efetivar práticas de comunicação. Por exemplo, quando alguém se conecta à Internet com um laptop, via celular; ou quando um blog é acessado e atualizado via celular; ou ainda, quando um outdoor transmite informações ao celular de um transeunte, via *bluetooth*. Em todos esses casos, as análises de um meio específico, tomado isoladamente – o celular, o laptop, o outdoor – parecem não mais dar conta da complexidade das dinâmicas comunicacionais em questão (PEREIRA, 2008, p.7).



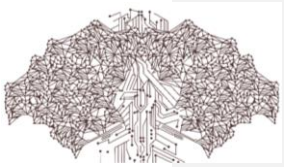
Devido à ampla gama de acoplamentos possíveis, os arranjos midiáticos são mutáveis com combinações que podem ser formadas ou desfeitas de acordo com as finalidades pretendidas pelo usuário. Desta forma, a análise de um único meio parece não abarcar a multiplicidade das dinâmicas comunicacionais atuais.

Associadas a estas mudanças, o entretenimento passa a desempenhar um papel fundamental na contemporaneidade. Com o intuito de ajudar a compreender as mudanças desta prática social ao longo do tempo, é possível destacar três fases distintas do entretenimento (PEREIRA; COELHO, 2008; PEREIRA; POLIVANOV, 2012). A primeira pode ser identificada entre a antiguidade e meados do século XIX envolvendo atividades de lazer nos intervalos entre as tarefas consideradas "sérias", com práticas de caráter privado, restritas a grupos domésticos. A segunda etapa ocorre na virada dos séculos XIX e XX, período em que o entretenimento ganha destaque como fenômeno social correlacionado à diversão comercial, popular e sensacionalista. Nesta fase, há o surgimento de uma indústria voltada ao entretenimento, como cinema, música, televisão e jogos eletrônicos, com uma grande variedade de expressões culturais, na qual o entretenimento se transforma em *commodities*, impulsionado pela difusão nos meios de comunicação de massa.

Após um longo período de consumo destes produtos midiáticos por diversas gerações, especialmente nas últimas décadas do século XX e nas iniciais do século atual, um terceiro estágio do entretenimento começa a se desenvolver. O entretenimento se difunde como uma verdadeira linguagem nas diversas expressões midiáticas contemporâneas, tornando-se híbrido a produtos e serviços, um elemento usado para facilitar o consumo e o envolvimento com a mensagem nas várias esferas da sociedade:

> Trabalhando em favor de um abrandamento das fronteiras entre mundo do trabalho e diversão, o entretenimento passou a ser um componente importante para atrair consumo e oportunidades de negócios. As empresas e marcas se deram conta de que agora, quando a maioria de consumidores nutridos pela cultura de massa demanda o entretenimento como uma expressão permanente nas práticas comunicacionais e sociais, não basta oferecer produtos ou serviços de qualidade, é preciso informar e divertir, gerar experiências que ativem diferentes sentidos, de forma lúdica e alegre (PEREIRA; POLIVANOV, 2012, p.81).

Algumas características principais podem ser identificadas no entretenimento como linguagem: envolvimento emocional, elementos lúdicos, expressões simples e intuitivas e multissensorialidade (PEREIRA, 2013; PEREIRA; POLIVANOV, 2012).



Entretenimento e publicidade

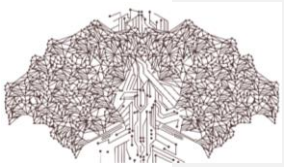
Em sintonia com estas transformações, Donaton sugere a união entre publicidade e entretenimento com a noção de "*Madison & Vine*", expressão formada com as avenidas de Nova York e Hollywood que concentram as principais empresas destes dois segmentos, como forma de conquistar a atenção do público:

> O nome Madison & Vine é uma rica descrição dessa interseção de conteúdo (programas de TV, filme, música, videogames, entre outros) e de comércio (representado pela propaganda). Isso não se resume a inserir um produto numa cena de filme, ou a ficar conjeturando sobre o futuro do comercial de 30 segundos; o que está em jogo não é nada menos que a reinvenção do negócio da comunicação e o marketing, e para isso é necessária uma mudança total de mentalidade, de um modelo baseado na intrusão a um modelo estruturado no convite e na sedução do consumidor (DONATON, 2007, p.21).

A partir desta perspectiva, o autor enfatiza que "o modelo de empurrar conteúdos – o da "carregação" – está morto" (*idem*, p.26), o que demanda um esforço do mercado para entender os novos hábitos de consumo do público e quais os tıpos e formatos de conteúdo os consumidores estão predispostos a aceitar. Donaton ressalta como exemplo emblemático da associação entre publicidade e entretenimento a série *The Hire* da marca BMW, que contou com 8 filmes dirigidos e estrelados por nomes famosos de Hollywood e teve como protagonista Clive Owen, no papel de motorista contratado para realizar diversos trabalhos: "Rapidamente ela se tornou o modelo de propaganda como entretenimento, um protótipo para um novo formato de publicidade, e também um estudo de caso sobre como uma empresa teve a coragem de desafiar a sabedoria convencional [...]" (*idem*, p.103). Lançados entre 2001 e 2002, os filmes atingiram um número recorde de downloads: 13 milhões em 2001 e 50 milhões em 2002.

A hibridização entre publicidade e entretenimento é de importância fundamental para a propagação do *branded content*, que, ao fundir a narrativa com produtos midiáticos de entretenimento, como séries, vídeos e músicas, consegue captar a atenção do público. Uma abordagem que pode representar uma forma estratégica de alcançar o engajamento com o conteúdo no cenário midiático contemporâneo, permeado pelo excesso de mensagens e o crescimento da lógica *on demand*, na qual o consumidor pode escolher o que deseja assistir e pular ou suprimir inserções publicitárias.

O *branded content*



De forma abrangente, o *branded content* borra as fronteiras entre informação, publicidade e entretenimento com o objetivo de proporcionar experiências positivas e criar vínculos emocionais entre as marcas e seus consumidores. Em oposição à publicidade tradicional, o *branded content* não apresenta apelo à venda e procura não interromper a experiência da audiência, oferecendo histórias que combinam conteúdo com produtos midiáticos de entretenimento, como séries, vídeos e músicas (CASTRO ALVES, 2017). Considerada como uma abordagem ainda recente, o *branded content* contempla diferentes formatos e abarca uma ampla gama de características e definições, uma variedade que contribui para aprimorar a discussão sobre o assunto tanto na academia quanto no mercado.

Com a ênfase no entretenimento geralmente existente nas práticas de *branded content*, a audiência pode ter uma melhor receptividade ao conteúdo apresentado, diminuindo a resistência do público diante do modelo de publicidade convencional, que, de um modo geral, interrompe o entretenimento com os intervalos comerciais nos meios de comunicação de massa:

> Em geral, é uma fonte de comunicação bem aceita, pois, de maneira mais sutil e menos invasiva que o bloco comercial, sugere ao consumidor que ele está sendo valorizado pelo anunciante. É um modo inovador de criar, produzir e patrocinar entretenimento, já que envolve um novo tipo de parceria criativa e empreendedora entre os criadores de conteúdo agências, produtoras, veículos e marcas. É uma cocriação convergente em prol de um tripé essencial ao marketing: conteúdo, mídia, marcas. (COVALESKI, 2013, p.40)

O autor ressalta que as atividades de *branded content* estão presentes nos diversos meios, como televisão, cinema e internet, porém, ele esclarece que esta abordagem não deve ser confundida com a tradicional prática de inserir a marca em conteúdos editoriais, como o patrocínio de programas:

> Ressalte-se que a *branded content* vai além do simples patrocínio, que acrescenta a logo de uma marca a um evento; envolve correlacionar a marca à ideia criativa, junto com os produtores. É um esforço de colaboração, a fim de propiciar aos consumidores de entretenimento o que eles desejam e no formato mais apropriado. (COVALESKI, 2013, p.42)

Covaleski destaca uma das principais características do *branded content* que não utiliza o apelo da venda direta de um produto e trabalha a comunicação para construir uma personalidade

distintiva para a marca, que pode ser inserida na narrativa do entretenimento, de modo pertinente e que reforce o diferencial almejado diante do seu público consumidor:

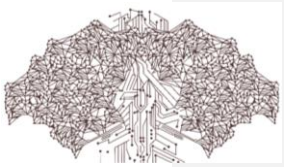
> Essas personalizações dos produtos incutidas pela publicidade na percepção do público, na realidade recente, estendem-se à comunicação por conteúdo de marca, ao *branded content*, que busca associar às marcas qualidades outras que vão muito além dos benefícios diretos de consumo. Visam à ressignificação do processo de comunicação e recepção das audiências. Intenciona entregar conteúdo midiático para ser apreciado sem o direcionamento evidenciado ao consumo do produto que patrocina e que, eventualmente, insere-se na narrativa. (COVALESKI, 2015, p.111)

Como parte dos esforços para compreender o assunto, outra conceituação foi obtida a partir da pesquisa liderada pela *Branded Content Marketing Association* (BCMA), realizada em parceria com a *Oxford Brookes University* e o instituto *Ipsos MORI*[6]: "Definindo o *branded content* na era digital. A visão de especialistas da indústria sobre *branded content* como um novo conceito da comunicação mercadológica" (tradução nossa). O estudo foi dividido em dois momentos: no primeiro foi efetuada a revisão bibliográfica de artigos acadêmicos e de textos de profissionais da área entre 2013 e 2014; no segundo foram conduzidas entrevistas em profundidade, por telefone, com 30 especialistas para averiguar como o termo *branded content* era percebido pelos participantes, em 2015 e 2016.

Com base em uma visão gerencial da marca, na qual a marca está no controle do conteúdo, produzido por profissionais sob uma relação contratual com a empresa, foi desenvolvida a seguinte definição:

> Do ponto de vista gerencial, o *branded content* é qualquer produto totalmente/ parcialmente financiado ou, pelo menos, endossado pelo proprietário legal da empresa que promove os valores de marca e permite que o público escolha se envolver com o conteúdo baseado em uma lógica atrativa por oferecer entretenimento, informação e/ou valor educativo. (ASMUSSEN; WIDER; WILLIAMS; STEVENSON; WHITEHEAD; CANTER, 2016, p.34, em livre tradução)

[6] Disponível em: http://www.thebcma.info/wp-content/uploads/2016/07/BCMA-Research-Report_FINAL.pdf



Com base nas conceituações apresentadas, pode ser observada a relevância que o *branded content* adquire na atualidade, conquistando cada vez mais investimentos das marcas e originando uma série de práticas no âmbito nacional e internacional.

Antarctica: Coisa boa gera coisa boa

Dentre as ações de *branded content* desenvolvidas no ano de 2017 no Brasil, ganhou acentuado destaque a campanha "Coisa boa gera coisa boa", desenvolvida pela marca de cerveja Antarctica, que abarcou diversos produtos midiáticos convergentes veiculados em diversas plataformas, como internet, TV, rádio, jornal, revista, mídia exterior etc., na forma de episódios de uma websérie (em cinco temporadas), *trailers*, chamadas, vídeos promocionais, anúncios e comerciais, eventos, páginas em redes sociais, entre vários outros formatos. Em verdade, é possível considerar que todo um complexo, variado e multifacetado dispositivo de propaganda, entretenimento e informação foi construído pela marca com a finalidade de estabelecer uma relação fluída, porém extremamente envolvente, com seu público-alvo. Vale destacar, a marca utilizou-se especialmente de seus próprios canais de comunicação (site da marca e perfis e páginas institucionais em Facebook, Instagram, Youtube, Spotfy etc.) para promover a maior parte do conteúdo.

Sob a égide da sentença "coisa boa gera coisa boa", o *branded content* da Antarctica apresentou um universo ficcional centrado numa narrativa de drama/comédia de situações, envolvendo um determinado número de personagens que representavam estereótipos do carioca: aquele que enfrenta as dificuldades do cotidiano com leveza, gosta muito de samba e cerveja, é movido por suas paixões e, acima de tudo é autêntico e solidário. Desse *leitmotiv*, a Antarctica justamente pôde extrair e comunicar valores que representam o espírito da marca, conforme é destacado pela própria agência de publicidade que coordena o projeto[7].

[7] Ver: https://youtu.be/TZTbsiGiWgI, ultimo acesso em 16/01/2018.

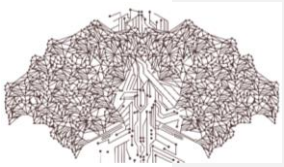


Figura 1 e 2: Print de uma postagem no perfil do "Guto da BOA", atualmente indisponível para acesso.

Afora todo sucesso alcançado pelo empreendimento (a marca recuperou a preferência entre o público jovem, além de bater recorde histórico de *ad recall*), o caso em questão apresenta um aspecto bastante intrigante: foram criados perfis nas redes sociais Facebook e Instagram para o personagem principal da narrativa, o "Guto da BOA". Neles, era possível aos consumidores interagirem com o personagem através de comentários nas postagens, que sempre eram respondidos e "curtidos" com extrema ligeireza – obviamente, por se tratar de um perfil fictício, é fácil concluir que a interação estabelecida era promovida por profissional(is) de comunicação destacado(s) para tal tarefa, apesar de que um determinado protocolo foi cumprido com afinco, no sentido de utilizar linguajar, vocabulário e construções frasais (incluindo-se aí gírias e vícios de linguagem) que criassem um efeito de sentido de diálogo franco com o próprio personagem.

É preciso que se esclareça, a Antarctica, enquanto promotora da websérie, jamais afirmou que era o "Guto" quem interagia, embora também nunca o tenha negado. O fato é que a própria marca propôs ao público uma tensão entre realidade e ficção, algo que naturalmente foi compreendido e superado, de maneira que se estabeleceu um jogo/brincadeira que alimentou o envolvimento e engajamento dos consumidores com a campanha.

Referenciais teóricos sobre a enunciação, suas instâncias e categorias



Em obra que aborda especificamente o tema, Fiorin (2010) lembra que a *enunciação* é o ato que converte a língua, o conhecimento internalizado e compartilhado pelos falantes de uma determinada comunidade (aspecto social), em fala, a realização desse conhecimento (aspecto individual). Dessa maneira, a enunciação é o ato de "dizer" que produz o *enunciado*, o "dito" – ou, segundo Benveniste, a apropriação da língua por um ato individual (FIORIN, 2010, p.31).

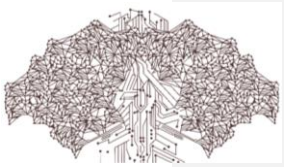
Se, agora seguindo o ponto de vista de Greimas e Courtès, Fiorin pontua que a enunciação é uma "instância linguística logicamente pressuposta pela própria existência do enunciado" (FIORIN, 2010, p.36), o autor justamente aprofunda o entendimento sobre a enunciação, pois afirma assim que tudo o que é dito o é por um "eu pressuposto", que pôs a linguagem em funcionamento e, portanto, se constitui como o *enunciador* daquilo que foi dito. Aquele a quem o eu pressuposto se dirige, o "tu" – o outro, é o que se constitui como o *enunciatário*.

Para seguir adiante, o autor esclarece que o enunciador não se refere àquela pessoa específica de "carne e osso" que efetivamente construiu o enunciado, mas sim à pessoa que é possível delinear a partir daquilo que está dado no enunciado. Ou seja, a mensagem transmitida num texto não configura a voz do indivíduo que a transmitiu, mas sim uma voz projetada, que, a partir do que foi dito, possibilita uma "imagem" do seu formulador.

Voltando a Benveniste, Fiorin esclarece que a enunciação é uma instância que comporta categorias que marcam o enunciador no enunciado, categorias estas que instalam um conteúdo linguístico da ordem da *pessoa*, do *espaço* e do *tempo*. Em outras palavras: o sujeito, aquele que toma a fala, o faz a partir de um tempo e de um espaço constituído no âmbito da subjetividade própria de si, a ser estabelecida no enunciado pela competência inerente deste sujeito em organizar discursos segundo a forma como vê o mundo (FIORIN, 2010, p.41-42).

Ainda segundo o autor, as categorias de pessoa, espaço e tempo não são restritas a uma língua específica, mas sim estão presentes na fala de qualquer idioma. Assim é que as categorias do enunciado funcionam como dêiticos (de dêixis, que, em grego, quer dizer "indicador") do *eu*, do *aqui* e do *agora* enunciados, que permitem que a situação da comunicação seja compreendida pelo enunciatário – quem quer que seja. Dessa forma, as categorias de enunciação funcionam como "coordenadas" para a interpretação daquilo que foi dito, isto é, simplificadamente, a enunciação somente existe a partir de um "eu" que diz; ao dizer, esse "eu" instaura um "tu" (pessoas); e esse "eu" determina um "aqui" e um "agora" (espaço e tempo).

Através de mecanismos de *debreagem* e *embreagem*, as categorias da enunciação se projetam no enunciado. A debreagem se refere à operação que descola a enunciação de si própria e projeta no enunciado um "não-eu", um "não-aqui" e um "não-agora" (FIORIN, 2010, p.43). Se as categorias envolvem pessoa, espaço e tempo, as debreagens podem ser de ordem actancial,



espacial e temporal. Além do mais, quando se instalam no enunciado os actantes "eu/tu", o espaço "aqui" e o tempo "agora" da enunciação, acontece uma *debreagem enunciativa*, que estabelece no texto um efeito de subjetividade; ao passo que, quando se instalam no enunciado os actantes "ele", o espaço "algures" e o tempo "então" do enunciado, ocorre uma *debreagem enunciva*, que cria no texto um efeito de objetividade.

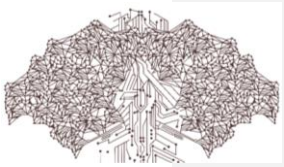
Já a embreagem denota um efeito de retorno à enunciação, produzido pelas neutralizações de pessoa, tempo e espaço, assim como pela denegação da instância do enunciado. Tanto quanto as debreagens, as embreagens podem ser enunciativas ou enuncivas.

Enfim, o enunciador se desdobra na forma de um *narrador* (quem toma a palavra dentro do enunciado), tanto quanto o enunciatário se manifesta como um *narratário* (a quem a palavra se dirige dentro do enunciado). Se o narrador, um actante já debreado, dá voz a um outro qualquer no interior do texto, ocorre uma *debreagem interna*, facilmente identificável nos diálogos narrados, fazendo surgir no enunciado *interlocutores* (quando projetados pelo narrador) e *interlocutários* (quando projetados pelo narratário).

Interagindo com perfis fictícios

Recorrendo à Semiótica Discursiva (de base greimasiana) para a produção de uma análise crítica do *branded content* da Antarctica em questão, mais especificamente sobre a interação entre o público-alvo da ação e o personagem "Guto da BOA" através de perfis em redes sociais, pode-se partir da premissa de que desde sempre as marcas se valeram na Publicidade ordinária de personagens, "garotos-propaganda", "mequetrefes" e "mascotes", não há novidade nisso – entretanto, tal qual em qualquer narrativa, comercial ou não, em qualquer linguagem ou meio de expressão, tais interlocutores sempre se projetaram em enunciados (BENVENISTE, 1976; FIORIN, 2010; 2011) sem contudo permitirem o diálogo com os destinatários da comunicação.

Isso quer dizer que toda as enunciações empreendidas através dos meios tradicionais de massa, no passado, restringiam-se a discursos acabados, incapazes de realizar interações mútuas (PRIMO, 2007) com os eventuais enunciatários. Ao utilizar dos recursos de interação ocasionados pelos espaços para comentários de postagens em redes sociais, o perfil fictício do "Guto da BOA" inaugura uma possibilidade de interação legítima entre personagem e público – mesmo que se trate tão somente de efeito de sentido de diálogo. É preciso grifar: o personagem "fala", ou seja, a marca Antarctica, através do perfil fictício, instala um eu da enunciação que faculta um novo tipo de interação entre marcas e consumidores, no qual há uma confusão entre embreagens e debreagens, criando um interlocutor híbrido, que subverte o tempo, o espaço e a pessoa da enunciação, próximo do que foi proposto no conceito de multibreagem (AZEVEDO, 2016).



Neste sentido, parece ser necessário rever os esquemas actanciais organizados na cena enunciativa, principalmente considerando a situação fusional entre o ficcional e o real em articulação com o virtual e o concreto. Parece que as oposições básicas (destaque para o verdadeiro vs. o falso) sofrem borramentos (ou, pelo menos, criam efeitos de sentido de borramentos), na medida em que os pares enunciador/enunciatário, narrador/narratário e interlocutor/interlocutário assumem novas competências enunciativas.

Além do mais, tal situação pode render também considerações relevantes sobre os regimes de interação estabelecidos entre a marca e seus consumidores. Landowski (2009) nos apresenta quatro tipos de regimes de interação: a programação, a manipulação, o ajustamento e o acidente. As hibridações (e as confusões) ocasionadas pelas instalações dos sujeitos da comunicação nos enunciados construídos a partir desse perfil fictício "Guto da BOA" (e os diálogos engendrados nos espaços deste perfil) promovem uma desregulação dos regimes de interação apresentados pelo autor. Praticamente, é até possível que os quatro regimes estejam vigentes nos diálogos enquadrados pelos comentários das postagens do perfil "Guto da BOA", até porque, como se dirige a diversos interlocutários, para cada um pode se construir um regime de interação diferente.

Análise Crítica dos Perfis Fictícios

A partir das análises semióticas e do estudo de caso apresentados é necessário propor uma discussão inicial, que será aprofundada em um futuro estudo, sobre as implicações críticas acerca do fenômeno investigado. A criação de perfis utilizados por marca como o perfil apresentado do "Guto da BOA" é possível propor uma colocação critica sobre os aspectos de confiabilidade e reforço da ideia de veracidade das informações nas redes sociais.

Os perfis fictícios podem ser analisados à luz dos conceitos utilizados no livro "Manuel d'analyse du Web" de Barats (2013) que trata de cinco propriedades de informação web: ubiquidade, "pesquisabilidade"[8], persistência, mutabilidade e "inverificabilidade"[9]. Para esse estudo, particularmente essa última propriedade traz questões acerca da impossibilidade de se identificar de maneira confiável os autores de perfis, comentários, respostas etc. que perpassam o ciberespaço e compõem a ecologia das redes digitais.

No caso do perfil analisado "Guto da BOA", como as análises anteriores propõem, ao mesmo tempo ele é a marca e o personagem; e a interação que acontece com os outros perfis é

[8] Não há tradução ideal em português para a palavra francesa *recherchabilité* usada pela autora.

[9] Não há tradução ideal em português para a palavra *invérifiabilité* usada pela autora.

direcionada ao personagem. Como a autora propõe é possível a utilização dos métodos de análise simbólica e textual dos conteúdos e circulações intersemióticas para revelar intencionalidades e estratégias mercadológicas. Pois de fato, essas relações são estabelecidas de forma simbólica e indireta.

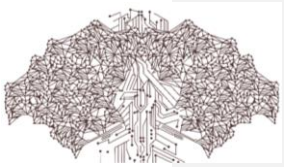
Assim, vem à tona problemas éticos sobre anonimato e consentimento entre as relações do discurso (BARATS, 2013), uma vez que o perfil é fictício e o diálogo é estabelecido de fato com a marca Antarctica. É um diálogo indireto em que os envolvidos não estão claros para as partes, além de não haver um consentimento consciente por parte do público nessa relação, de produção de conteúdo de marca, fora do formato padrão da publicidade.

Extrapolando o assunto de forma embrionária, pode-se iniciar uma discussão desse tema acerca da questão atualmente debatida no campo da comunicação sobre o *Fake News*, numa aproximação entre perfis fictícios e perfis *fakes*, normalmente utilizados com o objetivo de "desinformação" ou disseminação de uma ideia inverídica. Vale a reflexão sobre a aproximação entre esses dois universos, principalmente sobre a possibilidade dos perfis fictícios oriundos da publicidade não atentarem para questões éticas de análise da Web e, dessa forma, poderem colaborar para o aumento ou banalização de perfis *fakes* na rede.

Conclusão

O *branded content* é uma tendência do progresso da Publicidade (e conteúdos de marca como um todo) na cibercultura. Natural é que se desenvolva apresentando novas linguagens (ou, pelo menos, renovando linguagens estabelecidas), bem como construindo novos caminhos para a expressão da Comunicação em tempos de interatividade mais franca, propiciadas pelo contexto da web 2.0. Entretanto, isso requer redobrarem-se os cuidados éticos sobre a comunicação de marcas, até para que deslizes cometidos no passado da Publicidade não se repitam travestidos de novidades.

Se, por um lado, as anotações contidas aqui ainda representam o embrião de uma pesquisa ainda em curso, por outro lado, já denotam uma problemática que desponta com uma grande responsabilidade de autocrítica para a pesquisa, tanto em Publicidade, quanto em Cibercultura.



Referências

ASMUSSEN, B.; WIDER, S.; WILLIAMS, R.; STEVENSON, N.; WHITEHEAD, E.; CANTER, A. **Defining branded content for the digital age. The industry experts' views on branded content as a new marketing communications concept**: A collaborative research project commissioned by the BCMA and conducted by Oxford Brookes University and Ipsos MORI. 2016. Disponível em: <http://www.thebcma.info/wp-content/uploads/ 2016/07/BCMA-ResearchReport_FINAL.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2017.

ATEM, G. N.; OLIVEIRA, T. M.; AZEVEDO, S. T. (orgs.). **Ciberpublicidade**: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

AZEVEDO, S. T. **Multibreagem**: Projeções de pessoa, espaço e tempo em discursos publicitários mediados por tecnologias de realidade aumentada. Tese (Doutorado em Estudos de Linguagem). Universidade Federal Fluminense, 2016.

BARATS, C. **Manuel d'analyse du web**. Ed. Armand Colin, 2013.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BENVENISTE, É. **Problemas de Linguística Geral** – Volume I. Campinas: Pontes, 1976.

CASTRO ALVES, D. **A linguagem do *branded content* nas dinâmicas de comunicação mercadológica**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2017.

COVALESKI, R. **Publicidade híbrida**. Curitiba: Maxi Editora, 2010.

_____. **Idiossincrasias publicitárias**. Curitiba: Maxi, 2013.

_____. Conteúdo de Marca e Entretenimento: Narrativas Híbridas. **Comunicação Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 12, n. 34, p. 107-123, maio/ago. 2015.

DONATON, S. **Publicidade + entretenimento**: Por que estas duas indústrias precisam se unir para garantir a sobrevivência mútua. São Paulo: Cultrix, 2007.

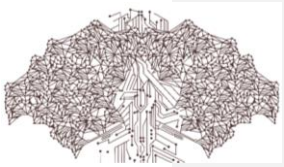
FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FIORIN, J. L. **As astúcias da enunciação**: as projeções de pessoa, tempo e espaço no discurso. São Paulo: Ática, 2010.

_____. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2011.

GREIMAS, A. J. **Semântica estrutural**: pesquisa de método. São Paulo: Cultrix, 1973.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.



LANDOWSKI, E. **Interacciones arriesgadas**. Lima: Fondo Editorial, 2009.

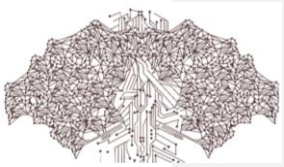
MARTÍ-PARREÑO, J. **Funny marketing:** consumidores, entretenimiento y comunicaciones de marketing en la era del branded entertainment. Espanha: WoltersKluwer, 2010.

PEREIRA, V. A. **G.A.M.E.S. 2.0:** Gêneros e Gramáticas de Arranjos e Ambientes Midiáticos Moduladores de Experiências de Entretenimento, Sociabilidades e Sensorialidades. In: XVII COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2008, São Paulo.

PEREIRA, V. A.; POLIVANOV, B. Entretenimento como linguagem e materialidades dos meios nas relações de jovens e tecnologias contemporâneas. In: BARBOSA, L. (Org.). **Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



CONTROLE DO TRABALHO DOCENTE: IMPLICAÇÕES DAS REDES[1]

Roberto Marques[2]; Ana Claudia Giordani[3]

Resumo

A proposta deste trabalho é apresentar uma discussão sobre o controle e a regulação que vem sendo exercidos sobre as escolas e o trabalho docente, no sentido enquadrar o cotidiano escolar e limitar as atuações da instituição. Controle e regulação que têm como um dos seus principais eixos o uso das redes de sociais, mas não se limitam a elas. No caso, o centro da análise será o movimento Escola Sem Partido, que se notabiliza pelos ataques diretos à autonomia docente, tanto nas aparições públicas de seus principais membros (como o fundador e coordenador geral, Miguel Nagib, ou seu vice-presidente, Bráulio Porto), quanto nas ações que promovem e estimulam nas redes sociais.

Palavras-chave: Escola sem Partido; controle; trabalho docente; redes.

1 Controle do trabalho docente: Escola Sem Partido e as redes

Privacidade e vigilância, regulação e controle são questões que adentram as escolas e especialmente as salas de aula, com a potencialidade das redes digitais, de tudo vigiar, difundir, editar. Assim, novos arranjos de tempos e espaços didáticos são organicamente produzidos em aulas e passam a ser tensionados, com alunos incorporados como potenciais vigias escolares, portadores de seus celulares e câmeras.

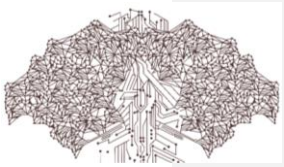
As fronteiras escolares são, então, borradas na cibercultura

> em tempos de autoestrada eletrônicas, algumas mudanças vão se fazer sentir em relação a nossa mobilidade (nomadismo) e o nosso espaço privado (a casa).

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Privacidade, vigilância, controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.t

[2]. Professor da UFRJ. É Doutor em Educação (UFF) e participa do Grupo de Pesquisa em LAGE (UFRJ). E-mail: robertogeofe@ufrj.br

[3]. Professora da UFF. É Doutora em Geografia (UFRGS) e participa do Grupo de Pesquisa AGE (UFF). E-mail: aninhagiordani@gmailo.com.br



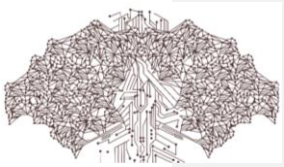
> Essas modificações são esboçadas em todos os lugares: no teletrabalho (ou a casa-escritório), no tele-ensino (ou a casa-escola), nas redes telemáticas (ou a casa-enciclopédia), nos diversos dispositivos de telecompras (ou a casa shopping) etc. A cibercultura vai, pouco a pouco, redefinindo nossa prática do espaço e do tempo, particularmente no que se refere ao novo nomadismo tecnológico e às fronteiras entre o espaço público e o espaço privado. (LEMOS, 2013, p.120).

Deleuze (2003, p. 236), entramos nas sociedades de 'controle' que funcionam não mais pelo encarceramento, mas pelo controle contínuo e pela comunicação instantânea. A educação será cada vez menos um meio distinto do meio profissional e que ambos desaparecerão em benefício de uma formação contínua e de um controle permanente exercido sobre os mesmos. Elucida que a cada tipo de sociedade corresponde um tipo de máquina: as máquinas simples ou dinâmicas para as sociedades de soberania, as máquinas energéticas para as disciplinares, as cibernéticas e os computadores para as de controle.

A sociedade de controle com as implicações da cibercultura para o trabalho docente, impõem outras miradas para as relações escolares constituídas ao longo do tempo. Na sociedade disciplinar, a avaliação, o tempo didático, os rituais escolares serviam para docilizar os corpos dos alunos. O que nos propomos neste texto, visa compreender as relações de controle da comunidade escolar sobre o trabalho docente, que além de controlado, com forte influência dos dispositivos tecnológicos e sua sofisticação eletrônica, sofre precarização e uberização contemporâneas. Além das diversas e nefastas políticas educacionais, que por um lado colocam o neoliberalismo como a mercadolização da educação e por outro tendem ao controle de valores a serem ou não abordados em sala de aula. O Escola Sem Partido, foi o recorte utilizado no texto para triangularmos controle, trabalho docente e redes.

Vale lembrar que o Escola Sem Partido é um movimento que vem ganhando espaço no cenário político nacional, não apenas nas discussões cotidianas entre as comunidades escolares, mas também nas esferas de poder institucional. A atuação nessas duas escalas tem sido possível graças a utilização de canais de comunicação variados, em especial os meios digitais e de alcance rápido e em larga escala. Vídeos espalhados por celulares via *WhatsApp*, compartilhamentos nas redes sociais constantemente replicados de difamações diversas, bem como a autopromoção via reprodução de trechos de falas de seus integrantes – com cabeçalhos elogiosos – são algumas das estratégias mais visíveis do movimento. O foco dos ataques é explicitamente o trabalho docente e se dá em um duplo percurso.

O primeiro, no plano individual. A ideia é atingir individualmente o professor ou a professora que identificam difusamente como "doutrinadores". A pessoa, então, estaria exposta a um processo judicial, uma vez identificada a sua prática como "doutrinária" ou "doutrinadora".



O segundo, é sobre a autonomia docente e a docência como trabalho. Através da intimidação dos sujeitos, pretende-se restringir a docência a uma atividade de execução de tarefas, esvaziando-a do seu papel formativo – tanto no sentido do conhecimento quanto nos aspectos do convívio social. Vejamos o exemplo da própria página, na seção "Flagrando o Doutrinador[4]":

> De um modo geral, as estratégias da doutrinação ideológia são muito pouco sutis. Vejam, por exemplo, o que faz o Prof. Carlão, do Anglo Vestibulares de Tatuí-SP, filmado por uma de suas vítimas em pleno ato de incitação de ódio aos EUA.

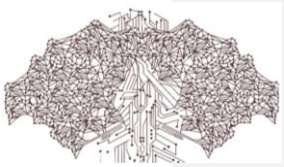
Através do hiperlink[5], era possível ter acesso ao vídeo da aula do referido professor e comentário do colunista Reinaldo Azevedo sobre a mesma. Atualmente, porém, ao tentar visualizar a filmagem, o vídeo não está mais acessível e aparece a seguinte mensagem: "Este conteúdo não está disponível neste domínio de país devido a um mandado". O vídeo da aula do professor, portanto, já foi disponibilizado no *YouTube*, o que coloca algumas questões sobre a relação entre docentes e discentes, em especial na educação básica. A primeira, é a dimensão do conflito. As relações humanas são permeadas por negociações e conflitos; e uma atividade como a docência não está isenta. Muito pelo contrário, a partir do momento que estamos lidando com construção de conhecimentos, os conflitos são inerentes ao processo. Aliás, é um processo que envolve questões políticas, morais, epistemológicas e culturais, o que significa dizer que o conhecimento não é algo neutro, a-espacial ou atemporal. Portanto, negar o conflito no espaço escolar, na sala de aula ou nas relações entre docentes e discentes, é negar, em certa medida, a própria construção do conhecimento.

Porém, ao que parece, o controle sobre o trabalho docente através de vigilância eletrônica transforma os próprios discentes em vigias potenciais e reais, em sujeitos e ferramentas de controle. Trata-se de um fenômeno novo e que reconfigura as relações entre professores e alunos, na medida em que invadem as salas de aulas elementos que até então estavam relativamente fora delas. A forma, portanto, de como dispositivos tecnológicos adentram o espaço das salas de aula, assim como as implicações desse movimento, são fatos que merecem uma reflexão especial.

Não são poucos os trabalhos que se debruçam sobre as potencialidades do uso de dispositivos tecnológicos, computadores, da navegação pela Internet, de recursos digitais como o *Google Earth*, ou os mais variados programas. Já em 1999, Cysneiros já nos alertava sobre os riscos do fascínio que as tecnologias despertam em relação aos seus usos pedagógicos. De fato,

[4] http://escolasempartido.org/flagrando-o-doutrinador, acessado em 20/01/2018, às 12h31min.

[5] http://escolasempartido.org/325-incitacao-de-odio-aos-eua-em-cursinho-pre-vestibular-conheca-o-prof-carlao, acessado em 20/01/2018, às 12h33min.



um mundo de possibilidades se anuncia com os avanços tecnológicos e, mais ainda, com a aparente facilidade de acesso a todos esses recursos.

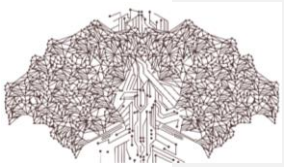
Talvez o avanço tecnológico e a expansão do mundo da Internet sejam as expressões mais acabadas daquilo que Milton Santos chamou de "o mundo como fábula":

> Vivemos em um mundo confuso e confusamente percebido. Haveria nisto um paradoxo pedindo explicação? De um lado, é abusivamente mencionado o extraordinário progresso das ciências e das técnicas, das quais um dos frutos são os novos materiais artificiais que autorizam a precisão e intencionalidade. De outro lado, há, também, referência obrigatória à aceleração contemporânea e todas as vertigens que cria, a começar pela própria velocidade. Todos esses, porém, são dados de um mundo confuso e confusamente percebido.

É possível percebermos no microcosmo das escolas e das salas de aula a percepção confusa do que se coloca diante dos olhos e adentra de maneira capilar os cotidianos daquelas pessoas. Por exemplo, não raro as tecnologias aparecem nas escolas, primeiro, nos campos da administração e da segurança. São informações de matrículas enviadas *online* para as secretarias ou câmeras instaladas preventivamente nos portões de entrada da escola, as portas de entrada das tecnologias; muito antes das lousas eletrônicas, dos computadores nas salas de aula ou das redes *wi-fi* disponibilizadas para alunas e alunos. É possível que tais movimentos possam ter acontecido nesta ou naquela escola de forma simultânea: os aparatos tecnológicos sendo instalados e utilizados concomitantemente nas secretarias e salas de aula. No entanto, uma observação minimamente atenta das redes públicas (sejam elas municipais, estaduais ou federais) comprova essa diacronia.

Percebemos, portanto, que existe uma questão central na relação entre o escolar e o tecnológico, que diz respeito às relações de poder e aos usos dessas tecnologias. É verdade que tal relação também permeia outros campos da sociedade, mas nas escolas ganha contornos próprios. Uma vez que desde a modernidade passamos a conceber a escola como um lugar de produção de uma subjetividade cidadã (educar para a cidadania), ela passou a ser o espaço de disputa e definição do modelo de cidadania a ser produzido e reproduzido. Segundo (VARELA; URÍA 1991),

> las importantes modificaciones que se produjeron durante el siglo XVIII en la geografía del control, cobran sentido en el interior de una política más amplia destinada a crear una nueva sociedad modélica que, en virtud de la centralización del poder, debía irradiar desde la capital hasta los últimos confines del reino. La policía de pobres no se circunscribía, sin embargo, exclusivamente a medidas legales e institucionales; sino que implicaba también medidas de inculcación simbólica promovidas por los aliados del



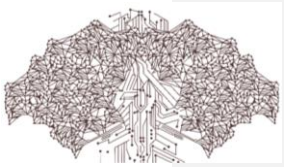
> poder central, cuyo principal objetivo consistía en transformar en profundidad la mentalidad popular.

Trata-se, então, da tensão da definição de objetivos e sentidos da escola e dos conhecimentos nela trabalhados. Ora, se a docência tem como prerrogativa o trabalho com o conhecimento, com valores e, portanto, com subjetividades, é compreensível que esta seja uma atividade situada na tensão das transformações sociais e dos projetos de sociedade. Não por outro motivo vemos constantemente os mais variados sujeitos buscando indicar um projeto de docência, como representantes do Banco Mundial, da Fundação Lemann, entre outros. No caso, damos atenção especial ao movimento Escola Sem Partido (ESP), pois entendemos ser emblemático dos tempos atuais, combinando regulação jurídica, discurso liberal, propaganda ideológica conservadora e ferramentas tecnológicas modernas.

Em termos discursivos, o ESP utiliza uma série de conceitos e palavras aparentemente sem definição clara, mas apropriadas para a ofensiva sobre o trabalho docente. Ao mesmo tempo, faz uso de oposições e cria um demoníaco inimigo para depois justificar qualquer forma de ação sobre ele: o professor doutrinador. Tal qual as bruxas descritas em O Martelo das Feiticeiras[6], o "doutrinador" é o sujeito que deve ser corrigido ou expurgado do seu posto, uma vez que a sua ação confrontaria as liberdades das famílias. Sem entrar no mérito dessa discussão, o que importa para nós, nesse momento é como o ESP organiza as suas ações.

Atualmente a organização conta com três artefatos principais. A primeira, a sua página oficial (www.escolasempartido.org); a segunda, sua página no *Facebook;* a terceira, a página do anteprojeto de lei que leva o mesmo nome (www.programaescolasempartido.org). É através desses canais (mas não somente) que seus organizadores e colaboradores pretendem atingir corações e mentes das pessoas comuns, na sua empreitada pela burocratização da escola e desqualificação da docência como profissão. A página oficial traz seções de ataque frontal aos docentes ("Corpo de delito", "Flagrando o doutrinador", etc.), atalhos de suporte de ação para seus partidários ("Modelo de notificação extrajudicial", "Cartaz com os deveres do professor", etc.), além de conexões com páginas de outros movimentos e colaboradores individuais. Por sua vez, a página do *Facebook* se destina a comunicações diretas, propagandas imediatas e divulgação de eventos e manifestações efêmeras, postagens de simpatizantes e reportagens de notícias.

[6] *MALLEUS MALEFICARUM* – Nome original da obra escrita em 1487 pelos inquisidores Heinrich Kramer e James Sprenger, que consistia em uma manual de identificação de bruxas e bruxarias, bem como orientação para os procedimentos de investigação, julgamento e penalização das mesmas.



O movimento de "identificação-julgamento-condenação" amplificado pelas redes sociais tende a alimentar a polarização de posicionamentos, reduzindo a possibilidade de debate e interação real visando um consenso democraticamente desejável. Ao contrário, Através da exposição de pessoas e da difusão do medo do outro pela construção de um imaginário específico e do qual esse outro não consegue escapar, busca-se promover um novo mundo real, tendo como elemento propulsor as conexões e as ferramentas virtuais.

Ao contextualizar as bases de reflexão recorremos a Lévy, especialmente para estendermos as leituras de cibercultura e relações políticas. Assim,

> Vivemos hoje em uma destas épocas limítrofes na qual toda a antiga ordem das representações e dos saberes oscila para dar lugar a imaginários, modos de conhecimento e estilos de regulação social ainda pouco estabilizados. Vivemos um destes raros momentos em que, a partir de uma nova configuração técnica, quer dizer, de uma nova relação com o cosmos, um novo estilo de humanidade é inventado (LÉVY, 2010, p. 17).

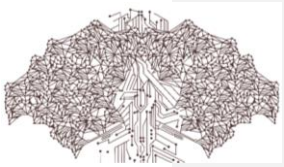
A nova humanidade inventada talvez não seja tão nova nos elementos que a configuram. Como uma espécie de Santo Ofício pós-moderno, a judicialização das relações educativas escolares, impostas pelo ESP são possíveis graças às possibilidades de articulação oferecidas pelas tecnologias atuais, principalmente aquelas que se tornaram cotidianas e que atingem o mundo banal.

> Face ao futuro que nos espera, nenhuma referência, nenhuma autoridade, nenhum dogma e nenhuma certeza se mantêm. Descobrimos que a realidade é uma criação compartilhada. *Estamos todos pensando na mesma rede.* Tal é nossa condição desde sempre, mas o ciberespaço a apresenta diante de nossos olhos com tamanha força que não podemos mais dissimulá-la. É chegado o tempo da responsabilidade (LÉVY, 2013, p.14).

Vale aqui citar o caso do professor Pedro Mara, da rede estadual do Rio de Janeiro, diretor do CIEP 210 Mário Alves de Souza Viera, em Belford Roxo (RJ). Segundo o jornal *online* Diário do Centro do Mundo[7],

> Em julho, ele foi denunciado pelo deputado estadual Flávio Bolsonaro (PSC) que formulou um vídeo, a partir de suas fotos pessoais, para acusá-lo de apologia às drogas, de manipulação com os estudantes e incentivo à baderna, como ocupação de escolas. Bolsonaro chegou a acionar o Ministério Público e pedir a exoneração do professor e cassação de seu mandato. O processo segue em andamento.

[7] Disponível em http://www.diariodocentrodomundo.com.br/escola-sem-partido-intimida-e-persegue-professores/, acessado dia 20/01/2018, às 15h35min.



A perseguição sofrida pelo professor ultrapassou o espaço da escola e se espalhou pelas suas andanças nas redes sociais. Uma vigilância digna do livro 1984, de George Orwell, publicado em 1949. Nem em 1984, tampouco em 1949 havia o requinte dos aparatos tecnológicos atuais entranhados à vida banal, cotidiana. As fotos pessoais do professor se transformaram em provas do seu alegado comportamento profissional fora das normas desejadas por alguém. O conflito é substituído pela liturgia jurídica, em um nada disfarçado movimento por definição de uma ordem.

Eis a questão central deste trabalho, que aflora com a ação do ESP aqui descrita: a demanda por ordem que define não apenas a conformação (ou regulação) do trabalho docente, hoje, como, também, dos usos e do papel das tecnologias, em especial as redes por elas impulsionadas.

O trabalho docente, embasado na relação aluno professor, passa por transformações mediadas pela cibercultura das mais diferentes instâncias, seja como novos potencias didáticos, como extensão do tempo e espaço escolar, ou ainda como relação de vigilância e controle. O que significa essa mediação? Quais seriam as implicações e as demandas dessa mediação? É necessário tentar responder a essas perguntas dando atenção especial às contradições que elas carregam. Ou seja, as possibilidades trazidas pela cibercutura e também as suas limitações; as ampliações e os meios de controle; as incorporações e as exclusões; os usos e as restrições.

A cibercultura se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca e informações sobre as mais diversas formas, fomentando agregações sociais (LEMOS, 2010) e por isso mesmo, suas contradições.

Enquanto potencial didático, a literatura da Educação, das licenciaturas, da Informática na Educação, da Tecnologia Educacional, vem consolidando uma produção teórica ao longo das últimas décadas, inclusive com o desenvolvimento de linhas de pesquisas na pós-graduação e de cursos próprios, como por exemplo o doutorado em Informática na Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

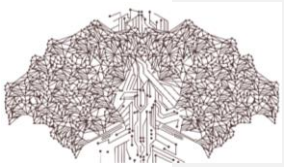
No entanto, a privacidade, a vigilância, e o controle do tempo e espaço escolar mediados pelas redes são fenômenos mais contemporâneos, assentados nas recentes e perversas politicas educacionais. É importante destacar que as políticas educacionais não podem ser vistas desconectadas do contexto político e social no qual se inserem. Portanto, é necessário articularmos escalas diversas quando pretendemos entender determinados fenômenos. Por exemplo, a reforma do ensino médio e a construção e implementação da Base Nacional Comum Curricular (BNCC). É no contexto dessas reformas que surge outro fenômeno com força para a sala de aula, para a autonomia do trabalho docente e rearranjo nas concepções de escola, de professor, das relações

com as famílias, enfim o Estado, via potencial das redes, implicando sobre os processos didáticos. Melhor explicando, os instrumentos políticos e legais que incidem sobre a educação são construídos e implementados em um momento onde o controle sobre as relações cotidianas vem sendo cada vez mais intensificado e se torna cada vez mais explícito.

No caso da docência, a expansão do capitalismo neoliberal e do atual modelo de globalização levaram a uma percepção da educação como um campo estratégico, não apenas como mercado potencial, mas como produção de subjetividades. Nesse sentido, o trabalho docente passa a sofrer uma força sobre os seus limites e atribuições, bem como por uma redefinição de sentidos sociais. Isso porque são professores os responsáveis pelo trabalho com a infância e a juventude. A conformação da profissão e dos profissionais docentes é fundamental para a propagação de uma nova racionalidade e de novas formas de se comportar, de ver o mundo e o eu. Assim, forma-se então uma política das coerções que são um trabalho sobre o corpo, uma manipulação calculada de seus elementos, de seus gestos, de seus comportamentos. (FOUCAULT, 2013, p. 133).

Na esteira da propagação da regulação das subjetividades e de um pensamento único, o trabalho com a criticidade ou com o conhecimento como construção compartilhada passa a ser não apenas desnecessário como também algo a ser combatido. De maneira aparentemente contraditória, pensamento conservador e cibercultura são agora combinados, em função de uma necessidade de controlar as atividades na escola. Ferramentas de vigilância e instrumentos diversos de regulação dos sujeitos escolares são criados, enquanto as relações entre os sujeitos de dentro e de fora da unidade escolar vão ganhando contornos de assepsia e judicialização.

O Escola Sem Partido (ESP) pode ser identificado como a expressão mais acabada desse processo, na atualidade, no Brasil. Há outros movimentos e ações cotidianas mais difíceis de identificar, mas o ESP é um movimento ou organização que se assume com uma bandeira clara: regular o trabalho docente, a partir de sua concepção de escola e de sociedade ultraliberal e neoconservadora.



2 Considerações Finais

Néstor García Canclini escreveu, nas primeiras páginas do seu livro[8]:

> Este é um livro sobre teorias socioculturais e fracassos sociopolíticos. Uma primeira consequência desta delimitação do campo de análise é que, embora os leitores aqui encontrem discussões filosóficas, interesso-me por elaborá-las em relação com as atuais condições sociais e midiáticas nas quais se verificam os desacertos políticos.

Tentamos aqui, neste ensaio, traçar um caminho próximo ao do antropólogo argentino. Nossa intenção foi fazer um esforço teórico para identificar algumas contradições e alguns "fracassos" sociopolíticos que se colocam hoje, no contexto das "condições sociais e midiáticas nas quais se verificam os desacertos". Isso porque alguns incômodos dos tempos atuais acompanharam nossas percepções das transformações que vêm se dando no trabalho docente, articuladas de maneira aparentemente periférica ao desenvolvimento tecnológico do nosso tempo. Ou, dito de outra maneira, sentimos a necessidade de recortar de mais de uma maneira o objeto de análise: a relação entre docência e tecnologias, em especial as redes.

Há muito temos farta bibliografia e pesquisa em diversas áreas sobre as potencialidades didáticas e pedagógicas das tecnologias. Também não são poucos os trabalhos produzidos sobre cibercutura e juventude, cibercultura e infância, articuladas ao ambiente escolar ou aos processos de escolarização. São perspectivas importantes e que trazem contribuições significativas do ponto de vista principalmente conceitual ou metodológico.

Porém, há alguns movimentos que também merecem ser trazidos ao debate, principalmente hoje, quando há instrumentos consolidados e elementos de uma cultura que são realidade indiscutível. É nesse ponto que se torna fundamental questionarmos – ou pelo menos desconfiarmos – o que a nós se apresenta como dado e acabado. Desconfiar do novo aparente, como um restaurador que procura as camadas de tinta que estão por baixo da pintura atual da parede do velho edifício.

Nesse sentido, tempo que a autonomia do trabalho docente em tempos e espaços da cibercultura vem sendo fissurada pela vigilância e controle de agentes como o Escola sem Partido. Pode soar contraditório quando dizemos que há uma ameaça ao trabalho docente no tocante a autonomia, assim como a própria identidade da profissão, potencializada pelas tecnologias. Não podemos esquecer que boa parte das tecnologias hoje utilizadas foram desenvolvidas com

[8] CANCLINI (2007).

finalidades militares (como o GPS – Global Position System), de controle, ou mesmo para uso restrito de certos círculos (a própria internet). A ampliação dos usos, do acesso, bem como a expansão desses meios e instrumentos por vezes tendem a suplantar a sua potência controladora, minimizá-la ou ocultá-la.

Entendemos que é importante compreendermos os contextos, assim como as posições dos sujeitos envolvidos nas relações mediadas pelas tecnologias. Trouxemos aqui o trabalho docente como um ponto sensível para pensarmos as transformações que vivemos. No momento atual, dois agentes e vetores político-ideológicos vêm conseguindo se impor como produtores de visões de mundo, buscando ordenar as relações, as instituições e os sujeitos: neoliberais (neoliberalismo) e conservadores (conservadorismo).

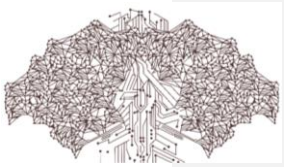
Em meio ao atropelo e violência simbólica e política de tais agentes, vemos um movimento de redução política da docência e da sua precarização como trabalho. Em termos práticos, a escola vem sendo destituída da sua função educadora mais ampliada, para se tornar um espaço reduzido de instrução. Não significa dizer que deixou de educar, mas é o "educar" da produção de sujeitos que aprendem a ter com o conhecimento uma relação utilitária, objetificada, distante e impessoal. Ser professora e professor em tal contexto passou a ser visto como um trabalho menor, que pode e deve ser executado por qualquer um que receba instruções para *repassar* determinados conteúdos-objetos.

Esse é o discurso aparentemente conservador de um movimento que ataca frontalmente a docência: o Escola Sem Partido. Ele é aparentemente conservador, no sentido moral, porque apresenta-se, de fato, como neoliberal, uma vez que pretende eliminar da escola qualquer traço de criticidade. A atuação do ESP se dá no campo jurídico, buscando regular o trabalho docente de acordo com as demandas de ordenamento que apregoa. O movimento ESP faz uso das redes, da internet, das tecnologias para esse fim, o que nos leva a buscar refletir com mais densidade sobre os usos e o papel do avanço do conhecimento tecnológico dentro do projeto de sociedade em disputa.

No entanto a responsabilidade de pensar e atuar em rede nos coloca em movimento para outras linhas de fuga contra a maquinaria de Institutos neoliberais e conservadores que buscam operar para o desmonte e reordenamento da Educação Pública ao tentar esvaziar o trabalho docente.

3 Referências bibliográficas

ÁLVAREZ-URÍA, Fernando, VARELA, Julia. **Arqueologia de la escuela**. Madrid: La Piqueta, 1991.



CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguais e desconectados**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007.

DELEUZE, Gilles. **Pourparlers 1972 – 1990.** Paris: Les Éditions Minuit, 2003.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir:** nascimento da prisão; Tradução de Raquel Ramalhete. 41 ed. Rio de Janeiro: Vozes: 2013.

_____. **Microfísica do poder.** 22 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

KRAMER, Heirich & SPRENGER, James. **O martelo das feiticeiras**. 3ª ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2016.

LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LÉVY, Pierre. Uma perspectiva vitalista sobre a Cibercultura. In: LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

_____. Cibercultura. 3. ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2010.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal**. 25ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2015.

CONVERSAÇÃO EM REDE OU CENTRADA NO PROFESSOR?[1]

Mariano Pimentel[2], Valleska Cristina Martins da Silva[3], Vânia Maria Félix Dias[4], Ricardo Domingos Rodriguez[5]

1. BATE-PAPO NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA / EDUCAÇÃO ONLINE: CONVERSAÇÃO EM REDE OU CENTRADA NO PROFESSOR?DRES

Compreendemos que a conversação pelo bate-papo, como a que o ocorre pelo Facebook e WhatsApp, é uma prática cibercultural, o que nos inspira e nos convida a (re)pensar nossas práticas educacionais, principalmente no contexto de Educação a Distância (EAD) que vem se expandindo muito no Brasil (e também no mundo): de praticamente zero cursos no ano 2000, em pouco mais de uma década essa modalidade passou a ser responsável por quase 25% dos graduandos (INEP/MEC, 2014).

Os computadores em rede, principalmente após a abertura da internet para a população em geral, vêm revolucionando nossa sociedade. A revitalização da EAD e sua grande disseminação no Brasil é um dos fenômenos decorrentes dessa revolução, sendo o bate-papo, junto com fórum e email, os meios de interação mais utilizados na educação a distância, adotados por mais de 60% das instituições brasileiras que ofertam cursos a distância (CENSO, 2012). Este dado evidencia a importância de pesquisas sobre o desenvolvimento de bate-papo para educação e seu uso pedagógico.

Diversos autores reconhecem o bate-papo como um meio para a realização de práticas pedagógicas (SILVA, 2010a; STAHL, 2009; PIMENTEL; FUKS; LUCENA, 2003). O bate-papo possibilita a constituição de um espaço para realizar atividades diferentes da aula tradicional. A conversação informal, típica do bate-papo, possibilita o aluno perceber melhor o outro e perceber-se melhor como parte do grupo, proporciona um espaço para emoções que diminuem a sensação

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 19: Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Professor da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). É Doutor em Informática (PUC-Rio) e participa do Grupo de Pesquisa ComunicaTEC (UNIRIO). E-mail: pimentel@uniriotec.br

3. Mestra em Informática (UNIRIO) e participa do Grupo de Pesquisa ComunicaTEC (UNIRIO). E-mail: valleska.dasilva@uniriotec.br

4. Professora da UNIRIO. É Doutora em Engenharia de Sistemas e Computação (UFRJ) e participa do Grupo de Pesquisa ComunicaTEC (UNIRIO). E-mail: vania@uniriotec.br

5. Mestrando em Informática (UNIRIO) e participa do Grupo de Pesquisa ComunicaTEC (UNIRIO). E-mail: ricardo.rodriguez@uniriotec.br

de isolamento tipicamente sentida na modalidade a distância. O uso contínuo do bate-papo integrado com atividades educacionais é uma forma de manter a motivação dos alunos e o engajamento para garantir o sucesso e a continuidade de um curso a distância.

O bate-papo estabelece a relação Todos-Todos entre os interlocutores (Figura 1), pois qualquer um pode enviar uma mensagem, e as mensagens enviadas são apresentadas para todos. Esse modelo tem potencial para promover a colaboração entre os alunos, mas pode ocorrer do professor se tornar o centro das atenções no bate-papo reforçando a assimetria comunicacional estabelecida pelos papéis professor-aluno, tal como tipicamente é estabelecida na sala de aula presencial tradicional. Nesta pesquisa, buscamos analisar e caracterizar a relação que efetivamente se estabelece entre os participantes durante uma sessão de bate-papo educacional.

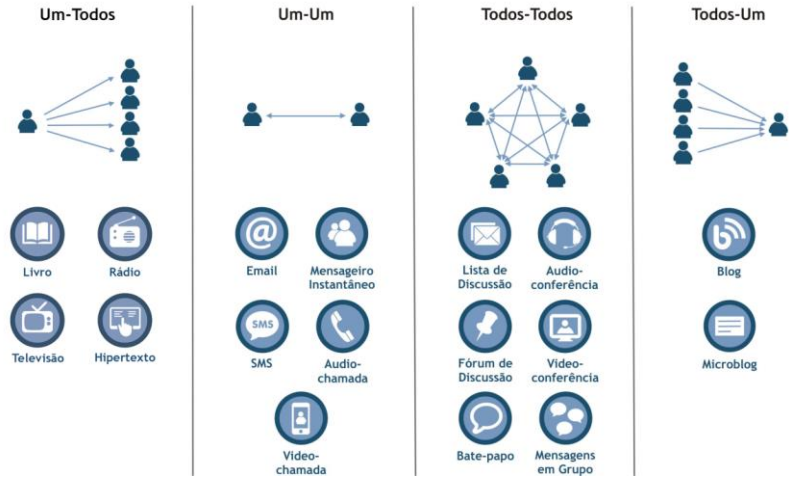


Figura 1. Relação entre os interlocutores nos diferentes meios de comunicação (baseado em Calvão e colaboradores [2014])

Entendemos que vivemos um momento de transição: embora as práticas da EAD ainda estejam predominantemente fundadas numa concepção massiva de educação (BELLONI, 2008), esperamos que essas práticas sejam reconfiguradas pela cibercultura, aproximando-se do que Santos (2015, p.47) denomina de Educação Online: “Assumimos que a educação online não é apenas uma evolução das gerações da EAD, mas um fenômeno da cibercultura”.

Compreendemos que nosso papel de pesquisadores, professores e informatas é produzir conhecimento, práticas e tecnologias que apoiem nossa sociedade a reconfigurar a EAD, saindo de um modelo de educação massiva para uma educação mais interativa (SILVA, 2000).

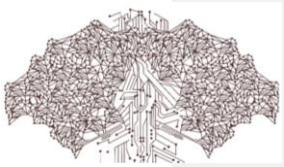
Especificamente na pesquisa aqui apresentada, visamos promover a conversação em rede por meio do bate-papo no contexto da educação online.

A prática pedagógica adotada na maioria das salas de aula (presenciais e online) ainda é baseada na cultura da transmissão de massa (Um-Todos, Figura 1): o professor possui o conhecimento e transmite ao aluno, que, por sua vez, recebe a informação de forma passiva. Essa prática está ultrapassada em nossa sociedade contemporânea que é pós-massiva, cibercultural. Se antes as pessoas passavam horas na frente da TV como meros espectadores, hoje migram para a tela do computador, que possibilita a interação e a imersão. Os sujeitos praticam a discussão, a autoria, o compartilhamento, e evitam ambientes lineares que não possibilitam participação. Diante dessa nova sociedade, não explorar devidamente a internet na educação de alunos é andar "na contramão da história" (SILVA, 2010b).

A aprendizagem colaborativa é uma alternativa mais alinhada às necessidades da nova sociedade. A sala de aula colaborativa modifica os métodos tradicionais baseados na transmissão de conteúdos e promove a participação ativa e coletiva de todos mediados pelo professor. A ideia é retirar o foco sobre o ensino de conteúdos pelo professor para focar na construção colaborativa do conhecimento pelos alunos com base em discussão, co-autoria, projetos em grupo, dentre outras práticas pedagógicas. Para efetivar a aprendizagem colaborativa, o professor precisa arquitetar uma ambiência conversacional baseada no modelo Todos-Todos, e não mais no modelo Um-Todos.

O bate-papo é reconhecido como um meio adequado para a realização de práticas pedagógicas colaborativas (SILVA, 2010b). Bate-papo é um meio de conversação síncrona em que os usuários estão conectados simultaneamente e trocam mensagens textuais geralmente curtas, sendo adequado para a conversação em grupos pequenos (CALVÃO; PIMENTEL; FUKS, 2014).

Para que se valorize o uso do bate-papo no contexto educacional, é preciso reconhecer que a educação não se restringe apenas a conteúdos ensinados numa abordagem expositiva, mas que também envolve aspectos socioafetivos: redes sociais, emoções, sentimento de pertença, dentre outros aspectos (MATURANA, 1998) que uma sessão de bate-papo tem potencial para promover na educação online, principalmente no contexto da educação a distância em que os sujeitos do processo estão em espaços diferentes e ausentes de face. A declaração da aluna Helena, que participou de uma turma a distância que realizava semanalmente sessões de bate-papo, sintetiza essa importância: "*Helena, o que você mais gostou nos debates? – A aproximação com os participantes, porque na realidade funciona como uma confirmação de que as pessoas estão vivas*." (PIMENTEL; FUKS; LUCENA, 2003).



Silva (2010b, p.47-48), ao discutir a formação de professores para a docência online, faz a seguinte reflexão sobre o uso do bate-papo:

> O chat potencializa a socialização online quando promove sentimento de pertencimento, vínculos afetivos e interatividade. (...) possibilita discussões temáticas e elaborações colaborativas que estreitam laços e impulsionam a aprendizagem. (...) Não necessariamente como mediador do chat, o professor cuida da copresença potencializada em mais comunicacional. No lugar da obrigação burocrática em torno das atividades de aprendizagem, valoriza o interesse na troca e na cocriação da aprendizagem e da comunicação. Não apenas o estar-junto online na base da emissão de performáticos fragmentos telegráficos, mas o cuidado com a expressão profunda de cada participante. Não apenas o esforço mútuo de participação para ocupar a cena do chat, mas a motivação pessoal e coletiva pela confrontação livre e plural. Não apenas a Torre de Babel feita de cacos semióticos caóticos, mas a teia hipertextual das participações e da inteligência coletiva. Mesmo que cada participante seja para o outro apenas uma presença virtual no fluxo das participações textuais-imagéticas, há sempre a possibilidade da aprendizagem dialogada, efetivamente construída.

O uso do bate-papo para promover dinâmicas colaborativas é potencializado quando o professor abraça os princípios de dialogicidade e interatividade em suas práticas pedagógicas. Não adianta a tecnologia estar disponível sem que o professor tenha uma adequada formação para educar em tempos de cibercultura. Não se trata apenas da adoção de tecnologia; antes de tudo é preciso adotar novas práticas:

> As tecnologias tanto servem para reforçar uma visão conservadora e individualista, como uma visão progressista. A pessoa autoritária utilizará o computador para reforçar ainda mais o seu controle sobre os outros. Por outro lado, uma mente aberta, interativa, participativa, encontrará nas tecnologias ferramentas maravilhosas para ampliar a interação. (MORAN, 1995)

O que temos percebido, como também apontado por Silva, é a subutilização do bate-papo no contexto da EAD. Apesar do bate-papo ser um dos principais recursos online disponíveis nos cursos na modalidade a distância, acaba frequentemente sendo utilizado para efetivar uma tutoria reativa: o tutor fica disponível no bate-papo durante um horário específico e os alunos que têm dúvidas podem conversar com o tutor pelo bate-papo. Entendemos que esse uso representa uma subutilização do bate-papo porque não promove nem a interatividade nem a colaboração entre aluno-aluno. Quando o bate-papo é utilizado apenas como um meio para tirar dúvidas, não se obtém os benefícios do potencial conversacional Todos-Todos que esse meio de conversação síncrona estabelece (CALVÃO; PIMENTEL; FUKS, 2014), sendo esse o tipo de conversação que promove a interatividade capaz de reduzir o sentimento de isolamento em cursos a distância.

Mesmo quando o professor utiliza o bate-papo para promover uma dinâmica colaborativa com um grupo da turma, por exemplo para a efetivação de um debate online, ainda pode acabar efetivando uma prática que se caracteriza mais pelo modelo comunicacional Um-Todos, como exemplificado na Figura 2, em que a conversação fica centrada no professor. Ainda que ocorra conversa entre alunos, pode predominar a troca de mensagens dos alunos para o professor. Se objetivamos uma aprendizagem colaborativa, o ideal é que a conversa seja não-centrada, seja em rede, colaborativa, como tipicamente se espera nas ambiências conversacionais baseadas no modelo Todos-Todos.

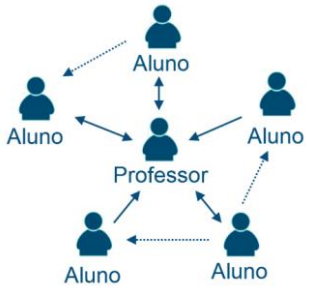


Figura 2. Conversação centrada no professor

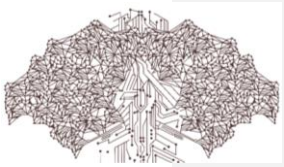
Na pesquisa aqui apresentada, baseada na dissertação de Silva (2016), o objetivo foi desenvolver um método para caracterizar se a conversa foi centrada no professor ou se foi colaborativa (em rede, não-centrada). Esta pesquisa baseia-se na abordagem epistemológica-metodológica *Design Science Research* (DSR), resumida a seguir.

2. *DESIGN SCIENCE RESEARCH*: ABORDAGEM EPISTEMOLÓGICA-METODOLÓGICA

Esta pesquisa foi concebida no paradigma epistemológico-metodológico *Design Science Research* (DSR), em que se produz conhecimento a partir do projeto e uso de um artefato (SIMON, 1969; HEVNER;CHATTERJEE, 2010; WIERINGA, 2014).

Uma pesquisa no paradigma DSR deve ter como resultado um artefato criado com o propósito de atingir um objetivo (HEVNER et al., 2004). Projetar um artefato para alcançar um objetivo requer conhecimento sobre o ambiente físico e social em que o artefato será utilizado. Simon destaca os aspectos de um artefato:

> Vamos olhar um pouco mais de perto o aspecto funcional ou intencional das coisas artificiais. Alcançar o propósito ou a adaptação a um objetivo envolve uma relação entre três termos: o propósito ou objetivo, as características do



> artefato e o ambiente em que o artefato executa. Por exemplo, quando pensamos em um relógio em termos de finalidade, podemos usar a definição da criança: "um relógio é para contar o tempo". Quando concentramos nossa atenção no próprio relógio, podemos descrevê-lo em termos de arranjos de engrenagens e a aplicação das forças de molas ou gravidade que operam em peso ou pêndulo. Mas também podemos considerar relógios em relação ao ambiente no qual eles foram projetados para ser usados. Relógios de sol atuam como relógios em climas ensolarados; são mais úteis em Phoenix do que em Boston, e de nenhum uso durante todo o inverno ártico. (...) Um artefato pode ser pensado como uma "interface", um ponto de encontro entre um ambiente "interior" (a substância e organização do próprio artefato), e um ambiente "exterior" (o ambiente em que o artefato atua). Se o ambiente interno é adequado ao ambiente externo, ou vice-versa, o artefato irá servir a sua finalidade. (SIMON, 1996, p.5-6)

Conforme destacado por Simon, o artefato é projetado para resolver um problema (objetivo do artefato) a partir de conhecimentos sobre o mundo natural e social. O uso do artefato possibilita avaliar se parecem válidas as conjecturas teóricas que levaram o designer a projetar o artefato daquela maneira. O processo de criação de um artefato adequado e a investigação sobre o seu uso num dado contexto se caracterizam como um meio para produzir conhecimento sobre o mundo (natural e social), o que caracteriza o artefato como um elemento central nas pesquisas concebidas no paradigma DSR (DRESCHER; LACERDA; ANTUNES JÚNIOR, 2015; BAX, 2014).

O quadro apresentado na Tabela 1, baseado em Vaishnavi e Kuechler (2015), ajuda a diferenciar DSR de outros paradigmas epistemológicos, como o Positivista e o Interpretativo. DSR, assim como Pesquisa-ação e outras abordagens de pesquisa-intervenção, está alinhado à Pragmática, um (meta)paradigma epistemológico em que a pesquisa é realizada ao mesmo tempo em que se faz uma ação com o objetivo de mudar a realidade, projetá-la, e não apenas tentar compreendê-la e explicá-la.



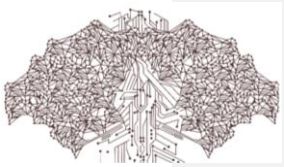
Tabela 1: Comparações entre os diferentes (meta)paradigmas de pesquisa
Baseado em Vaishnavi e Kuechler (2015)

	Perspectivas de Pesquisa		
	Positivista	**Interpretativo**	**Pragmática/Projeto (Design)**
Ontologia	Uma única realidade. Conhecível, probabilística	Múltiplas realidades, socialmente construídas	Múltiplas alternativas de estados do mundo, contextualmente situadas, possibilitadas socio-tecnicamente.
Axiologia: qual é o valor (ética)	Verdade: universal e bonita; predição	Compreensão: situada e descrição.	Controle; criação; progresso (melhoria, aperfeiçoamento); compreensão.
Epistemologia	Objetiva, imparcial. Observador separado da verdade (neutro)	Subjetiva, i.e., valores e conhecimento emergem da interação pesquisador-participante.	*Conhecimento pelo fazer*: construção objetivamente restrita dentro de um contexto. A circunscrição iterativa revela significados.

O paradigma DSR tem relevantes contribuições no que se refere à realização de pesquisas em Sistemas de Informação, pois apresenta uma estratégia capaz de orientar tanto a construção do conhecimento, quanto aprimorar as práticas do desenvolvimento em sistemas de informação visando o desenvolvimento de conhecimento novo e não apenas a solução tecnológica para um problema (BAX, 2014). Desta forma, DSR se caracteriza como uma abordagem que orienta pesquisadores em Computação, como os autores do presente artigo, a fazer pesquisas científicas rigorosas centradas no desenvolvimento de artefatos inovadores.

3. ARTEFATO DESENVOLVIDO: MÉTODO PARA IDENTIFICAR SE A CONVERSA NO BATE-PAPO FOI CENTRADA NO PROFESSOR OU NÃO-CENTRADA (COLABORATIVA, EM REDE)

O contexto da presente pesquisa é a educação online, mais especificamente o uso de bate-papo para a realização de práticas formativas. O problema que queremos resolver é a dificuldade para avaliar se um professor-tutor mediou adequadamente a sessão de bate-papo da turma. Com base na observação do comportamento humano, conjecturamos que a conversa em uma sessão de bate-papo pode ocorrer de maneira centrada no professor-tutor ou não-centrada (colaborativamente, em rede). A partir dessa conjectura teórica, elaboramos o método de análise



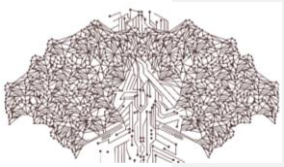
da centralidade da conversação em sessões de bate-papo apresentado a seguir. Esse método é o artefato que foi desenvolvido na presente pesquisa.

Para caracterizar se a conversação no bate-papo foi centrada no professor ou não-centrada, é preciso analisar as associações entre as mensagens para identificar quem falou com quem: se for verificada uma predominância de mensagens destinadas ao professor-tutor, concluiremos que a conversação foi centrada no professor, caso contrário, concluímos que a conversa foi não-centrada, colaborativa, em rede.

Alguns sistemas que implementam bate-papo possibilitam "responder" uma mensagem, como exemplifica o sistema DebatePapo (MORAES, 2011), e nesses casos a relação entre os interlocutores em cada mensagem-resposta fica registrada pelo próprio emissor. Alternativamente, a relação entre os interlocutores pode ser inferida pela análise do discurso, devendo o analista identificar para qual mensagem anterior cada mensagem dá continuidade discursiva. Com essas inferências, é possível identificar quem falou para quem a cada mensagem, sendo possível contabilizar o total de mensagens emitidas por cada participante e o total de mensagens recebidas por cada participante (endereçadas àquela pessoa). A Tabela 2 exemplifica o resultado da análise de um *log* de bate-papo realizado no contexto educacional.

Tabela 2. Quantidade de mensagens enviadas e recebidas (endereçadas ao participante)

Participante	**Mensagens Enviadas**	**Mensagens recebidas (endereçadas ao participante)**
Simone (professora-tutora)	24	139
Rachel	78	30
Tati	14	16
Patricia	11	15
Gleice	22	10
Josiane	18	10
Rejane	11	8
Eliane	8	8
Tatiane	26	6
Renata	18	6
Rosilane	18	6
Glaucia	12	6
Márcia	1	1
Liliane	0	0



Para analisar se a conversação foi centrada em alguém, utilizamos um método estatístico para identificar um "ponto fora da curva" (OUTLIER, 2018), que é um valor anormal comparado com os demais valores do conjunto. Na Tabela 2, a aluna Rachel produziu três vezes mais mensagens que a própria professora-tutora – Rachel é identificada como um ponto fora da curva em termos de produção de mensagens, ou seja, é uma "tagarela" em comparação com os demais participantes. Contudo, essa aluna não se tornou o centro das atenções. A maioria das mensagens foram direcionaram para a professora-tutora, que no total recebeu 139 mensagens, sendo identificada como um ponto fora da curva em termos de mensagens endereçadas ao participante, o que nos leva a concluir que a conversação foi centrada na professora-tutora.

Esse método foi implementado num sistema computacional que produz um relatório sobre a análise da centralidade da conversação, conforme documentado em Silva (2016). Com base nos relatórios produzidos pelo sistema, foi realizado o estudo de caso apresentado a seguir.

4. AVALIAÇÃO DO ARTEFATO: UM ESTUDO DE CASO COM PROFESSORES-TUTORES

Nesta pesquisa, para investigar a compreensão e utilidade do artefato, e as conjecturas teóricas que direcionaram o projeto do artefato, realizamos entrevistas com tutores da disciplina "Informática em Educação" do curso de Licenciatura em Pedagogia a Distância da UNIRIO/CEDERJ/UAB. Foram analisados cinco *logs* da sessão de bate-papo em que professores-tutores da disciplina realizaram debate com grupo de alunos da turma com, em média, 13 alunos por sessão de debate. O debate online ocorreu pelo serviço de bate-papo do Facebook.

A avaliação empírica desta pesquisa baseia-se no método Estudo de Caso (YIN, 2010). Estudos de caso são realizados em contextos reais, em pesquisas em que há interesse em várias variáveis (e não apenas numa relação causal entre duas variáveis) (PIMENTEL, 2011; RECKER, 2012). Como técnica de produção de dados, adotamos a entrevista semi-estruturada de acordo com o método MEDS (Método de Explicitação do Discurso Subjacente) (NICOLACI-DA-COSTA, 2007). O objetivo das entrevistas é ouvir com atenção e detalhadamente aquilo que os entrevistados têm a dizer sobre o assunto. O que é importante para alguém inevitavelmente aparecerá no seu discurso espontâneo sobre o assunto. A entrevista semi-estruturada possibilita ao pesquisador seguir um fluxo livre, mas dentro do escopo de interesse. Foram definidos 3 tópicos para a realização das entrevistas (que foram realizadas também pelo sistema de bate-papo do Facebook):

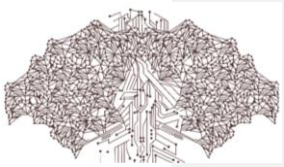
- Compreensão do relatório produzido pelo sistema computacional
- Utilidade do relatório
- Compreensão sobre a centralidade da conversação

Além do log cuja análise já foi apresentada na seção 3 do presente artigo, analisamos outros quatro logs de sessões de bate-papo no contexto da disciplina "Informática em Educação". Para cada log analisado, produzimos um relatório pelo sistema computacional desenvolvido nesta pesquisa, e o relatório foi apresentado a cada professor(a)-tutor(a) no momento em que foi entrevistado(a). Cada log analisado e a respectiva entrevista com o professor(a)-tutor(a) que mediou aquela sessão de bate-papo constituem uma unidade de análise dos casos investigados na presente pesquisa.

Ao questionarmos os tutores o que entenderam e o que não-entenderam do relatório apresentado, bem como o que acharam do relatório (primeiro e segundo tópicos do roteiro de entrevista), identificamos que 4 tutoras destacaram pontos positivos sobre o relatório, e apenas um tutor, o Ronaldo, ficou desapontado por ser uma análise quantitativa. Destacamos as seguintes declarações:

> *Viviane*: Acho que o relatório ficou bem estruturado, que ele te dá ideia da quantidade de mensagens enviadas e recebidas, principalmente da interação dos participantes.
>
> *Vivian*: Então, observei que analisou o número de troca de mensagens.
>
> *Gracy*: Eu achei interessante né a parte do gráfico, tem detalhes que a gente nem percebe (...) não percebi que as três [alunas] não mandaram nenhuma mensagem, porque as vezes a gente recebe tanta comunicação ali e acaba mesmo deixando de lado algumas pessoas.
>
> *Simone*: Quando a gente lida só com aquele bloco de mensagens no bate-papo, a gente não tem essa noção né, quantidade 22, e nesse relatório é bom a gente ter pra gente saber "ih, o fulano falou só o necessário" igual a Monique, a Leila, a Leila falou uma vez né, a Monique também, dá isso pra gente.
>
> *Ronaldo*: Eu achei que elas estão mais quantitativas do que qualificativas em si, pra ser bem realista com você, pareceu uma analise numérica até o momento né (...) não teve nada na linha de que se os diálogos foram sustentáveis ou não, ou contribuições esporádicas sem respostas né.

É importante ressaltar que todos os professores-tutores reconheceram a utilidade do relatório (segundo tópico da entrevista), especialmente com relação ao alerta sobre aluno(a)s que não enviaram mensagens ou que não tiveram mensagens endereçadas a ele(a). A professora-tutora Gracy percebeu o problema ao consultar o relatório: "não gostei de não ter dado atenção pra aquelas três pessoas, essa parte eu não tinha percebido". Foi perguntado aos tutores se realizariam alguma ação com relação a esses alunos, e todos disseram que sim. Algumas declarações sobre



ações que os tutores disseram que realizariam de posse do relatório (o que indica a potencial utilidade do relatório):

> *Gracy*: Eu teria interagido mais com essas três pessoas e pedir pras outras pessoas também estarem interagindo com elas, ter mandado uma mensagem, vê o que ta acontecendo e tal.
>
> *Simone*: Primeiro perguntar o porque, pode ter acontecido várias situações né, a internet não funcionou (...) primeiro tem que ver, pra depois tomar uma [atitude]. Quem sabe fazer um novo bate-papo com essas pessoas que tiveram problema, "vocês topam fazer um novo bate-papo ?" pra tentar ajudar a Monique, a Leila e outras que não participaram ou participaram de uma forma de menor porcentagem, tem que investigar isso tudo.
>
> *Ronaldo*: Eu acho que essas pessoas de 2, 3 mensagens merecem um tratamento assim no sentido de investigar se foi dificuldade de acesso (...) Usaria nesses dois sentidos que eu te falei, voltando a conversa e indo nas pessoas, por exemplo nesses três alunos ai, Karina, Erika e Diego, porque eles foram tão lacônicos, tão comedidos e no caso da tagarela aqui, nossa amiga, eu ia tentar qualificar as mensagens dela pra saber se foi de conteúdo ou não.
>
> *Vivian*: Ué, tentaria fortalecer com quem foi baixo né, eu vi aqui a Fabiana com pouca participação, entre outros (...) normalmente o que a gente faz assim quando eu tenho um grupo maior eu dou a oportunidade a outros chats porque eu acho enriquecedor
>
> *Viviane*: Acho que se eu tivesse esse relatório no momento do bate-papo ou posterior daria pra fazer alguma abordagem específica pra recuperar a participação desses alunos (...) pelo relatório da pra perceber que a Rejane, Carla e o Rogerio eles interagiram pouco, então daria para recuperar a participação deles, tentar criar alguma dinâmica para tentar recuperar a participação deles.

Sobre a centralidade da conversação, que era a questão principal em investigação nesta pesquisa, supreendentemente em todas as cinco sessões de bate-papo analisadas foi identificado que o(a) professor(a)-tutor(a) se tornou o centro da atenção da conversa. Ao perguntarmos sobre o que achou da conversa ter sido centrada no(a) professor(a)-tutor(a):

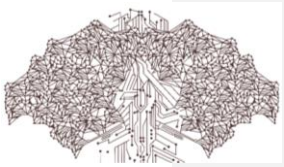
> *Ronaldo*: Por mais que eu tenha tentado promover uma discussão entre elas [as alunas], eu acho que talvez não tenha sido tão bem sucedido e elas meio que se dirigiram a mim mesmo, durante a conversa. (...) não há um letramento digital neste sentido né (...) Se você for olhar as últimas colocações, você vai ver coisas assim: "eu tava muito nervosa, mas achei bacana", "não sabia que dava pra fazer isso" coisas assim... Declarações que foi a primeira vez que fez isso, que não sabia que dava pra conversar com várias pessoas ao mesmo

> tempo, então eu acho que isso é fruto de uma insegurança e uma falta de prática de conversa em grupo.
>
> *Gracy*: Não, não, mas poderia ter equilibrado isso.
>
> *Simone*: Não vejo como um problema não, eu não tenho porque ver isso não, é igual eu falei, pode ser isso "professora eu concordo com você" mas eu não vejo isso como um grave erro.
>
> *Viviane*: Eu acho que depende muito da dinâmica, acho que tem que avaliar sobre o que é proposto, no bate-papo é difícil você não ter um bate-papo centrado, se não vira bagunça, ninguém vai entender quem ta falando com quem (...) acho que ele foi centralizado sim, mas no sentido de ser mediado, não no sentido de ser pergunta e resposta.
>
> *Vivian*: Eu sou a tutora e to ali pra isso (...)a gente ta ali pra isso, pra tirar duvidas, o que acontece, nesse bate-papo além da gente ta tirando duvidas, a gente também ta motivando alunos né, mediando esse bate-papo, então as vezes a gente também pergunta, instiga, faz bem, entendeu?

Ronaldo reconheceu que se tornou o centro das atenções, embora tenha realizado um esforço para promover a conversação em rede entre Todos-Todos; e considera que acaba se tornando o centro das atenções talvez por uma questão cultural, pelo fato das alunas não estarem acostumadas a discutir sincronamente em rede. Gracy admitiu que "poderia ter equilibrado" para não se tornar o centro da conversação. Simone não reconheceu a centralidade como um problema, mas ficou com uma certa inquietação ou dúvida, pois reconheceu como sendo um "erro" ainda que não o julgue como "grave". Já Viviane considera que a centralidade é necessária para a conversação não virar uma bagunça, e que a conversação fica centrada no professor em decorrência da mediação docente. Já Vivian assume que o bate-papo é um lugar para o professor tirar dúvidas e por isso seria correto a conversação estar centrada no professor.

5. CONCLUSÃO

O bate-papo tem grande potencial para promover interatividade no contexto da educação online. Contudo, apesar de ser um meio de conversação em que se estabelece a relação Todos-Todos, possibilitando a conversação em grupo entre os interlocutores, no contexto educacional há a ameaça do professor se tornar o centro das atenções, promovendo uma utilização do bate-papo que se assemelha mais ao modelo Um-Todos praticado na pedagogia da transmissão de informações que se fundamenta na comunicação de massa que foi típica do século passado e que se mostra inadequada no cenário sociotécnico de nossa cultura contemporânea que é mediada pelas tecnologias digitais em rede.



Para analisar a relação entre os sujeitos de uma sessão de bate-papo, na presente pesquisa foi proposto um método de análise da centralidade da conversa visando identificar se a conversa foi centrada no professor ou em rede. Essa classificação nos faz questionar as práticas pedagógicas online que estão sendo realizadas por meio do bate-papo: o professor-mediador está promovendo a colaboração entre os alunos ou está reforçando a assimetria comunicacional entre professor-aluno?

Elaboramos o método de análise da centralidade da conversa com base em conceitos e técnicas de Análise de Redes Sociais (RECUERO, 2012; WASSERMAN; FAUST, 1994) e de Estatística. A partir do método elaborado, foi desenvolvido um relatório computacional que apresenta análises sobre a centralidade de um log de conversa em grupo. O relatório operacionaliza o método, por isso, ao investigar o relatório conseguimos também avaliar nossa conjectura teórica sobre a centralidade ou não de uma conversa.

Para avaliar a adequação e utilidade do artefato, foi realizado um Estudo de Caso. Foram analisadas cinco sessões de bate-papo, e o relatório produzido pelo sistema computacional sobre a análise da centralidade da conversa foi apresentado para o(a) respectivo(a) professor(a)-tutor(a) que mediou aquela sessão de bate-papo no contexto da disciplina “Informática na Educação” do curso de Pedagogia em Licenciatura a distância da UNIRIO/CEDERJ/UAB. Esses professores-tutores foram entrevistados para que pudéssemos concluir sobre a inteligibilidade e utilidade do relatório, especialmente com relação à centralidade da conversa.

Como resultado da análise, em todos os logs foi identificado que a conversa ficou centrada no professor-tutor, o que, para os propósitos daquela disciplina em especial, era inadequado porque naquela disciplina objetiva-se estabelecer aprendizagem colaborativa em que todos aprendem com todos sem predominar a presença do professor (nem tampouco excluí-la).

A partir das entrevistas com o(a)s tutores(as), concluímos que é válido caracterizar a conversa em centrada e não-centrada, sendo esta a conjectura teórica que estava em investigação nesta pesquisa. Contudo, ao questionarmos os professores-tutores, concluímos que muitos não consideram como um problema estar no centro das atenções desse tipo de conversa.

Entendemos que caracterizar o resultado da mediação do(a) professor(a)-tutor(a), explicitando se ele(a) se tornou o centro da conversa no bate-papo (como também já investigado em outros meios de conversação, como o fórum de discussão [SANTOS; CARVALHO; PIMENTEL, 2016]), é um primeiro passo para levá-lo(a) a repensar sua prática docente no contexto da educação online; contudo, é preciso trabalhar a formação desses professores-tutores para que sejam discutidos em mais profundidade: o problema da conversa estar centrada no professor-tutor, a importância da conversação em rede e a finalidade da mediação docente. Em

pesquisas futuras, desejamos trabalhar com oficinas de análise da conversação em rede, discutindo a questão da interatividade e da colaboração na educação online, tendo em vista apoiar a formação de professores-tutores.

Palavras-chave: Bate-papo; Análise de Redes Sociais; Educação online; Mediação docente; Conversação em rede.

Referências

BAX, M. P. Design Science: filosofia da pesquisa em ciência da informação e tecnologia. In: XV ENANCIB (Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação). Belo Horizonte, 2014.

BELLONI, Maria Luiza. Educação a distância. 5ª ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2008.

CALVÃO, Leandro Dantas, PIMENTEL, Mariano, FUKS, Hugo. Do email ao Facebook: uma perspectiva evolucionista sobre os meios de conversação da internet [eBook]. Rio de Janeiro: UNIRIO, 2014.

CENSO EAD.BR. Disponível em: <http://www.abed.org.br/censoead/censoEAD.BR_2012_pt.pdf> Acesso em: 30/01/2018.

DRESCHER A., LACERDA, D. P., ANTUNES JÚNIOR, J, A. V., 2015, Design Science research: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia. Porto Alegre, Bookman.2015;

HEVNER, A., CHATTERJEE, S. Design Research in Information Systems. In: Integrated Series in Information Systems 22, DOI 10.1007/978-1-4419-5653-8_2. 2010.

HEVNER, A.; MARCH, S. PARK, J., RAM, S. Design Science in Information Systems Research. MIS Quarterly (28:1) 2004, pp. 75-105.

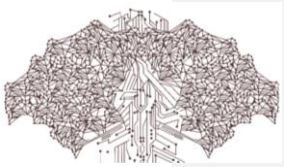
INEP/MEC. Censo da Educação Superior 2014 – Notas Estatísticas. Documento online: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2015/notas_sobre_o_censo_da_educacao_superior_2014.pdf>. Acessado em 31 out 2016.

MATURANA, Humberto. Emoções e linguagem na educação e na política. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

MORAES, E.L.C. Debatepapo: sequências conversacionais e visualização do co-texto para compreensão da conversação em bate-papo. Dissertação (Mestrado em Informática), UNIRIO, 2011.

MORAN, J.M.; Novas tecnologias e o re-encantamento do mundo. Tecnologia Educacional. Rio de Janeiro, vol. 23, n.126, setembro-outubro 1995, p. 24-26. Disponível online: <http://www.eca.usp.br/prof/moran/site/textos/tecnologias_eduacacao/novtec.pdf>. Acessado em 30/01/2018.

NICOLACI-DA-COSTA, A.M. O campo da pesquisa qualitativa e o Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS). Psicologia: Reflexão e Crítica, 20(1), 2007, 65-73.



OUTLIER. Wikipedia. Disponível online: <https://en.wikipedia.org/wiki/Outlier> Acessado em 30/01/2018.

PIMENTEL, M. Estudo de Caso em sistemas colaborativos. In: Sistemas Colaborativos (capítulo 25), M. Pimentel & H. Fuks (org.). Rio de Janeiro: SBC/Elsevier, 2011. Disponível online: <https://www.dropbox.com/sh/ftcq79y2aqq16u4/_sFxQwE8iO>. Acesso em 30/01/2018.

PIMENTEL, M., FUKS, H., & LUCENA, C. J. P. (). Debati, debati... aprendi? Investigações sobre o papel educacional das ferramentas de bate-papo. In: IX Workshop de Informática na Escola. Campinas, SP: Sociedade Brasileira de Computação, 2003. p. 167-178.

RECKER, J. Scientific Research in Information Systems: A Beginner's Guide. New York: Springer, 2012.

RECUERO, R. A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTOS, Edméa Oliveira, CARVALHO, Felipe da Silva Ponte, PIMENTEL, Mariano. Mediação docente online para colaboração: notas de uma pesquisa-formação na cibercultura. Revista ETD - Educação Temática Digital, Campinas, v.18, n.2, p. 23-42, 2016

SANTOS, Edméa Oliveria. Pesquisa-Formação na Cibercultura [ebook]. Whitebooks, 2015.

SILVA, Marco. Avaliação da Aprendizagem em Educação Online. Entrevista publicada no Youtube <http://youtu.be/S7uUd6afEYE>, 2010a. Acesso em 30/01/2018.

SILVA, Marco. Educar na cibercultura: desafios à formação de professores para docência em cursos online. Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, n.3, 2010b. p.36-51.

SILVA, Marco. Sala de Aula Interativa. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

SILVA, Valleska Cristina Martins. Análise da Conversação no Bate-papo: em rede ou centrada no professor? Dissertação, Mestrado em Informática. Rio de Janeiro: UNIRIO, 2016.

SIMON, H. The Sciences of the Artificial, 3 ed. Cambridge, MIT Press, 1996. [1ª ed. 1969].

STAHL, G. (Ed.). Studying virtual math teams. New York, NY: Springer, 2009.

VAISHNAVI, V. K., & KUECHLER Jr., W. (2015). Design Science Research in Information Systems. Documento online: <http://desrist.org/design-research-in-information-systems/>. Acesso em 14 jun 2017.

WASSERMAN, S., FAUST, K. Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WIERINGA, Roel J. Design Science Methodology for Information Systems and Software Engineering. New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2014.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

CONVERSAÇÕES SOBRE APROPRIAÇÃO CULTURAL NO TWITTER: DISPUTAS ATRAVÉS DO USO DA HASHTAG #VAITERBRANCADETURBANTESIM[1]

Wagner dos Santos Dornelles[2]

RESUMO

O presente artigo aborda parte das disputas ocorridas no Twitter, decorrentes de dois eventos específicos, ambos denunciados nas redes sociais e motivadores de uma série de engajamentos, tanto dentro das plataformas, quanto em veículos da mídia comercial. Para entender a dinâmica e as ações decorrentes, a hashtag "VaiTerBrancaDeTurbanteSim" será analisada dentro do Twitter. O artigo propõe o tensionamento de literaturas a partir dos conceitos de ciberacontecimento[3], comunicação em rede e disputas, tanto ideológicas, quanto na esfera dos signos implicados. Além disso, cabe-nos entender, mesmo que introdutoriamente os desdobramentos nas interações, tendo como base as novas configurações da plataforma.

Palavras - chaves: Ambiente digital; disputa; conversações em rede.

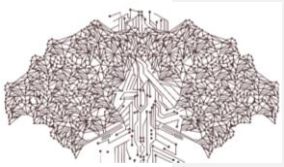
1 INTRODUÇÃO

Há alguns anos, pautas antes restritas a movimentos sociais têm encontrado vida através da internet. Assuntos historicamente circunscritos aos movimento sociais deixaram de ser temas exclusivos das militâncias e se tornaram elementos de debate dentro da sociedade. Em 2017, um dos temas abordados há anos pelas militâncias do movimento negro apresentou grande repercussão nas redes em dois eventos distintos: No primeiro, uma jovem curitibana fez uma postagem no Facebook narrando uma interceptação de militantes do movimento negro, que questionaram o fato da jovem usar um turbante. O segundo caso, ocorrido cerca de dois meses depois, também foi narrado no Facebook e gerou uma série de engajamentos. Ambos, ultrapassaram os limites estabelecidos pelas plataformas de origem, migrando para diversas redes sociais. Uma delas é o Twitter, que será a plataforma estudada no artigo. A proposta é criar um diálogo entre autores que permita uma leitura sobre as características de conversações em rede a partir do uso de hashtags. Para isso, faremos a leitura desta ferramenta em três formas de manifestação: mecanismo de busca e indexação, estrutura que permite a conversação em rede,

[1] Artigo apresentado no X Simpósio Nacional da ABCiber Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais, Eixo Temático

[2] Mestrando em Mídia, Cultura e Produção de Sentido na Universidade Federal Fluminense

[3] Ciberacontecimento é um termo apresentado por Ronaldo Henn (2011), que tem como base o historiador Pierre Norá. Henn trabalha a ideia de que hoje há uma gama de acontecimentos que se constituem a partir das lógicas das redes na internet.



estrutura de signos que permite identificar questões sociais e conflitos de classes. Para falar sobre o assunto, usaremos como corpus as postagens atreladas à hashtag "#VaiTerBrancadeTurbanteSim", feitas entre 10/02/2017 e 15/05/2017. Faz-se necessário tensionar literaturas com base nos pensamentos de disputa de sentido, ambiente de rede e características do ciberacontecimento, a partir de diferentes visões da linguística e teorias sobre o ambiente digital. A escolha deste corpus se deve à possibilidade de mapeamento da quantidade de engajamentos e do processo de ressignificação da hashtag durante os dois eventos citados. Para isso, é necessário entender as características dessa conversação e suas implicações a partir da compreensão dos fenômenos que resultaram no impulsionamento da temática em questão dentro do Twitter.

No período em questão, foram feitas 84 postagens em que se pôde perceber desde mudanças na estrutura tecnológica que representam novas leituras das interações no ambiente digital, até mesmo resgatar características conversacionais anunciadas por autores basilares da comunicação.

Em tempo, cabe ressaltar que o texto não pretende abarcar juízo de valor acerca do que é apresentado enquanto argumento pelas diferentes frentes envolvidas, e sim promover uma reflexão entre autores sobre os fatores implicados nos processos comunicativos pertinentes aos eventos em questão.

SURGIMENTO DA HASHTAG E CASOS IMPLICADOS

No início de 2017, uma visão sobre o conceito de apropriação cultural foi trazida à tona a partir de uma nota divulgada pelo site Huff Post Brasil, intitulada "Vai ter branca de turbante, sim", que apresentava um texto postado no Facebook, com grande número de reações e compartilhamentos. A autora, Thauane Cordeiro, afirmava que militantes do movimento negro haviam criticado o fato da curitibana usar um turbante. A agressão teria ocorrido sob a alegação de que, por ser branca, Thauane não poderia usar o adereço.

Além de cerca de 38 mil compartilhamentos, 139 mil curtidas e 1372 comentários, até a data da apuração 06/05/2017, o tema foi pauta recorrente na mídia hegemônica. Ocupou páginas de grandes jornais como Folha de São Paulo, Extra e O Dia, além de figurar nos sites das revistas Veja e Época, nesta última, tendo sido, inclusive, tema de uma coluna escrita pela jornalista Ruth de Aquino. Tanto na postagem original, quanto em todas as matérias e notas acerca do assunto, pôde-se observar o questionamento sobre o conceito de Apropriação Cultural, terminologia usada como fio condutor da discussão na postagem original, que pode ser vista abaixo.



Imagem 1Postagem original feita por Thauane Cordeiro no dia 4 de fevereiro de 2017

A temática não era nova. A importância dada dentro das agendas de uma série de produtos midiáticos, sim. O fato gerou uma grande disputa nas redes. De um lado, postagens em defesa de Thauane e do direito de uso irrestrito do turbante e do outro internautas que questionavam a veracidade do depoimento, criticando o direcionamento dado ao tema. Nesta mesma época, o portal Geledés divulgou um artigo chamado "Está na moda ser preto, desde que você não seja preto"[4]. O texto, postado originalmente em agosto de 2015, ganhou sobrevida em resposta ao caso e até o dia 19/05 teve 1719 compartilhamentos, 506 comentários e 9.089 reações.

No decorrer do mês de fevereiro, postagens a favor e contra o relato de Thauane ocuparam grande parte das discussões em diferentes redes sociais, sendo tópico de vários artigos e vídeos. Cabe ressaltar que a hashtag em questão no artigo não foi criada nesta postagem, já que, como pode ser visto no texto original, a hashtag criada foi "#VaiTerTodosDeTurbanteSim".

[4] Disponível no site: http://www.geledes.org.br/esta-na-moda-ser-preto-desde-que-voce-nao-seja-preto/ (acessado em 19/05/2017)

Após um período de intensas postagens, que ocorreu nos dias que sucederam a matéria do Huff Post Brasil, o assunto perdeu o fôlego. O debate foi resgatado em abril, logo após uma situação ocorrida durante uma festa de formatura. Na ocasião, a estudante Dandara Tonantzin Castro teve seu turbante arrancado e foi agredida por colegas de turma, conforme narra a postagem feita pela Revista Fórum, no dia 24/04/2017:

> "A representante do Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial e diretora da União Estadual dos Estudantes de Minas Gerais (UEE-MG), Dandara Tonantzin Castro, foi agredida física e verbalmente na noite deste sábado (23) por um grupo de homens durante festa de formatura do curso de Engenharia Civil da Universidade Federal de Uberlândia – UFU.Ela teve o turbante arrancado e jogado no chão por um homem enquanto outros presentes atiravam cerveja nela. Além disso, sofreu xingamentos, ameaças e foi a última a sair da festa com medo de novas agressões."[5]

Em sua página pessoal, Dandara compartilhou o texto: *A nossa presença incomoda: Sobre o racismo em uma festa de formatura*. A postagem original, teve mais de 17 mil compartilhamentos, 71 mil curtidas e cerca de 12 mil comentários, até a data do acesso em 19/05/2017.

[5] Postagem disponível no link: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1011797292254009&set=a.347307938702951.1073741825.100002712429073&type=3&theater



Imagem 2Postagem original feita por Dandara Castro, no dia 23 de abril de 2017.

O caso de Dandara também ganhou espaço na mídia, tendo sido tema do Programa Encontro com Fátima Bernardes, exibido pela Rede Globo no dia 27/04/2017. Além disso, figurou em diferentes revistas e jornais. Em ambos os eventos, a discussão foi intensificada pela participação de influenciadores (as) digitais e movimento sociais, ganhando corpo em diferentes plataformas.

Uma das formas possíveis para a análise, poderia ser baseada na narrativa da mídia comercial, já que houve uma polarização em torno dos eventos. Em ambos os casos, havia publicações que colocavam em xeque a veracidade dos relatos. Um exemplo foi o enfoque dado pela revista Veja ao caso de Thauane, que indicava como certa a agressão, mas, por outro lado, apresentou o texto sobre Dandara como uma "suposta" agressão. Tais estruturas narrativas serão tema de um artigo futuro. Por ora, este texto se ocupará da análise dos desdobramentos de ambos os eventos, a partir de seus potenciais enquanto ciberacontecimentos, dentro do Twitter.

A CONSTRUÇÃO DO AMBIENTE DE CONVERSAÇÃO NO TWITTER A PARTIR DAS HASHTAGS

Para iniciar o debate, devemos ter em mente a polivalência das hashtags no ambiente digital, principalmente no Twitter, berço deste tipo de linguagem. Além de mecanismo de busca e indexação, criado pelo próprio usuário, a ferramenta também é um indicador de relevância de um dado assunto na rede, permitindo a visão comportamental das palavras ou da combinação de palavras em escala regional ou até mesmo global. "As hashtags são palavras -chave precedidas pelo símbolo da cerquilha (#), que as pessoas podem incluir em suas mensagens, fazendo com que o conteúdo publicado online seja acessível a todas as pessoas com interesses semelhantes." (SALCEDO, 2016, p759)

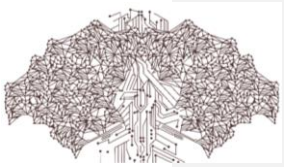
De forma geral, o recurso é utilizado no contexto de frases, que podem produzir efeitos distintos a partir da associação com diferentes figuras de linguagem, atendendo desde questões de afirmação ao tópico proposto pela hashtag, ou até mesmo tendo como efeito a refutação, desqualificação, dentre vários modos de uso decorrentes do processo de ressignificação. De acordo com Raquel e Marcelo Gomes:

> "Chris Messina, um dos criadores da hashtag, apresentou a ideia a um desenvolvedor do Google. Messina sugeriu então que ela representasse a divisão de "grupos" no Twitter. Por meio das hashtags é possível que pessoas e empresas alcancem um público maior com as informações que divulgam nas redes sociais. Também, devido a utilização delas, é mais fácil conseguir mensurar e ter mais controle sobre o que está sendo publicado sobre um determinado tema. Por isso, as hashtags devem ser utilizadas como indexadores, com a finalidade de melhorar as buscas futuras dos usuários. Utilizá -las para destacar uma a uma as palavras de uma frase causa" (SALCEDO, 2016, p759)

Ao observar o período do uso da hashtag no espaço de tempo que o artigo se refere, percebem-se dois momentos distintos. Num primeiro, que antecedeu o episódio envolvendo Dandara, foram feitas 75 postagens originais (desconsiderando retwittes e respostas) sobre o tema. Após o ocorrido, apenas nove.

Obviamente, ao desconsiderar as interações, também desconsideramos aquilo que representa a função principal da plataforma: a estrutura de comunicação em rede. Neste sentido, além do uso da hashtag, devem ser levadas em consideração as respostas, retuites e classificações como favoritos. Para problematizar os conceitos, precisamos entender o comportamento e a arquitetura das conversações em rede.

HASHTAGS, CONVERSAÇÕES EM REDE E HIERARQUIAS



Analisar a hashtag a partir de sua função é algo importante, mas há também a necessidade de pensar a estrutura tecnológica onde esse processo comunicativo ganha corpo e sentido. Assim, podemos recorrer às análises propostas por Raquel Recuero ao abordar as naturezas das redes sociais. Além de observar o comportamento e as interações em diversas redes sociais, a autora analisa as características do Twitter, detalhando a dinâmica de uso das hashtags na rede e seu impacto no processo de conversação em rede.

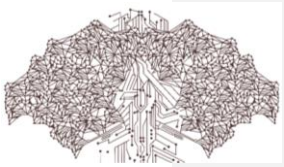
> "Através do uso da hashtag, que provê o contexto, é possível acompanhar centenas de pessoas falando umas com as outras, em uma conversação que parece caótica e complexa. A conversação em rede, assim, é passível de ser contextualizada e recuperada e, por isso, consegue espalhar-se e amplificar-se dentro das redes sociais". (RECUERO; 2012, p126).

A autora apresenta um debate sobre as características do Twitter e, ainda, uma análise consonante com o pensamento de Raquel Salcedo Gomes e Marcelo Salcedo Gomes sobre o uso das hashtags. Cabe destacar as características específicas dessas interações, que gravitam em um tema específico gerando ressignificações, ou movimentos de confirmação, que, muitas vezes, são manifestados em forma de retuítes, ou respostas.

A hashtag utilizada como base do artigo, *#VaiTerBrancadeTurbanteSim*, não chegou a ser um *Trend Tópic*[6], mas, de todo modo, a conversa foi viabilizada puramente pela existência da criação de um assunto em torno do qual as postagens circularam. Outro dado importante, é que além de um mecanismo de busca e indexação, a hashtag também funciona como uma espécie de termômetro de relevância dentro do Twitter. Caso um dado assunto apresente grande repercussão, as frases ou hashtags mais utilizadas nas postagens são listadas na barra lateral da página.

Apesar da completude do pensamento apresentado por Raquel Recuero, o Twitter passou por mudanças recentes, que, em certa medida, tiram do usuário o poder de elencar assuntos relevantes a partir da sua interação direta. Em 2016, a plataforma foi comprada pelo Facebook e passou a integrar o conglomerado de redes sociais da empresa, que também inclui Instagram e WhatsApp. Neste cenário, houve uma alteração na oferta de conteúdo, que passou a ser ligada à tecnologia de algoritmos, algo não abordado nas literaturas citadas anteriormente. Apesar de não haver uma divulgação exata do comportamento dessa tecnologia, sabe-se que ela adéqua a oferta de conteúdo às preferências do usuário tendo como base seu comportamento na rede, que leva em

[6] Trend Topic é uma "lista de tópicos mais discutidos nas redes sociais dentro do Twitter em um determinado momento", (RECUERO;2012,p127)



consideração itens como curtidas, uso de palavras e cliques. Em 5 dezembro de 2016, o site TecTudo noticiou esta mudança:

> "O sistema de classificação de conversas já era usado na versão desktop, mas só agora foi incorporado aos aplicativos. O recurso é semelhante à mudança de algoritmo proposta em fevereiro de 2016, que faz com que os tuites não sejam exibidos em ordem cronológica.
>
> Segundo o Twitter, as respostas são classificadas em diferentes graus, de acordo com a relevância para o usuário. O microblog não revela todos os critérios usados, apenas diz que fatores como uma resposta do autor original da conversa ou de uma conta seguida pelo usuário são usados."[7]

Há uma série de artigos que fomentam a discussão em torno dos algoritmos, mas vamos nos ater apenas aos pontos que apresentam uma análise introdutória sobre o assunto, já que esta temática tem implicações, leituras e desdobramentos que merecem um estudo à parte:

> "a criação de algoritmos para análises que muito significativamente são chamadas de big data. Embora se possa pensar que se encontra aí um campo exclusivo dos cientistas da computação, já que são eles os responsáveis pela criação de algoritmos para o processamento e tratamento dos dados, são muitas as áreas de conhecimento e prática -- física, economia, matemática, ciência política, bioinformática, sociologia, saúde e muitas outras -- que hoje reclamam pelo acesso a uma quantidade gigantesca de informação que é produzida e que é indicativa do que fazem as pessoas, de como andam as coisas, de todas as interações entre elas e dos processos resultantes. O big data permite produzir, analisar e visualizar o desenho de grandes conjuntos de dados para identificar padrões a fim de responder a demandas econômicas, sociais, técnicas e jurídicas etc." (SANTAELLA,2016,p.20)

Além disso, retomando a análise de Recuero, pode-se fazer um incremento a partir de textos basilares, como o de Deleuze e Guattarri, já que o comportamento em rede não garante a mesma possibilidade de interações para todos. No caso das hashtags, há uma arquitetura conversacional em torno de um assunto proposto, que garante uma série de processos comunicativos complexos. Este pensamento pode ser complementado pela visão dos autores

[7] Notícia disponível no site: http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/12/twitter-adota-contagem-e-inclui-algoritmo-nos-replys-de-tuites.html

sobre o conceito de rizoma, e as críticas à leituras dicotômicas, principalmente aquelas decorrentes do Estruturalismo. Sendo assim, podemos utilizar o texto presente no livro Mil Platôs como possibilidade de análise:

> "Num rizoma, ao contrário, cada traço não remete necessariamente
>
> a um traço lingüístico: cadeias semióticas de toda natureza são aí conectadas a modos de codificação muito diversos, cadeias biológicas, políticas, econômicas, etc., colocando em jogo não somente regimes de signos diferentes, mas também estatutos de estados de coisas. Os *"Agenciamentos coletivos de enunciação* funcionam, com efeito, diretamente nos *agenciamentos maquínicos, e* não se pode estabelecer um corte radical entre os regimes de signos e seus objetos. (DELEUZE, GUATTARI, 2000, p14)

Tendo este pano de fundo, pode-se dizer que mesmo tendo consciência da amplitude semiótica[8] do evento em questão, por questões metodológicas, serão analisadas as posturas que representam figuras antagônicas dentro do debate.

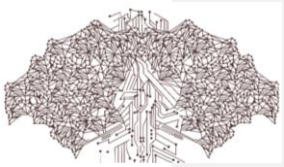
Retomando o pensamento de rizoma, ao adaptar para os contexto atual, pode-se dizer que, de certa forma, a própria rede norteia o alcance das informações em trânsito através dos algoritmos e ajuda, por consequência, a elencar os pontos de centralização das conversações, impactando diretamente a interação entre os internautas. Algo que se justifica pela necessidade de estimular a contratação de patrocínios que ampliem este alcance, ou para evitar a debandada de usuários.

Como último ponto de análise, devemos pensar nas palavras usadas na hashtag enquanto signos que pressupõem uma dupla função: a primeira abarca seu uso linguístico, a partir das definições clássicas de Pierce. Num segundo momento, podemos analisar a composição a partir do conceito backhtiniano de signo ideológico.

O TURBANTE, DISPUTAS E SIGNO IDEOLÓGICO

Todo o debate acerca de apropriação cultural e disputa utilizou como item um elemento em especial: o turbante. A hashtag utilizada no Twitter, por exemplo, faz uso de uma postura impositiva para indicar o uso da vestimenta. Neste sentido, antes dos fatores tecnológicos

[8] A semiótica é a teoria geral dos signos. Esta ciência trata do estudo dos signos na vida social, à semelhança da semiologia. (Texto disponível no site: Conceito de semiótica - O que é, Definição e Significado http://conceito.de/semiotica#ixzz4m3UI8ZxN



indicados, devemos perceber a frase atrelada ao símbolo de tralha (#) "Vai ter branca de turbante sim", que coloca o objeto como centro da disputa, algo que pode ser percebido nas tensões criadas pelo embate de forças dentro dos 84 tuites que serviram de base para o artigo.

De forma resumida, podemos determinar três linhas de ação atribuídas a hashtag em questão: de um lado há a defesa do uso irrestrito do turbante, a partir da alegação de que o adereço não pertence a uma raça ou cultura em especial. Os defensores remontam as origens do objeto, ressaltando, inclusive, o argumento de que houve a apropriação do adereço pelas culturas africanas, já que inicialmente o turbante seria uma vestimenta asiática. Em outro extremo, há os que defendem o conceito de apropriação cultural. Por fim, há os que não tomam partido, mas fazem piadas ou criticam a existência do debate. O presente texto se propõe a pensar o turbante como signo ideológico, a partir do processo de significação do objeto, de acordo com os escritos de Bakthin:

> "Para que o objeto, pertencente a qualquer esfera da realidade, entre no horizonte social do grupo e desencadeie uma relação semiótico-ideológica, é indispensável que ele esteja ligado às condições sócio-econômicas essenciais do referido grupo, que concerne de alguma maneira às bases de sua existência material (...) Em outras palavras, não pode entrar no domínio da ideologia, tomar forma e aí deitar raízes senão aquilo que adquiriu um valor social" (BAKTHIN; 2006;p44)

A partir das postagens, podemos perceber que pela visão do movimento negro há um aspecto relacionado à ancestralidade, religiosidade e resistência atribuídas ao adereço. Desta forma, o movimento de uso irrestrito e da incorporação do adereço pela indústria da moda prevê a destituição de toda simbologia. Podemos recorrer ao autor novamente para entender o cenário de disputa entre os signos, já que em seu texto ele prevê um conflito ao tratar a disputa pela ideologia atrelada ao signo.

> "O ser, refletido no signo, não apenas nele se reflete, mas também se refrata. O que é que determina esta refração do ser no signo ideológico? O confronto de interesses sociais nos limites de uma só e mesma comunidade semiótica, ou seja: a luta de classes. Classe social e comunidade semiótica não se confundem. Pelo segundo termo entendemos a comunidade que utiliza um único e mesmo código ideológico de comunicação. Assim, classes sociais diferentes servem-se de uma só e mesma língua. Conseqüentemente, em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios. O signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes. Esta plurivalência social do signo ideológico é um traço da maior importância." (BAKTHIN; 2006;p45)

Os trechos citados ampliam os limites do conceito de signo apresentado originalmente por Pierce, já que, a partir de uma perspectiva marxista, Bakthin pressupõem o embate de classes em torno deste signo. Por este mesmo caminho, podemos recorrer a Roland Barthes e sua análise sobre os mitos, a partir da tradição estruturalista:

> "(...) já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. O mito não se define pelo objeto da sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais. Logo, tudo pode ser mito? Sim, julgo que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo. Cada objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não, pode impedir-nos de falar das coisas" (BARTHES, 1957, p131)

Atrelada aos conceitos de signo e mito, devemos levar em conta a ideologia e as forças que se digladiam no terreno da linguagem, fazendo um movimento já anunciado por Bakthin através das ideias de reflexão e refração (BAKTHIN; 2006;p29). A fala do autor se completa a partir da ideia de que "os próprios objetos poderão transformar-se em fala se significarem alguma coisa" (BARTHES, 1954, p133). O conceito em questão se conecta a compreensão do turbante enquanto significante, já que existe uma série de questões culturais ligadas ao objeto. Assim, se usarmos como base a disputa em questão, podemos verificar alguns tuites para entender o comportamento na rede:



Imagem 3 Print das primeiras cinco postagens feitas no Twitter utilizando a Hashtag, após o dia 10/02/2017

Os argumentos em defesa do uso irrestrito são fortemente apoiados no direcionamento argumentativo do texto de Thauane Cordeiro, o primeiro caso citado. Neste sentido, o direcionamento dado ao debate diz respeito à democracia no uso de elementos da cultura negra. O artigo de Ruth de Aquino pode ser usado para apresentar os argumentos daqueles que defendem a hashtag:

"O turbante é uma desculpa errada e arrogante para discutir racismo. Não é propriedade dos negros. Esconde um dos maiores símbolos da negritude universal: os cabelos black. Quem conhece a África sabe que a expressão "cultura africana" é quase ofensiva a um continente tão diversificado, com 54 países e uma infinidade de tribos, dialetos, regimes e costumes."[9]

Este fragmento revela algo que pode ser completado ao conceito apresentado por Barthes, já que o mito pressupõe um sentido, que o autor conceitua como uma "face plena" e uma forma apresentada, a "face vazia". Por este ângulo, pode-se afirmar, de acordo com o autor, que o conceito deforma a face plena e justamente neste ponto reside a disputa. A questão é que há um embate de forças evidente, que reside, justamente, no campo semiótico e está intrinsecamente ligado às disputas que são cortadas por questões socioeconômicas. Numa leitura final, podemos analisar o comportamento das postagens. A primeira a utilizar a hashtag em questão foi feita em junho de 2016, obviamente, sem correlação com os eventos ocorridos este ano. Já fazendo menção ao período em análise, a partir do caso de Thauane, a primeira postagem foi feita no dia 10/02/2017, paradoxalmente, criticando a criação da "#VaiTerBrancadeTurbanteSim", talvez como resposta à discussão criada no Facebook sobre o assunto. O evento foi seguido de diversos tuítes de apoio, mas este comportamento mudou quando um vídeo questionando a agressão foi

[9] Texto disponível no link: http://epoca.globo.com/sociedade/ruth-de-aquino/noticia/2017/02/vai-ter-branca-de-turbante.html

compartilhado usando a hashtag, conforme pode ser visto abaixo:

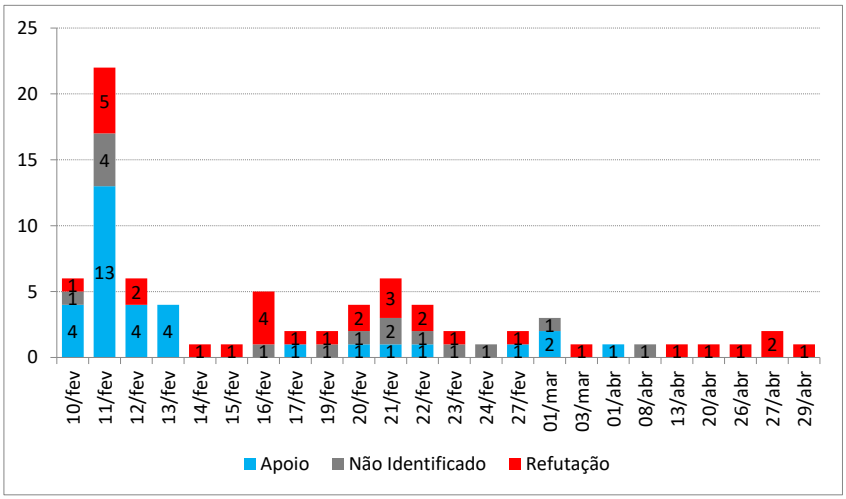


Tabela 1Comportamento das postagens durante o período proposto pelo artigo

No dia 17 de fevereiro, Ana Paula Xongani, divulgou o vídeo "#VaiTerBrancadeTurbanteSim. Apropriação ou racismo?"[10], algo que mudou o direcionamento do debate dentro da hashtag e o estilo das postagens, já que as palavras de apoio e relativização deram lugar a uma série de críticas à tônica dada ao conceito de apropriação cultural. Após o caso de Dandara, ocorrido em abril, a YouTuber lançou um novo vídeo, este compartilhado três vezes em associação com a hashtag.

COMPORTAMENTO DA CONVERSAÇÃO EM TORNO DA HASHTAG

Utilizando os dois eventos como exemplo, percebe-se que há uma mal-entendido a partir da gênese dos debates. Diferente do que é pregado em boa parte das postagens, a hashtag em questão foi cunhada justamente pela matéria do site Huff Post Brasil, no dia 10/02/2017. A postagem feita por Thauane Cordeiro, 6 dias antes, abarca o discurso da democracia dos usos, estimulando o uso da hashtag "#VaiTerTodosdeTurbanteSim"

[10] Vídeo disponível no link: https://www.youtube.com/watch?v=8Mt4bYgEloE

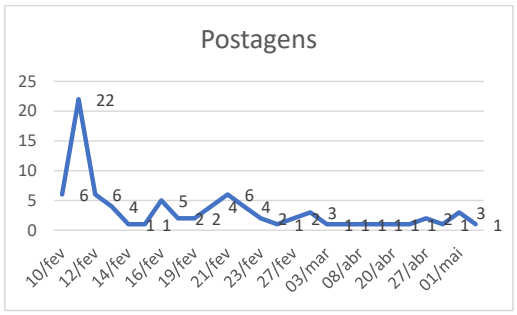


Imagem 4Gráfico comportamental das postagens feitas utilizando o texto "#VaiTerBrancadeTurbanteSim" de 10/02 a 15/05

Após o primeiro dia de uso da hashtag, que apresentou uma série de postagens em defesa da Curitibana, houve uma reação a partir da divulgação de vídeos postados originalmente no YouTube e no Facebook, em torno da temática. À medida que novas análises surgiram, as publicações passaram a ser mais duras e críticas, tendo como base itens não apresentados na postagem original, como turbantes arrancados, e a modificação do texto da hashtag criada.

Obviamente, como o tema teve sua gênese no Facebook, podemos perceber uma conversação entre as plataformas feita, inclusive a partir da existência de ferramentas que automatizam a replicação das postagens. Isso justifica, inclusive, o fato do surgimento da hashtag ter sido numa postagem de crítica ao texto que acompanhava o símbolo de cerquilha.

Apesar de, no mês de fevereiro, a maior parte das manifestações nas postagens ter sido de apoio à de Thauane, à medida que o debate avançava e era tensionado em vídeos e reportagens, as questões apontavam para outro extremo em que o relato era criticado. Mesmo sem atingir os números do dia 11/02/2017, as postagens representavam grandes debates em rede, tendo como base os sistemas de conversação e, principalmente, ressignificação manifestados como compartilhamentos e respostas. Deste contexto podemos destacar alguns tuítes. O que apresentou maior número de reações, se tratava de uma postagem acerca da criação de uma fantasia para o carnaval. Em termos de comportamento, o tuíte apresentou 22 marcações como favoritos e 4 respostas, que tratavam a questão como forma de humor. O sucesso das abordagens cômicas também ficou nítido ao verificarmos a repercussão do vídeo TUTORIAL | #VaiTerBrancaDeTurbanteSim[11], do canal Bola 8. Como o vídeo utiliza a hashtag no título, cada curtida gerava um tuíte nas contas vinculadas entre YouTube e Twitter. Paralelamente, a YouTube

[11] Disponível pelo link: https://www.youtube.com/watch?v=vuIgRwArFIQ

Ana Paula Xongani publicou dois vídeos[12] que esbarravam na mesma estratégia. O primeiro, sobre o caso ocorrido com Thauane Cordeiro e o segundo dois meses depois a partir da denúncia feita por Dandara Castro.

Este segundo caso, não representou grande movimentação na hashtag em questão, mas numa tentativa de incorporar o tema ao debate, um internauta compartilhou uma nota de grande repercussão sobre o assunto acompanhada da tag.

Em termos de arquitetura, se observa é que a hashtag em questão propiciou uma série de pequenas conversações em rede, conectadas entre si pelo processo de indexação, não, necessariamente, promovendo uma conversação entre frentes antagônicas e sim mantendo o debate circunscrito às opiniões convergentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pode ser observado, há uma série de condicionantes atreladas às questões das disputas. Algo que interfere diretamente os aspectos das conversações em rede. Tal fato ficou claro a partir do esforço dos movimentos sociais em tentar apresentar o debate e o conceito de apropriação cultural através da disseminação de materiais a partir do uso da hashtag em questão.

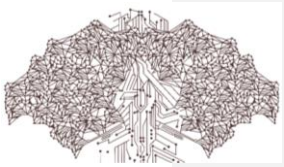
Apesar de ser um recorte das tensões em rede, o que se percebe a partir de um olhar crítico é que estas tensões reproduzem conflitos de ordem social, algo profundamente abordado nos vídeos que foram indexados a partir do uso da hashtag. Neste sentido, a partir dos exemplos dados, podemos afirmar que estruturas e hierarquias presentes na sociedade, mantém sua força no ambiente digital, já que os discursos tomaram proporções de relevância e organização conversacional, principalmente após o acolhimento das temáticas por veículos de mídia. Ambos os casos, tanto o de Thauane quanto o de Dandara, se tornaram exemplos em que os media expuseram seus posicionamentos acerca do debate racial, garantindo, a partir daí, uma série de engajamentos em torno das suas opiniões.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem. 12 ed. [S.L.]: HUCITEC, 2006. 44 p.

BARTHES, Roland. Mitologias. 11 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. 131-133 p.

[12] O segundo vídeo de Ana Paula Xongani está disponível pelo link: https://www.youtube.com/watch?v=wZJUqDX5yLg



DELLEUZE, Gilles; GUATARRI, Félix. Mil platôs. capitalismo e esquizofrenia. vol 1. 1 ed. São Paulo: Editora 34 Ltda, 1995. 10-14 p.

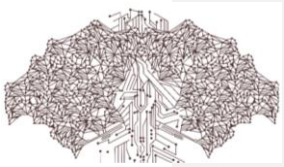
GOMES, Raquel Salcedo; GOMES, Marcelo Salcedo. MOBILIDADE E TECNOCULTURA: Q LINGUAJAR É ESSE?. Encontro Rede Sul Letras: Formação de Redes de Pesquisa, [S.L], p. 750-758, mai. 2016.

HENN, Ronaldo Cesar; OLIVEIRA, Felipe Moura De. Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica. Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 22, n. 3, jul./set. 2015.

RECUERO, Raquel. A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. 1 ed. Porto Alegre: Meridional LTDA, 2012. 132-169 p.

SANTAELLA, Lucia. O paradigma do sensível na comunicação. Rev. Comun. Midiática (online), Bauru/Sp, v. 11, n. 1, p. 17-28, jan./abr. 2016.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



CORPO E PERFORMANCE NA REDE: UMA ANÁLISE DA NARRATIVA IMAGÉTICA DE GABRIELA PUGLIESI NO INSTAGRAM[1]

Ana Paula Miranda Costa Bergami[2]; Allan Cancian Marquez[3]

RESUMO

O presente artigo propõe estabelecer uma análise da narrativa imagética da blogueira e musa *fitness* Gabriela Pugliesi no Instagram. Por meio de uma coleta das postagens realizadas de 1º a 30 de setembro no perfil @gabrielapugliesi, queremos estabelecer uma tipificação das publicações, para verificar como é construída a performance da modelo por meio da exibição de sua forma física. Nossa premissa de trabalho é verificar como a blogueira mercantiliza sua produção de subjetividade nos sites de redes sociais.

Palavras-chave: performance; Instagram; blogueiros; redes sociais.

Introdução

As possibilidades de visibilidade e conexão, permitidas pelas plataformas móveis multimídia com acesso à internet, criaram um cenário midiático com novos protagonistas, as chamadas webcelebridades, usuários da rede mundial de computadores que passaram a postar conteúdo por meio dos sites de redes sociais, voltado para seu público específico.

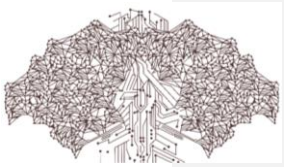
Dentro desse contexto, um dos destaques é a modelo, apresentadora, blogueira fitness e social media influencer Gabriela Pugliesi, que se apropriou dos meios de autocomunicação de massa contemporâneos para se transformar em uma celebridade na internet, passando a faturar graças a seu poder de afetação nas mídias digitais. Por meio de vídeos e de fotos postados no Instagram (@gabrielapugliesi), ela expõe diariamente sua intimidade, transformando atividades comuns do dia a dia, como acordar, tomar café da manhã ou malhar, em acontecimentos midiáticos.

Considerada um fenômeno de popularidade, Gabriela Pugliesi passou a compartilhar sua rotina de treinos no Instagram em 2012 e foi uma das primeiras internautas a adotar o título de

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros, YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Mestranda em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Pesquisadora do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). E-mail: anapaulamirandacosta@hotmail.com.

3 Mestrando em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Pesquisador do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Bolsista Capes. E-mail: allancancian@gmail.com.



musa *fitness* no Brasil[4]. Atualmente é uma referência em bem-estar, principalmente entre o público mais jovem. Com mais de 3,7 milhões de seguidores em sua conta no Instagram[5], a modelo exibe nas redes sociais seus relacionamentos amorosos, amigos, familiares, animais de estimação, hábitos de consumo e de alimentação, além de divulgar suas atividades físicas diárias, enquanto estabelece uma comunicação visual impactante e esteticamente calculada.

No nosso artigo, pretendemos analisar a narrativa imagética de Gabriela Pugliesi no Instagram. Por meio de uma coleta das postagens realizadas de 1º a 30 de setembro no perfil @gabrielapugliesi, queremos estabelecer uma análise de conteúdo e uma tipificação das publicações, para verificar como é construída a performance da modelo por meio da exibição de sua forma física. Nossa premissa de trabalho é verificar como a blogueira fitness mercantiliza sua produção de subjetividade nos sites de redes sociais.

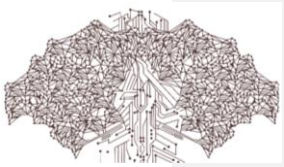
Redes sociais, atores e interações

Os sites de redes sociais representam um espaço fundamental de trocas e interações que determinam a sociabilidade contemporânea, no qual os indivíduos realizam processos de participação e discussão de temas relacionados às suas vivencias individuais e coletivas. Constituem-se em verdadeiros espaços vivos, capazes de conectar todas as dimensões da vida das pessoas (CASTELLS, 2013). Essas ferramentas são, atualmente, uma tendência importante para a sociedade, pois deram as condições necessárias para uma verdadeira transformação na cultura contemporânea ao induzir ao compartilhamento. São nestes ambientes que os indivíduos produzem e publicam conteúdos como textos, imagens e vídeos, ao mesmo tempo em que estabelecem vínculos com os demais usuários e conectam práticas (CASTELLS, 2013).

A sociedade em rede tem uma estrutura social "construída em torno de redes ativadas por tecnologias de comunicação e de informação processadas digitalmente e baseadas na microeletrônica" (CASTELLS, 2015, p. 71). As redes são a base da experiência humana, por isso entendemos que as funções e os processos dominantes na era da informação estão cada vez mais organizados em torno de redes (CASTELLS, 1999). Devido ao desenvolvimento de novos arranjos tecnológicos, as sociedades estão se transformando, abandonando formatos defasados de participação e modos de produção burocráticos e verticalizados para abrigar estruturas reticulares e horizontais (CASTELLS, 1999), que representam um novo viés comunicativo e produtivo, em

[4] Disponível em <http://vejasp.abril.com.br/cidades/gabriela-pugliesi-blogueira-exercicio>. Acesso em 01/05/2017.

[5] Disponível em <https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/>. Acesso em 31/01/2018.



que o acesso às redes e à possibilidade de troca de informações tornaram-se fatores determinantes para a participação em sociedade e as interações sociais (CASTELLS APUD DI FELICE, 2017).

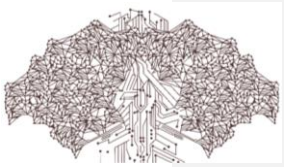
De fato, as rede "tornaram-se ao uma espécie de paradigma e de personagem principal das mudanças em curso justo no momento em que as tecnologias de comunicação e de informação passaram a exercer um papel estruturante na nova ordem mundial" (PARENTE, 2010, p. 92). Entendemos que, atualmente, todos os âmbitos da sociedade são definidos em termos de redes, sendo que "nada parece escapar às redes, nem mesmo o espaço, o tempo e a subjetividade" (PARENTE, 2010, p. 92).

As redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades (CASTELLS, 1999). Neste cenário, a informação tornou-se protagonista e as redes telemáticas passaram a constituir a base material da transformação da sociedade e da reestruturação dos modos produtivos (CASTELLS, 1999).

Nos últimos anos, a comunicação em ampla escala atravessa uma profunda transformação tecnológica e organizacional, com a emergência da autocomunicação de massa (CASTELLS, 2013; CASTELLS, 2015), estabelecida com base em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa e sem fio. Nesse contexto, "a informação não é mais sagrada, é superabundante e mastigada" (WOLTON, 2011, p. 57).

A revolução tecnológica permitiu que novos atores passassem a participar da produção de conteúdo, fornecendo os dispositivos eletrônicos e o acesso à internet para que os indivíduos comunicantes tivessem uma maior autonomia em relação aos grandes conglomerados de comunicação. Neste cenário, "os usuários passam a ser tantos emissores quanto receptores de mensagens" (CASTELLS, 2015, p. 22). Anteriormente receptor, excluído do processo de construção de conteúdos midiáticos, o novo sujeito comunicante torna-se protagonista, quando é, ao mesmo tempo, "o melhor aliado da liberdade de informação e seu maior inimigo" (WOLTON, 2011, p. 57).

A internet impactou na sociedade como um todo, seja na ampliação das possibilidades de comunicação, seja na redução de tempo e de distâncias para resolver simples tarefas que, até então, dependiam de processos complexos, como trocar mensagens com os amigos e familiares, por exemplo. O advento e a popularização da internet permitiram uma mudança significativa nas possibilidades de expressão e sociabilização por meio das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (RECUERO, 2014b). Essas ferramentas "proporcionaram que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais" (RECUERO, 2014b, p. 24).



Raquel Recuero (2014a e 2014b) estabelece que o conceito de rede social é focado na descrição e na compreensão das estruturas sociais. Para ela, a ideia de rede "trata-se de uma metáfora para observar essas estruturas, cujo foco principal está nos modos de conexão entre os atores sociais" (RECUERO, 2014a, p. 403). Sendo assim, uma rede social é definida como sendo um conjunto de atores (pessoas ou instituições) e suas conexões (laços sociais que unem os agrupamentos).

Portanto, as redes sociais são entendidas como estruturas que representam processos de conversação, fluxos de informações e seus reflexos no campo social (RECUERO, 2014a). Esses espaços abrangem elementos dinâmicos, "que são comportamentos que alteram sua estrutura no tempo, por isso chamados dinâmicos. Esses comportamentos são gerados pelas interações entre os atores, que podem ser cooperativas, competitivas e de conflito" (RECUERO, 2014a, p. 407).

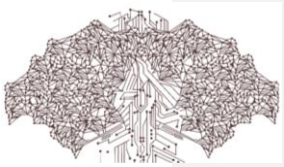
Os atores no ciberespaço, indivíduos ou instituições variadas, "podem ser compreendidos como indivíduos que agem através de representações performáticas de si mesmos" (RECUERO, 2014b, p. 28). A interação entre os diversos atores é também geradora e mantenedora de relações complexas, além de valores que constroem e mantêm as redes sociais na internet (RECUERO, 2014b). Nesse sentido, "o conjunto das interações sociais forma relações sociais" (RECUERO, 2014b, p. 36). A partir da observação dos padrões de interação, podemos definir uma relação social que envolve dois ou mais agentes ou indivíduos comunicantes (RECUERO, 2014b).

Cibercultura e convergência midiática

No cenário midiatizado atual, a construção da narrativa imagética apresenta-se mais complexa, na medida em que as leituras resvalam do campo simbólico para a materialidade da navegação. A experimentação na rede digital transfigura, e pode, de certa maneira, estender a especificidade dos registros em fotos e vídeos em sites de redes sociais como o Instagram, que passam a compor simultaneamente narrativas lineares e hipertextuais.

André Lemos explica que "a cibercultura forma-se, precisamente, da convergência entre o social e o tecnológico, sendo através da inclusão da socialidade na prática diária da tecnologia que ela adquire seus contornos mais nítidos" (LEMOS, 2013, p. 90). Para o autor, "a cibercultura está sincronizada com a dinâmica da sociedade contemporânea, podendo mesmo ser caracterizada como uma cibersocialidade" (LEMOS, 2013, p. 81).

Ao trilhar um caminho teórico semelhante, Henry Jenkins (2009) frisa que o cenário cotidiano experimenta a cultura da convergência, "onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, o poder do produtor e o poder do consumidor



interagem de maneiras imprevisíveis" (JENKINS, 2009, p. 343). O autor estabelece o conceito de convergência:

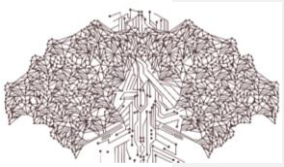
> Refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (…) A circulação de conteúdos — por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais — depende fortemente da participação ativa dos consumidores (…) A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (JENKINS, 2009, p. 29-30).

Henry Jenkins (2009) considera que a produção coletiva de significados na cultura popular alterou o funcionamento de vários setores, como religiões, educação, direito, política e publicidade. Para Jenkins (2009, p. 44), "a convergência dos meios de comunicação impacta o modo como consumimos esses meios", sendo que a convergência representa "uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação" (JENKINS, 2009, p. 44).

Os novos atores em cena estabelecem uma narrativa transmidiática, que "se expande através de diferentes linguagens (verbal, icônica etc) e mídias (cinema, quadrinhos, televisão, videogames etc)" (SCOLARI, 2015, p. 8). Para Scolari (2015), esse novo formato surge como uma história contada em múltiplas mídias: "Esta dispersão textual é uma das fontes mais importantes da complexidade na cultura popular contemporânea" (SCOLARI, 2015, p. 8).

Neste cenário midiatizado, "a convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias" (JENKINS, 2009, p. 51). O pesquisador aponta que, com a popularização de aparatos tecnológicos com acesso à internet e com vários recursos de produção de textos, imagens e vídeos, o público deixa o papel de consumidor passivo de informações, e passa a elaborar conteúdo. Ele endossa que "a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias" (JENKINS, 2009, p. 45), sendo que "o público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar da cultura" (JENKINS, 2009, P. 53).

Clay Shirky (2012) estabelece que, neste novo contexto midiatizado, todo mundo passa a ser um veículo de comunicação. O autor pondera que "nossas ferramentas sociais removem obstáculos mais antigos à expressão pública, eliminando assim os gargalos que caracterizavam os meios de comunicação de massa" (SHIRKY, 2012, p. 51). Sendo assim, "o resultado é a



amadorização em massa de esforços antes reservados a profissionais de mídia" (SHIRKY, 2012, p. 51).

Subjetividade na internet e espetáculo

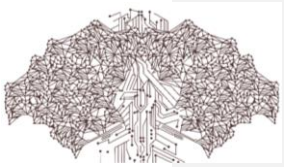
Os smartphones, ou telefones inteligentes, plataformas móveis conectadas à internet que trazem recursos de texto, imagem e vídeo, permitem a junção de duas premissas: visibilidade e conexão. Esses aparelhos "conseguiram dar vazão às peculiares demandas e ambições que articulam as subjetividades contemporâneas, bem como ao tipo de sociabilidade por elas alicerçada" (SIBILIA, 2016, p. 21). Para a autora:

> A visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos, os prazeres e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo (SIBILIA, 2016, p. 21-22).

A autora pondera que as condições históricas e geográficas "incitam certos desenvolvimentos corporais e subjetivos, ao mesmo tempo que bloqueiam o surgimento de outras configurações" (SIBILIA, 2016, p. 26). Paula Sibilia (2016) considera que a rede mundial de computadores se configura atualmente como um grande laboratório, um "terreno propício para experimentar e desenvolver novas subjetividades e outras formas de se relacionar com os demais" (SIBILIA, 2016, p. 52-53).

Para ela, nos diversos canais da internet "nascem modos inovadores de ser e estar no mundo, que por vezes parecem saudavelmente excêntricos e megalomaníacos, mas outras vezes afundam-se na pequenez mais rasa que se pode imaginar" (SIBILIA, 2016, p. 53). A autora considera que o ciberespaço atualmente tem sido cenário de um novo espetáculo, o show do eu (SIBILIA, 2016).

Por subjetividade, a pesquisadora entende que "são modos de ser e estar no mundo" (SIBILIA, 2016, p. 26), sendo que "seus contornos são elásticos e mudam ao sabor das diversas tradições culturais" (SIBILIA, 2016, p. 26). Para ela, "a subjetividade não é algo vagamente imaterial que reside 'dentro' de cada um" (SIBILIA, 2016, p. 26). Sendo assim, a experiência de cada um é "fortemente influenciada pela interação com os outros e com o mundo" (SIBILIA, 2016, p. 27). Com base nisso, pode-se supor que, quando há mudanças nas perspectivas históricas e nas maneiras de se relacionar com o outro, "o campo da experiência subjetiva também se altera, num jogo extremamente intricado, múltiplo e aberto" (SIBILIA, 2016, p. 27). A autora considera que o fenômeno de exibição da intimidade percebido atualmente nos sites de redes sociais "parece



ser fruto de um deslocamento dos eixos em torno aos quais as subjetividades modernas se construíam" (SIBILIA, 2016, p. 153).

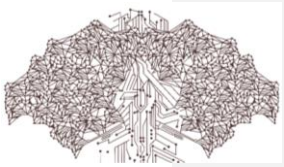
Com o advento das novas plataformas multimídias, o ciberespaço de escala global passou a abrigar novas práticas de produção de sentidos surgidas no âmbito da comunicação mediada pelo computador (CMC), capitaneadas por um público — sobretudo — amador. Muitos usuários "têm se apropriado das diversas ferramentas disponíveis on-line, e as utilizam para expor publicamente aquilo que algum tempo atrás teria sido protegido por fazer parte da intimidade" (SIBILIA, 2016, p. 52). A autora esclarece que, por meio da internet e da convergência midiática, é verificado atualmente "um verdadeiro festival de vidas privadas que se oferecem despudoradamente aos olhares do mundo inteiro" (SIBILIA, 2016, p. 52).

Essas novas práticas de performances nos sites de redes sociais são muito variadas, "que brotaram em todos os cantos do mundo e não cessam de ganhar novas modalidades e mais adeptos dia após dia, inclusive entre aqueles que no início se mostraram resistentes ou desinteressados" (SIBILIA, 2016, p. 19). A sucessão de novidades tecnológicas "foi transformando a tela de qualquer computador em janelas sempre abertas e ligadas a quantidades crescentes de indivíduos" (SIBILIA, 2016, p. 20).

Paula Sibilia (2016) classifica o cenário midiatizado atual como cultura das aparências, do espetáculo e da visibilidade. Ela explica que "tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto" (SIBILIA, 2016, p. 151). Ela pondera que, cada vez mais, "é preciso aparecer para ser" (SIBILIA, 2016, p. 151).

Guy Debord (1997) estabelece que "toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos" (DEBORD, 1997, p. 13). Para o autor, "tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação" (DEBORD, 1997, p. 13). As imagens são fundamentais na sociedade do espetáculo, pois "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (DEBORD, 1997, p. 14). Para o autor, "a origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo" (DEBORD, 1997, p. 23). Guy Debord (1997) considera que, na sociedade do espetáculo, as imagens substituem a experiência real dos indivíduos para causar alienação, em uma verdadeira tirania das imagens:

> Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa humana — o que em outras



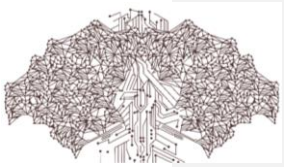
> épocas fora o tato; o sentido mais abstrato, e mais sujeito à mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual (DEBORD, 1997, p. 18)

Paula Sibilia (2016) pondera que o novo fenômeno midiático traz uma mistura inédita e complexa. "Por um lado, a festejada explosão de criatividade se vincula a uma extraordinária ampliação do acesso aos canais midiáticos" (SIBILIA, 2016, p. 18), sendo que várias experiências "confirmam o valor dessa fenda aberta rumo a experimentação estética e política, contribuindo para multiplicar ou expandir as possibilidades existenciais" (SIBILIA, 2016, p. 18). Em contrapartida, "parece inegável que tudo isso tem ajudado a desatar uma revigorada eficácia na instrumentalização dessas forças vitais, que são capitalizadas a serviço de um mercado capaz de tudo devorar para convertê-lo em lixo" (SIBILIA, 2016, p. 18). A autora discorre a respeito do mercado cultural contemporâneo, "desenvolvido sob a rutilante nova luz da visibilidade, da conexão e do compartilhamento sem pausa" (SIBILIA, 2016, p. 33). Para ela:

> São muito ardilosos os dispositivos de poder que entram em jogo, ávidos por capturar todo e qualquer lampejo de criatividade bem-sucedida, a fim de transformá-lo velozmente em mercadoria que possa circular e render lucros (…) Conjugando os códigos do espetáculo midiático, cada vez mais assimilados pelo conjunto da população, com os impulsos neoliberais que renovaram o capitalismo, um certo espírito empresarial parece tudo permear com seus valores e seu modo de funcionamento, expandindo as regras do mercado e do ibope para todos os âmbitos (SIBILIA, 2016, p. 33-34).

Sendo assim, entendemos que muitos esforços de criação e produção de conteúdo na sociedade midiatizada acabam sendo subjugados por uma lógica de mercado, passando a ter valor de mercadoria. Em uma sociedade do espetáculo, em que as interações sociais acabam sendo mediadas por imagens (DEBORD, 1997), webcelebridades como Gabriela Pugliesi são aglutinadas pelo mercado. Essa é apenas uma característica da sociedade atual, em que "a capacidade de criação costuma ser capturada pelos tentáculos do mercado, que atiçam como nunca essas forças vitais e, ao mesmo tempo, não cessam de transformá-las em mercadorias" (SIBILIA, 2016, p. 17). Sendo assim, consideramos que toda a potência de inovação e de estabelecimento de novas linguagens e estéticas, sobretudo nas redes sociais, acaba sendo desativada, pois "pois a criatividade tem se convertido no combustível de luxo do capitalismo contemporâneo" (SIBILIA, 2016, p. 17).

Celebridades



O termo celebridade geralmente se refere a uma pessoa que, por causa de uma qualidade ou feito, merece ser celebrada ou reconhecida (FRANÇA, 2014). De fato, as personalidades célebres "ostentam aquilo que uma determinada sociedade, num determinado momento, valoriza" (FRANÇA, 2014).

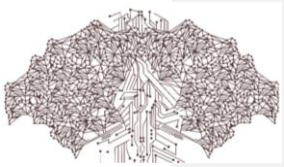
O fenômeno das celebridades não é algo novo na sociedade, de fato. Porém, no cotidiano midiatizado, com conexão à rede mundial de computadores e amplo acesso a canais de divulgação, tornou-se mais fácil se tornar conhecido. Uma caraterística do atual cenário de convergência midiática seria a "democratização" da vontade e das possibilidades de ser tornar famoso (FRANÇA, 2014). Nick Couldry, citado por Driessens (2014), considera que a transformação de uma pessoa comum em uma celebridade é um "ritual midiático" que legitima o mito de que a mídia é o guardião principal do idealizado centro da sociedade.

Vera França (2014) pondera que as personalidades da mídia constroem sua reputação em determinados contextos e condições, sendo que elas estão "estreitamente relacionadas ao quadro de valores de uma sociedade" (FRANÇA, 2014, p. 32). Ou seja, "o perfil das celebridades do século XXI são das marcas de nosso tempo" (FRANÇA, 2014, p. 33). Felipe Pena, citado por França e Simões (2014), enuncia que as celebridades tornaram-se o "polo de identificação do consumidor-ator-espectador do espetáculo contemporâneo" (PENA APUD FRANÇA E SIMÕES, 2014, p. 1.066). Os famosos têm papel importante no contexto da experiência fragmentada da sociedade contemporânea (FRANÇA E SIMÕES, 2014). Para as autoras, as celebridades funcionam como pontos de ancoragem – no quadro das vivências imediatas e fugazes da modernidade.

Porém, Lígia Lana (2012) discorre que, mesmo quando os acontecimentos privados de celebridades não interferem diretamente no cotidiano da coletividade, acabam ganhando relevo próprio. A autora vai além e aponta que acontecimentos na vida de celebridades, em razão da atenção que suscitam, podem levar a "uma influência e uma penetração na conduta e nos valores sociais, trazendo uma nova compreensão para as fronteiras entre acontecimentos públicos e privados" (LANA, 2012, p. 12).

Gabriela Pugliesi e suas performances midiáticas

As possibilidades de visibilidade e conexão, permitidas pelas plataformas móveis multimídia com acesso à internet, criaram um cenário midiático com novos protagonistas, as chamadas webcelebridades, usuários da rede mundial de computadores que passaram a postar conteúdo por meio dos sites de redes sociais, voltado para seu público específico.



No caso específico abordado neste artigo, a blogueira Gabriela Pugliesi possui mais de 3,7 milhões de seguidores no Instagram[6], uma das maiores audiências entre as musas de *lifestyle* brasileiras, atrás apenas de artistas que trabalham na área fitness, como a ex-panicat Juju Salimeni (mais de 12,6 milhões de seguidores no Instagram[7]) e a dançarina e modelo Gracyanne Barbosa (mais de 5,9 milhões de seguidores no Instagram[8]). Em sua conta, a modelo oferece registros diários e, muitas vezes, espontâneos sobre atividades de seu dia a dia.

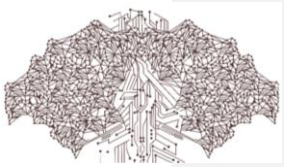
A designer baiana Gabriela Leda Ferreira, 31 anos, mais conhecida como Gabriela Pugliesi, passou a compartilhar sua rotina de treinos no Instagram em 2012 (@gabrielapugliesi), quando ainda era casada com o personal trainer Thiago Pugliesi[9], de quem segue usando o sobrenome, apesar da separação em 2014[10]. Por conta do sucesso na rede social, criou o blog Tips 4 Life (www.tips4life.com.br) em 2013, repleto de dicas de bem-estar e de exercícios.

Formada em Desenho Industrial, Gabriela deixou o emprego que tinha, no qual era responsável por administrar a loja on-line do joalheiro Jack Vartanian, para poder se dedicar em tempo integral ao seu trabalho nas redes sociais e no blog[11]. Trocou o salário de R$ 5 mil mensais pela chance de ganhar dinheiro ao postar conteúdo dando sua opinião sobre marcas, em uma prática nova de propaganda nas redes sociais, conhecida como um tipo de testemunho ou relato que endossa o produto/marca divulgado. Estima-se que ela ganhe de R$ 8 mil[12] a R$ 20 mil[13] por cada post publicitário nas redes sociais. Em uma campanha publicitária, chega a ganhar R$ 200 mil, sendo que o cachê para fazer presença VIP em eventos pode ser de até R$ 30 mil[14].

A modelo, digital influencer e blogueira consagrou-se em um novo campo de atuação nas redes sociais brasileiras, ganhando status de musa *fitness*. Ensina seus seguidores como ter um estilo de vida mais saudável, fazendo treinos simples que nem sempre exigem aparelhos específicos, ou mesmo fornecendo dicas de alimentos específicos para quem quer ganhar massa magra ou reduzir de peso.

---

6 Disponível em <https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/>. Acesso em 31/01/2018.
7 Disponível em <https://www.instagram.com/jujusalimeni/>. Acesso em 31/01/2018.
8 Disponível em <https://www.instagram.com/graoficial/>. Acesso em 31/01/2018.
9 Disponível em <http://vejasp.abril.com.br/cidades/gabriela-pugliesi-blogueira-exercicio/>. Acesso em 31/01/2018.
10 Disponível em <http://entretenimento.band.uol.com.br/famosos/noticia/100000776167/pugliesi-explica-por-que-usa-sobrenome-do-ex.html>. Acesso em 31/01/2018.
11 Disponível em <http://vejasp.abril.com.br/cidades/gabriela-pugliesi-blogueira-exercicio/>. Acesso em 31/01/2018.
12 Disponível em <https://oglobo.globo.com/rio/sem-vergonha-de-se-expor-de-lucrar-quem-gabriela-pugliesi-20957473>. Acesso em 31/01/2018.
13 Disponível em <https://www.uol/estilo/especiais/amor-fitness.htm#de-jantar-a-cache-de-r-200-mil-quanto-o-fitness-ganha>. Acesso em 31/01/2018.
14 Disponível em <https://www.uol/estilo/especiais/amor-fitness.htm#de-jantar-a-cache-de-r-200-mil-quanto-o-fitness-ganha>. Acesso em 31/01/2018.



Em muitas situações, ela dá seu depoimento sobre as mudanças no estilo de vida. Gordinha na infância e na adolescência, ela conta que passou a ter o hábito de se exercitar e de cuidar do corpo. “Fui uma adolescente bem gordinha, gulosa e sedentária. Não gostava de fazer nada”, contou a modelo[15].

Nas redes sociais, Gabriela Pugliesi faz uma série de performances midiáticas. Posta imagens e vídeos de seus momentos do dia a dia, como ao acordar, ao brincar com seus animais de estimação, ao encontrar seus amigos, ao ir para baladas ou mesmo ao ir à praia. Também costuma publicar frases motivacionais, indiretas, brincadeiras e dicas de leitura[16]. Habitualmente, a modelo consegue transformar sua intimidade em espetáculo, inspirando seus seguidores a praticar atividades físicas, ou mesmo influenciado os internautas a consumir os produtos com os quais tem parceria.

Atualmente, Gabriela Pugliesi possui o canal Vendi meu Sofá no YouTube, no qual publica novos vídeos duas vezes por semana, com entrevistas com artistas e outras webcelebridades, dicas de vida saudável e bastidores de seu dia a dia. Tem mais de 483 mil pessoas inscritas em seu canal, com vídeos que acumulam quase 35 milhões de visualizações[17].

Além de midiatizar um estilo de vida fitness, Gabriela Pugliesi é conhecida pela movimentada vida amorosa. Em 2014, se separou do marido Thiago Pugliesi, passando a usar o antigo sobrenome de casada como marca[18]. Atualmente, Gabriela Pugliesi está casada com o modelo Erasmo Viana. Os dois subiram ao altar no dia 22 de abril de 2017, em uma pousada em Trancoso, badalado balneário do sul da Bahia[19]. A celebração se tornou um verdadeiro acontecimento midiático, com a presença de muitas celebridades, além de fotos e vídeos nas redes sociais. Foram três dias de festejos amplamente registrados pelos noivos e seus convidados. Somente no fim de semana do casório, Gabriela Pugliesi conquistou mais de 100 mil novos seguidores, enquanto Erasmo Viana conseguiu 34 mil[20].

Metodologia e resultados

15 Disponível em <http://gshow.globo.com/Bastidores/noticia/gabriela-pugliesi-entrega-como-abandonou-o-corpo-adolescente-era-gordinha-gulosa-e-sedentaria.ghtml>. Acesso em 31/01/2018.

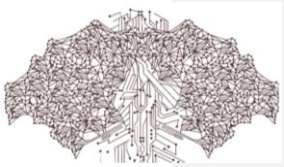
16 Disponível em <https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/>. Acesso em 31/01/2018.

17 Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCpk58NDdaKdX0QiiA2e79tg>. Acesso em 13/05/2017.

18 Disponível em <http://entretenimento.band.uol.com.br/famosos/noticia/100000776167/pugliesi-explica-por-que-usa-sobrenome-do-ex.html>. Acesso em 31/01/2018.

19 Disponível em <http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2017/04/gabriela-pugliesi-se-casa-em-trancoso-erasmo-e-o-homem-da-minha-vida.html>. Acesso em 31/01/2018.

20 Disponível em <https://www.uol/estilo/especiais/amor-fitness.htm#fitness-foi-o-comeco-hoje-e-quase-uma-novela-da-globo>. Acesso em 31/01/2018.



No presente trabalho, propomos uma análise de conteúdo das postagens da blogueira e musa *fitness* Gabriela Pugliesi (@gabrielapugliesi) no Instagram, para estabelecer uma tipificação de suas imagens. Nosso recorte temporal escolhido é de 1° a 30 de setembro de 2017. Escolhemos esta rede social especificamente por entendermos que foi nesta plataforma que a modelo conquistou notoriedade com seu público, postando dicas de malhação e uma rotina cheias de cuidados com o corpo e a aparência. Para empreender nossa pesquisa, fizemos uma coleta manual das postagens da modelo no dia 14 de dezembro de 2017, e identificamos uma amostra com 97 imagens, entre fotos e vídeos, que adotamos como *corpus* de estudo.

Adotamos como metodologia de trabalho a análise de conteúdo, por entendermos que, na pesquisa qualitativa, podemos usar técnicas que permitem "tornar replicáveis e válidas inferências sobre dados de um determinado contexto, por meio de procedimentos especializados e científicos" (MINAYO, 2007, p. 303). A análise temática surge como uma forma adequada de dar tratamento ao nosso *corpus*, com 97 publicações.

Após a coleta empreendida, os dados das postagens foram inicialmente analisados, tipificados e separados em categorias de acordo com os tipos mais recorrentes. Diagnosticamos as seguintes quatro categorias nos posts: Gabriela Pugliesi sozinha; Gabriela Pugliesi acompanhada; Postagens patrocinadas; e Outros.

Na categoria Gabriela Pugliesi sozinha, elencamos as imagens em que a modelo surge sozinha, em situações do dia a dia, profissionais ou em eventos, mas que não havia divulgação de nenhum tipo de patrocinador, nem de produto ou serviço, marcado na publicação ou citado na legenda. Porém as geolocalizações das fotos, quando o usuário identifica o espaço em que a publicação foi feita, não foram consideradas. Ou seja, alguns posts possuem marcações de localização e outras não.

Já na categoria Gabriela Pugliesi acompanhada, consideramos todos os registros em que a modelo aparece com uma ou mais pessoas, seguindo a mesma lógica da categoria anterior, que é a de não ter nenhuma identificação de marca, serviço ou patrocinador, marcado na foto ou citado na legenda da publicação. Assim como na categoria anterior, ignoramos as geolocalizações, que não foram consideradas na análise.

A terceira categoria estabelecida é a de postagens patrocinadas. Nesta categoria, consideramos todos os posts da modelo que traziam marcas, produtos ou patrocinadores, citados nas legendas ou marcados nas fotos. A quarta e última categoria é outros, que refere-se a publicações que trazem frases motivacionais, pratos de comida e outros alimentos, o marido da modelo sozinho ou com os animais de estimação do casal, ou ainda registros dos animais

sozinhos. Há inclusive cliques de topos de árvores, para mostrar a luz do sol, por exemplo, ou mesmo paisagens clicadas pelo modelo, e veiculadas em seu perfil. A distribuição das 97 fotos de acordo com suas categorias pode ser conferida na tabela abaixo.

Categoria	Quantidade	Percentual
Gabriela sozinha	9 postagens	9,27%
Gabriela acompanhada	11 postagens	11,34%
Postagens patrocinadas	56 postagens	57,7%
Outros	21 postagens	21,6%

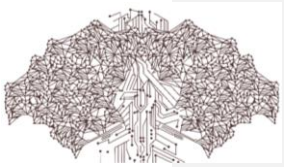
Tabela 1: publicações de Gabriela Pugliesi de acordo com quatro categorias

Análise

A partir da identificação do nosso *corpus* de estudo e do estabelecimento da tipologia das postagens, percebemos que mais da metade das imagens que Gabriela Pugliesi exibe em seu perfil no Instagram, dentro de nosso recorte temporal, traz um apelo comercial, em que a modelo está divulgando um produto, marca ou serviço. Das 97 imagens, entre fotos e vídeos, a blogueira cita algum patrocinador em 56 posts, o que é um número bem expressivo.

A variedade de itens citados é grande. Em alguns momentos, a modelo divulga roupas de uma determinada marca de *beach wear*, em outros de uma grife de *lingerie*. Gabriela Pugliesi também divulga sua linha de calçados em parceria com uma grife específica e de roupas de ginástica de alta performance com uma empresa especializada, além de itens mais específicos para boa forma e estética, como uma academia de ginástica, cremes redutores de medidas corporais, cosméticos para amenizar rugas faciais, cintas para reduzir medidas na cintura, programas de dietas e de alimentos focados para quem deseja ter uma alimentação mais saudável. Em um determinado momento do nosso recorte temporal, a modelo viajou a lazer com seu marido, divulgando várias vezes a agência de viagens e o resort no qual o casal se hospedou.

Também constatamos que a modelo tem uma narrativa imagética bem calculada, algo comum em qualquer uma das quatro categorias, sempre mostrando fotos feitas por fotógrafos profissionais ou vídeos editados por seu *staff*. Não há fotos com olhos vermelhos, tremidas ou com outros problemas técnicos. Inclusive, suspeitamos que alguns registros passaram por



retoques digitais, pois a própria modelo já assumiu que costuma editar suas fotos antes de postar nas redes sociais[21].

Entendemos que a blogueira tem sua produção de subjetividade ancorada em propaganda. Toda sua espontaneidade, característica do seu início de publicações no Instagram, acabou sendo subjugada pelo mercado. Atualmente, a blogueira usa o Instagram basicamente para fazer publicidade e merchandising. Dentro dessa lógica de mercado, a modelo usa seus atributos físicos para capitalizar anunciantes e seduzir o público, que acaba atraído por uma bela estética de vida saudável e bem-estar.

A modelo, musa *fitness* e blogueira Gabriela Pugliesi, ao exibir sua intimidade nas vitrines midiáticas, sobretudo no Instagram, estabelece uma performance midiática focada na construção de uma imagem de bem-estar, felicidade a dois e vida saudável. Erika Oikawa (2013) cita o conceito de performance de Erving Goffman para estabelecer que "o homem em sociedade, a todo o momento, age como um ator diante de seu público" (OIKAWA, 2013, p. 94).

Esse indivíduo segue "desempenhando diferentes papéis e tentando controlar as impressões que os outros possam ter dele, por meio de diferentes modos de agir e de se comportar, que variam de acordo com seus propósitos" (OIKAWA, 2013, p. 94). Sendo assim, "os sujeitos tendem a construir seus 'eus' a partir de performances que sejam aprovadas pelos outros, como, por exemplo, a adoção de práticas cotidianas que contemplam a pauta do bem-estar e da autoestima" (OIKAWA, 2013, p. 100).

Por meio das plataformas multimídias com acesso à internet, Gabriela Pugliesi conseguiu se tornar famosa e ainda transformar sua vida particular em espetáculo. Erika Oikawa (2013) cita o trabalho de Fernanda Bruno para estabelecer que a prática de exposição da intimidade produz uma "subjetividade exteriorizada", "uma vez que a visibilidade está diretamente relacionada à produção de indivíduos e de subjetividades" (OIKAWA, 2013, p. 99).

Dentro dessa narrativa imagética bem calculada, o corpo ganha uma importância, pois é dessa forma que a modelo capitaliza seus patrocinadores e conquista seu público. Entendemos que a forma física é o destaque da narrativa imagética de Gabriela Pugliesi. No contexto midiatizado, a exibição corporal assume um valor fundamental, sendo que "o corpo se torna uma espécie de objeto de design que deve ser constantemente cuidado e renovado" (SIBILIA, 2016, p. 151).

[21] Informação disponível no site <https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/gabriela-pugliesi-e-8220-acusada-8221-de-usar-photoshop-em-foto-de-biquini-de-seu-instagram/>. Acesso em 31/01/2017.

Entendemos que a musa *fitness* direciona a criação de suas subjetividades em torno de seus objetivos. Ao adotar uma exibição de imagens esteticamente calculada, pautada em premissas básicas de beleza física, bem-estar e vida amorosa de conto de fadas, ao lado do marido Erasmo Viana, a modelo fabricou um personagem como uma mercadoria espetacularizada, em que sua personalidade se constitui como um atraente produto para ser consumido e imitado.

Consideramos que a blogueira mercantiliza seus afetos na busca de uma eficaz gestão de si como marca, construindo um capital midiático influente e lucrativo. Acreditamos que o tema é relevante para a área comunicacional, por ser uma expressão recorrente da contemporaneidade, visto que vários atores conectados têm causado uma transformação no ciberespaço, com uma expressiva produção subjetiva nos sites de redes sociais, em que o corpo é destaque nas performances midiáticas.

Referências bibliográficas

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

_____. **Redes de indignação e esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DI FELICE, Massimo. **Net-ativismo: da ação social para o ato conectivo**. São Paulo: Paulus, 2017.

DRIESSENS, Olivier. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. In: **Revista Ciberlegenda**. V. 31, p. 8-25. Rio de Janeiro: 2014.

FRANÇA, Vera. Celebridades: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, Vera et al (org.). **Celebridades do século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula. Celebridades como ponto de ancoragem na sociedade midiatizada. In: **Revista Famecos**. V. 21, n. 3, p. 1062-1081. Porto Alegre: 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LANA, Lígia Campos de Cerqueira. Acontecimentos públicos, acontecimentos privados: a estrutura visível dos acontecimentos na mídia. In: **Revista Ciberlegenda**. V. 26, p. 9-18. Rio de Janeiro: 2012.

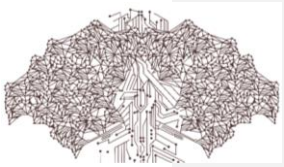
LEMOS, André. **Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 2007.

OIKAWA, Erika. Dinâmicas relacionais contemporâneas: visibilidade, performances e interações nas redes sociais da internet. In: PRIMO, Alex (org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PARENTE, A. Enredando o pensamento: redes de transformação e subjetividade. In: PARENTE, André. **Tramas da rede**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RECUERO, Raquel. Redes sociais. In: CITELLI, A. et al (orgs). **Dicionário de Comunicação.**



Escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014a.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014b.

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In: **Revista Parágrafo**, janeiro/junho 2015, v. 1, n. 3, p. 7-19, 2015.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

CRISE DOS PARADIGMAS E EPISTEMOLOGIAS RETICULARES: MEMÓRIA LOCAL E AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO PROJETO MEMÓRIA SOCIAL NAS ESCOLAS DO RECIFE E CABO DE SANTO AGOSTINHO[1]

Cláudia Leonor Guedes de Azevedo Oliveira[2]

Palavras-chave: Crise dos paradigmas, epistemologias reticulares, conhecimento local, memória, história de vida, tecnologias da informação e comunicação,

Resumo: Este trabalho trata de um Estudo de Caso sobre o projeto "Memória Social nas Escolas", desenvolvido pelo Museu do Homem do Nordeste[3] (Muhne), na região Metropolitana do Recife (RMR), Estado de Pernambuco, Brasil. O projeto foi realizado entre os anos de 2014 e 2015, tendo a autora deste trabalho atuado como consultora por meio de um convênio entre a Unesco e a Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), órgão do Ministério da Educação, ao qual o Muhne pertence. Para seu desenvolvimento, recorreu á metodologia da história oral de vida e às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs)

1. Introdução

O projeto Memória Social nas Escolas é de iniciativa do Muhne e contou com a participação de cinco escolas públicas (municipais e estaduais), agregando também os gestores destas escolas, os professores e alunos de diferentes faixas etárias e anos

[1] Artigo apresentado ao Eixo 5: O local digital das culturas: povos tradicionais, povos indígenas, diásporas e redes digitais do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Formada em História pela FFLCH-USP, com Mestrado em Ciências da Comunicação na ECA-USP. Atualmente cursa o Doutoramento em Estudos em Comunicação para o Desenvolvimento na Universidade Lusófona do Porto, Portugal. Participa do Centro Internacional de Pesquisa Atopos (ECA-USP) e do Núcleo de Pesquisa em Comunicação, Inovação e Gestão – CIG (Faac-Unesp) E-mail: claudialeonor.oliveira@gmail.com

[3] O Museu do Homem do Nordeste foi inaugurado em 1979 e faz parte da Diretoria de Memória, Educação e Arte da Fundação Joaquim Nabuco, trabalhando com temas que abrangem o patrimônio cultural nordestino. Foi criado a partir da fusão de outros três museus: o Museu de Antropologia (1961-1978), o Museu de Arte Popular (1955-1978) e o Museu do Açúcar (1963-1978). A Fundação Joaquim Nabuco foi criada, enquanto instituto em 1949, por iniciativa do sociólogo, escritor e deputado federal, a época, Gilberto Freyre. Em 1980 foi transformada em fundação. Para maiores informações pode ser acessadas no site www.fundaj.gov.br

escolares. Ao ser concluído o período da consultoria e, passado mais de um ano em que foi lançada uma publicação contendo o Guia Metodológico e o Relato das Experiências das Escolas em formato *e-book*, perguntamos-nos: qual o papel do Museu do Homem do Nordeste e sua equipe nesta construção desta memória? Os conteúdos produzidos no âmbito do projeto, podem ser considerados fontes para a construção de conhecimento? E por fim, de que forma as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) colaboraram para o desenvolvimento do projeto Memória Social nas Escolas?

Em busca de respostas aos questionamentos apontados, partiremos da definição e das possibilidades que um Estudo de Caso proporciona, enquadrando este projeto na ascensão de um novo paradigma de conhecimento e no fortalecimento das culturas locais e, por fim, pretendemos traçar algumas reflexões sobre os processos de metropolização da Grande Recife, levando em consideração, o emponderamento dos diferentes atores sociais e a contribuição do projeto para a construção de espaços de conhecimento, a partir dos eixos por eles propostos.

2. O projeto Memória Social nas Escolas

Em agosto de 2014 o Muhne deu início ao projeto Memória Social nas Escolas. Em linhas gerais, a consultoria contratada teve como atribuição desenvolver um processo de formação na perspectiva da metodologia de História Oral[4] para a equipe do museu (coordenação, técnicos e estagiários), para professores e gestores de cinco escolas públicas municipais e estaduais de Recife e de Cabo de Santo Agostinho. Após a formação, as ações foram desenvolvidas junto as escolas envolvendo os alunos. O processo de todas as etapas desenvolvidas pelo projeto foram sistematizadas por meio de uma publicação, em formato *e-book,* que apresenta a metodologia desenvolvida e os relatos de experiência das escolas.

[4] A moderna História Oral tem seu marco temporal fixado em 1948 a partir do trabalho pioneiro de Allan Nevins e Louisa Starr, ao fundarem o Columbia History Office, e, desde os anos 60 vem se popularizando cada vez mais entre historiadores, antropólogos e até mesmo jornalistas. Para José Carlos Sebe Bom Meihy (2000, p. 25): "História oral é um recurso moderno de apreensão de fontes orais que se tornam registros de situações que se comportam em três ramos principais: história oral de vida; história oral temática e tradição oral. Cada um destes itens implica procedimentos próprios, independentes, mas que se encaminham para os mesmos objetivos, isto é, favorecer estudos de memória e identidade."

No segundo semestre do ano de 2014 foram realizados três Encontros de Formação onde foi utilizada a Tecnologia Social da Memória[5], uma metodologia que compreende que o trabalho de sistematização da história de grupos e organizações sociais deveria ser realizado pelos próprios atores sociais. Em cada encontro, foi discutido um dos três princípios da Tecnologia Social da Memória e que norteariam o trabalho com memória: Construir, Organizar e Socializar histórias.

Para obter os resultados desejados, foram traçados alguns objetivos, entre os quais destacamos a valorização da história local e das experiências individuais e coletivas; o reconhecimento do museu como espaço de produção e mediação das políticas públicas e do processo de reconhecimento da escola como lugar de produção de memória e cultura; o papel do educador como pesquisador e a compreensão de que as diferentes narrativas contribuem para o fortalecimento das identidades das comunidades onde as escolas estão inseridas.

O projeto estava alicerçado inicialmente em três eixos temáticos, a saber: Memória e História, Comunicação Oral e Escrita e Artes Visuais. Destaca-se ainda que um quarto eixo chegou a ser proposto, mas foi transformado em eixo transversal que daria suporte para todos os outros. Este eixo transversal foi denominado Novas Tecnologias e contou com o trabalho de um profissional para ministrar, tanto para as escolas, como para a equipe interna do Muhne, uma formação específica, a Oficina de Requalificação do Olhar para os Dispositivos Móveis.

Todas as frentes de trabalho que estavam envolvidas para a consecução do Memória Social nas Escolas pode ser vislumbradas na figura a seguir, o mapa conceitual do projeto:

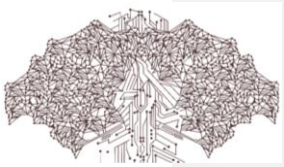
[5] A Tecnologia Social da Memória é uma metodologia desenvolvida, entre os anos de 2005 e 2008, pelo Museu da Pessoa, por solicitação da Fundação Banco do Brasil e pode ser acessada em seu site (www.fbb.org.br). É definida como um "...conjunto de conteúdos e ferramentas que incentive comunidades, organizações da sociedade civil e empresas a construir sua história, intensificando sua possibilidade de intervenção social" (Fundação Banco do Brasil, 2005, p. 7)



Figura 8 - Mapa conceitual do projeto Memória Social nas Escolas, produzido pela equipe da Fundaj

3. A Crise do Paradigma do Conhecimento Científico

Thomas Kuhn, em sua obra A Estrutura das Revoluções Científicas, de 1962, assinala que, tendo ele uma formação na área da Física e se dedicado à compreensão dos fenómenos que podem contribuir para uma história das ideias científicas, ficou por demais impressionado com "o número e a extensão dos desacordos expressos existentes entre os cientistas sociais no que diz respeito à natureza dos métodos e problemas científicos legítimos" (KUHN, 1973, p. 12-13). Kuhn, na verdade, mostra-se incrédulo quanto ao fato de que os cientistas das diferentes áreas do conhecimento tenham respostas mais concretas e duradouras que os cientistas das sociais.



Assim, seus estudos centraram-se no reconhecimento do papel da pesquisa científica e, para tal, recorreu ao conceito de 'paradigmas', aqui visto, em sua ótica como "as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem problemas e soluções modelares para uma comunidade de praticantes de uma ciência" (idem, p. 13). Para tal, Kuhn faz uma crítica aos estudos sobre a história da ciência, calcadas em meras observações, leis e teorias, as quais valorizam a construção do conhecimento a partir de uma só descoberta, e também atribuindo-a a um único pesquisador.

Para Kuhn, esse conceito de desenvolvimento científico baseado na acumulação de dados e experiências está desfasado. Na época em que escreveu este texto, davam-se as primeiras buscas de um novo olhar historiográfico sobre as ciências, as quais buscavam, não os traçar linhas não-cumulativas, bem como apresentar uma integridade histórica da ciência, contextualizando-a, pois "O mundo do cientista é tanto qualitativamente transformado como quantitativamente enriquecido pelas novidades fundamentais de fatos ou teorias" (ibdem, p. 27).

As abordagens de Kuhn promoveram uma grande repercussão nos meios acadêmicos, atingindo as diferentes áreas do conhecimento. Ao que consta, na sociologia, por meio de dois textos, de autores diferentes, nos chamaram a atenção. Por um lado, o italiano Franco Ferrarotti quando considerou que Thomas Kuhn foi pudico ao "apontar a função do dogma na investigação científica". Tal enquadramento deve ser levado a sério já que a "própria história da ciência e, especialmente, as transformações no campo das teorias científicas não seriam compreensíveis" (FERRAROTTI, 1986, p. 17). Por outro lado, o português Boaventura de Sousa Santos ressaltou que na Teoria das Revoluções Científicas, Kuhn assinala que o atraso das ciências sociais, em detrimento das ciências naturais, se dá pelo seu carácter pré-paradigmático. Para ele:

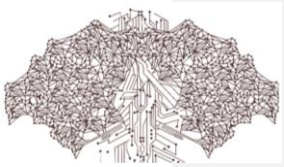
> Enquanto, nas ciências naturais, o desenvolvimento do conhecimento tornou possível a formulação de um conjunto de princípios e de teorias sobre a estrutura da matéria que são aceites sem discussão por toda a comunidade cientifica, conjunto esse que designa por paradigma, nas ciências sociais não há consenso paradigmático , pelo que o debate tende a atravessar verticalmente toda a espessura do conhecimento adquirido.
> O esforço e o desperdício que isso acarreta é simultaneamente causa e efeito do atraso das ciências sociais (SANTOS, 2010, p. 21)

Assim, a partir das abordagens de Kuhn, podemos observar que ele oferece pistas para as ciências sociais rever a questão do dogma e, consequentemente, o seu carácter pré-paradigmático. Para Ferrarotti, a ideia de um conhecimento científico baseado no mito do cientista de avental branco que encarna os valores nobres de uma época calcada na industrialização precisava ser superada, por uma ciência contemporânea. Para tal, o sociólogo parte do princípio que o sendo a ciência uma atividade humana, toda e qualquer ciência é social dizendo que "Na realidade, o progresso científico é um empreendimento humano, sujeito ao insucesso e à falência, é um processo dramático, com fases, por vezes, ferozmente dogmativas e irracionais, alvo de luta política, do poder e da violência" (FERRAROTTI, 1986, p. 16).

Ferrarotti também reconhece a importância da ciência clássica, e o papel preponderante que exerceu sobre o conceito tradicional de verdade, fazendo a passagem da opinião ao conhecimento exato, ou seja, da *doxa* à *episteme*. Porém, para o autor, a ciência contemporânea conseguiu garantir uma multiplicidade de novas observações, experiências e interpretações quando aponta a contribuição do sistema de Galileu "que constitui uma ruptura, um reposicionamento da ciência, já não como reflexo, mas como construção, abertura de caminho, prova experimental segura que ultrapassa qualquer dúvida da razão" (idem, p. 12).

Por sua vez, Boaventura de Sousa Santos, no mesmo contexto das abordagens de Ferrarotti, em seu Discurso para as Ciências Sociais[6], apontou para o fato de vivermos em 'tempos atônitos'. Para o sociólogo, a iminência do século XXI trazia a constatação de que a ciência ainda estava, em grande parte, baseada em pressupostos teóricos cunhados em fins do século XIX e, nos primeiros vinte anos do século XX. Uma crise, profunda e irreversível, resultado do grande avanço que o próprio paradigma científico alcançou, iniciou-se com a Albert Einstein (pelo sua propositura da relatividade da simultaneidade dos acontecimentos), prosseguiu com Bohr e Heisenberg (pelo princípio da incerteza) e encontra respaldo nos avanços das áreas da microfísica, da química e da biologia. Assim, o paradigma emergente, que se anunciou em meados dos anos 1980

[6] Este texto é uma versão ampliada da Oração de Sapiência proferida por ocasião da abertura solene das aulas na Universidade de Coimbra, no ano letivo de 1985/1986,



caracterizaria-se por ser um conhecimento acima de tudo social, que aproximaria orgânico orgânico e inorgânico, seres vivos e matéria inerte, humano e o não-humano (SANTOS, 1987).

Ainda nesta época, Santos também ressaltou que o paradigma emergente só poderia ser uma especulação, mas que apresentava alguns sinais de sua configuração a emitir. Para tal, elenca algumas justificativas, entre elas:

1. a ideia de que todo conhecimento cientifico-natural é também um conhecimento social, ponto de vista que traz uma convergência com as ideias com Ferrarotti;

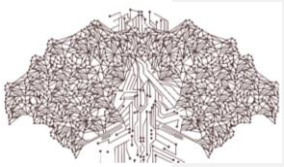
2. a proposição de que todo conhecimento é local e total, são projetos de vida locais, "sejam eles reconstituir a história de um lugar, manter um espaço verde, construir um computador adequado ahas necessidades locais, fazer baixar a taxa de mortalidade infantil, inventar um novo instrumento musical, erradicar uma doença, etc. (idem, p. 47)";

3. o pressuposto de que todo conhecimento é autoconhecimento, dentro de uma ideia de que não existe uma relação distintiva entre sujeito e objeto e;

4. a afirmação de que todo conhecimento científico visa constituir-se em senso comum, não por se caracterizar como algo superficial ou irrisório, mas pelo fato de que devemos reconhecer no conhecimento do senso comum "algumas virtualidade de modo a enriquecer a nossa relação com o mundo" (ibidem, p. 56).

Assim, Santos chega a conclusão de que trata-se de uma fase de transição, onde os cientistas sociais encontram-se divididos, fragmentados, dado que "A condição epistemológica da ciência repercute-se na condição existencial dos cientistas. Afinal, se todo o conhecimento é autoconhecimento, também todo o desconhecimento é autodesconhecimento" (ibidem, p. 58).

Não podemos deixar de destacar que foram os avanços nas pesquisas tanto no campo da Física com no campo da Biologia que trouxeram a perspectiva de um representação não-linear do espaço e a ascensão de uma perspectiva reticular, em detrimento da tradicional perspectiva linear e sistémica. Segundo Di Felice (2011/2012),

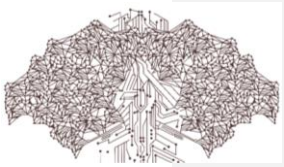


do ponto de vista da Física, a geometria elíptica de Riemann (que coloca em questão a ideia supra de retas paralelas), a Teoria da Relatividade de Einstein (que, na mesma linha de Riemann, advoga que a luz seguiria a forma do espaço, ou seja, uma curva) e o Princípio da Indeterminação de Heisemberg (que defende o fato de que o elétron não pode mais ser considerado uma realidade física, já que não se estabelece sua exata posição nem no tempo e nem no espaço) trazem a necessidade da construção de uma outra arquitetura cognitiva.

Conjugando os conceitos de ecologia (cunhado por Haeckel, que estuda as relações dos organismos vivos com o mundo exterior, e de ecossistema (definido por Taensly), que agrega não somente o orgânico, mas também o inorgânico, Di Felice conclui que essa nova perspectiva é a conceção reticular enquanto "expressão de relações e de fluxos não apenas entre organismos vivos, mas entre um conjunto de elementos e de realidades em continua comunicação, e expressa por Taensly de forma clara e consciente" (idem, p. 10).

Não é nosso objetivo aprofundar os estudos sob a perspectiva histórica da ciência, no entanto é possível identificar que, outras áreas do conhecimento , como, por exemplo, a Física a Biologia e a Matemática, ajudaram na construção do conceito ampliado de ciência e do papel fundamental da interdisciplinaridade, bem como da complexidade da experiência humana e da sociedade.

De acordo com Di Felice, a grande contribuição para o campo da comunicação, vem da cibernética, a partir de meados do século XX, onde, em um primeiro momento (com os estudos de R. Wiener) questionou-se a representação linear dos fluxos comunicativos e, num segundo momento (com as contribuição de G. Bateson), quando refletiu-se sobre como os ruídos e fluxos comunicativos são capazes de alterar este mesmo sistema. O desafio enfrentado pela equipe do projeto militar norte-americano Arpanet no que tange a busca de uma estrutura de informação comunicacional que sobrevivesse e fosse capaz de se auto-organizar por conta de um possível embate no contexto da Guerra Fria, possibilitou a construção de um sistema que se caracterizaria pela criação de uma rede, sem centro, nem periferia, que superasse a estrutura frontal, permitindo o acesso e



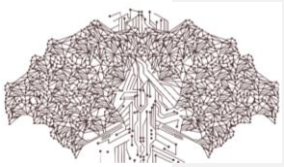
o repasse de informações a todos os pontos conectados, em uma arquitetura interativa que deu origem à Internet, como a conhecemos hoje, uma rede de redes (ibdem).

O advento da Internet comercial, da Web 2.0 e das redes sociais digitais - apesar de ainda não serem acessíveis a todos - alteraram por completo o modo de comunicação do homem contemporâneo. Isso porque: "Uma nova cultura tecnológica e comunicativa marca o quotidiano e a existência das novas gerações que vivem em contextos sociais e mediáticos digitais, e que produzem alterações qualitativas na política, na democracia e na forma de pensar a sociedade" (ibdem, p. 13). Trata-se de uma nova condição habitativa, a qual denomina-se Atópica, que "não se constitui um não-lugar, nem um metaterritório, mas é um outro ecossistema construido através de interações entre territórios, indivíduos e tecnologias informativas" (DI FELICE, TORRES E YANAZE, 2010, p. 94).

Ainda de acordo com Di Felice "Além da arquitetura e da geografia, o habitar atópico não é mais ligado à coordenadas topográficas nem a um *genius loci*, mas a fluxos informativos e a uma espacialidade mutante, nem externa, nem interna, um habitar nem sedentário nem nômade que por meio da tecnologia wireless e da computação móvel, faz do corpo o suporte da informação, aglomerando a 'biomassa' com a 'infomassa', numa inter-relação fluída. (...) As pós-geografias e as redes digitais não são espacialidades na nossa frente, mas experiências imersivas que nos convidam a ir além da nossa vida." (DI FELICE, 2001, p. 226) "Surge então um habitar no qual não há território para atravessar, tampouco geografias para residir. Entre as interfaces digitais, o sujeito e a paisagem nascem uma relação simbiótica e uma forma de interação contínua, cujo resultado altera intermitentemente o *genius loci* e a forma de habitar. (idem, p. 227)

Desse modo, é possível identificar que, desde a publicação das abordagem de Kuhn, num curto intervalo de tempo, o conceito de ciência modificou-se; o que antes poderia ser mera especulação, atualmente configurou-se, no nosso entendimento, na perspetiva das redes digitais.

5. Outras vozes, novos olhares



Em 2001, o sociólogo Di Felice aponta as primeiras ideias sobre a concepção da Atopia. Alertava para o fato de que a crise dos paradigmas e as transformações ocorridas a partir dos anos 50 do século XX, em diferentes âmbitos, sejam eles económicos, tecnológicos e até mesmo filosóficos - levariam-nos a novos desafios e entendimentos sobre o nosso tempo e a nossa prática quotidiana. Isso significava, segundo o autor, mudar, ir além, transitar. Tal abordagem, na prática da pesquisa, aproximaria sujeito e objeto, uma vez que se redefiniria o momento desse encontro como sendo o do diálogo entre sujeitos (DI FELICE, 2001).

Inserida neste novo olhar para a ciência, levando em consideração que todo conhecimento é local e total, que o contexto das redes digitais pode ser utilizadas para a divulgação e qualificação das experiência e, inspirados pela possibilidade da aproximação entre os sujeitos, pelo diálogo, é que o Memória Social nas Escolas foi concebido. Buscou facilitar a aproximação entre o Muhne, as escolas participantes e as comunidades de seu entorno objetivando contribuir, por meio da educação não-formal, para a melhoria da compreensão dos conteúdos de História, Comunicação e Expressão e Artes, tendo como eixo paralelo o trabalho com as Tecnologias da Informação e Comunicação, utilizando os dispositivos móveis digitais.

Ao fazer essa aproximação, o Muhne reforça seu papel de diálogo com as escolas, fortalece o rompimento com lógica elitista e tradicional que por muito tempo colocou os museus como centros de onde emanavam cultura e conhecimento. Assim, o projeto Memória Social nas Escolas buscou colaborar no sentido de que: “Seu horizonte é o de ampliar o contato do Museu do Homem do Nordeste com as escolas, de modo que ambas as instituições passem a trabalhar colaborativamente em um processo de construção de conhecimento” (OLIVEIRA, 2014, p. 5). E, propondo uma atuação mais colaborativa e descentralizada, o projeto também favoreceu trocas intergeracionais e valorizou o conhecimento local. Segundo reflexões de parte da equipe participante: “Ao buscar a produção da memória e da cultura nas escolas, o museu desempenha o lugar de mediador e produtor de política públicas e processos de identificação” (DUTRA, MARIANO E OLIVEIRA, 2015, p. 418).

Essa aproximação do Muhne com as escolas segue uma tendência contemporânea que defende o papel dos museus como condutor da educação não-formal e não apenas como complemento de conteúdos trabalhados em sala de aula. Por isso,

> No processo de construção de relações mais profundas com a escola, alguns museus têm percebido a necessidade de sair de suas paredes, de sua zona de conforto metodológica para compreender que sua função não é mais a de expor, mas de (re) construir criticamente seus discursos a partir de suas intersecções com o público que não mais se identifica com as concepções identitárias muitas vezes apresentadas (SILVA, FRANÇA E AMARANTE, 2015, p. 423).

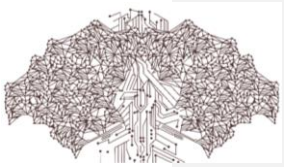
No que tange à escolha da Tecnologia Social da Memória enquanto metodologia de trabalho, a opção mostrou-se adequada dado que trata-se também de uma oportunidade de quebrar a lógica frontal e unilateral de construção de conhecimento, em favor de uma lógica dialógica. Aproximou-se dos objetivos traçados pelo projeto e, contribuiu efetivamente para o questionamento das diferentes realidades vivenciadas nas comunidades do entorno das escolas, dado que:

> Mobilizar pessoas e diferentes grupos sociais para produzir e socializar suas histórias é democratizar a produção do conhecimento em nossa sociedade, é permitir o emponderamento destas comunidades, valorizando a experiência individual e promovendo o protagonismo histórico. **Não se trata apenas de relembrar fatos do passado, mas ordená-los, revisitá-los, fazer uma reflexão e passar a ter uma atitude mais pró-ativa. Todo esse processo pode colaborar para alavancar processos de mudanças sociais para a educação, comunicação e desenvolvimento comunitário (OLIVEIRA, 2014, p. 6).**

A coleta das narrativas a partir das premissas da História Oral - metodologia recomendada pela Tecnologia Social da Memória como forma de registo - permitiu que alunos, professores, gestores, bem como os técnicos do Muhne recolhessem relatos das comunidades e, consequentemente de sua historicidade. Realidade que não é descontextualizada dos processos de metropolização do Recife, pois,

> Enquanto criação de uma fonte histórica, o discurso oral de um indivíduo permite recriar parte da história, desde a vida de uma comunidade, uma instituição e até mesmo a do grupo social o qual ele pertence. Neste sentido, a Tecnologia Social da Memória, que valoriza as narrativas, possibilita a preservação da memória social, na medida em que o indivíduo tem a oportunidade de contextualizar a sua vivência, uma experiência que é única e ao mesmo tempo compartilhada com a comunidade em que ele está inserido. (OLIVEIRA, 2014, p. 5)

A possibilidade de dar voz e visibilidade, por meio das narrativas, às pessoas comuns do entorno escolar e inseri-las na narrativa histórica, foi uma das grandes contribuições do projeto Memória Social nas Escolas. Tal movimento contribuiu para a escrita de uma narrativa mais plural e inclusiva, dado que, como ressalta Eliete da Silva



Pereira, no contexto da pós-modernidade ocorre uma explosão de visões de mundo consubstanciadas em narrativas que até a pouco tempo, era tidas como marginais. A autora retoma a ideia do filósofo italiano Gianni Vattimo quando ele "afirma que o fenômeno da multiplicação de vozes com a sociedade do mass media promove, assim, o fim do sentido único da história, dos pontos de vista centrais e, com isso, o enfraquecimento da noção de realidade. (…) é relevante sublinhar o fator tecnológico e comunicativo dessa tomada da palavra e dessa mudança de eixo, da visibilidade das diferenças culturas e da critica à racionalidade e ao eurocentrismo" (PEREIRA, 2010, p. 98).

Quanto ao eixo transversal do projeto Memória Social nas Escolas do Recife, que trata das Tecnologias da Informação e da Comunicação, a expectativa inicial era de que as NTICs constituíssem um eixo prioritário, ao lado dos outros três (História, Comunicação Oral e Escrita e Artes Visuais). Essa expectativa, de acordo com análise da consultora, foi delineada por dois motivos: 1. a necessidade de equipamento de gravação, de áudio e/ou imagem em movimento para as entrevistas e, 2. a constatação de que, em algumas escolas participantes, os alunos do 7º ano recebiam por meio de programa do Governo Federal, um netbook para uso em atividades escolares (constatação que vinha acompanhada por uma observação de professores e diretores, de que a distribuição dos computadores não se fazia em consonância com uma orientação voltada para o uso escolar dos mesmos).

Assim, em consonância com os objetivos do projeto Memória Social nas Escolas, passamos a contar, na equipe, com a presença de um fotógrafo profissional que trabalhou conceitos básicos de fotografia tais como quente e frio, húmido e seco, áspero e liso, perto e longe, fosco e nítido, claro e escuro, profundidade, tridimensionalidade, luz e sombra, brilho e opacidade, claro e escuro. Ao lado destes conceito, foi-se trabalhando a idéia de um olhar diferenciado para a realidade que os próprios alunos conviviam.

As atividades propostas, tais como, desenho do mapa do bairro em equipes, as caminhadas fotográficas nos arredores da escola e as entrevistas preparatórias propiciaram a qualificação necessária para as gravações realizadas pelos alunos e, consequentemente das narrativas relacionadas ao projeto, bem como possibilitaram que

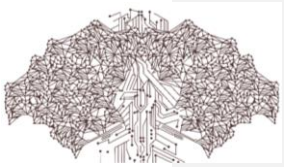
os alunos ampliassem o senso de pertencimento, contribuindo para o processo dinâmico da construção da identidade.

Paralelo ao uso dos dispositivos móveis digitais para a gravação e realização de fotografias, as redes sociais (Facebook, Whatsapp, Instangran) também foram muito utilizadas por algumas escolas, para a comunicação entre o professores, técnicos do Muhne e os alunos participantes do projet**o.**

Neste aspecto, a preocupação inicial em relação ao uso das redes sociais no âmbito do Memória Social nas Escolas era a de que as postagens e os comentários fossem pertinentes e auxiliassem o desenvolvimento do projeto. Isso porque existia o risco do uso banalizado das redes sociais, da homogeneização dos discursos e comentários sem nexo e banais.



Figura 9 - Cartaz do evento de encerramento das atividades do projeto Memória Social nas Escolas

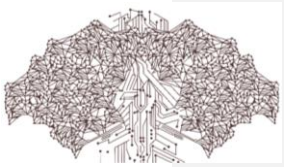


7. Considerações Finais

Neste trabalho, procuramos enquadrar o projeto Memória Social nas Escolas, como um Estudo de Caso, buscando os seus pormenores e os pequenos episódios de modo a perceber sua complexidade e as possíveis generalizações. Para tal, partimos da constatações de Thomas Kuhn no que diz respeito a necessidade de repensar a questão da história da ciência; buscamos em Franco Ferrarotti e Boaventura de Sousa Santos as reflexões sobre a crise do paradigma cientifico e a emergência de um novo paradigma de conhecimento e, por fim, nos inspiramos em Di Felice e a perspectiva de uma condição habitativa contemporânea, marcada pela ascensão do digital para tratarmos deste estudo. Isso posto, teceremos a seguir algumas considerações finais sobre o projeto Memória Social nas Escolas.

Na história mais recente da Região Metropolitana do Recife (RMR)[7], Boaventura de Sousa Santos (1983) observa que tem-se caracterizado um fenômeno de grande adensamento populacional e saturação demográfica, que foi identificado por Gilberto Freyre, em 1938, como um processo da 'inchação'; e, citando Manoel Correia de Andrade, esclarece que essa aglomeração urbana nos bairros da Grande Recife tem sua formação a partir dos antigos engenhos de açúcar "que na primeira metade do século XX foram agregados ao sistema usineiro, transformando-se em áreas dependentes das usinas" (Santos, 1983, p. 14). Isso trouxe pelo menos duas consequências: em primeiro lugar, parte da RMR é ocupada por grande propriedades fundiárias tradicionais, que expulsa o homem de sua terra e; em segundo lugar a migração deste homem expulso e seus familiares, do campo para a cidade, o qual se instala nos manguezais na foz dos rios Capibaribe e Beberibe, nos chamados "assentamentos subnormais" (idem, p.15).

[7] Dados mais atuais informam que "Hoje a RMR é a maior metrópole do Nordeste e 5ª (quinta) maior do Brasil que concentra 65% do PIB estadual, sua área de influência abrange todo o estado de Pernambuco, além dos estados da Paraíba, Alagoas, a parte sul do Rio Grande do Norte, e o interior dos estados do Piauí, Maranhão e Bahia. A RMR é formada pelos municípios de Abreu e Lima, Araçoiaba, Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, Igarassu, Ilha de Itamaracá, Ipojuca, Itapissuma, Jaboatão dos Guararapes, Moreno, Olinda, Paulista, Recife e São Lourenço da Mata, onde vivem 3.688.428 de habitantes. (Vasconcelos, 2001, p. 19)

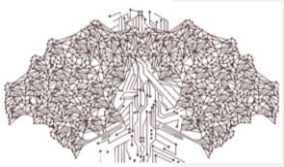


O panorama que Santos identifica na RMR, no início dos anos 80, ainda parece-nos atual, no que diz respeito as lutas urbanas, dado que configuram "lutas jurídico-políticas e centram-se, quer na defesa das ocupações antigas, com a resistência contra a expulsão, a luta pela legitimação da posse e da propriedade, e, finalmente, a luta pela urbanização, quer na defesa das ocupações mais recentes, sobretudo com a resistência contra a expulsão e a luta pela indenização por benfeitorias realizadas (basicamente a construção de barracos) (ibdem, 19)."

Neste contexto do Grande Recife é que encontramos o trabalho da Fundaj e do Muhne, os quais buscavam um posicionamento mais atual sobre o chamado Homem do Nordeste, quando da realização do projeto Memória Social nas Escolas. Para tal, em 2008, o museu inaugurou uma nova exposição de longa-duração intitulada Nordeste: Territórios Plurais, Culturais e Direitos Coletivos. De modo a atender a demanda das visitações encontramos a constituição de uma equipe de estagiários de graduação das áreas de artes e humanas, que seriam os responsáveis pela realização das ações de mediação cultural - recebendo cursos específicos para nessa nova proposta expositiva.

Em consonância com este momento, o Projeto Memória Social nas Escolas possibilitou não somente a continuidade das formações para a equipe de estagiários do Muhne, como pode contar com esta equipe em sala de aula, fazendo o caminho inverso ao que se espera em uma relação Museu-Escola, ou seja, a escola sempre vai ao museu, mas agora era a equipe do Muhne que passou a frequentar as escolas, numa relação de respeito, dialogo e ampliação da sua atuação. Ainda no que diz respeito aos três grande atores envolvidos: museu, escola e comunidade, devemos ressaltar que buscou-se no âmbito do projeto Memória Social na Escola uma ampliação do relacionamento com a comunidade, seja por parte da escola, seja por parte do Muhne.

Neste sentido, o Projeto Memória Social nas Escolas valorizou identidade das comunidades onde as escolas estão inseridas, em um processo de descobertas e re-descobertas, onde a reflexão possibilitou, para as novas gerações, uma atitude critica e construtiva frente ao ambiente de grandes transformações urbanas, como é o caso das cidades do Recife e de Cabo Santo Agostinho.



Também ressaltamos que, num panorama de mudança da perspetiva, o Projeto Memória Social nas Escolas contribuiu para a construção de um conhecimento local, um conhecimento elaborado a partir das demandas surgidas no âmbito escolar, nos projetos das salas de aula, com conteúdo recolhido pelos alunos a partir das narrativas dos moradores da comunidade. Tal como o proposto por Boaventura de Sousa Santos, um conhecimento que é ao mesmo tempo autoconhecimento, que busca superar a dicotomia sujeito/objecto e que valoriza o comum e o local.

E, por fim, ao inserir o uso das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação como eixo transversal para as atividades do Projeto Memória Social nas Escolas, acreditamos que o projeto reconheceu o digital na vida das pessoas, caracterizado pela presença maciça de dispositivos móveis digitais, que, como foi ressaltado por Di Felice, cria uma nova condição habitativa do homem contemporâneo; no entanto, essa inserção, procurou questionar o uso banalizado e superficial dos dispositivos móveis, por meio de ações de requalificação do olhar.

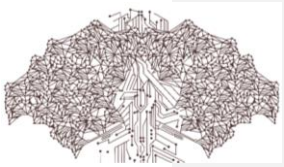
8. Referências

DI FELICE, M. **Habitar os consumos**: o caráter comunicativo dos objetos e a crise do antropomorfismo social. Tese de Doutoramento. São Paulo: ECA/ USP (impresso), 2001

_____. **Paisagens pós-urbanas**: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.

_____ **Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropocentrismo.** In Revista USP, 92. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011-2012. p. 6-19

DI FELICE, M., TORRES, J. C e YANAZE, L. K. H. . **Ecologia, Mídia e pós-modernidade**. In Comunicação e Sociedade, vol. 18. Braga: Universidade do Minho, Campo das Letras, 2010. p. 85-96



DUTRA, M. R, MARIANO, P. M. e OLIVEIRA, H. P. S. **Notas sobre o processo formativo dos Educadores do Muhne**. In Anais do II Seminário Brasileiro de Museologia. Recife: Muhne, 2015. p. 405-420, 2015

FUNDAÇÃO Banco do Brasil 20 anos: criando memória compartilhada. São Paulo: Museu da Pessoa, 2005 (impresso)

FERRAROTTI, F. **Sociologia**. Lisboa: Editorial Teorema, 1986. (Traduzido do original em italiano Sociologia - segunda parte do Manuale di Sienze Umane, de Bernardi, Ferraroti e Mecacci, 1984).

KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998. (Traduzido do original em inglês The Sctruture of Scientific Revolutions, 1962.)

MEIHY, J. C. S. B. **Manual de História Oral**. São Paulo: Loyola, 2000

OLIVEIRA, C. L. G. A. **Relatório de Trabalho**: Memória Social nas Escolas - Produto Um. Recife: Muhne, 2014 (impresso)

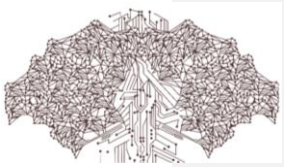
_____, C. L. G. A. **Relatório de Trabalho**: Memória Social nas Escolas - Produto Três. Recife: Muhne, 2015 (impresso)

PEREIRA, E. S. **Pós-modernidade e mídias nativas**: a comunicação indígena brasileira audiovisual. In Comunicação e Sociedade, vol. 18. Braga: Universidade do Minho, 2010. p. 97-106

SANTOS, B. S. **Um discurso sobre as Ciências**. Porto: Edições Afrontamento, 2010. (original, 1987)

_____. **Os Conflitos Urbanos no Recife**: o caso do Skylab. Revista Crítica de Ciências Sociais, vol 11. Coimbra: Centro de Estudos Sociais, 1983. p. 9-60.

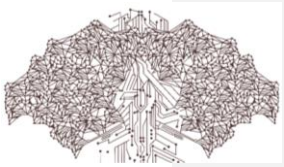
SILVA, E., FRANÇA, I., e AMARANTE, I. **O projeto Memória Social nas Escolas e sua perspectiva transdisciplinar na relação museu-escola**: a experiência na Escola Municipal Ministro André Cavalcanti. In Anais do II Seminário Brasileiro de Museologia. Recife: Muhne, 2015. p. 421-436



STAKE, R. **A arte da investigação com estudos de caso**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 2016 (título original em inglês *The art of case study research*, 1995).

VASCONCELOS, T. L. **A cartografia histórica da Região Metropolitana do Recife**. In Anais do I Simpósio Brasileiro de Cartografia Histórica. Paraty, 2001. p. 1-20

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



CULTURA *MAKER* E ROBÓTICA INVENTIVA NA ESCOLA[1]

Claudio Cleverson de Lima[2]; Eliane Schlemmer[3]

RESUMO

As políticas educativas praticadas nos espaços escolares necessitam considerar cada vez mais os contextos culturais dos sujeitos em seus processos de construção do conhecimento, pois todos os âmbitos da vida cotidiana contemporânea, incluindo a aprendizagem, são alterados pela característica híbrida que emerge dos movimentos interativos entre os diversos atores humanos e não humanos conectados em rede. Este estudo descreve as relações entre tecnologias digitais e aprendizagem escolar, compreendidas a partir da cognição inventiva, da cultura *maker* e da robótica educacional, enquanto possibilidades de desenvolvimento da autonomia, criatividade e aprendizagem em uma formação extensionista docente. A experiência contou com a participação de 25 professores de 17 escolas da rede pública do município de São Leopoldo, Rio Grande do Sul, totalizando 64 horas/aula de formação. Enquanto espaço de formação-ação-reflexão, pautou-se na construção de artefatos robóticos com base no construcionismo de Papert, aliada à cognição inventiva, visando o desenvolvimento de estratégias de aprendizagem significativas. Buscou-se compreender o significado da atividade técnica enquanto aprendizagem e invenção, na intenção de significar os sentidos da cognição inventiva no contexto das práticas pedagógicas. Compartilharam a docência deste curso de extensão três professores, que abordaram teorias de aprendizagem, pensamento computacional e possibilidades pedagógicas da robótica, utilizando *hardware* Arduino, sucata e *software* livre. Justifica-se este estudo pela necessidade estratégica de efetividade na apropriação das tecnologias digitais pelos sujeitos contemporâneos, de forma que estes possam ter participação social autônoma e cidadã. Considera-se que o projeto foi pautado pelo construcionismo e inventividade, possibilitando o desenvolvimento da técnica e a apropriação tecnológica, buscando construir aprendizagem autônoma, e significativa para os sujeitos da contemporaneidade. Assim, formação docente significativa aliada a projetos pedagógicos consistentes possibilitam rico diálogo entre o saber local e a inventividade, permitindo a exploração inventiva do mundo pelos sujeitos que povoam os espaços de convivência e aprendizagem contemporâneos.

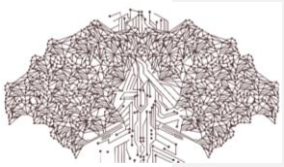
Palavras-chave: cultura *maker*; robótica; educação; aprendizagem; cognição inventiva.

ABSTRACT

1 Trabalho apresentado ao Eixo Temático 21 - Cultura *hacker*, cultura *maker,* - do X Simpósio Nacional da ABCiber, USP, São Paulo, dezembro de 2017.

2 Professor da Universidade Feevale. Doutorando em Educação e Mestre em Diversidade e Inclusão: Linguagens e Tecnologias. Participa do Grupo de Pesquisa Educação Digital (GPe-dU - UNISINOS/CNPq), do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Educação UNISINOS. E-mail: claudiodelima@yahoo.com.br

3 Pesquisadora e professora da Unisinos. Doutora em Comunicação (UFRGS), coordena o Grupo de Pesquisa Educação Digital (GPe-dU - UNISINOS/CNPq), do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Educação Unisinos. e-mail: elianeschlemmer@gmail.com



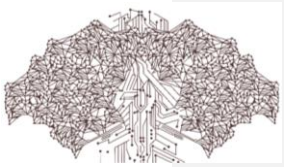
The educational policies applied in school spaces need to increasingly consider the cultural contexts of the subjects in their knowledge construction processes, since all the spheres of everyday life, including learning, are altered by the hybrid character that emerges from the interactive movements between human and non-human actors connected in a network. This study describes the relationships between digital technologies and school learning, understood from the inventive cognition, maker culture and educational robotics, as possibilities for the development of autonomy, creativity and learning. The experience was attended by 25 teachers from 17 public schools in the city of São Leopoldo, Rio Grande do Sul, totaling 64 hours of training. As a space of formation-action-reflection, it was based on the construction of robotic artifacts based on the construction of Papert, combined with the inventive cognition, aiming at the development of meaningful learning strategies. We sought to understand the meaning of technical activity as learning and invention, in an attempt to signify the meanings of inventive cognition in the context of pedagogical practices. Three teachers, who dealt with theories of learning, computational thinking and pedagogical possibilities of robotics, using Arduino hardware, scrap and free software, shared the teaching of this extension course. This study is justified by the strategic need for effectiveness in the appropriation of digital technologies by contemporary subjects so that they can have autonomous and citizen social participation. It is considered that the project was ruled by the constructionism and inventiveness, allowing the development of the technique and the technological appropriation, seeking to build autonomous learning and significant for the subjects of the contemporaneity. Thus, meaningful teacher training coupled with consistent pedagogical projects enables a rich dialogue between local knowledge and inventiveness, allowing the inventive exploration of the world by the people who populate the spaces of contemporary coexistence and learning.

Keywords: culture maker; robotics; education; learning; inventive cognition

1 INTRODUÇÃO

O termo cultura assume distintas conotações, de acordo com o foco da abordagem. Filosoficamente, a palavra grega cultura foi utilizada para definir a formação por meio da qual o homem realizava sua natureza individual e social. Na perspectiva histórica, o termo cultura vai designar o conjunto dos modos de vida criados e transmitidos socialmente de uma geração para outra, como artes, crenças, normas e costumes.

No campo da educação, Freire (2008) entende cultura como oposição à natureza, como construção, resultado da atividade humana e do seu esforço na criação de relações de diálogos com outros homens. Backes (2011) complementa que a cultura modela a sociedade, determinando o modo de pensamento e ação dos membros de um grupo social e possibilitando ou limitando o desenvolvimento humano.



Do ponto de vista cognitivo, cultura "é uma rede fechada de conversações que constitui e define uma maneira de convivência humana como uma rede de coordenações de emoções e ações" (MATURANA, 2004, p. 261).

Esta definição de Maturana assume, na contemporaneidade, especial significado no que se refere às redes. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da Tecnologia da Informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social (CASTELLS, 2015). A difusão da lógica das redes, em especial das redes de comunicação digital, modifica de forma substancial a operação e os resultados da produção, das relações de poder e das experiências culturais, o que inclui a aprendizagem.

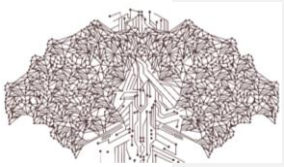
Com emergência e predomínio ligados à evolução e facilidade proporcionada pelas Tecnologias Digitais (TD), as redes possibilitam fluxos de comunicação e informação significativos. Se por um lado as TD podem – e de fato são – apropriadas pelos mercados e operações financeiras globalizadas, por outro lado possibilita que sejam estabelecidas redes de convivência, trocar e aprendizagem, estabelecendo as bases da cibercultura.

O termo cibercultura conecta-se à denominação ciberespaço, ambos definidos por Levy (1999):

> O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo 'cibercultura', especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

Santaella (2003), entretanto, adverte que as transformações culturais não derivam apenas do advento e evolução das TD, mas também dos tipos de mensagens e processos comunicacionais que circulam nesses meios, constituindo tecidos culturais híbridos. Tal hibridismo, na concepção de Backes e Schlemmer (2013), encontra-se expresso, dentre outros modos, nos espaços de convivência geográficos e digitais virtual, espaços híbridos nos quais os sujeitos vivem, convivem – e também aprendem.

Os sujeitos que transitam nos espaços digitais contemporâneos estão habituados a planejar e construir protótipos únicos que satisfaçam suas necessidades pessoais, sem necessidade de autorização ou negociação, produzindo objetos originais que atendam suas necessidades e/ou



expectativas, sendo criadores de seus próprios objetos, e não de produtos desejados ou fabricados por outros, assumindo seus próprios percursos formativos.

Nesse sentido, o que acontece quando sujeitos acostumados a se relacionar, produzir, adaptar, customizar e compartilhar no mundo digital, com linguagens e recursos específicos, se encontram na sala de aula, um espaço marcado por tradicionalismo, compartimentalização e hierarquização? O que acontece quando professores e alunos falam linguagens tão diferentes? Como professores com uma formação tradicional vão dar conta de estabelecer diálogos construtivos e mediações pedagógicas que atendam ás expectativas desses sujeitos? Como oportunizar uma relação dialógica que posicionem a autonomia e a inventividade como aspectos significativos nesse processo?

Discutir questões como essas, a partir de vivências construídas no próprio processo formativo, bem como instigar a invenção de problemas e realizar elaborações foi a motivação da proposição do curso de extensão para docentes denominada Robótica Inventiva, descrito a seguir.

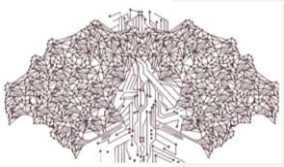
2 ROBÓTICA INVENTIVA E DOCÊNCIA

Dentre os grandes desafios vinculados às experiências educacionais escolares e não-escolares contemporâneas, em relação a processos educativos digitais, está a formação docente. Uma formação que desenvolva apropriação técnica e permita a construção de visão crítica, a fim de compreender como os sujeitos que integram os espaços de convivência atuais, aprendem. Para além disso, uma formação docente que subsidie os docentes a construir propostas práticas em relação aos processos educativos, possibilitando construir espaços de aprendizagem efetivos e significativos.

Para isso, mais que compreender como a cultura *game*, *maker* e outras estão inseridas nos espaços de aprendizagem e convivência, dentre eles a escola, interpretando as possibilidades que as tecnologias digitais possibilitam, a formação deve estar amparada em teorias e metodologias contemporâneas que contemplem tal questão, que possibilite compreender como a aprendizagem ocorre em tais contextos.

Desse modo, é preciso possibilitar ao docente espaços formativos nos quais ele possa aprender de modo prático como tais tecnologias funcionam, a fim de que tenham a possibilidade efetiva de teorizar sua prática, buscando elemento em teorias contemporâneas.

Mais do que isso, entender, conforme Papert (1994) propõe, que prática e teoria não podem ser dissociadas e que os sujeitos da aprendizagem, assim como os próprios professores, aprenderão de modo efetivo se o fizerem, de modo prático, inventivo e criativo, dominando a técnica e não apenas utilizando a tecnologia (VIEIRA PINTO, 2005)



Considerando, portanto, as perspectivas da cognição inventiva e da cultura *maker* nos espaços contemporâneos, incluindo a escola, o Grupo de Pesquisa Educação Digital – GPe-dU UNISINOS/CNPq, vinculado à linha de pesquisa "Educação, Desenvolvimento e Tecnologias" do Programa de Pós-Graduação em Educação, no contexto do projeto de pesquisa "A cidade como espaço de Aprendizagem: games e gamificação na constituição de Espaços de Convivência Híbridos, Multimodais, Pervasivos e Ubíquos para o desenvolvimento da Cidadania"[4], propôs a formação extensionista "Robótica Inventiva". O grupo foi composto por 25 professores, de 17 escolas da rede pública do município de São Leopoldo/RS.

O curso se constituiu em espaço de formação-ação-reflexão sobre a atividade técnica e simbólica envolvida na construção de artefatos robóticos, tendo como subsídio teórico o construcionismo de Papert (1994), para o desenvolvimento de práticas pedagógicas nas séries finais do Ensino Fundamental.

Entre os objetivos propostos pelo projeto, estão a) compreender o significado da atividade técnica enquanto atividade simbólica no contexto das aprendizagens, estética e cultura, b) compreender os sentidos da criatividade e invenção no contexto das práticas pedagógicas, c) constituir base teórica e instrumental para a criação de espaços de aprendizagem e socialização por meio do pensar com e sobre a atividade técnica, d) desenhar robôs a partir de metodologias de construção coletivas e comunidades virtuais de aprendizagem e e) desenvolver o pensamento computacional, a partir da invenção/solução de problemas reais.

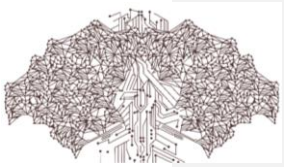
Com espaço e material de prática fornecidos pela UNISINOS, se utilizou *hardware* Arduino UNO, *protoboard*[5], resistores, *leds*[6], sensor de ultrassom, servo motor, *buzzers*[7], sucata

[4]Financiada pelo UNIVERSAL MCTI/CNPq no 01/2016.

[5] Também conhecida como matriz de contatos, é utilizada para fazer montagens provisórias, teste de projetos, além de inúmeras outras aplicações. É constituída por uma base plástica, contendo inúmeros orifícios destinados à inserção de terminais de componentes eletrônicos. Internamente existem ligações determinadas que interconectam os orifícios, permitindo a montagem de circuitos eletrônicos sem a utilização de solda. A grande vantagem é que os componentes podem ser facilmente retirados para serem utilizados posteriormente em novas montagens (ELETRÔNICA DIDÁTICA, 2017).

[6] O LED é um componente eletrônico semicondutor, ou seja, um diodo emissor de luz (L.E.D = Light Emitter Diode), mesma tecnologia utilizada nos chips dos computadores, que tem a propriedade de transformar energia elétrica em luz. Tal transformação é diferente da encontrada nas lâmpadas convencionais que utilizam filamentos metálicos, radiação ultravioleta e descarga de gases, dentre outras. Nos LEDs, a transformação de energia elétrica em luz é feita na matéria, sendo, por isso, chamada de Estado sólido (Solid State) (UNICAMP, 2017).

[7] Buzzer é um componente eletrônico que é composto por 2 camadas de Metal e uma terceira camada interna de cristal Piezoeléctrico, este componente recebe uma fonte de energia e através dela emite uma frequência sonora. Buzzer está presente em diversos tipos de aparelhos, como despertador, Carros e até em



(papelão, latas, caixas, brinquedos, etc.) e *softwares open source*[8] Scratch nas versões *offline* e *online*, S4A (Scratch for Arduino), IDE Arduino 18.3, Circuits.io, Fritzing, Kahoot, CodeMokey e jogos *online*.

O projeto foi desenvolvido em 64 horas/aula de forma compartilhada entre três docentes da UNISINOS. Um dos professores abordou o desenvolvimento das teorias de aprendizagem, desde a Epistemologia Genética de Jean Piaget e a relação com o construcionismo de Papert (1994) até propostas mais contemporâneas, que inclui a cognição enativa e a cognição inventiva na sua relação com a cultura *maker*. Outro professor abordou questões técnicas relacionadas a pensamento computacional, algoritmos e programação de computadores. Por fim, o terceiro docente aprofundou questões pedagógicas e possibilidades educativas do aprendizado da robótica e da programação.

Do ponto de vista epistemológico-didático-pedagógico, o projeto foi pautado pelo construcionismo e pela cognição inventiva, ao invés de utilizar modelos comerciais prontos com pouca liberdade de criação, possibilitando o desenvolvimento da técnica e sentimento de emancipação, buscando construir processos de construção da autonomia na aprendizagem.

Justifica-se tal proposta pela necessidade estratégica de efetividade na apropriação das tecnologias digitais pelos sujeitos contemporâneos, de forma que estes possam desenvolver a participação social significativa, autônoma e cidadã.

Essa aprendizagem, na perspectiva do construcionismo (PAPERT, 1994) e da cognição inventiva (KASTRUP, 2005; KASTRUP, TEDESCO, PASSOS, 2008) se constitui de modo efetivo pelo manuseio e significação dos dispositivos e de seus softwares, demandando domínio prático dos mesmos.

Na sociedade em rede (CASTELLS, 2005) e na emergência da cibercultura (LÉVY, 1999; LEMOS, 2002, LEMOS, 2009), fatores como novos *designs* de interação possibilitados pelas últimas gerações de tecnologias digitais (TD), aliados à necessidade de considerar os aspectos culturais dos estudantes, que integram culturas *gamer*, *maker* e híbrida, vêm

computadores, que quando ligado emite um Beep informando que a memória foi reconhecida (CORREA, 2015)

[8] *Open source* é um termo em inglês que significa código aberto. Isso diz respeito ao código-fonte de um software, que pode ser adaptado para diferentes fins. O termo foi criado pela OSI (Open Source Initiative), em 1998, que o utiliza sob um ponto de vista essencialmente técnico. Por não possuir um custo de licença, um software *open source* oferece a oportunidade de um maior investimento em serviços e formação, garantindo um retorno dos investimentos em TI maior e melhor. Na grande maioria dos casos, essas ferramentas são compartilhadas online pelos desenvolvedores, podendo ter acesso a elas qualquer pessoa, sem restrições (GNU.ORG)

possibilitando repensar o sentido das instituições escolares frente às novas compreensões dos aspectos envolvidos na aprendizagem, como a cognição enativa (VARELA, 1990) e a cognição inventiva (KASTRUP, 2005; KASTRUP, TEDESCO, PASSOS, 2008).

Desse modo, está posta a importância de espaços *maker*, instigadores da inventividade e da autonomia dos sujeitos, possibilitando a ressignificação da ação escolar e seus atores, destacando nesse projeto de modo especial os docentes, qualificando sua atuação nos espaços de aprendizagem contemporâneos.

De acordo com a avaliação realizada junto aos docentes após a formação, foi importante reunir, no mesmo escopo formativo, professores de áreas diferentes. Ao contemplar professores das áreas de educação, engenharia de software e robótica educativa, tal proposta permitiu compreender com amplitude todos os aspectos envolvidos no desenvolvimento das competências necessárias para trabalhar a robótica a partir da perspectiva do construcionismo e da inventividade.

Embora a questão técnica, que foi a construção e programação de dispositivos robóticos fosse a questão central, operar com as teorias da aprendizagem envolvidas, desde construtivismo, construcionismo, até cognição enativa e cognição inventiva foi fundamental. Da mesma forma, o desenvolvimento do pensamento computacional, possibilitou articulação entre essas duas áreas de estudo trabalhadas pelos outros docentes em aplicações significativas, partindo do interesse e criatividade dos professores.

Tal proposição foi possível ao combinar conhecimento técnico com o construcionismo de Papert (1994), as teorias da cognição enativa (VARELA, 1990) e, principalmente, a cognição inventiva (KASTRUP, 2005; KASTRUP, TEDESCO, PASSOS, 2008), explicitadas a seguir.

3 COGNIÇÃO ENATIVA, COGNIÇÃO INVENTIVA E CONSTRUCIONISMO

O biólogo Humberto Maturana e o neurocientista Francisco Varela, ambos chilenos, desenvolveram o conceito de autopoiese a partir da defesa de que a essência da cognição é a constante autoprodução. A partir da autopoiese, surge a enação, tratando a cognição não mais como representação - até então a abordagem hegemônica - mas sim como produção, ação, um processo aberto e não-encapsulado em constante transformação e perpassado por fatores sociais, culturais, emocionais e históricos. Assumindo que não existe mundo e sistema cognitivo pré-concebidos, sujeito e mundo são reciprocamente co-engendrados por meio da cognição enativa (VARELA, 1990).

Com base na autopoiese e cognição enativa de Maturana e Varela (1995), Kastrup (2005) e Kastrup, Tedesco e Passos (2008) propõem um movimento de problematização das

formas cognitivas, na perspectiva, já postulada por Piaget, de que o meio surge como incitador de perturbações na estrutura do organismo e possibilita a emergência de problemas.[9] Assim, a cognição não consiste somente em resolver problemas, mas sim em inventá-los criativamente, derivando daí que a compreensão de aprendizagem e a elaboração de estratégias para efetivá-la estão intimamente ligadas às compreensões de cognição enquanto interpretação e enquanto invenção.

No viés da cultura *maker*, que na contemporaneidade envolve habilidades e competências para criar e programar dispositivos computacionais, habilidades de raciocínio, lógica e programação são onipresentes, necessitando ser entendidos e operados em conjunto para a obtenção de sucesso em relação ao problema inventado. O acompanhamento dos percursos de aprendizagem preconizados por Kastrup (2005) e Kastrup, Tedesco, Passos (2008) permitem acompanhar como o sujeito constrói significações mobilizando coordenadamente a ação (autopoiese e enação) enquanto cognição inventiva, e realizando intervenções quando necessário.

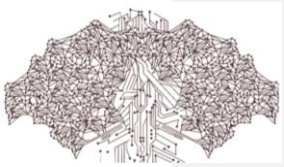
O slogan do movimento *maker*[10] envolve um conjunto de atividades criativas nas quais os indivíduos reciclam, adaptam e (re)utilizam materiais na intenção de produzir algo por si mesmos, sem pagar a uma empresa ou profissional, sendo comum o compartilhamento do material e técnicas, possibilitando aos demais condições de reinterpretar e re-criar a partir do seu trabalho inventivo (BUECHLEY ET AL, 2009; KUZNETSOV & PAULOS, 2010).

Sendo assim, configura-se como aproximação entre os processos de *design* e fabricação digital e a cibercultura, tão próprias da contemporaneidade (LEMOS, 2002; LEMOS, 2009; CASTELLS, 2005). Ao compartilhar e conectar projetos e pessoas, há um crescimento exponencial nas conexões entre os atores humanos e não-humanos nas redes[11], gerando um efeito

[9] A compreensão de que o meio surge como incitador de perturbações na estrutura do organismo e possibilita a emergência de problemas, já estava presente na Epistemologia Genética, construída e apresentada por Jean Piaget, especificamente na obra "O desenvolvimento do pensamento: equilibração das estruturas cognitivas", publicada pela Publicações Dom Quixote, Lisboa, em 1977.

[10] A frase-símbolo do movimento maker, "*Do It YourSelf*", em português, significa Faça Você Mesmo (nota do autor)

[11] Os atores humanos e não-humanos mencionados neste trabalho surgem a partir da perspectiva da Teoria Ator-Rede (TAR), corrente sociológica que se originou dos estudos de Michel Callon, Bruno Latour, John Law, Madelaine Akrich, entre outros. Também denominada teoria das associações, tem em Bruno Latour seu expoente mais significativo, que faz contundente crítica à chamada "sociologia tradicional", criticando a compartimentalização dos conceitos e o papel central do homem. Na TAR, o ator (ou melhor, actante, já que ator normalmente é associado a pessoas) é definido a partir do papel que desempenha nas suas relações com os demais membros da rede, que podem ser pessoas, animais, coisas, objetos e instituições, colocados em igualdade de plano, denominada por Latour de ontologia plana. A rede, ao invés de estrutura, representa o movimento dos actantes, só havendo rede se houver movimento ou interação entre os elementos da rede. A TAR enfatiza a ideia de que os actantes humanos e não humanos, podem ser dispositivos como computadores, smartphones, sensores, computadores vestíveis e outros que, agindo mutuamente,



no qual mais atores são atraídos e se conectam, gerando aprendizagem e valor. Tal movimento possibilita criar uma marca pessoal nos objetos produzidos oferecendo possibilidades antes restritas a uma classe ou indústria, agora possibilitada a todos os indivíduos (ATKINSON, 2006).

Do ponto de vista cognitivo, é possível verificar aproximações entre o construtivismo piagetiano e o construtivismo de Papert, no sentido em que ambos os teóricos concordam que o conhecimento é construído pelo sujeito em um processo ativo de interação com o seu meio. Desse modo, embora o construtivismo tenha servido de base para Papert (1994) desenvolver o construcionismo, há também sutis e significativas diferenças entre as duas teorias, em relação ao foco que cada teórico deu ao contexto e às diferenças individuais.

De modo bastante resumido, embora Piaget (1972) esclareça que considera o contexto do sujeito e suas características individuais em sua teoria, esclarece que sua atenção esteve mais voltada à maneira como os sujeitos - especialmente crianças - se envolvem com as tarefas e nas mudanças que estes sujeitos experimentam em função da interação e das experiências com os objetos.

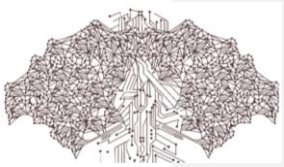
Entretanto, Piaget é até hoje erroneamente apresentado em cursos de pedagogia como o teórico da educação que estipulou as fases de desenvolvimento da criança. Na realidade Piaget focou em formas de compreender o mundo, natural ou social, estabelecendo claramente que o conhecimento não está no mundo nem no sujeito, mas resulta das constantes interações e trocas com o meio, representado por objetos e outros indivíduos. Para ele, a assimilação do mundo (aprendizagem) tem como fundamento a ação do sujeito, sendo, portanto, uma abstração, uma forma de representar a realidade.

O construcionismo de Papert (1994) avança em relação ao construtivismo ao propor um foco maior à conversa que se estabelece entre o sujeito e os artefatos de aprendizagem, enfatizando as especificidades individuais e o a função do papel afetivo no processo, na medida em que a aprendizagem será mais orgânica e efetiva quanto maior for o significado atribuído pelo aprendiz ao(s) objeto(s) construído(s) ou manipulado(s) no seu percurso de aprendizagem.

Convidado por Piaget a trabalhar com ele na Suíça, Papert (1994) alertou que, na escola, o conhecimento é tratado como algo a ser transmitido, bastando para isso a atenção do aluno, desconsiderado a ação. Desse modo, Papert (1994) ousou ir além de Piaget, buscando elementos da aprendizagem que vão além da cognição.

---

influenciam o comportamento um do outro. Para a TAR, a produção de redes e associações surge da relação de mobilidade estabelecida entre os atores humanos e não humanos, que se dá na convergência dos novos meios de sociabilidade que aparecem com a cultura digital, como as redes sociais na web (LATOUR, 2012).



Para Papert (1994), crianças são aprendizes inatos, construindo suas próprias estruturas intelectuais. Assim, ao invés de focar no ensino, Papert propõe mais atenção à aprendizagem, na concepção piagetiana de aprender a partir da construção de estruturas do conhecimento por meio da internalização das ações. Acrescenta Papert (1994) que este movimento acontece de melhor modo no qual o aluno está conscientemente engajado em construir algo, seja um castelo na areia da praia, seja uma teoria sobre o universo. Surge então, a partir da ideia da construção, o construcionismo.

Para Papert (1994) projetar e construir são formas de expor pensamentos e sentimentos, considerados por ele importantes elementos da aprendizagem, que ocorreria de modo mais eficiente na construção pessoal de artefatos significativos, tais como robôs, animações ou programas de computador. Tendo o conhecimento como fundamentação os contextos e os usos, fundamentais para expandir a aprendizagem, Papert defende o uso de ambientes rico em novidades, recursos e desafios como meio de favorecer a criatividade e a aprendizagem. Nesse aspecto, a robótica (LOPES, 2010) assume um papel bastante significativo.

Apesar de alguns educadores e gestores educacionais considerarem a robótica restrita a um círculo de curiosos e, quando a consideram, julgam a robótica apenas como disciplina técnica, não articulável com os demais níveis de ensino. Contudo, no âmbito do favorecimento de processos cognitivos, construir e programar robôs é uma atividade motivadora e que favorece os processos de abstração, enquanto representação da realidade, e, portanto, da aprendizagem, em processos educativos (LOPES, 2010).

Desse modo, a robótica permite uma perspectiva mais autoral e que considera as especificidades de cada sujeito em seus projetos, possibilitando a individualidade na criação de problemas, na perspectiva da cognição inventiva de Kastrup (2005) e Kastrup, Tedesco, Passos (2008).

Ao depara-se com as possibilidades que a robótica permite, cada indivíduo "criará", "inventará" seus próprios problemas e partirá em busca das (próprias) soluções, engajado e motivado porque aquela questão está intimamente ligada aos seus desejos, contexto e noção de mundo.

Desse modo, considera-se fundamental essa formação, por dois motivos bastante significativos. Em primeiro lugar, porque os professores não estarão utilizando algo pronto, apostilas ou livros produzidos e fornecidos por instâncias totalmente alheias à sua realidade, com conceitos que não são inteiramente compreendidos e, portanto, não possuem significação para o professor.

Do lado do aluno, a cognição inventiva deixa em aberto a questão do que ser feito, de modo que este consiga produzir algo relacionado aos seus desejos, necessidades e aspirações e, além disso, relacionado à sua realidade, exteriorizando de modo prático o que ele significou da formação.

Desta maneira, a cognição inventiva atende a dois dos principais atores humanos do processo formativo – professor e aluno, utilizando também atores não-humanos na invenção criativa de objetos que representam sua aprendizagem, consolidando um genuíno interesse e atenção no processo de aprendizagem (KASTRUP, 2004).

RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

As recentes criações de desenhos interativos inéditos possibilitados pelas tecnologias digitais, as quais liberam o polo de emissão, possibilitam transformar de modo significativo o cenário da aprendizagem na contemporaneidade, transformando profundamente os espaços de convivência e aprendizagem dos sujeitos, incluindo os espaços de aprendizagem escolares ou não-escolares. A dimensão híbrida que marca a comunicação digital estende-se a todos os âmbitos da vida, alterando práticas econômicas, políticas, relacionais e de aprendizagem, tornando mandatório competentes e efetivas apropriações não só do modo de utilização das TD, mas principalmente do domínio da técnica incorporada em tais dispositivos.

No âmbito escolar, poucas áreas representam tão bem a conjunção entre técnica e criatividade quanto a robótica educativa. A capacidade de analisar criticamente um artefato e construir domínio não só de uso, mas de programação e criação dos diferentes dispositivos tecnológicos são fundamentais para o aumento da participação numa sociedade cada vez mais conectada, complexa e com imensos desafios presentes e futuros.

Foi, portanto, na confluência das ideias do construcionismo de Papert e da cognição inventiva de Kastrup, Tedesco e Passos que a formação Robótica Inventiva foi concebida e construída coletivamente, desde a concepção da formação com os 3 professores de diferentes áreas até a efetiva construção de espaços de aprendizagem práticos, autônomos e criativos, nos quais a inventividade e o domínio da técnica sempre foi estimulado e serviu como fio condutor da aprendizagem significativa.

A composição do corpo docente do projeto, que privilegiou a reunião de professores de áreas como engenharia de software, educação e robótica educativa em um único projeto certamente privilegiou uma visão plural e abrangente de tão importante área na formação dos sujeitos contemporâneos.

Mais do que formar docentes que compreendem a importância do domínio da técnica, tanto do ponto de vista do sujeito, quanto de projeto nacional de desenvolvimento, significa dotar professores de estratégias formativas significativas e que poderão ser desenvolvidas contextualmente em seus respectivos espaços de construção de aprendizagem.

A adoção de softwares digitais *open source*, sem custo de aquisição e com possibilidade de personalização pelo usuário, permitirá o desenvolvimento em diversos contextos, bem como a utilização de dispositivos móveis permitirão a aprendizagem em mobilidade ou em contextos de ausência de laboratórios de informática, uma vez que os alunos poderão utilizar seus próprios dispositivos. Se a invenção dos computadores e da internet possibilitaram evolução, as tecnologias digitais e a mobilidade aliadas à cognição inventiva, proporcionam revolução.

A cognição inventiva aliada à robótica apresenta-se como significativa porque, inserida na cultura *maker* contemporânea significam ponto de interesse de jovens que têm negadas outras formas de aprendizagem e atuação social. Iniciativas que considerem esses vetores de interesse finalmente permitem aos professores se aproximarem do mundo dos seus alunos, um mundo de sujeitos que não se contenta com produtos inventados/criados por terceiros, mas que quer operar as próprias ideias e criar seus próprios objetos. Tanto a criação de novos objetos quanto o *remix* de objetos já existentes precisam ser considerados na aprendizagem dos sujeitos contemporâneos.

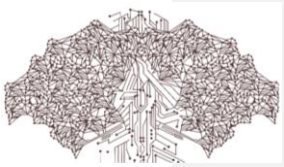
Desse modo, formação docente significativa aliada a projetos pedagógicos consistentes possibilitam o das tecnologias digitais e dispositivos móveis para produzir seus próprios métodos de apropriação tecnológica digital, estabelecendo rico diálogo entre o saber local e a inventividade, que vêm das experiências da realidade de cada escola e de cada aluno.

Considera-se que aqui está a mais importante contribuição da formação Robótica Inventiva: permitir a exploração inventiva do mundo pelos sujeitos que povoam os espaços de convivência e aprendizagem contemporâneos.

REFERÊNCIAS

ATKINSON, Paul. **Do It Yourself**: Democracy and Design. Journal of Design History, 19(1), 1–10. Disponível em < https://academic.oup.com/jdh/article-abstract/19/1/1/402359/Do-It-Yourself-Democracy-and-Design?redirectedFrom=fulltext> Acesso em 25 out 2017

BACKES, Luciana; SCHLEMMER, Eliane. **Práticas pedagógicas na perspectiva do hibridismo tecnológico digital**. Revista Diálogo Educacional, Curitiba, v.13, n.38, p. 243-266, jan/abr.2013



BUECHLEY, Leah; ROSNER, Daniela; PAULOS, Eric, WILLIAMS, Amanda. **DIY for CHI:** Methods, Communities, and Values of Reuse and Customization. New York, NY, USA: ACM. Disponível em <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=1520340.1520750> Acesso em 20 out 2017

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2015

CORREA, Gunnar. **Beep usando buzzer com Arduino** (2015). Disponível em <http://satellasoft.com/?materia=beep-usando-buzzer-com-arduino> Acesso em 10 ago 2017

ELETRÔNICA DIDÁTICA. **Protoboard**. Disponível em <http://www.eletronicadidatica.com.br/protoboard.html> Acesso em 10 nov 2017

GNU.org. Free Software Foundation. Disponível em < https://www.gnu.org/> Acesso em 31 set 2017

KASTRUP, Virginia. **A aprendizagem da atenção na cognição inventiva**. Psicologia & Sociedade; 16 (3): 7-16; set/dez.2004. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v16n3/a02v16n3.pdf> Acesso em 10 nov 2017

KASTRUP, Virgínia. **Políticas cognitivas na formação do professor e o problema do devir-mestre**. Educação & Sociedade, Campinas, v. 26, n. 93, p. 1273-1288, set/dez. 2005

KASTRUP, Virgínia; TEDESCO, Sílvia; PASSOS, Eduardo. **Políticas da Cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

KUZNETSOV, Stacey; PAULOS, E. (2010). **Rise of the Expert Amateur:** DIY Projects, Communities, and Cultures. New York, NY, USA: ACM. Disponível em <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=1868914.1868950> Acesso em 18 out 2017

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social**: Uma introdução à teoria do Ator-Rede. EDUFBA: Salvador, 2012.

LEMOS, 2002. **A cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

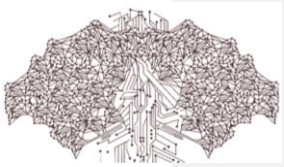
LEMOS, André. **Infraestrutura para a cultura digital**, in SAVAZONI, Rodrigo; COHN,Sérgio (orgs), cultura digital, br. Rio de Janeiro; Beco do Azougue, 2009.

LÉVY, Pierre**, Cibercultura,** Rio de Janeiro; Ed, 34, 1999.

LOPES, Daniel de Queirós. **Brincando com robôs:** desenhando problemas e inventando porquês. Edunisc: Santa Cruz do Sul, 2010.

MATURANA, Humberto. **Amar e brincar. Fundamentos esquecidos do humano.** São Paulo: Palas Athena, 2004.

MATURANA, Humberto; VARELA, Fernando. **A árvore do conhecimento**: as bases biológicas da compreensão humana. São Paulo: Palas Athena, 1995



PAPERT, Seymour. **A Máquina das Crianças**: Repensando a Escola na Era da Informática. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994

PIAGET, Jean. **A epistemologia genética**. 2ª ed. Petrópolis (RJ): Vozes; 1973.

SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura**: o advento do pós-humano. Rev. Famecos, n. 22. Porto Alegre, 2003.

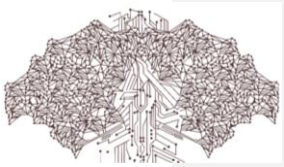
PAPERT, Symour. **Logo**: Computadores e educação. Tradução de José Armando Valente, Beatriz Bitelman e Afra Viana Ripper. São Paulo: Brasiliense, 1985

UNICAMP - Universidade de Campinas. Laboratório de Iluminação. **LED: o que é, como funciona**. Disponível em <https://www.iar.unicamp.br/lab/luz/dicasemail/led/dica36.htm> Acesso em 10 out 2017

VARELA, Fernando. **Conhecer**. Lisboa: Instituto Piaget, 1990

VIEIRA PINTO, Álvaro. **O conceito de tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005. v.1.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



DA ECONOMIA COMPARTILHADA AO CAPITALISMO DE PLATAFORMA: EMPREENDEDORISMO E GOVERNAMENTALIDADE NAS REDES DE MEDIAÇÃO DE ATIVIDADES[1]

André Pecini[2]

Palavras-chave: economia compartilhada, capitalismo de plataforma; gig economy, empreendedorismo; governamentalidade

Introdução

Na economia compartilhada, **"**[é] possível ter uma Ferrari por alguns dias (sem pagar IPVA), passar as férias num barco (sem despesas do píer) e trocar de bicicleta a cada fim de semana (sem ter de guardá-la na sala de casa)" (UOL TAB, 2014). A matéria de 2014 intitulada "Compartilhe-se", do site UOL TAB, ilustra o otimismo que permeava esta ideia há poucos anos. Projetava-se uma mudança de comportamento semelhante à que houve em relação a alguns produtos culturais – livros, música, seriados e filmes. A lógica parecia fazer sentido, em um mundo no qual o excesso de produção e consumo ameaça a própria manutenção da vida humana (ao menos como conhecemos) sob a ameaça do aquecimento global. Partindo do princípio de que muitos bens são subutilizados, a economia compartilhada resolveria dois problemas de uma só vez: quem possui o bem receberia um aluguel para cedê-lo durante um período, e quem não possui pode usufruir de bens que não teria como adquirir, por tempo limitado e um valor relativamente baixo.

Mais do que otimizar o uso de bens, esta economia multiplicaria os laços sociais. Atividades que antes seriam intermediadas por organizações ou executadas por funcionários agora podem ser negociadas diretamente com 'pessoas como nós'. A mesma matéria exemplifica como alguém poderia organizar uma viagem para outra cidade: "Você precisa ir ao Rio de Janeiro. Em vez de ficar num hotel, você decide alugar um quarto no apartamento do Paulo. Para se deslocar, você pega o carro da Juliana. Em casa, o Rodrigo toma conta do seu cachorro. Detalhe: você nunca os viu antes" (id.). Além de bens, o tempo vago também pode ser compartilhado para, por exemplo, passear com o cachorro de um desconhecido. Ou seja, a criação de redes de compartilhamento permitiria a todos facilitar as próprias vidas, alugando bens ou oferecendo serviços, e ainda ganhar dinheiro com isso.

Um elemento se destaca na descrição da economia compartilhada: o foco nas pessoas. Para o professor de economia da USP Ricardo Abramovay, o consumo valorizaria cada vez mais "a sensação, a experiência, a socialização, a relação humana" (id.); para a empresária Lisa Gansky, o sucesso desses serviços não se justifica apenas pelo baixo preço, mas porque as pessoas "gostam da variedade de escolhas e de se conectar com pessoas" (id.). Assim, fica sugerido que esta forma de fazer negócios teria um diferencial que garantiria sua disseminação para além da dinâmica da concorrência predatória que tende a reduzir os preços cada vez mais em busca de clientes. Nesta nova economia, a conhecida frase do Profeta Gentileza se torna um pouco mais complexa: gentileza não gera gentileza, mas "a gentileza entre estranhos pode virar um negócio, e vice-versa" (id.). Um dos objetivos deste trabalho é colocar em questão os efeitos dessas novas

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.
[2] Doutorando em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ), bolsista CAPES e participante do Grupo de Pesquisa em CIBER.Cult UFRJ. E-mail: pecini@ufrj.br

formas de relação nas quais a gentileza geraria negócios e estes gerariam gentileza entre estranhos. Em uma pergunta, de que forma as plataformas na internet influenciaram não apenas negócios, mas modos de agir?

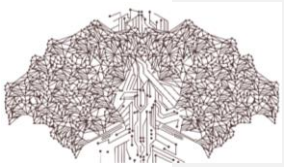
Economia compartilhada e capitalismo de plataforma

Além da prioridade das relações pessoais em vez dos preços baixos, outra mudança promovida pela chamada economia compartilhada é a entrada de pessoas comuns em mercados antes restritos a profissionais: os exemplos mais recentes são os mercados de transporte de passageiros e de hospedagem, mas o movimento não soa muito diferente da ascensão de blogueiros que não necessariamente eram formados em jornalismo, e mais recentemente os *youtubers* que muitas vezes têm mais audiência e ganhos do que profissionais da TV. Pode-se identificar dois pilares nessa transformação: os sistemas de reputação e novas relações com os intermediários.

Os sistemas de reputação distribuída são uma das bases sobre as quais se estruturam diversos tipos de serviços na Internet há muitos anos. Os exemplos mais claros são os sites de leilão, como MercadoLivre e eBay. Nesses sites, a reputação de um vendedor não é conferida por nenhuma autoridade central, mas por outros participantes com os quais fez negócios. Mas sistemas semelhantes funcionam para conferir reputação na Wikipédia ou em fóruns de discussões, nos quais as mensagens recebem pontuação de outros participantes e permitem a todos saber rapidamente se um participante tem histórico de boas contribuições ao grupo. Este recurso também é usado em sites de comércio, nos quais os compradores podem avaliar os produtos, ou mesmo em sites corporativos de hospedagem, como Hotéis.com e Booking. Da mesma forma, na economia compartilhada, os participantes de uma rede são mutuamente avaliados a cada interação, construindo uma reputação que os tornará mais ou menos propensos a conseguir novas negociações no futuro.

A mudança na relação com os intermediários é um ponto fundamental para a discussão sobre os efeitos das novas formas de interação e negociação. Uma corrente defende que este processo elimina intermediários. Em vez de uma rede de TV, *youtubers*; em vez de um jornal, blogueiros; em vez de uma cooperativa de taxistas, motoristas autônomos e em vez de cadeias de hotéis, quartos na casa de 'pessoas como nós'. Na matéria citada acima, o professor da PUC-SP Ladislau Dowbor declara: "A principal mudança da economia compartilhada é a redução da importância dos intermediários" (id.). Desta perspectiva, as atividades econômicas não necessariamente passariam por corporações. Pessoas comuns seriam capazes não apenas de ofertar bens e serviços, mas também de encontrar contrapartes e realizar as negociações diretamente. Esta abordagem se assemelha à linhagem que contrapõe a intermediação institucional da comunicação a uma eventual desintermediação que estaria sendo promovida pela Internet – que, a partir do artigo de Da Silva e Lopes, parece se basear na defesa da desintermediação institucional da comunicação promovida pelo ciberespaço, por Pierre Lévy – e seria uma "tendência na sociedade" (DA SILVA; LOPES, 2011). No entanto, há de se questionar se, ao invés do fim dos intermediários, estaríamos assistindo a uma multiplicação de intermediários, que concorrem entre si por recursos, usuários e atenção, promovendo não apenas a conexão entre oferta e demanda, mas criando mercados peculiares com regras próprias em uma mudança que não é em si necessariamente boa nem ruim, mas um tanto diferente daquela divulgada como economia compartilhada[3].

[3] Uma reflexão sobre a Web 2.0 e a emergência de novos intermediários pode ser encontrada em ANTOUN; PECINI, 2007.



Esta perspectiva é alinhada à definição foucaultiana do poder como relação. Para Foucault, não haveria uma fuga do poder rumo à desintermediação porque o poder não é algo detido por ninguém. O poder, portanto, está em toda parte; não porque englobe tudo e sim porque provém de todos os lugares" (FOUCAULT, 2001, p. 103). Nesse quadro, não haveria uma oposição binária entre opressores e oprimidos, mas sempre relações de assujeitamento e resistência que compõem as tensões a partir das quais cada tática – seja de negócios, de guerra ou de governo – se consolida ou é superada. Não se trataria então de uma libertação de instituições rumo a uma liberdade completa de criação e compartilhamento, mas novas relações de poder nas quais atores diferentes aumentam seu potencial de influenciar formas de conduta, enquanto outros atores têm esse potencial reduzido. Seguindo esta abordagem, resta identificar as relações atuais a partir das tensões entre seus atores. Nos casos analisados neste trabalho, o contraponto à economia compartilhada é feito por meio do conceito de capitalismo de plataforma.

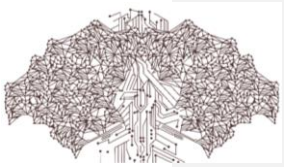
A crítica ao otimismo da economia compartilhada é citada na mesma matéria de 2014 do UOL, pelo que foi chamada "turma do contra" (id.): a principal é a chamada "oficialização do bico" (id.). Ou seja, a oferta de bens e serviços no que é considerado "tempo vago" serviria, na realidade, para as pessoas complementarem salários insuficientes ou gerar alguma renda enquanto não conseguem empregos formais. Curiosamente, o mesmo site produziu nova matéria sobre o tema em 2016, com outro tom, que pode ser resumido pela declaração do professor Ricardo Abramovay, da USP.

> Quando falamos disso dois anos atrás, eu tinha um imenso entusiasmo. Hoje minha visão é mais cuidadosa. Há um lado sombrio dessa história que não estava claro: a revolução digital, e isso envolve a economia colaborativa, tornou-se um dos mais importantes fatores de concentração de renda e poder (ABRAMOVAY apud UOL TAB, 2016).

Nesse texto, são listados "novos problemas", alguns deles adiantados pela turma do contra de 2014, como a precarização das relações de trabalho. Em resumo, o desafio que se impõe com a disseminação dessa economia se refere ao descompasso entre direitos e deveres das redes que, ao promover o 'contato direto entre contrapartes', se posicionam como intermediários nos processos de compartilhamento. De acordo com a matéria, "[m]uitas dessas plataformas se colocam como canais entre pessoas, sem assumir qualquer responsabilidade pelo serviço em si. Os prestadores se submetem às regras sem uma rede de proteção social" (UOL TAB, 2016).

Assim, o conceito de capitalismo de plataforma surgiu como uma resistência à economia compartilhada para dar conta dos efeitos das redes de mediação de atividades em escala. Ao contrário da ênfase na possibilidade de qualquer um compartilhar bens ou serviços no tempo livre e aproveitar o que era compartilhado por outros, a abordagem do capitalismo de plataforma se detém em mudanças mais significativas causadas por essas redes, especialmente na chamada lógica da intermediação (LANGLEY; LEYSHON, 2017). Desta perspectiva, a mediação de atividades por plataformas não é apenas a redução da distância entre potenciais fornecedores e clientes. Toda uma série de processos ativos ocorre na instauração dessas redes, desde regras para cadastro dos fornecedores e regulamentação da atividade em geral, até o estabelecimento dos preços vigentes na plataforma (o Uber, por exemplo, pode alterar automaticamente os preços se identificar mudanças na demanda por transporte, o que é chamado "preço dinâmico"[4]). Por isso,

[4] Na descrição do Uber: "Preço dinâmico é o aumento temporário nos preços para fazer com que mais motoristas se dirijam às áreas da cidade onde a demanda por viagens estiver alta". Cf. https://help.uber.com/pt_BR/h/34212e8b-d69a-4d8a-a923-095d3075b487



as plataformas são mais do que meras intermediárias para conexões. Exercem uma espécie de "curadoria ativa de conectividade" (ibid., p.5) por meio da criação compartilhada de valor entre os participantes e aproveitando os efeitos de rede.[5] Muito além de tornar mais fácil encontrar informações e notícias, transporte dentro da cidade ou hospedagem em uma cidade desconhecida, as plataformas filtram as notícias a exibir, transformam indivíduos em motoristas e residências em hospedarias.

Enquanto as atividades de coleção, processamento e filtragem de dados podem parecer inerentes a plataformas de mediação de informações, é importante notar que são atividades igualmente essenciais aos modelos de negócios de redes de intermediação de atividades. Essas plataformas ocupam posição transversal em relação a diversos setores, adicionando uma camada de acumulação e processamento de dados à atividade das mais variadas indústrias.

> A economia digital se refere aos negócios que se baseiam de forma crescent em tecnologia da informação, dados, e a Internet para seus modelos de negócios. Esta é uma área transversal a diversos setores – incluindo a indústria, serviços, transportes, mineração e telecomunicações – e está de fato se tornando essencial a grande parte da economia hoje. Entendida desta forma, a economia digital é muito mais importante do que uma análise sectorial pode sugerir (SRNICECK apud CARRIGAN, 2017).[6]

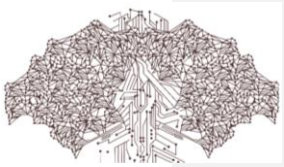
Busca-se explicar, assim, a emergência de redes que concentram atenção, distribuem produtos ou serviços e processam interesses ativamente na construção de modos de vida. As atividades em si são apenas parte dos negócios intermediados por elas. A partir da curadoria ativa e do processamento da massa de dados produzida de modo distribuído por essa atividade, cria-se verdadeiras redes de inteligência. "Os dados passaram a ser a matéria-prima do capitalismo avançado" (MACHADO et. al., 2017, p. 10). Enquanto as instituições e empresas tradicionais precisavam instalar mecanismos custosos de extração e processamento de dados, as atividades online deixam rastros digitais (BRUNO, 2012) que são passíveis de processamento para se tornarem ativos valiosos. Esse processo passa, então, a ser crucial para a atividade dessas empresas-redes. E um dos principais pontos de tensão se dá entre essas estruturas ou sistemas e os indivíduos que participam delas, especialmente aqueles que ofertam trabalho.

Trabalhadores de plataformas

O caminho das relações de trabalho atuais, especialmente via aplicativos, é definido com um neologismo que deriva da própria marca de uma dessas plataformas: uberização. De acordo com Ludmila Abílio, o termo define transformações nas relações de trabalho que já estavam em curso e evidenciam a influência mútua entre tecnologia e formas sociais.

> A empresa Uber deu visibilidade a uma nova forma de organização, controle e gerenciamento do trabalho, que está assentada nestes processos. É preciso compreender a economia digital como um campo poderoso de reorganização do trabalho, mas não perder de vista que ela realiza uma atualização de elementos que estão em curso no mundo do trabalho, e que, sim, estão

[5] Tradução livre. No original, "In van Dijck's (2013) succinct terms, platforms are not simply in the business of intermediating connections, but of actively curating connectivity".
[6] Tradução livre. No original, "[T]he digital economy refers to those businesses that increasingly rely upon information technology, data, and the internet for their business models. This is an area that cuts across traditional sectors – including manufacturing, services, transportation, mining, and telecommunications – and is in fact becoming essential to much of the economy today. Understood in this way, the digital economy is far more important than a simple sectoral analysis might suggest".



> fortemente ligados com o desenvolvimento tecnológico, mas não só isso. Trata-se da relação das reconfigurações do papel do Estado [...], trata-se do desemprego e de uma perda de formas do trabalho, além de mudanças na subjetividade do trabalhador. Além disso, a uberização está relacionada com a crescente imbricação da esfera do consumo na esfera do trabalho, assim como com o encontro contemporâneo entre vigilância, coleta de dados, gerenciamento e exploração do trabalho, e a esfera do consumo. (ABÍLIO apud MACHADO, 2017, p.20-21).

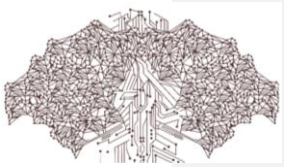
Nesta longa passagem, a pesquisadora resume uma série de preocupações que se intensificam com as novas formas de trabalho e mostram a profundidade das mudanças em curso: da crise do Estado de bem-estar social à subjetividade dos cidadãos, passando pela coleta e posse de dados de indivíduos pelas empresas que intermediam cada vez mais atividades cotidianas. Uma das principais mudanças intensificada pelo trabalho em plataformas é a chamada flexibilidade, ou precariedade, que acirra a competição entre os participantes que atuam como autônomos em relação à sua própria manutenção, mas ficam submetidos às regras das plataformas para desempenhar suas tarefas (vale destacar que a flexibilidade ou precariedade não é exclusiva das plataformas, já presente na chamada 'pejotização' do jornalismo, em que profissionais são contratados na condição de Pessoa Jurídica, por exemplo).

Um termo usado para definir essa configuração de trabalho via redes e plataformas é *gig economy*, em que *gig* faz alusão às apresentações musicais que são feitas apenas uma vez.[7] De Stefano (2015, p.4-5) sugere agregar sob este termo os diversos tipos de trabalhos por demanda via aplicativos e redes (transporte, limpeza e tarefas administrativas) e micro tarefas, pequenos trabalhos repetitivos e monótonos que completam e "limpam" os resultados dos algoritmos de processamento de dados ou inteligência artificial, como completar pesquisas ou classificar imagens – chamado de "inteligência artificial artificial", pela Amazon, um termo que não deixa e ser irônico (ECONOMIST, 2006). Também são incluídas nesta definição tarefas mais complexas, com a criação de logotipos, desenvolvimento de websites e o desenvolvimento de campanhas de marketing. Portanto, engloba uma série de atividades que colocam o profissional na posição de parceiro autônomo das plataformas, um empreendedor de si mesmo. Cada vez mais atividades estão sujeitas a seguir este modelo. Pesquisa feita na Alemanha em 2016 mostra que 22% dos adultos procuraram trabalho nessas plataformas naquele ano, 14% tinham executado atividades nesse modelo e 4% trabalharam semanalmente desta forma – para 2% dos respondentes, o trabalho via plataformas é a principal ou única forma de renda (HUWS; JOYCE, 2016).

As possibilidades que emergem desse novo estado de relações se estendem para fora das tarefas intermediadas diretamente pelas plataformas, mas que também são influenciadas por elas, reconfigurando os modos de vida e trabalho disponíveis e desejáveis. Se muita atenção tem sido dada aos trabalhadores de plataformas, autônomos que se tornam seus parceiros e executam tarefas ofertadas nessas redes, a própria construção das plataformas é em parte feita por autônomos que se engajam em iniciativas empreendedoras. Obviamente há muitas diferenças entre os tipos de vida e atividades de trabalhadores de plataforma e empreendedores, mas também existem continuidades nas formas das relações sob as quais esses dois tipos emergem.

Empreendedorismo e governamentalidade

[7] A definição é do dicionário Cambridge. Cf. https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/gig



A partir do conceito de precariado, de Guy Standing (STANDING, 2014), Silvio Lorusso (2016) cunhou o termo "emprecariado" para dar conta desse estado que é não apenas precário, mas exige um comportamento empreendedor dos indivíduos que competirão por trabalho. Por um lado, a situação geral é de insegurança. O autor cita uma passagem em que Standing define seu precariado como um grupo que tem identidades e vidas compostas por partes desarticuladas, nas quais não seria possível construir carreiras sustentáveis.[8] Por outro, Lorusso completa que "não se pode descrever o precariado sem se referir a um entusiasmo genuíno, às vezes eufórico, que emerge dessas condições. Este ânimo é fundamentalmente empreendedor [...]" (LORUSSO, 2016).[9] O autor agrega sob o termo emprecariado tanto o "startupper" que levanta investimento para iniciar uma empresa quanto os profissionais que têm sucesso ao mudar de uma empresa a outra, até artistas e acadêmicos que se desdobram em conferências internacionais.

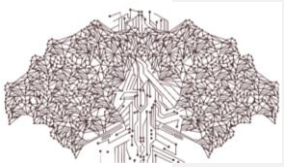
O comportamento empreendedor estaria, assim, disseminado por toda a sociedade. Mas, ainda segundo o autor, essa condição deve ser vista como um privilégio em um tempo no qual os indivíduos seriam empurrados para se vender diante de uma situação de precariedade estrutural.

> Na sociedade emprecária, todo mundo é um empreendedor e ninguém é estável. A condição precária demanda uma atitude empreendedora, enquanto o empreendedorismo se baseia em instabilidade e mudança construtivas. Portanto, o emprecariado é caracterizado por uma dissonância cognitiva.
> Porém, a condição emprecária é privilegiada, quando apenas uma minoria dos trabalhadores precários podem ter ambições empreendedoras reais. Para o resto, o emprecariado sinaliza a fusão de economia e política ou, mais precisamente, a dissolução da política na economia: a precariedade estrutural que a política é incapaz de prevenir é reformulada como uma chamada à ação para os indivíduos se venderem (ibid.).[10]

Desta forma, pode-se aproximar os trabalhadores de plataformas dos empreendedores e aspirantes que se engajam na tarefa de construir essas mesmas plataformas, na medida em que ambos são fenômenos e atores que emergem das novas possibilidades de relações na atualidade. O impulso empreendedor, ainda que um privilégio, poderia ser visto como um dos extremos de uma reorganização das relações de trabalho que se dissemina de forma crescente pela sociedade.

O impulso ao comportamento empreendedor (e do gerenciamento da vida individual como uma empresa) não é absolutamente novo. Desde o pós-guerra, algumas linhas teóricas e certas práticas de vida apontam para o estímulo de uma conduta empresarial em todas as

[8] Tradução livre. Trecho complete, no original, "the precariat consists of those who feel their lives and identities are made up of disjointed bits, in which they cannot construct a desirable narrative or build a career, combining forms of work and labour, play and leisure in a sustainable way".
[9] Tradução livre. No original: "But one can't properly describe the precariat without referring to a genuine enthusiasm, sometimes of a euphoric kind, that often emerges from these conditions. This animation is fundamentally entrepreneurial, it's a dynamic energy that demands to turn precarity into flexibility, at least at the level of perception.
[10] Tradução livre. No original, "In the entreprecarious society, everyone is an entrepreneur and nobody is stable. Precarious conditions demand an entrepreneurial attitude, while affirmative entrepreneurialism dwells into constructive instability and change. Thus, entreprecarity is characterized by a cognitive dissonance.
Yet, the entreprecarious condition is a privileged one, as only a minority of precarious workers are allowed to have realistic entrepreneurial ambitions in the strict sense. For the rest, the entreprecariat signals the fusion of economics and politics, or, more precisely, the dissolution of politics into economics: the structural precarity that politics is not able to prevent is reframed into a call to action for individuals to market themselves".



dimensões da vida. A perspectiva traçada por Foucault (2008) permite investigar esse modo de entender o mundo, mas também de agir no mundo, considerando a complexa teia que se pode identificar na emergência do sujeito empreendedor de si.

Segundo Osvaldo López-Ruiz (2009), o primeiro artigo sobre a teoria do capital humano, apresentado por Theodore Schulz em 1959, defendia que as pessoas pudessem ser consideradas riquezas de uma nação, contra a visão de John Stuart Mill, que defendia o homem livre, a quem a riqueza deveria servir. Schulz revisou sua teoria no início dos anos 1960 com o objetivo de diferenciar gastos (consumo pessoal) de investimentos (em si próprio) e em 1971, quando publica sua pesquisa, define como investimento apenas o gasto feito em "capacidades duráveis" para o indivíduo (id., p. 225). López-Ruiz aponta a importância desta novidade: atribui aos investimentos o sentido positivo e o lugar que antes era ocupado pela poupança na ética protestante do trabalho – o funcionamento de ambos parece ser semelhante, pela "postergação de satisfações" (ibid.).

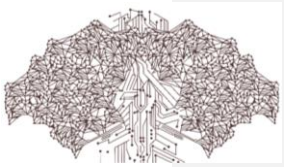
Mais do que uma teoria que se encerraria no campo econômico ou na avaliação da sociedade, a visão racionalista do capital humano e os sentidos que confere à existência levam o indivíduo a se gerenciar de modo a tornar a vida constante objeto de cálculo. Considerado da perspectiva foucaultiana, o indivíduo não seria uma constante sobre a qual se imporiam os princípios de valoração social. Ao contrário, é assujeitado ou individualizado pelas formas de governo com que entra em relação. Partindo do "espírito do capitalismo", Laymert dos Santos explicita os papéis paralelamente produtivo e coercitivo da economia política.

> A ambiguidade [da economia política contemporânea] é que ela precisa suscitar essa força da vontade, estimulá-la, privilegiá-la e, ao mesmo tempo, domá-la. Como se o novo espírito do capitalismo exigisse a mobilização, em seu favor, da potência de individuação de cada um (SANTOS *apud* GADELHA COSTA, 2009).

O estímulo das forças criativas é paralelo ao seu domínio – ou governo, nos termos de Foucault. Expressões de um poder que também está presente na descrição do "emprecariado", descrito como o entusiasmo necessário para se engajar na construção de um novo empreendimento. Essa mobilização das forças e potências individuais para a produção sugere não uma ética imposta a sujeitos formados previamente, mas uma forma de governo que terá papel formador de condutas e relações que encarnam valores.

Em seu curso de 1978-9, Foucault sintetiza o pensamento de Gary Becker, economista norte-americano, com a frase: "O *homo oeconomicus* é aquele que aceita a realidade" (FOUCAULT, 2008, p. 368). Que realidade seria esta que o indivíduo aceita? De acordo com Becker, o homem econômico seria aquele para quem nem mesmo as condutas não racionais são aleatórias, pois visariam otimizar a alocação de recursos escassos para fins quaisquer. Esse indivíduo responderia "de forma sistemática a modificações nas variáveis do meio" (*ibid.*). Em um duplo movimento, seus atos passam a ser passíveis de análise econômica e a economia se consolida como a ciência privilegiada para dar conta da realidade. O homem econômico do século XX é aproximado por Foucault à psicologia comportamental de Skinner e aparece, então, como aquele "eminentemente governável (...), o correlativo de uma governamentalidade que vai agir sobre o meio e modificar sistematicamente as variáveis do meio" (ibid., p. 369). A acepção mais recente deste *homo oeconomicus* ainda implica uma diferença em relação às acepções anteriores: do homem parceiro do Estado, homem da troca que não se deveria limitar, *laissez faire*, para um homem empresário de si.

> O *homo oeconomicus* é um empresário, e um empresário de si mesmo. Essa coisa é tão verdadeira que, praticamente, o objeto de todas as análises que fazem os neoliberais será substituir, a cada instante, o *homo*



> *oeconomicus* parceiro da troca por um *homo economicus* empresário de si mesmo, sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de [sua] renda (*ibid*., p.310).

Portanto, o átomo social empresário passa essencialmente a se gerir a fim de obter renda futura a partir desse investimento em si mesmo. Se a liberdade de escolha de um indivíduo é traduzida em poder escolher qualquer coisa de forma indiferenciada, suas forças estariam docilizadas, pois não seria capaz de dirigir sua própria vida de forma autônoma. Esse sujeito, definido como um "átomo de liberdade diante (...) de todas as proibições de um governo possível" seria, ao contrário, "certo tipo de sujeito que permitia justamente que uma arte de governar se regulasse de acordo com o princípio da economia" (ibid., p. 370). Este princípio de inteligibilidade seria uma das faces de um princípio de regulação no qual o "*homo oeconomicus* é a interface do governo e do individuo" (ibid., p. 345). Ou seja, uma articulação que tornaria o indivíduo governável, uma forma de exercício de poder.

Retomando o tema do poder mencionado anteriormente, é necessário ressaltar outra de suas características, se abordado a partir de Foucault. Além de seu caráter relacional, ele não seria apenas repressivo sobre um sujeito dotado de liberdade, mas tem uma face produtiva. Assim, o exercício do poder não se encerraria na limitação de outros, mas também se daria no estímulo a práticas e modos de vida específicos. Para Edgardo Castro (2016, p. 326), deve-se entender a perspectiva foucaultiana do poder como o modo de "conduzir condutas e dispor de sua probabilidade", tanto induzindo como limitando comportamentos.

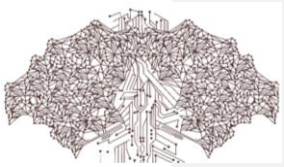
> O modo de relação próprio do poder não há que ser buscado, então, do lado da violência e da luta nem do lado do contrato ou do nexo voluntário (que, no máximo, só podem ser instrumentos), mas do lado desse modo de ação singular, nem guerreiro nem jurídico, que é o governo (FOUCAULT, *apud* CASTRO, 2016 p.326).

Toma-se, assim, uma acepção das relações de poder que marca o pensamento de Foucault: em vez de repressão, produção; em vez de contratos ou enfrentamentos, o poder se daria na forma do governo de condutas, ação sobre a ação dos outros. O governo dos indivíduos não seria apenas reprimir liberdades inatas ou naturais, mas exatamente ao contrário, produzir modos de vida específicos, promover ativamente certas formas de agir.

A partir da descrição da teoria do capital humano, do *homo oeconomicus* e de sua articulação com modos de exercício de poder, é possível avaliar o estímulo ao empreendedorismo de outra perspectiva, que torna esse impulso uma forma de moldar condutas e transformar o modo como indivíduos se relacionam consigo próprios e entre si. Por exemplo, no ano 2000, relato o especialista em recursos humanos Marco Aurélio Ferreira Vianna indicava que os jovens não estavam sendo preparados de forma correta para desenvolver as características empreendedoras de que o mercado precisava.

> Apesar do consenso em torno do empreendedorismo como qualidade fundamental ao profissional do presente e do futuro, os jovens não estão sendo preparados para trabalhar por conta própria. (...) [O] momento é de reinventar o ser humano para que ele seja um empreendedor (MORI, 2000).

Reinventar o ser humano é um a tarefa um tanto ambiciosa, mas mostra o nível das mudanças sugeridas para participar de um mercado de trabalho em transformação. Não bastaria que os profissionais tivessem conhecimentos técnicos ou habilidades específicas, mas uma forma peculiar de agir e responder ao meio. Matéria da revista Wired sobre as startups do Vale do Silício



traz exemplos desse modo de agir peculiar (LEWIS-KRAUS, 2014). Um desenvolvedor conta ao jornalista que trabalha em um projeto para "desintermediar médicos", um aplicativo que seria capaz de analisar sinais vitais e fazer o acompanhamento da saúde do indivíduo sem a necessidade de exames. O que, segundo ele, tornaria os médicos obsoletos.[11] Outro desenvolvedor estava trabalhando para resolver o problema da folha de pagamento. Quando é questionado sobre qual problema estava resolvendo, responde que é simplesmente a folha de pagamento. Na avaliação do entrevistador,

> [o] programador não podia nomear o problema com a folha de pagamento que sua empresa estava resolvendo: ele pensava que ele estava simplesmente resolvendo um problema chamado folha de pagamento. Ele estava em uma folha de pagamento pela primeira vez na vida e, é desnecessário dizer, nunca teve problemas de folha de pagamento (ibid.).[12]

Esse programador fazia parte de uma startup que recebera investimento da Y Combinator, uma das aceleradoras mais famosas do mundo, que já impulsionou o desenvolvimento de Airbnb e Dropbox, entre outras empresas que se tornaram referências em suas áreas. Por isso, ele sentia que não estava em uma empresa que trabalhava com melhorias incrementais, resolvendo problemas específicos da folha de pagamento, mas trabalhando em um projeto revolucionário que resolveria o problema "folha de pagamento". Isso certamente funciona como estímulo ao engajamento em um projeto. O texto também faz menção ao heroísmo atribuído ao empreendedor da atualidade. De acordo com o autor, "fundar uma empresa se tornou a forma de jovens ambiciosos fazerem algo que pareça simultaneamente bom para a carreira e heroico" (ibid.).[13] Nessa cultura empreendedora, abrir uma empresa já denota um tipo de comportamento desejável. Assim, mesmo que a empresa não dê certo, o profissional terá avançado em sua formação. Não à toa, surgem os chamados "empreendedores seriais", definidos como aqueles que abrem novos negócios um após o outro, muitas vezes terceirizando a administração dessas empresas para se dedicar à abertura de outras empresas.[14] Esses casos visam ilustrar um movimento relativamente contemporâneo à *gig economy*, ou ao trabalho de plataforma. Seguindo Lorusso (*op. cit.*), pode-se considerar o empreendedorismo uma faceta privilegiada, mas também um sintoma, das novas formas de vida e sociedade em processo de consolidação.

Considerações finais

Este trabalho procurou avaliar a disseminação das plataformas de mediação de atividades a partir de duas perspectivas: primeiro, o otimismo causado pelas expectativas de uma economia compartilhada que romperia com diversos dos ditames de mercado; a seguir, pela perspectiva de uma mudança substancial no capitalismo contemporâneo, denominada capitalismo de plataforma.

[11] Tradução livre. Trecho completo no original: "Basically it's this thing that's going to disintermediate doctors. It checks your vitals for you, like that thing on Star Trek, and it's going to totally disrupt the medical industry. It's going to make doctors obsolete" (LEWIS-KRAUSS, 2014).
[12] Tradução livre. Trecho completo no original: "The Ruby developer couldn't name a problem with payroll that his company was solving; he thought they were just solving a problem called payroll. He was only on payroll for the first time in his life, and needless to say had never himself run into payroll problems".
[13] Tradução nossa. No original, "[s]tarting a company has become the way for ambitious young people to do something that seems simultaneously careerist and heroic".
[14] Para uma definição do termo, cf. <http://www.businessdictionary.com/definition/serial-entrepreneur.html>.

Nessa última abordagem, consideram-se os benefícios da nova configuração, na qual velhos intermediários veem suas posições ameaçadas e diferentes possibilidades de trabalho, compartilhamento e relações sociais emergem. Mais do que isso, o capitalismo de plataforma evidencia o alcance das transformações em curso, transversais a diversos setores. A coleta e o processamento de dados não são atividades marginais nessas plataformas, mas faz parte de uma nova dinâmica que tem como uma de suas bases os efeitos de rede. Para além das mudanças na ponta do consumo, procurou-se avaliar os efeitos práticos dessas novas relações, especialmente na dimensão do trabalho. A chamada uberização surge como fenômeno ligado às plataformas de mediação de trabalho, mas faz parte de um conjunto de mudanças anteriores, acelerados pelas redes mas já presente em certa medida no trabalho *freelancer* e na pejotização. Na chamada *gig economy*, as plataformas podem regular preços e atuar incentivando a oferta de serviços a partir do cálculo potencial de demanda, possível com a inteligência gerada a partir dos dados coletados nas próprias redes. Configura-se, assim, um novo tipo de trabalho flexível, ou precário.

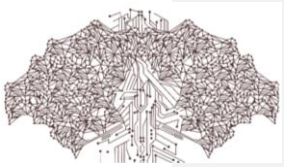
A partir de autores que consideram a condição precária definidora da vida contemporânea, busca-se aproximar os trabalhadores de plataformas dos empreendedores que se dedicam a construir startups, muitas delas com objetivo de se consolidar como plataformas em nichos específicos. Uma posição um tanto diferente daquela ocupada por profissionais da *gig economy*, que muitas vezes têm ganhos baixos e pouca margem de criatividade ao executar tarefas nas plataformas – de acordo com Lorusso (*op. cit.*), uma condição privilegiada – que, no entanto, revela certas semelhanças. A instabilidade que é constitutiva da vida do empreendedor se torna um imperativo do mercado. Mas, ao contrário dos trabalhadores de plataformas, o empreendedor digital precisa se manter engajado em projetos inovadores todo o tempo a fim de garantir espaço e possibilidade de trabalhos futuros, o que muitas vezes inclui longas jornadas e a constante iminência do fim de sua empreitada, caso não consiga rodadas de financiamentos.

Por fim, a condição ao mesmo tempo instável e positiva dos empreendedores, que precisa "suscitar essa força da vontade" (SANTOS, *op. cit.*) para se realizar, é relacionada ao conceito do empreendedorismo de si, trabalhado por Foucault (2008) como uma forma de governo de condutas a partir da segunda metade do século passado. Nesta perspectiva, em vez de contrapor empreendedores de sucesso que se tornam CEOs de plataformas aos trabalhadores que se inscrevem como parceiros dessas redes, mas de aspirantes a empreendedores e integrantes de projetos inovadores que se multiplicam e exemplificam esta dimensão do poder não como repressão e limitação, mas como produção e positividade. Em suma, buscou-se diagnosticar uma estrutura de rede que molda não apenas novos modos de fazer negócios, mas rearticula diversos elementos em torno da coleta e do processamento de dados, que junto a forças políticas e econômicas têm papel significativo na emergência de novas formas de relações sociais, trabalho e governo de condutas.

Referências bibliográficas

ANTOUN, H.; PECINI, A. A Web e a Parceria: projetos colaborativos e o problema da mediação na internet. **Intexto**, n. 16, 2007.

BRUNO, F. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede/Digital traces from the perspective of actor-network theory. **Revista Famecos**, v. 19, n. 3, p. 681, 2012.



CARRIGAN, M. **Notes on Platform Capitalism**. Disponível em: <http://sociologicalimagination.org/archives/19138>. Acesso em: 2 out. 2017.

DA SILVA, E. L.; LOPES, M. I. A internet, a mediação e a desintermediação da informação. **DataGramaZero, Rio de Janeiro**, v. 12, n. 2, p. A04–1001, 2011.

ECONOMIST. **Artificial artificial intelligence | The Economist**. Disponível em: <http://www.economist.com/node/7001738>. Acesso em: 20 nov. 2017.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. São Paulo: Graal, 2001.

_____. **Nascimento da biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GADELHA COSTA, S. Governamentalidade neoliberal, teoria do capital humano e empreendedorismo. **Educação & Realidade**, v. 34, n. 2, 2009.

LANGLEY, P.; LEYSHON, A. Platform capitalism: the intermediation and capitalisation of digital economic circulation. **Finance and society.**, v. 3, n. 1, p. 11–31, 2017.

LEWIS-KRAUS, G. **One Startup's Struggle to Survive the Silicon Valley Gold Rush**. Disponível em: <http://www.wired.com/2014/04/no-exit/>. Acesso em: 26 mar. 2015.

LÓPEZ-RUIZ, O. J. O consumo como investimento: a teoria do capital humano e o capital humano como ethos. **Mediações-Revista de Ciências Sociais**, v. 14, n. 2, p. 217–230, 2009.

LORUSSO, S. **What is the Entreprecariat?** Disponível em: <http://networkcultures.org/entreprecariat/what-is-the-entreprecariat/>. Acesso em: 15 jul. 2017.

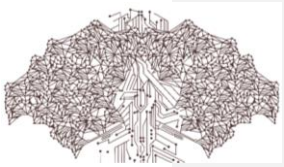
MACHADO, R. Uberização traz ao debate a relação entre precarização do trabalho e tecnologia. **IHU Online**, 24 abr. 2017.

STANDING, G. O precariado e a luta de classes. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 103, p. 9–24, 1 maio 2014.

UOL TAB. **Você está preparado para viver na economia compartilhada?** Disponível em: <http://tab.uol.com.br/economia-compartilhada/>. 2014. Acesso em: 25 nov. 2017.

_____. **Compartilhar o quê?** Disponível em: <https://tab.uol.com.br/mundo-compartilhado/>. 2016. Acesso em: 25 nov. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



DA TELEVISÃO AO APP-LEARNING: AS POTENCIALIDADES PARA A EDUCAÇÃO[1]

Simone Lucena[2]

Introdução

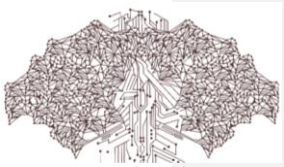
O aparelho de televisão analógico foi uma invenção da metade do século XX e que atualmente está presente em cerca de 98% dos lares brasileiros. De acordo com dados da pesquisa "TIC em Domicílios 2015" realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (2016), 50% das residências no Brasil possuem o computador. Deste percentual há uma maior inserção de computadores portáteis, pois 64% dos domicílios possuem laptop ou notebook. Estes dados nos mostram que na maioria dos lares brasileiros o acesso a informação ainda é por meio da televisão principalmente em regiões distantes dos grandes centros urbanos onde não há conexão a rede internet.

Ao longo de algumas décadas a forma como a televisão foi pensada tem se modificado. Nos primeiros anos da TV sua programação era ao vivo e transmitidas diretamente de locais como auditórios e teatros. A possibilidade de gravar os conteúdos, editá-los e transmiti-los posteriormente surge na década de 1950 quando foi criado o videotape.

A primeira televisão com imagens em preto e branco a entrar em funcionamento no mundo foi em Paris, em 1935, na Torre Eiffel (RABAÇA & BARBOSA, 2001). No ano seguinte, a emissora *British Broadcasting Corporation* (BBC) de Londres iniciou suas primeiras transmissões. Nos Estados Unidos a primeira transmissão regular é iniciada em 1941, quando a *Columbia Broadcasting System* (CBS) apresentou o primeiro noticiário sobre o envolvimento dos EUA na Segunda Guerra Mundial. No Japão a *Nippon Hôsô Kyôkai* (NHK) foi fundada em 1926, porém apenas com transmissão de rádio, jáque as transmissões televisivas somente foram iniciadas em 1953.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 – Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Professora do Programa de Pós-graduação em Educação e do Departamento de Educação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Pós-doutoranda em Educação (Proped/UERJ) com bolsa Fapitec/Capes. Doutora em Educação (UFBA). Líder do Grupo de Pesquisa em Educação e Culturas Digitais (ECult/UFS). E-mail: sissilucena@gmail.com



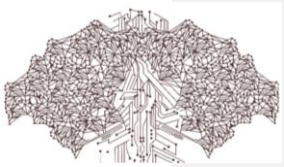
A popularização da televisão no mundo ocorreu após a Grande Guerra, em 1945, quando foi possível o início da produção em larga escala dos aparelhos televisivos nos países industrializados. No Brasil, a primeira emissora foi instalada em 1950, no entanto, anteriormente, em 1939, foi realizada, numa Feira de Amostra no Rio de Janeiro, a primeira transmissão através de aparelho de tevê. Com o início da Segunda Guerra Mundial, as transmissões das televisões do mundo inteiro foram suspensas, sendo retomadas após o final da guerra. A TV Tupi de São Paulo, a primeira emissora do Brasil, foi fundada pelo jornalista e empresário Assis Chateaubriand em 1950. Foi nesse mesmo período que a televisão surgiu em outros países da América Latina como México e Cuba.

As expectativa para uma grande transformação no sistema televiso surgiu no inicio do século XXI com o desenvolvimento da TV digital. A TV digital é na verdade uma nova mídia. Não se trata de um aperfeiçoamento tecnológico, mas uma nova mídia, que combina e absorve as tecnologias existentes e que poderá produzir outras tantas mídias, a depender das escolhas políticas. Contudo, apesar das infinitas possibilidades desta nova mídia, no Brasil, estas possibilidades não se concretizaram, pois o modelo de TV digital adotado trouxe apenas melhoria na qualidade de som e imagem. Isso é algo bom, pois possibilita imagens mais nítidas e som de qualidade, mas é também muito pouco comparada as outras potencialidades que esta TV pode oferecer.

No inicio do século XXI temos uma expansão da internet por meio de fibras e óptica e redes wi-fi que ampliam as potencialidades da cibercultura ao disponibilizar novas interfaces de comunicação, produção e publicação de conteúdos online. Estes conteúdos e informações agora são também compartilhados por meio de tecnologias móveis principalmente aparelhos celulares do tipo smartphones que possuem aplicativos para as mais diferentes finalidades. Sendo assim, ao invés de termos “uma ideia na cabeça e um computador na mesa” passamos a ter “uma ideia na cabeça e um smartphone na mão”.

A televisão no Brasil e o modelo “um-todos”

O desenvolvimento da televisão brasileira pode ser divido em duas fases, conforme indicado por Caparelli (1986). A primeira fase compreende o período de 1950 a 1964, onde havia uma maior concentração de produção de programas nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. É também neste período que há uma grande importação de programas estrangeiros. Vale ressaltar que a televisão surge como um eletrodoméstico de elite, pois devido ao alto preço dos aparelhos, poucas pessoas tinham condições de adquiri-los.



A programação da televisão neste período consistia em reproduzir os programas transmitidos pelo rádio. As novelas eram adaptações de peças teatrais e quase não havia publicidade na tevê, que, por ser um veículo de comunicação novo, não tinham a confiança das agências publicitárias, que preferiam investir em anúncios nos meios de maior circulação como jornais, revistas e rádio. Como a maior produção dos programas televisivos estava na região sudeste, as emissoras locais e regionais que começaram a surgir tanto no nordeste como no sul do país vão se tornando difusoras ou afiliadas das grandes empresas nacionais.

A segunda fase da televisão no Brasil é iniciada após 1964 e vai até os dias atuais. Esta fase é marcada pela decadência da TV Tupi e de outras pequenas emissoras e pela ascensão da TV Globo que, após assinatura de contrato com o grupo americano *Time-Life*, entrou num "acentuado modo racional e capitalista de produção, com técnicas administrativas das mais modernas" (Caparelli, 1986, p. 12).

Embora a primeira televisão brasileira tenha sido uma emissora comercial, isto é, uma empresa privada voltada para a publicidade e para a comercialização de produtos por meio de anúncios, já existia um grupo de educadores da Rádio Roquete Pinto que havia solicitado do governo federal a concessão de um canal de tevê educativa. Esses educadores pretendiam dar continuidade ao trabalho de educação à distância que já desenvolviam na rádio. Apesar da concessão do governo ter sido aprovada em 1952, por problemas de ordem político-administrativo, a primeira televisão educativa no Brasil somente foi criada em 1967: a TVE/RJ.

Na década de 1980 iniciava-se no Brasil os serviços de TV por assinatura sendo a TVA – Serviços Especiais de TV por Assinatura – o primeiro serviço não-convencional (sinal aberto) de TV explorado no país, regulamentado pelo Decreto 95.744 de 23 de fevereiro de 1888 "como sendo um serviço de telecomunicações destinado à distribuiçãode sons e imagens para subscritores, através de sinais codificados" (JAMBEIRO, 2002, p. 205). Em 1995 foi instituída a Lei nº 8.977 que dispõe sobre os serviços de TV a Cabo. O artigo 23 desta lei estabelece que a operadora de TV a Cabo, na sua área de prestação do serviço, deverá tornar disponíveis canais, alguns gratuitos, destinados para uso legislativo, comunitário e universitário. O canal universitário deverá ser compartilhado entre as universidades localizadas no município ou em cidades da área de prestação do serviço.

As TVs Educativas foram criadas por meio do Decreto - Lei 5.198, de 03 de janeiro de 1967. Estedecreto instituiu a Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa com a finalidade de produzir, comprar e distribuir programas para transmissões educativas. Na

época, era o Ministério da Educação que controlava o conselho diretor que elegeu, em 03 de abril de 1967, como primeiro presidente da TV Educativa.

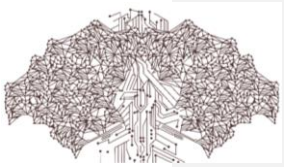
Dois aspectos são considerados relevantes para a implantação das TVs Educativas no Brasil. Um desses aspectos foi a pressão internacional realizada pela UNESCO para que os países em desenvolvimento utilizassem a televisão como um meio de atender às necessidades educacionais. O outro aspecto está relacionado com o processo de industrialização pelo qual o país estava passando naquele momento e que requeria mão-de-obra qualificada e, desta forma, a TV era um dos meios de se obter esta qualificação via cursos de teleducação.

Para coordenar os programas da teleducação foi criado o Programa Nacional de Teleducação (PRONTEL) – Decreto 70.185 de 23 de fevereiro de 1972 – com o objetivo de coordenar, promover e integrar o uso e o desenvolvimento de técnicas educacionais para a elaboração de programas de rádio e TV que pudessem ser transmitidos na rede de radiodifusão nacional educativa. Para que tais programas fossem desenvolvidos, as TVs educativas contavam com exclusivo financiamento de verbas públicas, porque de acordo com o Código Brasileiro de Telecomunicações estas emissoras não poderiam aceitar publicidade direta ou indireta nem nenhum outro patrocínio que não fosse oriundo dos governos municipal, estadual ou federal, universidades e fundações públicas.

A partir da década de 1990 asituação das TVs educativas mudou um pouco no que se refere ao seu financiamento. Algumas destas TVs,que tiveram seus orçamentos reduzidos, optaram por buscar patrocinadores para seus programas, como foi o caso da TV Cultura de São Paulo. Da mesma forma, outras emissoras educativas de rádio e TV, que também passavam pela mesma escassez de recursos que a TV Cultura de São Paulo, optaram por buscar apoio cultural para seus programas como forma de garantir a sua manutenção.

Há mais de 20 anos, as TVs educativas sobrevivem com limitadas verbas governamentais e com uma legislação que impossibilita o seu desenvolvimento. Isso ocorre porque, segundo Mota (1992), no Brasil a TV educativa foi criada com um caráter estatal e não de TV pública, o que é completamente diferente. A televisão estatal se caracteriza por ser uma:

> Rede oficial onde o custeio é realizado através da alocação de verbas públicas federais e estaduais, com a função de complementar a



> educação, e informarações do poder público que são de interesse da população em geral. O critério de nomeação dos seus dirigentes é político (MOTA, 1992, p. 83).

A falta de recursos da maioria das TVs educativas do país tem contribuido para o fato de que essas emissoras tenham poucas possibilidades de produção de programas que retratem a identidade cultural da sua região ou crie novos conteúdos televisivos próprios. Por esta razão, acabam retransmitindo os programas produzidos pela TVE do Rio de Janeiro e pela TV Cultura de São Paulo, na maior parte do tempo da sua programação. Isso reforça a premissa de que se as TVs educativas tivessem melhores recursos, aliados a uma gestã pública qualificada, poderiam ser produtoras de programas locais, regionais que abordassem sua cultura e sua arte.

Nesse sentido, para a democratização da comunicação precisamos pensar na construção TVs educativas que subvertam a lógica do mercado, que sempre dissemina os conteúdos partindo sempre do centro (emissoras geradoras) para as periferias (emissoras retransmissoras). A comunicação é direito do cidadão e o pluralismo é uma obrigação social e não apenas uma dádiva das mídias (REY, 2002).

Uma boa alternativa de rede pública de televisão será aquela capaz de colocar em circulação as produções das periferias num movimento que Martín-Barbero (2002) coloca como “indo tanto do centro para a periferia como das periferiasentre si e para o centro” (p. 75). Para que isso ocorra é certo que o investimento tecnológico é imprescindível, mas este apenas não é suficiente. É necessário que haja políticas de comunicação capazes de veicular as produções locais, regionais e comunitárias para todo o país de forma bidirecional.

Isso será possível principalmente com a inserção das tecnologias de informação e comunicação (TIC) na disseminação dos conteúdos audiovisuais, pois as TIC possibilitam a construção de redes de conhecimentos, potencializam o fortalecimento da cidadania, da autonomia e da cultura e disponibilizam a produção de conteúdos.

No Brasil além das TVs Educativa temos também as TVs Universitárias (TVU) que são canais de televisão mantidos por universidades. A Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) foi fundada em 2000 para congregar as Instituições de Ensino Superior (IES) que produzem televisão educativa e cultural. Hoje estas TVU trocam produções audiovisuais por meio da Rede de Intercâmbio de Televisão

Universitária (RITU) criado pelo Laboratório de Vídeo Digital da Universidade Federal da Paraíba (LAVID/UFPB). Trata-se de uma rede de compartilhamento dos vídeos produzidos pelas televisões universitárias, com troca de conteúdo para a construção de uma grade de programação nacional, a ser usada por qualquer canal universitário na íntegra ou com adaptações locais na programação. O compartilhamento dos vídeos é feito por meio de uma interface Web que foi desenvolvida numa parceria do LAVID comum Grupo de Trabalho da Rede Nacional de Pesquisa (RNP), financiadora do projeto[3].

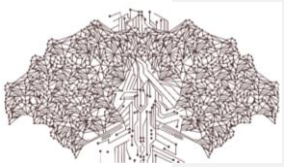
Inspirada na proposta da RITU, a Faculdade de Educação da UFBA desenvolveu "Rede de Intercâmbio de Produção Educativa" (RIPE), em parceria com LAVID/UFPB, com o objetivo de desenvolver um sistema e uma dinâmica de produção e veiculação de produtos audiovisuais disponíveis para os processos de ensino e aprendizagem das escolas públicas do ensino básico do Estado da Bahia, com intensivo uso de software livre, de forma descentralizada e com base em princípios colaborativos.[4]

Apesar do desenvolvimento tecnológico da televisão, seu formato na disseminação de conteúdos não se modificou, ou seja, ela continua a ser uma mídia de massa que distribui informação e sem interatividade. A mídia de massa opera no sentido "um-todos" e considera o sujeito apenas como um espectador que assiste ao que lhe é transmitido. O sistema de radiodifusão realiza a distribuição, transmissão de conteúdos seguindo o modelo clássico da informação emissor-menssagem-receptor. Esse modelo, não possibilita a intervenção de outros atores nos conteúdos produzidos. Ao espectador cabe apenas contemplar seus produtos sem a possibilidade de alterá-los.

No início do século XXI no Brasil iniciaram as discussões sobre a implantação da TV digital. A TV digital é, na verdade, uma convergência de mídias ─ o computador e a televisão. Para Mota (2005), a TV digital não é apenas um aperfeiçoamento tecnológico, mas uma nova mídia, que combina e absorve as tecnologias existentes e que poderá produzir outras tantas mídias, a depender das escolhas políticas. Apesar das potencialidades da TV digital no Brasil o modelo adotado bem como as escolhas políticas e econômicas não possibilitaram que esta TV fosse implantada como uma nova mídia.

[3] Mais informações sobre a RITU estão disponíveis no site da ABTU <https://www.abtu.org.br/>

[4] Os conteúdos da RIPE podem ser acessado em <http://ripe.ufba.br/>

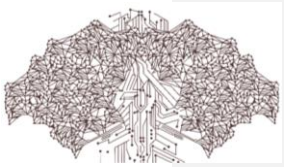


Nesse sentido, continuamos com o mesma TV, mas com uma melhor qualidade de sim e imagem digitais, ou seja, "mais do mesmo" (LUCENA, 2012).

É com as tecnologias digitais, que surgiram no final do século XX, que temos um rompimento com o paradigma linear da informação ao introduzir um novo elemento na comunicação a interatividade que oportuniza a coautoria e a intervenção na mensagem, nos conteúdos. Embora somente com as tecnologias digitais a interatividade tenha se tornado possível é importante ressaltar que a comunicação bidirecional foi um advento da radiocomunicação. O dramaturgo alemão Bertold Brecht (1898-1956) acreditava que se em cada residência tivesse um aparelho de rádio capaz de enviar e receber mensagens estariam assim oferecidas as condições para se instaurar uma "esfera pública cidadã", sustentada pela infraestrutura técnica, como viria a propor, anos depois, Habermas (1997) ao falar no mundo da vida como o espaço público onde acontece a ação comunicativa que seria a interação entre os sujeitos.

Com o desenvolvimento da internet surge a cibercultura definida por Lemos (2003, p. 12) como "a forma sócio-cultural que emerge da relação simbólica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70". Para Lemos (2009) a cibercultura está baseada em três princípios básicos: a **liberação do pólo da emissão** que torna cada pessoa potencialmente produtora de conteúdos, informações em diferentes formatos vídeos, blogs, fotos, músicas etc.; a **conexão em rede** generalizada e aberta significa que toda a produção de informação é emitida, distribuída em rede com outros pares, outros grupo de forma planetária; a **reconfiguração** que modifica, mas não elimina as outras mídias. Com a reconfiguração a TV na internet passa a ser outra TV diferente da mídia de massa isso porque com a liberação da emissão e a conexão em rede há uma necessidade de mudar, de transformar, de reconfigurar a cultura massiva. Para o campo da educação isso é de extrema importância, pois com as interfaces da cibercultura podemos efetivamente construir outros *espaçostempos* de aprendizagem para além das paredes e muros da escola.

App-learning e outras formas de aprender em rede

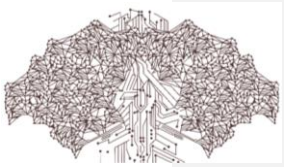


O desenvolvimento tecnológico desse século XXI tem possibilitado o acesso ao ciberespaço por diferentes dispositivos. O que denominamos de tecnologias digitais ou de "tecnologias nômades de comunicação" (Silva, 2013) são os dispositivos móveis como smartphones, tablets e *personal digital assistants* (PDA) que "criam comunidades não contíguas em espaços físicos (...) reinventam espaços urbanos como ambientes de multiusuários" (SILVA, 2013, p. 283). Estas tecnologias potencializam que pessoas distantes fisicamente possam se comunicar em espaços híbridos, conectados por meio de rede móvel, ao mesmo tempo em que se deslocam pelo espaço físico habitado por outros sujeitos culturais com quem muitas vezes também interagem simultaneamente. Para Santos, Maddalena e Rossini (2006, p. 23) "o dispositivo móvel quando se conecta no espaço virtual híbrido entre o ciberespaço e a cidade emergem novas possibilidades de usos e práticas sociais".

Nesse sentido, os telefones celulares, que antes eram aparelhos criados para realização de ligação telefônica móvel, passaram por inúmeras transformações e, atualmente, tanto se popularizou quanto reduziu de peso e tamanho e ampliou suas funcionalidades, convergindo em um único dispositivo multifunções como fotográfica, rádio, calculadora, filmadora, agenda, acesso a e-mails, redes sociais... ou seja tornou-se um dispositivo que pode ser usado na produção, edição e publicação de conteúdos em diferentes linguagens e formatos enviados instantaneamente para outras pessoas ou redes sociais utilizando aplicativos.

Os aplicativos são conhecidos também pela abreviatura App do termo em inglês *applications*. Apps são programas desenvolvidos para serem instalados em telefones celulares e demais dispositivos móveis disponibilizados gratuitamente ou não nas lojas online. Alguns Apps estão sendo amplamente utilizados em contextos educacionais criando o que Santaella (2016) denominou de "App-learning".

De acordo com Lucena; Pereira e Oliveira (2016), os aplicativos são programas desenvolvidos para serem instalados em celulares e demais dispositivos móveis disponibilizados gratuitamente ou não nas lojas online e, a partir deles, é possível adentrar num universo que promove inter-relações dinâmicas e múltiplas para diferentes usos, inclusive, em sala de aula.



Assim, o *app-learning* surge em uma realidade que se busca integrar as tecnologias móveis ao processo de aprendizagem e ensino. Carvalho (2015) cita alguns exemplos de Apps usados na educação: Active Textbook: adicionar interatividade a um arquivo em formato pdf; Aurasma Studio: para realidade aumentada; Cogi: para capturar áudio e partilhar anotações; Tagxedo: criar nuvens de palavras; QR Code: cria um código que pode dizer muito sobre algo; Text2 MindMap: cria mapas mentais e Skype, Google Hangouts e Viber: são software sociais que possibilitam a comunicação online. Lucena e Vale (2014) apontaram algumas possibilidades de usos dos software sociais na educação utilizando o Instagram, Twitter, Facebook e Edmodo. Este último é um software social criado especificamente para a educação.

Percebe-se que os aplicativos podem potencializar o desenvolvimento de dinâmicas educacionais mediadas pelo uso dos dispositivos móveis. Nesse sentido é preciso "atentar para os potenciais que as criações computacionais estão trazendo para a educação neste nosso complicadíssimo contexto da cultura digital" (SANTAELLA, 2016, p.8). Precisamos pensar em outras formas de educar na contemporaneidade buscando desenvolver atividades de colaboração, interação e autoria com os alunos, tendo a clareza de onde se quer partir e aonde se quer chegar. É importante que os alunos tornem-se protagonistas do seu processo de aprendizagem tornando-se sujeitos interagentes (PRIMO, 2007), a(u)tores (LUCENA e PRETTO, 2009) de produções colaborativas com o professor e com outros colegas. Nesse sentido, redireciona-se a função do professor, o qual adquire contextos de mediador do conhecimento, o qual articula, direciona, auxilia, provoca novos conceitos, gera conflitos pertinentes, sugere novos pensamentos e idéias.

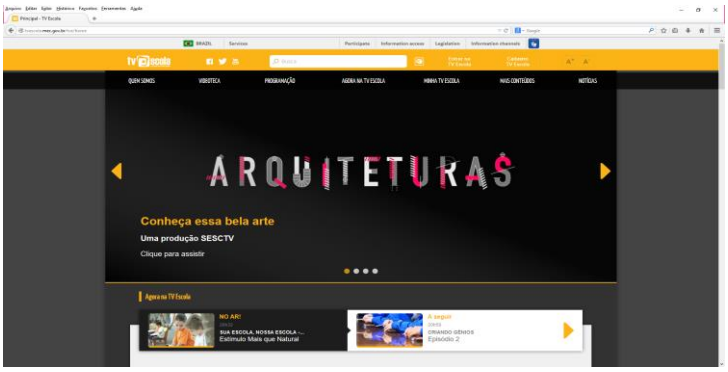
Atualmente temos uma disponibilidade muito grande de aplicativos para smartphones que oferecem grandes possibilidades para o professor utilizá-los nas suas aulas. No que se refere a produção audiovisual temos o app da TV Escola que oferece uma programação diversificada. A TV Escola é uma emissora criada pelo Ministério da Educação em 1999 com o objetivo inicial de promover a formação dos professores da educação básica, bem como disponibilizar conteúdos educacionais, por meio de programas, para diferentes disciplinas e níveis educacionais. Hoje a TV Escola está com sua programação totalmente reconfigurada em termos de conteúdo, linguagem,

infraestrutura cinematográfica e disponibilidade de acesso aos programas que passaram a ter livre acesso na internet e no app onde podemos assistí-los e também fazer download.

Figura 1 – Aplicativo da TV Escola para tecnologias móveis



Figura 2 –TV Escola na Web



Fonte: tvescola.mec.gov.br

Além da TV Escola muitas outras televisões estão presentes na internet e com aplicativos para dispositivos móveis. O Canal Futura da Fundação Roberto Marinho é outro exemplo de TV na Web e que possui app. As televisões universitárias também tem estão se reconfigurado e disponibilizados seus conteúdos por diferentes interfaces e mídias. Entretanto, todas estas televisões, apesar de estarem utilizando uma nova plataforma na internet e nos aplicativos que potencializa interatividade e novas formas de produzir conteúdos, ainda estão presas a forma de comunicação linear da cultura de massa.

Desta forma, para a educação é interessante buscarmos outros aplicativos para além do modelo broadcasting. Precisamos usar app-learning que oportunizem vivienciar aspectos como, a colaboração, o compartilhamento, a autoria e a aprendizagem em rede que consideramos importantes para termos uma educação outra. Nesse caminho, encontram-se aplicativos como o Snapchat (Figura 3) e o Instagram (Figura 4), ambos com a possibilidade de produzir e compartilhar vídeos mais rápidos e dinâmicos, além de possibilitar também o compartilhamento de fotos e imagens, lembrando que, ao contrário do Youtube (Figura 5), sua disponibilidade para acesso não dura mais de 24 horas, o que não descaracteriza sua importância social, pelo contrário, demanda possibilidades de uso diferentes, atendendo também a interesses diferentes.

Figura 3 – Tela do Snapcha **Figura 4 – Tela do Instagram** **Figura 5 – Tela do Y**



Fonte: App Store



Fonte: App Store



Fonte: App Store

Além destes aplicativos, que promovem principalmente a produção e socialização de imagens fotográficas e audiovisuais, temos os app para trocas de mensagens e simulam uma rede social. Um deles é o WhatsApp que tem atualmente grande popularidade, devido ao fácil acesso e manuseio, pois possibilite compartilhar e receber instantaneamente textos, áudios, vídeos, imagens, gifs, etc. Apesar desse aplicativo não ser considerado exclusivamente de rede social este app possibilita a criação de grupos, onde é possível manter um diálogo múltiplo, discussões e troca de saberes. Por conta destas funcionalidades, consideramos o WhatsApp como um app que possibilita a criação de redes.

Figura 6 – Tela do WhatsApp



Fonte: App Store

No campo educacional em todos os níveis de ensino podemos lançar mão de app-learning que possibilite ao aluno produzir narrativas sobre seus saberes, conhecimentos e descobertas. São os aplicativos para diários online que podem ou não ser compartilhado com outras pessoas a depender da intencionalidade do autor do diário. Estes aplicativos para diários também são conhecidos como *micro-journaling* que podem ou não ser atualizados diariamente de acordo com a temática escolhida e a disponibilidade do seu autor para escrever mensagens cotidianamente. Nesta categoria existem vários apps pagos e gratuitos que oferecem diferentes funções.

O Evernote é um aplicativo que pode ser utilizado como bloco de notas ou diário de pesquisa. Neste aplicativo o a(u)tor tem a possibilidade de organizar seus materiais de estudo ou trabalho, fazendo anotações que são armazenadas em pastas denominadas de cadernos, podendo ainda anexar nas anotações textos, artigos, vídeos, imagens, áudios e lembretes. Atualmente este app tem sido bastante utilizado por pesquisadores de pós-graduação como diário de pesquisa, porém as suas funcionalidades podem ser aplicadas em qualquer nível educacional. Além disso, o Evernote possibilita que seus conteúdos sejam compartilhados com outros sujeitos permitindo assim o dialogar entre os interagentes. O Evertone possui uma versão gratuita, que disponibiliza espaço limitado de armazenamento das informações, e uma versão paga com mais possibilidades do que versão grátis.

Figura 7 – Tela do Evernote



Fonte: App Store

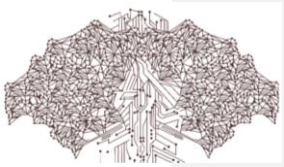
A partir da analise de alguns aplicativos que consideramos App-learning percebemos que cada um deles possibilita outras formas de aprendizagem aos praticantes culturais (Certeau, 1998). Os apps carregam em suas interfaces possibilidades múltiplas

de utilização na educação que um professor sensível aos usos das tecnologias móveis em sala de aula poderá perceber, pois o aluno ao utilizar os apps tornar-se-a um a(u)tor do seu processo de aprendizagem. Para Santaella (2003, p. 18), "o que mais impressiona não é tanto a novidade do fenômeno, mas o ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e os consequentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais que elas provocam". Ao se fazer uso dos dispositivos móveis e dos aplicativos na educação, consegue-se ampliar as possibilidades de produção, colaboração e autoria na medida em que as atitudes pedagógicas transcendem as práticas meramente reprodutivistas.

Conclusão

Frente as constantes transformações sociotécnicas que geram novas formas dos sujeitos praticantes culturais agirem, se relacionarem, aprenderem e ensinarem as instituições educacionais contemporâneas, tem sido desafiadas a repensar suas práticas formativas. Percebe-se nesse contexto, mudanças significativas no mundo do trabalho a partir das implicações das tecnologias digitais na sociedade, principalmente em relação aos *espaçostempos* de produção do conhecimento. A formação continuada de professores emerge com destaque nas discussões das políticas educacionais, requerendo um profissional muito mais flexível e com novas competências. Entretanto é importante ressaltar que apesar da inserção das tecnologias digitais na sociedade potencializarem transformações em diferentes aspectos, sejam eles, sociais, políticos, econômicos ou culturais, não podemos acreditar em um determinismo tecnológico, pois concordamos com Castells (1999) quando ele afirma que as tecnologias não determinam os rumos da sociedade.

Com as tecnologias móveis podemos estar em dupla mobilidade física e informacional ocupado espaços híbridos, intersticiais (SANTAELLA, 2007), ou seja, produzindo em movimento, uma das características dos sujeitos contemporâneos imersos na cibercultura. É nessa dinâmica comunicacional que os sujeitos se transformam, mediando e sendo mediados num espaço em que se constroem conhecimentos das mais variadas áreas e interesses. Sendo assim, a partir das discussões aqui apresentadas, concebe-se que através dos aplicativos criados para os dispositivos móveis constrói-se



coletivamente saberes e vivencia-se experiências múltiplas, as quais contribuem para novas formas aprendizagens.

Ao considerar, na educação, as potencialidades dos dispositivos móveis, discutimos a utilização de seus aplicativos de maneira a contribuirem significativamente para as práticas pedagógicas e, consequentemente, para novas formas aprendizagens. Na atual era da mobilidade, o que mais se vivencia é o interação entre os sujeitos conectados em rede, por meio de seus dispositivos móveis. Nesta interação são produzida narrativa, conteúdos, noticiados fatos e acontecimentos de forma ubíqua e pervasiva.

Referências

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Summus, 1986.

CARVALHO, Ana Amélia A. (Org.). **Apps para dispositivos móveis**: manual para professores, formadores e bibliotecários. Ministério da Educação de Portugal. Direção Geral de Educação, 2015.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano:** artes de fazer. Vol.1. Petropólis-RJ: Vozes, 1998.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**: TIC domicílios 2015. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2016.

JAMBEIRO, O. A TV no Brasil do século XX. Salvador: Edufba, 2002.

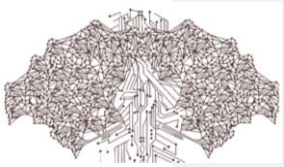
LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André.; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulinas, 2003.

LEMOS, André. Cibercultura como Território Recombinante. In: TRIVINHO, Eugênio; CAZELOTO, Edilson (Org.). **A cibercultura e seu espelho**:campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: Itaú Cultural/ABCiber, 2009.

LUCENA, Simone; PEREIRA, Socorro Aparecida Cabral; OLIVEIRA, Arlene Araújo Domingues. Redes e fluxos na iniciação à docência**.** In**:** COUTO, Edvaldo; PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. **App-Learning**: experiências de pesquisa e formação. Salvador: EDUFBA, 2016.

LUCENA, Simone; VALE, Lucas Cerqueira do. Redes sociais na educação: um espaço de aprendizagem e interação é possível. In: LUCENA, Simone (Org.). **Cultura digital, jogos eletrônicos e educação**. Salvador: EDUFBA, 2014.

LUCENA, Simone. **Educação e TV Digital**: situação e perspectivas. Maceió: EDUFAL, 2012.



LUCENA, Simone; PRETTO, Nelson De Luca. As novas educações e os potenciais da TV e das redes digitais. In: **Anais da 32ª Reunião Anual da *AN*PED**, 2009, Caxambu - MG. Sociedade, Cultura e educação: novas regulações. Rio de Janeiro: Anped, 2009. v. 1. p. 1-16.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: Rincón, O. (Org.). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. Quito, Equador: Editora: Friedrich Ebert Stiftung (FES), 2002.

MOTA, Maria Regina. **TV Pública: educação e cidadania no ar**. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG. Belo Horizonte, 1992.

MOTA, Maria Regina. Os desafios da TV digital no Brasil. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette.; TOME, Takashi. (Orgs.). **Mídias digitais**: convergênciatecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário **de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

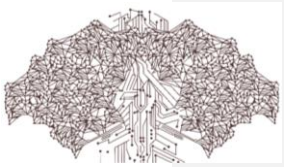
REY, G. O cenário móvel da televisão pública: Alguns elementos do contexto. In: Rincón, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. Quito, Equador: Editora: Friedrich Ebert Stiftung (FES), 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultur. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

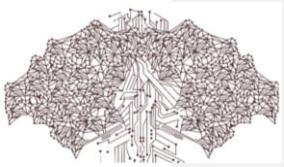
SANTAELLA, Lucia. Prefácio: App-learning e a imaginação criativa a serviço da educação. COUTO, Edvaldo; PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. (Orgs.). **App-learning**: experiências de pesquisa e formação. Salvador: Edufba, 2016.

SANTOS, Edméa; MADDALENA, Tania Lucia; ROSSINI, Tatiana Sttofella Sodré. Diário hipertextual *on-line* de pesquisa. In**:** COUTO, Edvaldo; PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa.**App-Learning**: experiências de pesquisa e formação. Salvador: EDUFBA, 2016.



SILVA, Adriana de Souza. Arte e tecnologias móveis hibridizando espaços públicos. In: PARENTE, André (org). **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulinas, 2013.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



DAR VIDA (ANIMARE) PARA FAZER LEMBRAR (MONERE): ANIMAÇÃO EM AMBIÊNCIA DIGITAL PARA UMA POÉTICA CRIATIVA DO PATRIMÔNIO[1]

Carmen Lucia Souza da Silva[2]; Ana Claudia da Cruz Melo[3]

Resumo: Este trabalho apresenta uma reflexão sobre o patrimônio histórico cultural considerando uso de técnicas digitais de animação e construções de narrativas ficcionais como forma de problematizar e ressignificar a arte pública. Parte da proposta de produção de filme de animação no âmbito do Projeto Transcodificações Urbanas (UFPA/ICA/FAV), que propõe o uso de recursos de roteirização, de trilhas sonoras, de virtualização, modelagem e de animação 3D para dar vida ao monumento a Pedro Teixeira, militar português e, assim, repensar a formação da Amazônia. Esta reflexão se desenvolve a partir de compressões como o real-irreal (MORIN) e o uso social do patrimônio (GARCIA CANCLINI).

Palavras-chave: Animação; Patrimônio; Monumento; Digital, Poética Criativa.

Dois verbos latinos inspiram a concepção deste artigo: *animare* e *monere.* O primeiro significa "dar vida a" e remete à palavra "animação", utilizada para descrever imagens em movimento (BARBOSA JÚNIOR, 2011). O segundo significa "fazer lembrar" e desde a sua origem remonta à Estética e à História (FREIRE, 1997). A partir do encontro desses dois verbos latinos é que propomos discutir sobre o uso da animação digital como um mobilizador para (re)descobrir a memória urbana. Do ponto de vista prático, trata do emprego de recursos de roteirização, de trilhas sonoras, de virtualização, modelagem e de animação digital em 3D e 2D para ressignificar o monumento histórico, dotando-o de movimento e emoções. Não se trata, contudo, de *documentário animado*, mas de problematizar o processo *puro e simples* de utilização da animação digital, para ambiente de rede ou não, como forma de representar os monumentos presentes nas cidades, ou de apresentar a memória produzida sobre eles. É outra forma de interagir com o patrimônio erguido na cidade, segundo o digital, as tecnologias comunicacionais e artísticas

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é professora da Universidade Federal do Pará (UFPA). É Doutora em Ciências da Comunicação (Unisinos) e coordena o Grupo de Pesquisa Museus e Patrimônio na Amazônia (UFPA). E-mail: carmensilva.fotografia@gmail.com.

[3] . Pesquisadora é professora da Universidade Federal do Pará (UFPA). É Doutoranda do curso de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP). Bolsista CAPES/PROSUP. E-mail: claudiamelo22@gmail.com.

emergentes, inspirada em dados históricos, mas, sobretudo, livre de compromisso com acontecimentos reais.

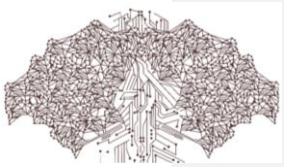
Essa outra forma que propomos, de se apropriar da memória urbana através animação digital, é um desdobramento do projeto *Transcodificações Urbanas - Virtualização dos Monumentos de Belém* que, de 2012 a 2017, criou 13 visitações interativas, com modelagens em 3D, disponibilizadas no site www.monumentosdebelem.ufpa.br e também por meio do aplicativo Patrimônio Urbano Virtual, disponível para android na Google Play. Além das visitações, disponibiliza informações históricas e técnicas sobre estes monumentos, e ainda fotografias dos espaços e obras de arte pública, artigos sobre o projeto e informes sobre atividades desenvolvidas. Entre estas virtualizações está a do monumento, localizado no centro histórico de Belém, em homenagem ao militar português Pedro Teixeira, que aos 22 anos, chegou ao Brasil, e foi um nome chave da fundação da capital paraense e da expansão da Amazônia brasileira, comandando muitas batalhas contra os chamados "índios inimigos" e os colonizadores franceses, holandeses e ingleses. E ao mesmo tempo é, na atualidade, reconhecido como "Curiá-Catu" que significa: "homem branco bom e amigo". Complexidade que nos levou a escolher este monumento para criar e produzir animação em audiovisual, que dá vida a Pedro Teixeira, como um convite para pensar nos desafios enfrentados pelos povos da Amazônia, região ainda hoje marcada por muitos conflitos. A trama intitulada *A Lanterna Mágica* parte do seguinte questionamento: quantas dores e sofrimentos carregam consigo os personagens dos monumentos históricos erguidos pelas ruas da cidade? Para levantar respostas, o enredo conta com a ajuda de uma Lanterna Mágica, de mais de 200 anos, ancestral do projetor de cinema, com poderes de revelar o lado mais angustiante das obras de arte, como aquele relacionado ao monumento erguido para homenagear o navegador e "conquistador da Amazônia", Pedro Teixeira.

A opção pela animação e as tecnologias digitais, nesse contexto, são compreendidas mais do que simples escolhas técnicas. Primeiro, como pontuado anteriormente, não se trata de um documentário animado, uma vez que mesmo visitando a história de um monumento sobre uma pessoa que existiu, não é, como observa Martins (2007), um "filme de situações e fatos reais registrados em suporte eletrônico utilizados como base para posterior intervenção com animação, que muitas vezes é computacional (algumas vezes utiliza animação tradicional)" (MARTINS, 2007, p. 92). Mas sim um filme que propõe utilizar a técnica digital da animação para fazer uma realidade imaginada. Morin (2014) trata sobre o potencial do cinema (que para nós expande-se para o audiovisual) de brincar com o real-irreal, sendo Méliès a operar a primeira cisão entre o universo mágico e o universo objetivo. Fez com que "fantástico e documentário, afastando-se e

derivando um do outro", se descobrissem com "um teclado intermediário que permitia todas as combinações possíveis" (MORIN, 2014, p. 189).

Para Morin (2014), o filme de ficção possibilita a existência de um lugar em que se misturam e se combinam o verdadeiro, o verossímil, o idealizado, a fantasia e o incrível. Isso inclusive romperia com a compreensão de que há apenas um meio-termo entre o fantástico e o documentário. O que há, explica, é "um grande complexo dentro do qual se desenvolvem, se constituem e destroem-se múltiplos complexos" (MORIN, 2014, p. 190). Assim, Morin nos ensina que não há um, mas múltiplos pedaços de irrealidade e de realidade que se justapõem num filme. As tecnologias digitais abriram uma infinidade de técnicas para se apropriar desta capacidade fílmica, especialmente quando se trata do filme de animação. Algo que por muito tempo foi relegado, como podemos constatar na afirmação de próprio Morin quando diz que, dentro da função de sincretismo dialético entre real e irreal do filme de ficção, se encontram as formas objetivas e excetua-se o desenho animado. Contudo cabe observar que Morin produz este texto em 1956, período em que a animação de fato ainda não conseguia perturbar o domínio da imagem fotográfica. Algo bem diferente dos dias de hoje. Então, por que não usar esta possibilidade aberta com a tecnologia não apenas para a documentação e informação, mas para novos encontros entre o público e o patrimônio? Mas antes de tratarmos do potencial da animação na perspectiva patrimonial, vejamos como ao longo destas últimas três décadas, ela se reinventou muito graças ás tecnologias digitais.

Sob essa perspectiva, primeiro, o conceito de *animare*. Aquilo que muitos podem associar aos desenhos animados, mas que, para nós, há mais sobre a própria essência humana e sua busca pelo movimento. Desejo que remonta, por exemplo, às figuras rupestres. Ou ao desenho de Leonardo da Vinci, o *Homem Vitruviano*. Ou nos leva ao encontro das sessões de teatro de sombra chinesa, no século XVIII, para tratar sobre religião, história, assuntos políticos, etc. Ou aos três séculos de histórias que reúnem experimentos de pesquisadores que buscaram incansavelmente criar meios, equipamentos e técnicas, que dessem às imagens o tão desejado movimento. Um marco neste sentido, para alguns autores como Barbosa Junior (2011) e Alves (1988), é a Lanterna Mágica, considerada uma longínqua antepassada do futuro projetor cinematográfico. Seu inventor, o padre jesuíta Athanasius Kircher, escreveu sobre o princípio da projeção de imagens na sua obra ilustrada *Ars Magna Lucis et Umbrae*, em 1643. Da mesma forma, reflete-se por meio das pesquisas acerca dos efeitos da retenção retiniana das imagens, que deram origem ao desenvolvimento de tantos outros dispositivos óticos: taumatrópio (1825), fenacistoscópio (1832), zootrópio (1834), praxinoscópio (1877). Sendo este último, patenteado por Émile Reynaud, simbolizaria, inclusive, a origem da técnica da animação. Isso porque:

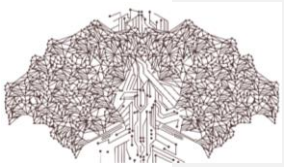


> Não tendo imagens disponíveis com a facilidade proporcionadas pelo cinema, Reynaud tinha de cria-las e esse ato de concepção em si mesmo já implica expressão artística. Podemos até contestar sua qualidade, mas aí já temos o ingrediente básico para a arte: a expressão do indivíduo por meio de recursos plásticos (BARBOSA JUNIOR, 2011, p. 40).

Assim, quando o cinematógrafo dos irmãos franceses Luis e Auguste Lumière foi apresentado em Paris, no ano de 1895, Émile Reynaud já havia realizado a primeira projeção pública de desenhos animados do mundo, há três anos. O que para muitos é, inclusive, o marco do nascimento da animação, que então passou a ganhar ainda mais fôlego com o nascimento da indústria cinematográfica.

Apesar disso, acreditamos que por décadas a indústria cinematográfica acabou por reter a animação mais ao mundo da fantasia antropomorfa, aquela que dá "característica humana a animais e objetos", presente na origem da indústria de entretenimento da animação "no final do século XIX e início do século XX" e marca dos "grandes estúdios de animação como o de Walt Disney, Warner Bros e os estúdios dedicados a Televisão como o Estúdio Hanna - Barbera" (MARTINS, 2007, p. 103). Tanto que durante a maior parte do século XX, o modelo de negócio estabelecido para o cinema de animação foi o dos desenhos animados de Hollywood. Cenário este que se complexifica, entretanto, devido às possibilidades da tecnologia digital, seja para a animação de ambientes realistas, representações fotorrealistas ou para a criação de efeitos especiais, especialmente a partir dos anos 1990, quando, segundo Chong (2011), acontece a consolidação de muitas das principais tecnologias utilizadas hoje e os profissionais das belas artes descobrem a capacidade do computador de manipular e adaptar material feito de forma tradicional ou de produzir trabalho em espaço virtual (p. 79). Outros reflexos disso, para Barbosa Júnior (2011), se darão especialmente na forma de modelagem e animação no computador. Método que serão em essência sofisticados e visam facilitar a expressão, firmados em algoritmos capazes de simular "propriedades complexas de fenômenos naturais, para tanto, bastando incorporar, em sua estrutura leis físicas e regras biológicas que atuam na geração da forma e do movimento" (BARBOSA JÚNIOR, 2011, p. 371).

Esses avanços tecnológicos, envolvendo a criação de *softwares* e *hardwares*, são vistos por Martins (2007) como um momento em que animadores encontram "formas absolutamente novas de apresentar sua 'interpretação' dos acontecimentos". O que também remete à problematização sobre a noção de mundo real atribuída ao documentário, ancorada no dispositivo câmera e na



"crença num princípio 'indicial' que constituiria toda imagem de natureza fotográfica" como o "traço caracterizador do documentário".

> Ousamos afirmar que este princípio 'indicial' pode ser deslocado para um contexto mais amplo que inclua as imagens digitais que dizem respeito ao mundo apesar de não reproduzirem o mundo real a partir de um princípio de impressão química, como acontece com as imagens de natureza fotográfica. Neste sentido, estamos pensando no conceito de índice na semiótica, que mantém uma relação causal, ou de contiguidade física, com o referente. (MARTINS, 2007, p. 90)

A essa proposta, de abertura da contextualização do signo semiótico, mais precisamente do "princípio indicial", agrega-se o "poder mágico" que têm as imagens, vista no processo analógico, como destaca Flusser (1985), mas que, também acreditamos, adquire ainda mais amplitude com o digital.

> O caráter mágico das imagens é essencial para a compreensão das suas mensagens. Imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas. Não que as imagens eternalizem eventos; elas substituem eventos por cenas. E tal poder mágico, inerente à estruturação plana da imagem, domina a dialética interna da imagem, própria a toda mediação, e nela se manifesta de forma incomparável (FLUSSER, 1985, p. 14, grifo do autor).

Mas como lidar com os horizontes descerrados pelo digital? Felinto (2006) observa que "talvez as possibilidades mais instigantes da imagem digital estejam em um questionamento das próprias categorias de natural e artificial", onde "realismo e ficcionalização deixam de fazer sentido em uma cultura que corteja as formas impuras e as mesclas" (p. 422). Para o pesquisador, "escolher a vertente da simulação em detrimento da (re)criação implica pôr um fim à tensão criativa - entre realismo e imaginação, entre documentarismo e ficcionalismo -, que tem marcado a experiência cinematográfica desde seus primórdios" (FELINTO, 2006, p. 427).

Algo, que no nosso ponto de vista, faz ainda mais sentido a partir daquilo que Barbosa Júnior (2011) diz sobre o desenvolvimento do digital, especialmente partir da década de 1990 (graças ao desenvolvimento de *hardwares*, *softwares* e a popularização da computação), quando há uma busca pela ilusão do real e a produção de efeitos especiais. Para este autor, o digital precisa nos levar para além do avanço técnico, está também condicionado às reflexões de ordem artística. Onde o uso dessas ferramentas pelo usuário, munido de conhecimento e práticas artísticas, "deverá mais que as próprias técnicas digitais em si, implicar em reformulação visual da sociedade

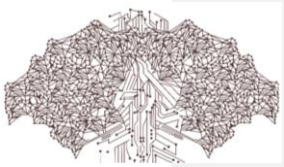
do conhecimento embora esteja na integração e velocidade do universo digital toda sua força revolucionária" (BARBOSA JÚNIOR, 2011, p. 441-442).

Dentro desse outro contexto é que situamos as animações de monumentos de cidades. Acreditamos que a animação pode mais do que preencher as lacunas de imagens indisponíveis. Permitiria também estabelecer, de maneira mais produtiva, o vínculo criativo entre o arcaico, o residual e o emergente", como trataremos mais adiante, para ressignificar o patrimônio nas cidades e a Arte Pública, esta entendida aqui como trabalhos artísticos que assim são definidos por se encontrarem, inclusive, em espaços de grande circulação, que pertencem às ruas e às praças, que modificam as paisagens urbanas de forma permanente ou temporária. Por possuir um conceito amplo (SILVA, 2008, p. 30), a Arte Pública pode se referir a instalação de monumentos em praças, intervenções, revitalização de espaços degradados e apropriação ecológica.

Portanto, "animar para (re)descobrir" nos abre possibilidades de novos encontros não apenas com o digital, mas com os monumentos da cidade usando a tecnologia, visando expandir olhares e vivências do patrimônio cultural. Afinal, não é de hoje que tecnologias digitais e de comunicação em rede possibilitam novas formas de intervenções criativas e de outros meios de reencontro com a memória patrimonial. No caso do uso da animação e o digital, convite para um novo olhar reiterado por Garcia Canclini (2006) quando afirma que as tecnologias de comunicação não raro são vistas como uma questão alheia à área de cultura (GARCIA CANCLINI, 2006, p. 197), capazes de reproduzir estruturas conhecidas, mas podem, por outro lado, também expandir "os usos de bens patrimoniais e o campo da criatividade" (GARCIA CANCLINI, 2006, p. 308-309).

Essas compreensões de Garcia Canclini (2006) acerca da potência das tecnologias comunicacionais nos levam em direção do outro conceito chave – *monere* - que embasa os nossos desejos de dar vida àquilo que habituamos ter como estático nas cidades: os monumentos. Compreender a riqueza existencial tanto do desejo de animar objetos quanto de perceber memórias são os dois movimentos que fazem da animação dos patrimônios e dos monumentos algo bem mais complexo do que podemos supor à primeira vista, seja quando assistimos uma animação na televisão ou seja quando nos deparamos com um monumento erguido em praça pública. Sim, porque se por um lado os conceitos de patrimônio e de monumento remetem a muitos significados, o de animação é inerente ao desejo de dar vida às imagens, algo que sempre acompanhou a humanidade, desde muito antes da invenção do cinema, mas que ganha ainda mais força com o advento da animação digital.

Essa complexidade, reativada pela animação digital, parte do próprio princípio de que a memória é impulsionada pelos sentidos, em ações dinâmicas e complexas onde também atuam



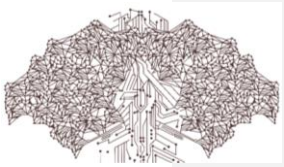
outras afetações - culturais, sociais, afetivas, biológicas, ambientais, etc. -, colaborando em um processo de cognição. A percepção, inclusive a visual que está associada às imagens, é ambiente onde circulam memórias, em múltiplas conexões de tempo e espaço, como discute Eclea Bosi (2003), inspirada por Henri Bergson:

> Não há percepção que não esteja impregnada de lembranças [...] O afloramento do passado se combina com o processo corporal e presente da percepção. Começa-se a atribuir à memória uma função decisiva na existência, já que ela permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no curso atual das representações. Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando com as percepções imediatas, como também empurra, 'descola' estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência. A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora. (BOSI, 2003, p. 36)

Como força subjetiva, a memória adquire contornos multifacetados quando é associada ao urbano, onde circulam e se conectam subjetividades, na elaboração de vivências coletivas. Nas cidades, as memórias individuais se encontram e interagem, colaborando para tecer a memória social e coletiva, que não se resume a soma das partes, mas se expande além delas, em processos por vezes "antropofágicos". Pesavento (2005) explica que a memória social, "onde a percepção subjetiva do tempo que passa encontra sentido na vida coletiva, que ajuda a lembrar e dar significado ao passado", em um determinado ponto se torna "memória coletiva, que corresponde ao modo como, institucional e culturalmente, uma comunidade passa a evocar, construir e transmitir seu passado". E é neste processo que a memória se aproxima de patrimônio:

> Este é ainda o momento chave no qual a história realiza a construção seletiva da memória, ultrapassando a experiência do vivido e tornando patrimônio comum o que recupera do passado e que se passou há muito tempo atrás. Para tanto, a história se apodera da memória, social e coletiva, e a retrabalha, preenchendo lacunas, dando voz aos silêncios, revelando sentidos (PESAVENTO, 2005, p. 14)

É claro que esta aproximação, enquanto cultural, pressupõe também um processo criativo, já que muitas vezes, por ausência de dados, ou por decisões inclusive ideológicas e políticas, estas "lacunas" são preenchidas por versões da história.



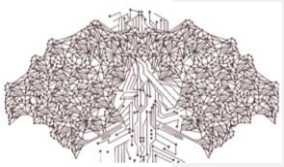
> Assim, estaríamos verdadeiramente no campo da história cultural, a lidar com construções imagéticas e discursivas que se colocam no lugar do acontecido, presentificando uma ausência. E, no caso do passado das cidades, são muitos os silêncios e as lacunas a preencher pelas representações possíveis de serem construídas, dando a ver e ler uma temporalidade e um espaço muitas vezes transformado (PESAVENTO. 2005, p. 15).

Ao situar, portanto, o debate no enfoque sobre memória e patrimônio urbano, a autora ainda enfatiza o dinamismo que há ao acrescentar este último componente ao processo, já que percebe que na cidade tempo e espaço se articulam de forma múltipla e mutante, pois ela "inventa seu passado e cria o seu futuro para explicar o seu presente". Trajetórias de idas e vindas que se dão em um movimento complexo, onde as concepções de patrimônio e de monumento trafegam, contribuindo para remodelações de representações.

Parte da importância do que representam os conceitos de patrimônio e monumento pode ser visualizada na problematização que Freire (1997) faz quando observa que a representação social de patrimônio é algo complexo porque pode se traduzir através das "formas particulares de ver os monumentos, nas múltiplas experiências das dinâmicas urbanas através da relação com os seus objetos históricos e estéticos" (FREIRE, 1997, p. 161). Contudo, se a palavra "patrimônio" atravessa na atualidade as dinâmicas urbanas, isso se deve a uma ampliação que o termo adquire entre as décadas de 1970 e 1980:

> Pierre Nora escreve a propósito: "O ano dedicado ao patrimônio, 1980, fornece-nos um exemplo interessante, pois arremessa o conceito (de patrimônio) à beira da indefinição [...] dez anos antes o Dicionário Larousse (1970) definia como patrimônio 'bens que vêm do pai ou da mãe. O Petit Robert em 1979 o definia como propriedade transmitida pelo ancestrais, o patrimônio cultural de um país. (FREIRE,1997, p. 162)

A complexidade do conceito de patrimônio, portanto, adquire contornos ainda mais dinâmicos quando é associado ao senso de coletividade e cultura. Nesse sentido, patrimônio torna-se "representação da herança cultural", em uma "perspectiva integradora dos bens da coletividade sob a imagem do pertencimento" ou de "herança coletiva" (LIMA, 2013, p. 49-53). Ao longo dos anos, a passagem e compartilhamento de bens da coletividade adquiriram associações de deslocamento temporal, fazendo com que patrimônio fosse definido como "uma linha de heranças" (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013). Mais adiante, "a noção de patrimônio, essencialmente definida sobre as bases de uma concepção ocidental da transmissão, foi amplamente afetada pela globalização de ideias" (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013), o que, a



nosso ver, começa a dar aspectos não-lineares ao conceito. Estas ideias fluem entre (e além) considera-lo desde "o resultado de um processo fundado sobre certo número de valores" até a crítica que recebe, também ao ser associado à cultura e à coletividade:

> A noção de patrimônio cultural coletivo, que transpõe ao campo moral o léxico jurídico-econômico, aparece como suspeita, e pode ser analisada como parte daquilo que Marx e Engels chamaram de ideologia, isto é, um subproduto do contexto socioeconômico destinado a servir a interesses particulares. (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 76)

O fluxo das ideias que atinge a noção de patrimônio, em especial o cultural, vai além da adesão a um ou outro ponto de vista. Para nós o mais importante é problematizar as fronteiras que os separam, buscando compreender as afetações mútuas, os embates e as trocas, em um jogo dinâmico que envolve inclusive poder e resistência. Por isso, recorremos a Garcia Canclini (2006) quando propõe estudar o patrimônio como espaço de luta material e simbólica entre classes, as etnias e os grupos. Questiona com que recursos teóricos "podemos repensar os usos sociais contraditórios do patrimônio, dissimulado sob o idealismo que o vê como expressão do gênio criador coletivo" (GARCIA CANCLINI, 2006, p. 193). Afirma que esse princípio metodológico corresponde ao caráter complexo da sociedade contemporânea. A partir dessa linha de raciocínio traz os estudos de Raymond Williams para propor as bases de uma política cultural e de pesquisa capaz de superar a oposição entre o "tradicional" e o "moderno". Para isso, deve considerar a diferença entre o arcaico, o residual e o emergente, proposta por Raymond Williams.

> O *arcaico* é o que pertence ao passado e é reconhecido como tal por aqueles que hoje o revivem, quase sempre 'de um modo deliberadamente especializado'. Ao contrário, o *residual* formou-se no passado, mas ainda se encontra em atividade dentro dos processos culturais. O emergente designa os novos significados e valores, novas práticas e relações sociais. (WILLIAMS *apud* GARCIA CANCLINI, 2006, p. 198)

Não observar essa construção proposta por Raymond Williams é apontada por Garcia Canclini (2006, p. 198) como uma causa das políticas culturais menos eficazes porque ao se agarrarem ao arcaico ignoram o emergente, uma vez que não conseguem articular a recuperação da densidade histórica com os significadores recentes gerados pelas práticas inovadoras na produção e no reconhecimento. Garcia Canclini (2006, p. 202) é enfático em afirmar que uma política de pesquisa relacionada ao patrimônio não deve se reduzir à tarefa da busca por objetos "autênticos" de uma sociedade. Defende que devemos nos importar mais com os processos que

com os objetos, e não na sua capacidade de permanecer "puros", iguais a si mesmos, mas por sua representatividade social.

Quando se trata dos usos sociais do patrimônio através das tecnologias comunicacionais também se torna indispensável considerar o arcaico, o residual e o emergente para se opor ao dualismo entre o presente e o passado. Mais do que apresentar o patrimônio como um objeto "autêntico" da sociedade (o arcaico), as tecnologias comunicacionais podem nos permitir enxergar novos horizontes daquilo que permanece (o residual) para trazer outras formas de apropriação, novos significados (o emergente).

Essa ampliação de significados também se dá quando se trata do termo "monumento". Freire (1997) o situa como um substantivo que vem do "verbo latino monere - que significa lembrar". Ressalta que etimologicamente a ideia de monumento remete ainda a de mausoléu, "uma das analogias possíveis, segundo Valéry, a museu", o que faria com que "o sentido de monumento" se ligue desde a sua origem, "a uma relação entre morte e maravilhamento [...]" (FREIRE, 1997, p. 94). Já no sentido tradicional, a ideia de monumento jamais deixará de remeter "a um ausente, a um fluxo de tempo passado que a peça através de seus símbolos pretende rememorar, eternizar". (FREIRE, 1997, p. 58). Também não deixaria de propiciar uma "teatralização social de valores" e ao mesmo tempo uma apropriação dessa teatralização por parte do público. Mas quais seriam as memórias que herdamos quando estamos diante de um monumento histórico? Aquelas que estão nas justificativas oficiais para erguê-los?! A exaltação, a consagração de pessoas e de acontecimentos? Ou será que mais do que rastros, vultos do passado, os monumentos históricos estão abertos à interação de histórias e de memórias de diversos tempos e espaços? Ou nas palavras de Garcia Canclini (2006): "estão abertos à dinâmica urbana [...]" (2006, p. 301).

Nesse sentido, mais uma vez voltamos ao que Garcia Canclini (2006) nos ensina ao afirmar que mesmo que a remodelação tecnológica das práticas sociais nem sempre contradiga as culturas tradicionais e as artes modernas, ainda assim pode expandir o uso de bens patrimoniais e o campo da criatividade. Mostra, por exemplo, que assim como os *vídeos games* banalizam batalhas históricas e alguns *videoclipes* tenham tendências experimentais da arte, os computadores e outros usos do vídeo facilitam obter dados, visualizar gráficos e inová-los, simular o uso de peças e informações, reduzem a distância entre concepção e execução, conhecimento e aplicação, informação e decisão. Desta forma, a apropriação múltipla de patrimônios culturais pode abrir possibilidades originais de experimentação e comunicação, com usos democratizadores, como se observa na utilização do vídeo feito por alguns movimentos populares (p. 308).

Ora, então por que não lançar mão das técnicas digitais de animação como algo que nos dê a liberdade de interferir sobre aquilo que está posto visualmente em nosso dia a dia? Fazer isso para se opor à obrigação de apresentar o patrimônio como um objeto "autêntico" (arcaico) da sociedade, para lançar mão daquilo que permanece (residual) para trazer outras formas de apropriação, novos significados (o emergente)? Questões que norteiam o processo criativo do curta de animação audiovisual que propõe dar vida ao monumento a Pedro Teixeira para refletir criticamente sobre a formação da capital paraense, como uma primeira experiência que pode conduzir a uma série onde a animação será utilizada para, de forma lúdica e atrativa, rediscutir o patrimônio cultural, e ainda ser outro recurso para repensar a cidade.

Nessa produção de animação, com modelagem 3D, o uso de novos recursos tecnológicos é feito para socializar saberes e ir ao um triplo encontro. Parte da revisitação da história do monumento a Pedro Teixeira, um presente da Sociedade Portuguesa Beneficente à cidade de Belém, pelos seus 350 anos de fundação, para propor uma reflexão crítica e lúdica sobre a significação cênica dos monumentos da capital paraense. O terceiro encontro se dá no convite à sociedade para a (re)pensar acerca do significado da Arte Pública, do Patrimônio e da Memória, em um contexto de expansão de vivências, através da reflexão acerca do digital e da animação, em diálogos interdisciplinares entre a Museologia, a Comunicação, as Artes e a Tecnologia.

Diálogos estes que permitem ainda o debate acerca da Cibermuseologia e da Cultura da Convergência através do *Transmedia*. Isto porque a animação do monumento a Pedro Teixeira, e outras que possam vir a ser realizadas sob a mesma proposta posteriormente, pode mobilizar vivências em lugares múltiplos, podendo ser disponibilizada tanto para exibições presenciais, dentro ou fora de salas de projeção, nos museus, espaços de patrimônio ou escolas, como através dos vários ambientes da internet, como YouTube e o site do projeto Transcodificações Urbanas, ambientes que podem também ser pesquisados em estudos que considerem a expansão do patrimônio para o ciberespaço, inclusive pela Cibermuseologia, compreendida como o segmento de estudo em Museologia destinado a analisar a expansão dos espaços de museus e de patrimônio para o ciberespaço. Ou ainda como propõe Leshchenko (2015), na Cibermuseologia como "área de discussões museológicas sobre mudanças, problemas e desafios na relação entre museu e seus visitantes causados pela implementação das tecnologias digitais" (p. 240, tradução nossa), o que pode também ser ampliado para estudos sobre patrimônio cultural.

Nesse sentido, ao propormos, com a animação digital de Pedro Teixeira, narrativa voltada para múltiplos espaços, vivenciados na sociedade, almeja-se a reflexão sobre a expansão da cultura através de ambientes *transmedia*, no sentido proposto por Henry Jenkins (2008) e que vem sendo articulado por diversos pesquisadores para se referir a sinergia que ocorre entre mídias,

especialmente, pós-internet. A partir deste conceito trazemos a ideia de transmídia como fenômeno de integração entre as mídias, também para investigar sua aplicação para pensar novos espaços museológicos e de patrimônio.

Cultura digital, transmidiática e ciberconectada que, de forma intensa, veloz e criativa, se amplia e se reinventa, mundialmente, com os múltiplos usos das tecnologias digitais e em rede, que capturam e são capturadas pelos cidadãos, ressignificando a sociedade e reconectando culturas e vivências.

> Na assunção de tecnicidade midiática como dimensão estratégica da cultura, nossa sociedade pode interagir com os novos campos de experiência em que hoje se processam as mudanças: desterritorialização/relocalização de identidades, hibridações da ciência e da arte, dos escritos literários, audiovisuais e digitais, a reorganização dos saberes desde o fluxo e redes, pelos quais hoje se mobilizam não só a informação, mas também o trabalho e a criatividade, o intercâmbio e a aposta em comum de projetos políticos, de pesquisas científicas e experimentações estéticas (MARTIN-BARBERO, 2006, p. 76).

Associando portanto pesquisa científica e experimentações estéticas, dispostas a hibridações entre ciências e arte e a se lançar no fluxo da criatividade e da troca de saberes, com a realização desta obra de animação, pretende-se ainda realizar dois movimentos. De uma parte, contribuir para salvaguarda e preservação do patrimônio cultural paraense em meio digital, colaborando para sua valorização e, ainda, para o compartilhamento de outras possibilidades de releituras críticas. De outra parte, incentivar o diálogo permanente entre os campos de conhecimento – como a Comunicação, a Museologia e a Arte, inclusive o Audiovisual – para favorecer trocas e compartilhamentos, inter ou transdisciplinares, no ato de pesquisa na contemporaneidade. Movimentos que só se justificam com a socialização do conhecimento, que se expande com o ambiente da internet, fazendo com que seja dada nova vida à memória da cidade, revitalizando o patrimônio onde o povo se identifique e se veja representado.

Referências bibliográficas

ALVES**,** Henrique. **A Longa Caminhada para a Invenção do Cinematógrafo**. Porto: Afrontamento, 1988.

BARBOSA JÚNIOR, Alberto Lucena. **Arte da Animação: Técnica e Estética Através da História**. 3ª. ed. São Paulo: Senac SP, 2011.

BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória**: ensaios de psicologia social. São Paulo: Ática, 2003.

CARVALHO JÚNIOR DE, Almir Diniz. **A revolta dos primeiros índios cristãos: guerra e conflitos na construção da Amazônia portuguesa – século XVI**. Fronteiras e Debates. Macapá, v. 2, n. 1, jan./jun. 2015. Disponível: https://periodicos.unifap.br/ index.php/fronteiras/article/viewFile/2515/almirv2n1.pdf> Acesso em: abr. 2017

CHONG, Andrew. **Animação Digital** (recurso eletrônico). Porto Alegre: Bookman, 2011.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução: Bruno Brulon Soares, Marília Xavier Cury. ICOM: São Paulo, 2013. Disponível em: <http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Conceitos-ChavedeMuseologia_pt.pdf>. Acesso em: abr. 2015.

FELINTO, Erick. Cinema e Tecnologias Digitais. In: MASCARELLO, Fernando (org.). **História Mundial do Cinema**. Campinas, Papirus Editora. 2006.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

FREIRE, Cristina. Além dos Mapas. **Os monumentos no Imaginário Urbano Contemporâneo**. São Paulo: Sesc: Annablume, 1997.

GARCIA CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4ª. ed. São Paulo: USP, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LESHCHENKO, Anna. Digital Dimensions of the Museum: Defining Cybermuseology's Subject of Study. **ICOFOM Study Series**, 43, 2015. Disponível em: <http://www.academia.edu/19665480/Digital_Dimensions_of_the_Museum_Defining_Cybermuseologys_Subject_of_Study>. Acesso em: 10 jan. 2018.

LIMA, Diana Farjalla Correia. Museologia, campo disciplinar da musealização e fundamentos de inflexão simbólica: „tematizando" Bourdieu para um convite à reflexão. **Revista Museologia e Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 2, n. 4, p. 48-61, maio-jun. 2013. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/9627/7117>. Acesso em: 10 jul. 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro, Mauad, 2006.

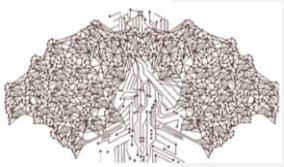
MARTINS, Índia. **Documentário Animado.** In PENAFRIA, Manuela. MARTINS, Índia (Org). Estética do Digital – Cinema e Tecnologia. Rio de Janeiro, Labcom 2007

MORIN, Edgar. **O Cinema ou o Homem Imaginário, ensaio de antropologia**. São Paulo: Realizações, 2014.

MOREIRA NETO, Carlos de Araújo. **Índios da Amazônia. De maioria a minoria. 1750-1850**. Petrópolis, Vozes, 1988.

PAREYSON, Luigi. **Os Problemas da Estética**. Ed. Martins, 2005.

PESAVENTO, Sandra J. Cidade, Espaço e Tempo: Reflexões sobre a Memória e o Patrimônio Urbano. **Revista do Laboratório de Ensino e Pesquisa em Antropologia e Arqueologia da**



Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, v. 2, n. 4, p. 9-17, ago.-dez. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/lepaarq/article/view/893/873>. Acesso em: 15 jan. 2018.

SCHMINK, Marianne. WOOD, Charles. **Conflitos sociais e a formação da Amazônia**. Belém: Ed. UFPA, 2012.

SILVA, Fernando Pedro da. Arqueologia da Memória: a arte em diálogo com as comunidades. In: ALVES, José Francisco (Org.). **Experiências em arte pública**: memória e atualidade. Porto Alegre: Artfolio e Editora da Cidade, 2008. Disponível em: http://www.public.art.br/wordpress/wp-content/uploads/Experiencias_ARTEPUBLICA_download.pdf. Acesso em: 15 jan. 2012.

UFPA. **Monumentos de Belém – Transcodificações Urbanas**. Disponível em: <http://www.monumentosdebelem.ufpa.br/>. Acesso em: diversos 2011-2016.

DESAFIOS DIGITAIS NA EDUCAÇÃO: A EXPERIÊNCIA DAS ESCOLAS DE MACAÉ NO USO DAS TIC

(Tecnologias de Informação e Comunicação)[1]

Luma Aleixo Coelho [2]

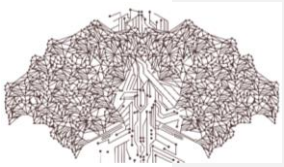
A partir do surgimento das novas tecnologias de informação, os formatos culturais, como: os processos de ensino-aprendizagem, as formas de consumir, produzir e distribuir informação foram impulsionados, ocasionando modificações em suas estruturas. Ao pensar nesses novos formatos culturais o presente artigo investiga de forma teórica e prática essas modificações estruturais de ensino e aprendizagem. As abordagens da pesquisa, foram realizadas através de: análises críticas, nos ambientes escolares onde se encontram as novas tecnologias, e com pesquisa de campo: realizada nas Escolas Públicas da cidade de Macaé.

Para o item de pesquisa de campo foi elaborado questionários com abordagens para os alunos e educadores das Escolas Públicas, com o objetivo de investigar como as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC**)** estão sendo aplicadas no ambiente escolar. A partir do resultado das análises, foi possível obter se elas contribuem ou não para constatar quais são os impactos provocados no uso das mídias interativas e constatar se há alterações nos padrões de ensino, consumo e comportamento. Para o levantamento dos dados, se fez necessário, apresentar o projeto para os gestores educacionais das Escolas Públicas e para Secretaria Municipal de Educação de Macaé **(**SEMED**),** a importância da existência de ferramentas digitais no meio educacional e como a escola pode se aprimorar com as tecnologias nas práticas pedagógicas. Os estudantes, independentemente da idade, apesar de não estarem preparados para a utilização das tecnologias digitais no ambiente escolar, se mostraram mais adeptos às mudanças ao ensino.

Palavras-chave: ensino; tecnologia; cultura; educação; métodos.

1. A EXPERIÊNCIA DAS ESCOLAS DE MACAÉ NO USO DAS TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação). Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Luma Aleixo Coelho. Pesquisadora e bolsista pelo PIBIC. Graduanda de Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense (UFF) e participa do Grupo de Estudos e Pesquisa em Arte e Tecnologia (GEPAT). E-mail: luma1022@gmail.com



INTRODUÇÃO

O Governo Federal juntamente com o Ministério da Educação, criou programas com o intuito de inserir na sociedade o plano digital. O programa foi inserido através do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) de 1999, visando oferecer internet em alta velocidade a toda população a baixos custos, ou seja equipando as escolas, através do Programa Nacional de Tecnologia Educacional (ProInfo) de 1997. O propósito foi de levar às escolas itens como: computadores, recursos digitais e conteúdos educacionais. E em contrapartida as escolas deveriam capacitar os professores para uso das tecnologias, além de providenciar espaços adequados para a criação do laboratório de Informática.

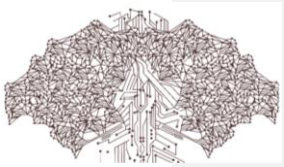
Porém, essa não foi a realidade nas Escolas Municipais, pois o que foi averiguado na pesquisa, foram: laboratórios fechados nas escolas, por falta de capacitação adequada da direção e dos professores; ausência de professores/monitores; ausência de manutenção e medo por parte da direção dos equipamentos serem destruídos pelo mal uso dos estudantes. Há, também, por parte do corpo pedagógico, uma resistência ao uso dos laboratórios de informática nas atividades curriculares. Com base nesses fatos, ressalto que a inclusão digital não se dá somente pelo acesso à computadores e a internet, mas à construção social do indivíduo.

Assim, os objetivos deste trabalho foi investigar qual é a relação das escolas em questão, se estas possuem tecnologia, qual uso fazem das novas mídias digitais e quais são as possíveis dificuldades que essas escolas enfrentam para implementar projetos de desenvolvimento das TIC's junto aos seus planejamentos pedagógicos.

Na busca em compreender o estudo dessa pesquisa em questão. As respostas desses questionamentos foram significativas para esse trabalho que possui como principal justificativa de: servir como possível mediação para um processo de integração entre essas instituições pedagógicas e o processo de apropriação das TIC's. A repercussão dessa pesquisa é a melhoria no desempenho dos alunos e professores na educação básica, colaborando para a evolução das Escolas Públicas não só da cidade de Macaé, mas contribuir com a educação em âmbito nacional.

EMBASAMENTO TEÓRICO

O modelo escolar que conhecemos sofreu alterações com o decorrer dos anos, as modificações foram consequências tanto da influência das novas tecnologias quanto dos



comportamentos de seus usuários. Segundo PENIDO (2016) a educação deixou de fazer sentido para boa parte dos estudantes, gerando consequência de estresse aos professores, pois os resultados não são facilmente obtidos no retorno de aprendizagem, além das dificuldades de preparar as novas gerações para enfrentar os desafios da vida contemporânea. E MORÁN (2004) afirma que a inovação no ambiente educacional é necessária e não precisa ser necessariamente tecnológica, é preciso repensar no currículo educacional, repensar em todo processo de ensino, ver uma nova forma de ensinar, de estar presente com os estudantes, utilizar mais os laboratórios de informática e ciências.

Assim a presença das TIC's, como das mídias e linguagens a elas associadas, se tornam cada vez mais intensas em todas as esferas sociais, e no âmbito educacional também não é diferente, houve um grande aumento no uso das tecnologias dentro das salas de aulas, tantos pelos professores quanto pelos estudantes. De acordo com os dados da pesquisa realizada em 2015 sobre o uso da tecnologia no meio educacional realizada pelo Comitê Gestor da Internet, cerca de: (39%) dos docentes eram usuários de Internet e afirmaram já ter acessado a rede pelo telefone celular em atividades com os alunos. Dentro da matriz curricular de ensino, o local mais citado pelos professores para o uso da Internet foi o laboratório de informática com (34%), seguido da sala de aula (29%). Por parte dos alunos,

o laboratório de informática também foi o local mais citado com (29%) para uso da Internet na realização de atividades escolares, seguido da sala de aula com (16%) e da biblioteca com (15%). Entretanto, os problemas de infraestrutura e da baixa qualidade de conexão à Internet, assim como a falta de formação adequada dos docentes na área tecnológica, foram fatores de limitação no uso contínuo em atividades com o uso da tecnologia.

A partir dos dados levantados em 2015 pelo Comitê Gestor da Internet, percebe-se que ainda são necessárias ações de políticas públicas que minimizem as desigualdades estruturais do País, ações que possam atingir um grande número de escolas, nas quais os laboratórios ainda não são o principal local de acesso à rede de ensino para alunos e professores. A partir do estudo prático desse artigo foi notado que poucos alunos têm acesso aos computadores em suas escolas e o índice de atividades propostas pelos professores é reduzido. Além disso, não há articulações que contribuem diretamente com as tecnologias de informação e comunicação, pois os professores utilizam a tecnologia somente como uma mera ferramenta, ou apropriam-se de softwares educacionais, jogos de computador para ensinar matérias específicas, como matemática e história, essa interação muitas vezes, não despertam o interesse dos estudantes, pois os mesmos possuem um mundo de interação e diversão online em seus aparelhos eletrônicos, os celulares.

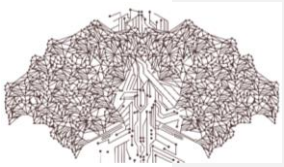
A inclusão das novas mídias tecnológicas no ambiente escolar possibilitaram um novo campo na educação, trazendo novos desafios para sala de aula, tanto tecnológicos como pedagógicos e dentro desse conceito de estudo da inserção das novas mídias foi baseado o estudo desse artigo, pois segundo MORÁN (2012) as tecnologias trazem possibilidades de apoio para o professor e interação entre os alunos em sala de aula. E PENIDO (2016) afirma que o uso das tecnologias pelos estudantes já é de conhecimento comum, as escolas precisam compreender como transformá-las em aliadas da Educação, oferecendo diferentes plataformas digitais para que os estudantes possam aprender com apoio de videoaulas, jogos, animações, textos, exercícios e gráficos, entre outras alternativas, que podem contribuir para criar ou fortalecer comunidades virtuais de aprendizagem, em que professores e estudantes possam compartilhar seus conhecimentos proporcionando uma maior interação e por consequência o melhor aprendizado.

Ao falar sobre a educação e sistemas pedagógicos, PENIDO (2016) afirma que permitir o acesso a um amplo universo de recursos pedagógicos, as tecnologias contribuem para ampliar a qualidade e reduzir as desigualdades na Educação, assegurando ainda o desenvolvimento de competências contemporâneas que os estudantes precisam adquirir para estar mais aptos a enfrentar desafios pessoais e profissionais em um mundo cada vez mais digital. Esse embasamento teórico dos autores citados, permitiu a averiguação na parte prática dessa pesquisa.

METODOLOGIA

O material metodológico utilizado na pesquisa foi baseado na coleta de dados do trabalho realizado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, realizada em 2015 sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas Escolas Brasileiras (TIC). Para embasar a pesquisa de campo realizada na cidade de Macaé, a metodologia utilizada foi através de questionários aplicados nas Escolas Públicas com perguntas relativas ao objetivo da pesquisa.

O questionário foi baseado na análise prática em que, ao todo foram 10 Escolas Públicas participantes do processo dos Ensino Médio e Fundamental I e II. O público-alvo pesquisado foi composto pela gestão administrativa pedagógica, da qual foram inseridos: os diretores, a orientação educacional, a coordenação pedagógica, a secretaria e os bibliotecários, o público de estudantes das escolas, foram: alunos de idade escolar de 8 a 11 anos de turmas do 2º ao 4º ano do Ensino Fundamental I, alunos de idade escolar de 13 a 14 anos de turmas do 8º ano do Ensino Fundamental II e alunos de idade escolar de 17 a 18 anos, de turmas do 3º ano do Ensino Médio.



Para cada grupo pesquisado foi desenvolvido um questionário específico, porém todos os questionários possuem uma base em comum. Tendo em vista a distinção diante de habilidades específicas para o uso do computador, do celular e da Internet conforme a idade, os alunos foram agrupados em dois perfis diferentes, divididos de acordo com a série que estão cursando, Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II e Ensino Médio.

A fim de procurar investigar qual a infraestrutura da escola, os questionários foram pensados nos seguintes temas: infraestrutura das TIC's; a utilização da internet no dia a dia; utilização da internet para estudo; normas de utilização da internet nas escolas, se há ou não; a quantidade de vezes que os laboratórios de informática são utilizados nas escolas; se há laboratórios; quando e onde têm acesso a internet; se possuem internet em casa.

Antes da análise dos resultados foi constatada a existência da Lei Municipal 4101/2015, para as Escolas Públicas de Macaé, sancionada no ano de 2015, pelo prefeito de Macaé e pelo secretário de Educação, que proíbe o uso de aparelhos eletrônicos nas salas de aula, bibliotecas e outros espaços de estudos das escolas.

A coleta de dados nas escolas foi realizada entre os meses de março e junho de 2017 e foi feita por meio de visita às escolas, através de entrevistas conduzidas aos diretores, coordenadores pedagógicos, professores e alunos. A pesquisa foi aplicada em torno de 10 minutos, nas turmas do Ensino Fundamental II e Ensino Médio. Em relação aos alunos do Ensino Fundamental I, não foi possível a interrupção das aulas para o preenchimento do questionário, assim a aplicação deu-se com uma leitura oral do questionário e após cada pergunta, foi feito uma amostragem com os alunos. Exemplificando, de 30 alunos que respondessem de forma unânime, no questionário era dado que os 10 alunos entrevistados responderam unanimamente a questão, caso 15 respondessem positivamente e 15 negativamente, 5 alunos responderam que sim e 5 alunos responderam que não, no caso de 10 alunos responderem positivamente e 20 alunos responderem negativamente, foi necessário fazer regra de três simples, onde 30 alunos é nosso 100%, então precisávamos descobrir o X de 20 alunos, que foi 6,6666, uma dízima periódica, aproximadamente 7 alunos, assim 7 alunos responderam de forma negativa e 3 alunos responderam de forma positiva. A regra de três simples foi aplicada em todas as questões no questionário, quando necessário dos alunos do Ensino Fundamental I.

O número total de estudantes das Escolas Públicas que participaram da pesquisa foram de 180 alunos, já de respostas recebidas da parte da gestão administrativa das 10 Escolas Públicas foram de 29 pessoas. Nas especificações têm-se: do 3º ano do Ensino Médio; os alunos do Ensino

Fundamental I e II totalizaram mais de 120 estudantes sendo Ensino Fundamental II, 4º ano, 10 a 11 anos de idade. Em relação a direção pedagógica, secretaria, orientação pedagógica, a proposta era entrevistar 5 pessoas responsáveis pela gestão administrativa pedagógica da escola, porém, muitas das escolas participantes estavam com os números de funcionários reduzidos, então, foram entrevistados os diretores, figura presente em todas as escolas.

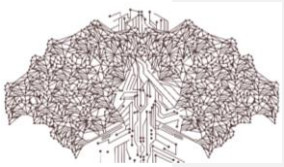
A proposta inicial de pesquisa com o corpo docente foi de 8 professores do Ensino Médio, compondo um quadro de 4 professores responsáveis pelas disciplinas de humanas, 4 professores responsáveis pelas disciplinas de exatas e 2 professores responsáveis pela turma da 2ª série do Ensino Fundamental. Porém muitas das escolas participantes também estavam com o quadro de professores reduzidos. Assim, recebemos 47 respostas vindas do corpo docente das 10 escolas entrevistas realizadas.

No total foram respondidos 17 questionários, sendo: 2 respondidos pela gestão administrativa pedagógica, 5 pelos professores, nas áreas: 2 de exatas, 3 de humanas (o número reduzido de professores e gestores administrativos deu-se pelo fato da escola participante estar com o quadro de funcionários reduzido) e 10 respondidos pelos alunos do 3º ano. A entrevista realizada com os alunos, foi pessoalmente e durou cerca de 15 minutos, foi em uma sala de aula, com uma turma que estava com o tempo livre. A gestão administrativa pedagógica e os professores, por falta de tempo hábil para responder, levaram o questionário para casa e foi agendado uma data para a busca dos questionários preenchidos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os atores educacionais participantes desta pesquisa apresentam uma boa relação com as plataformas online e os meios digitais, seja pelo computador, em casa ou pelo celular. Foi constatado que o acesso online pelos atores educacionais, ultrapassou à 80% de vezes ao dia, chegando a passar 12 horas por dia online, nos consumos de redes sociais e vídeos na plataforma do YouTube[3]. Dos atores educacionais entrevistados, 20 % não possuem acesso online, seja pelo computador, em casa ou pelo celular, devido a sua renda financeira. Os dados da pesquisa mostram que, mesmo possuindo acesso à internet, os atores educacionais ainda não possuem total

[3] Plataforma online de acesso a vídeos de diversos temas.



domínio da ferramenta digital e muitos dos envolvidos (61,7%) aprenderam a utilizar o computador por conta própria ou com a ajuda dos familiares e amigos.

Os resultados demonstraram que os estudantes são os que mais consomem entretenimento online, sendo seu consumo de 89% a 100% de uso de Facebook[4], a porcentagem para os aplicativos Instagram, YouTube, WhatsApp[5] também é alta ultrapassando a 90%. Os estudantes são os que mais possuem conhecimento das novas linguagens tecnológicas relacionado ao celular, porém, quando se trata de aplicativos educacionais, todos os atores envolvidos na pesquisa não possuem interesse ou conhecimento nessas plataformas de ensino.

No questionário para os estudantes foram apresentados opções de outros 10 aplicativos que são: ***Duolingo***[6], ***Slideshare***[7], ***EDU.app***[8], ***Semper***[9], ***Google***[10], ***Wattpad***[11], ***SpeakingPal***[12], ***EstudaVest***[13], ***Ditadura na Memória***[14], ***Física Interativa***[15], para verificação do uso e foram constatados os seguintes dados: 5 são utilizados e com sua porcentagem máxima chegando a 25% no aplicativo *Wattpad*; 18% no *Duolingo*; 13,6% no *Slideshare*; 6,8% no *EstudaVest* e 1,7% no *EDU.app*. O uso da rede para pesquisa online ainda é o *Google* com uso frequente, para todos os envolvidos na pesquisa, ultrapassando 80%. Quanto aos docentes e à gestão administrativa o uso de aplicativos, tanto educacionais quanto de entretenimento são pequenos, sendo o maior consumo em redes sociais, mídias de entretenimento.

[4] Plataforma online de Rede Social.

[5] Plataforma online de comunicação através de número do celular.

[6] Plataforma online de ensino de idiomas gratuito.

[7] Plataforma online de ambiente em ciberespaço, onde se pode baixar atividades elaboradas sob o formato "apresentação de slides".

[8] Plataforma online que possui conteúdos para preparar os estudantes que desejam fazer o ENEM.

[9] Plataforma online que auxilia na memorização de palavras.

[10] Plataforma online utilizada para meios de pesquisa na Internet através de palavras chave.

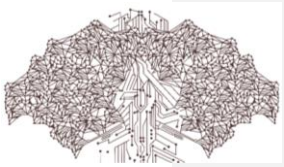
[11] Plataforma online de aplicativo que permite criar novas histórias para ser compartilhada com outras pessoas.

[12] Plataforma online de aplicativo que permite aprender Inglês.

[13] Plataforma online que permite a realização de questões preparatórias para o ENEM.

[14] Plataforma com o maior acervo online sobre a história da ditadura.

[15] Plataforma online de vídeos, exercícios e conteúdos explicativos sobre física.



A relevância de se pesquisar o plano de internet dos envolvidos na pesquisa foi devido ao interesse de saber se há possibilidade do uso de celular fora da rede de internet *Wifi*[16] para o acesso digital online. Facilitando, caso a escola não possua *Wifi* disponíveis aos estudantes, a execução de atividades escolares online no período das aulas. Assim, identificamos que, os alunos do Ensino Médio utilizam mais a rede *Wifi* com pacotes de planos de operadoras de telefonias, com a porcentagem de 79,3% para a rede móvel *Wifi*, 39,7% para a o plano pré-pago e 10,3% para o plano pós-pago. Em contraposição os gestores administrativos utilizam mais o plano pós-pago do que o plano pré-pago e o *Wifi*, com 70,4% para o plano pós-pago, 51,9% para a rede *Wifi* e 29,6% para o plano pré-pago. Os professores utilizam, quase na mesma proporção, a rede *Wifi* e o plano pós-pago, sendo 53,4% do plano pós-pago, 52,2% da rede móvel *Wifi* e 30,4% do plano pré-pago.

Embora as escolas possuam laboratório de informática, é perceptível que não há o seu uso, foi verificado nos questionários o resultado de 77,8%, ou seja, tanto para as aulas de informática quanto para outras disciplinas, muitos professores entrevistados não utilizam o espaço como suporte nas suas disciplinas. Há casos do qual o laboratório de informática foi readaptado para sala de conferências e reuniões. Foi notado que em muitos dos laboratórios são necessários demandas além de equipamentos como constatados, como falta: captação dos educadores, profissionais especializados em computação para auxiliar o uso do laboratório ou de profissionalização dos professores para melhor utilização do equipamento, necessário manutenção periódica que incluí a atualização de computadores. Outros dados levantados foram as datas de aquisição dos equipamentos de informática, em que muitos dos computadores existentes possuem mais de 10 anos nas escolas, foram adquiridos em 2007, através de um programa do governo: Programa Nacional de Tecnologia Educacional (ProInfo).[17]

Apesar do cenário propício para a utilização do celular em sala de aula, seja através dos usos para pesquisas, Apps[18] educacionais, uso de redes sociais para compartilhamento de conteúdo ou videoconferências, muitos dos participantes, seja professor, aluno ou gestores administrativos, ainda não conseguiram aplicar a ferramenta do celular como forma de ampliar e enriquecer as atividades educacionais.

[16] Wireless Fidelity – Rede de tecnologia de comunicação de dados sem a utilização de cabos, ou seja, rede de conexão a Internet sem fio.

[17] Programa que teve como objetivo promover o uso pedagógico da Informática na rede pública de educação básica, através da inovação tecnológica no âmbito educacional.

[18] Aplicativos utilizados em aparelhos de celular para sistemas operacionais de: Android ou IOS.

A Lei 4101/2015[19] que foi instituída pelo Município de Macaé, reforça o pensamento do não uso das ferramentas tecnológicas nas atividade educacionais, ou seja, é uma ferramenta que se bem utilizada poderá contribuir com as novas formas de ensino nas Escolas Públicas. O principal argumento defendido, pelos gestores, pelos professores e pelo secretário de Educação é que os celulares comprometem a capacidade de concentração, como aumentam a indisciplina e o desinteresse no ambiente escolar.

A implementação da lei tem menos efetividade que uma discussão democrática na escola, onde os envolvidos possam gerar um acordo sobre como, quando e onde usar o celular nesse espaço. Impedir que os alunos tenham acesso a todo tipo de informação pelo celular, não é o melhor caminho que a escola deve seguir, e sim ensiná-los a filtrar, explorar com mais autonomia e consciência neste vasto ambiente de informações.

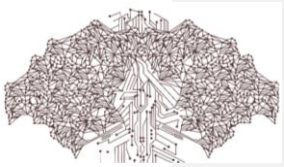
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa teve como objetivo investigar o uso das novas tecnologias e sua aplicabilidade no projeto pedagógico nas Escolas Públicas da cidade de Macaé, interior do Estado do Rio de Janeiro. Com base nos resultados obtidos, notou-se que as Escolas Municipais, ainda não foram inseridas nos meios tecnológicos, pelo fato de não possuírem acesso as tecnologias atualizadas, ou seja, não possuem uma discussão aberta, entre a instituição escolar com a Secretaria Municipal de Educação (SEMED) sobre os benefícios que as novas ferramentas podem trazer ao currículo estudantil, contribuindo para o novo formato estrutural de ensino.

A aplicação da pesquisa nas Escolas Municipais de Macaé foi realizada de forma clara, objetiva e receptiva, não houve dificuldades de entendimento sobre o objetivo da pesquisa, ou resistência dos atores envolvidos, o que tornou possível atender todos os parâmetros objetivados. Foi perceptível que o interesse dos estudantes foi maior durante a abordagem do assunto, independentemente da idade. Os alunos são os que mais convivem com as mudanças tecnológicas e também apresentam uma grande necessidade de instrução.

Segundo COSTA et al (2017) as tecnologias digitais são uma realidade em nossa sociedade, apresentam vantagens nos mais variados contextos. Apesar disto, encontram-se totalmente distantes do ambiente escolar nos mais variados níveis de ensino. O problema desta distância

[19] Lei municipal 4101/2015 que proíbe o uso dos celulares em salas de aula para as Escolas Públicas de Macaé, sancionada no ano de 2015.



relaciona-se com a formação de professores, pois estes não estão preparados para inserir pedagogicamente as tecnologias no ambiente escolar.

É possível perceber a importância da continuidade dessa pesquisa e da discussão do tema, pois no meio educacional, principalmente com os professores, estes além de estarem diretamente lidando com o cotidiano estudantil, eles são os responsáveis de mediar os conhecimentos que serão adquiridos em sala de aula, então a melhor forma seria buscar novas dinâmicas educacionais onde a tecnologia possa ser utilizada pelos alunos de forma consciente e ética.

Consideramos que o grupo de pesquisa GEPAT[20] possa ser o possível mediador entre as Escolas Municipais participantes do projeto junto a universidade, pois o grupo tem como objetivo realizar pesquisas e análises críticas do ambiente das novas tecnologias, seja no campo das artes, no campo da educação, no campo social, buscando compreender os impactos provocados com o uso das mídias, bem como as alterações nos padrões de produção, consumo e comportamento.

A presença da UFF[21] através do GEPAT, reforça o papel de descobertas das novas relações que estimulem o debate sobre nossas formas cotidianas com as relações ao nosso entorno. Ao questionarmos as práticas presentes do nosso cotidiano estamos enfatizando as correntes que o universo da pesquisa acadêmica afirma: "*o questionamento sempre foi a alavanca crucial do conhecimento"* (DEMO, 1997) e que é necessário desconstruir as certezas para alcançarmos um novo patamar do saber.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

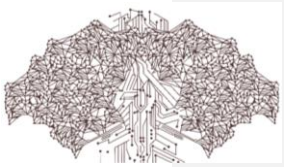
BECKER, Howard. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo, Hucitec, 1993.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: De Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007.

[20] Grupos de Estudos e Pesquisa em Arte e Tecnologia, da Universidade Federal Fluminense – UFF, Campus Rio das Ostras.

[21] Universidade Federal Fluminense



CARR, Nicholas. **A geração superficial: O que a internet está fazendo com os nossos cérebros** - A geração superficial. São Paulo: Agir, 2011.

CASSINO, João; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Software livre e inclusão digital**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede: A era da informação – economia, sociedade e cultura.** Tradução de Roneide Venancio Majer e Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003

DOMINGUES, Diana (Org.). ***Arte e vida no século XXI* – Tecnologia, ciência e criatividade**. São Paulo: Unesp, 2003.

_____. **A arte no século XXI – A humanização das tecnologias**. São Paulo: Unesp, 1997.

BARBOSA, A. F. **Comitê Gestor Da Internet No Brasil. Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes: TIC Kids Online Brasil 2015**. Disponível em <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Edu_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf>Acesso em: 8 março. 2017.

_____. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes: TIC Kids Online Brasil 2015.** Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf>Acesso em: 8 março. 2017.

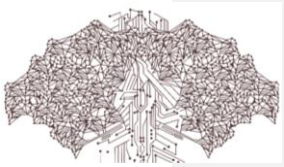
COSTA, Fernanda de Jesus et al. **A necessidade da inserção pedagógica de tecnologias digitais de informação e comunicação em cursos de formação inicial de professores.** Revista Tecnologias na Educação, Ano 9, n. 19, v .19, julho 2017.

DEMO, Pedro. **Conhecimento moderno: Sobre ética e intervenção do conhecimento.** Petrópolis: Vozes, 1997.

FELINTO, Erick; BENTES, Ivana. A**vatar. O futuro do cinema e a ecologia das imagens digitais.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

GRAU, Oliver. **Arte virtual: Da ilusão à imersão**. São Paulo: Unesp/Senac, 2007.

GUATTARI, Félix. **Caosmose: Um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.



LEMOS, André. **Cidade Digital; portais, inclusão e redes no Brasil**. Salvador: Edufba, 2007.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

_____. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

MACIEL, Maria Lúcia; ALBAGLI, Sarita (Orgs.). **Informação, conhecimento e poder: Mudança tecnológica e inovação social.** Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

MATUCK, Artur; ANTONIO, Jorge Luiz (Orgs.). **Artemídia e cultura digital**. São Paulo: Musa, 2008.

PARENTE, André (Org.). **Imagem máquina: A era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

SARLO, Beatriz. **Escenas de La vida posmoderna – Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina**. Buenos Aires: Seix Barral, 2006.

SHIRKY, C. **A cultura da participação.** Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

_____. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações**. Tradução de Maria Luiza X de A Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SOUZA E SILVA, A. **Arte e tecnologias móveis: hibridizando espaços públicos**. In: PARENTE, A. (Org.). Tramas na rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 282-297.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

DIÁSPORAS NA INTERNET: ANÁLISE DE CONTEÚDO DO SITE POR DENTRO DA ÁFRICA[1]

Taís Silva Oliveira[2]; Silvia Dotta[3]; Ramatis Jacino[4]

Resumo

O presente artigo tem como objetivo entender se as publicações do site Por Dentro da África são instrumentos de afirmação das diferenças e se o uso das ferramentas disponíveis na internet colabora para a reflexão das contradições da sociedade (CANCLINI, 2015). Portanto, propomos analisar o conteúdo (BARDIN, 2011) do site apoiados nas concepções de globalização como um novo regime (CANCLINI, 2007), como intensificadora das relações sociais (GIDDENS, 1991) e como fábula e perversidade (SANTOS, 2001). Como resultados encontramos conteúdo publicado que reforça identidades, pautas com questões de utilidade pública, valorização da memória e a formação de uma rede a partir de interesses em comum.

Palavras-chave: diáspora, análise de conteúdo, África, cultura digital, cibercultura

Introdução

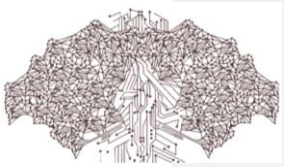
O desenvolvimento das ferramentas de comunicação tem grande importância na configuração da sociedade contemporânea, sobretudo no contexto da globalização. Aqui interessa-nos principalmente a possibilidade do encurtamento das relações sociais sem a necessidade de proximidade geográfica, as conexões que acontecem em razão de interesses em comum e a velocidade com que as notícias transitam, características possibilitadas pela rede mundial de dispositivos conectados na internet (LÉVY, 2010). Para Canclini (2007, p. 31) "as teorias comunicacionais nos lembram que a conexão e desconexão com os outros são parte da nossa

[1] Artigo apresentado ao Eixo 5: O local digital das culturas: povos tradicionais, povos indígenas, diásporas e redes digitais do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais na Universidade Federal do ABC, linha de pesquisa Cultura, Comunicação e Dinâmica Social. E-mail: tais.oliveira@ufabc.edu.br

[3] Orientadora da Pesquisa, Docente da Universidade Federal do ABC, faz parte do corpo permanente de docentes no curso de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais, onde orienta pesquisas de mestrado na linha Cultura, Comunicação de Dinâmicas Sociais. E-mail: silvia.dotta@ufabc.edu.br

[4] Coorientador da Pesquisa, docente do Bacharelado de Economia da Universidade Federal do ABC seu foco de pesquisa é "Desigualdade de Raça, Gênero e Renda". E-mail: ramatis.j@ufabc.edu.br

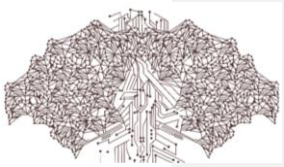


constituição como sujeitos individuais e coletivos" e "já não se trata de decidir se é aceitável considerar a internet como objeto de estudo (...) será possível fazer investigação sem internet?" (2007, p.188).

O site Por Dentro da África é uma plataforma colaborativa dedicada a apresentar conteúdos sobre o continente africano. O portal, que existe desde 2013 e é mantido financeiramente por sua fundadora Natalia da Luz, conta com a colaboração de cerca de 20 pessoas de diferentes países do continente africano como Guiné-Bissau, Angola, Moçambique, São Tomé e Príncipe, Cabo Verde e por pessoas do Brasil, Argentina, Portugal e Alemanha. Nem todos os colaboradores que compõem o site são nativos do continente africano, alguns são estudiosos de temas relacionados à política, artes, negócios, direitos humanos e meio ambiente da região. Pretendemos, portanto, verificar se o conteúdo do site sugere proteção do idioma, da história e aspectos culturais, participação nas comunicações para proporcionar à sociedade informações e repertórios culturais, logo, entender se suas publicações são instrumentos de afirmação das diferenças e se colaboram para a necessária reflexão das contradições da sociedade.

Lugar de fala no contexto da globalização e da internet

O pressuposto da análise do artigo vai de encontro com a possibilidade de se pensar as manifestações sociais na cibercultura (LEMOS, 2015) de grupos considerados "diferentes" como "lugar de fala" caracterizada como um instrumento político que vai na contramão de uma autorização discursiva nas relações de poder, tanto do ponto de vista das mídias quanto das próprias relações sociais (RIBEIRO, 2017). Por "diferenças" ou "os diferentes", Canclini (2007) afirma que são aqueles que não se enquadram nos padrões homogeneizados impostos pela globalização. Para o autor, os recursos interculturais são decisivos para construir alternativas que colaboram com o entendimento de que "os diferentes são o que são, em relações de negociação, conflito e empréstimos recíprocos" (CANCLINI, 2007, p. 17) e assim criar maneiras de ressaltar suas identidades sem necessariamente adotar um padrão preconcebido pelos efeitos da globalização. Esses grupos são localizados em uma hierarquia social e não humanizada o que faz que suas produções intelectuais, saberes e vozes sejam estruturalmente silenciados (RIBEIRO, 2017). Para Ribeiro (2017, p. 63) "isso, de forma alguma, significa que esses grupos não criam ferramentas para enfrentar esses silêncios institucionais, ao contrário, existem várias formas de organizações políticas, culturais e intelectuais". A localização da fala não é necessariamente um espaço físico, pode ser, segundo Sodré (2009) um campo de fluxos que movimenta identificações



e implica uma tomada de posição grupal em meio ao conflito. Portanto, consideramos o site Por Dentro da África um desses instrumentos de fala e discurso no contexto da globalização e da internet, tal como afirma Bardin (2011, p. 20) "por detrás do discurso aparente geralmente simbólico e polissêmico esconde-se um sentido que convém desvendar". Desse modo, descobrir o sentido das publicações do site Por Dentro da África passa pela vontade de saber o que é dito, como é dito e o porquê é dito (FOUCAULT, 1996).

Para Gilroy (2007) a diáspora vai além da codificação no corpo, na "raça" enquanto pertencimento a uma nação, mas ela "problematiza a mecânica cultural e histórica do pertencimento. Ela perturba o poder fundamental do território na definição da identidade ao quebrar a sequência simples de elos exploratórios entre lugar, localização e consciência" (GILROY, 2007, p. 151). Em uma outra perspectiva, a diáspora por Hall (2003) é um não estar efetivamente em casa, nesse contexto as identidades se tornam múltiplas e não é possível se desenvolver sem levar em consideração os "outros" significativos, logo o "outro" passa a ter uma posição marcada de forma diferencial dentro da cadeia discursiva e esse "outro" vai perturbar e subverter a partir de dentro. Hall propõe pensar a cultura popular negra sob a ótica da globalização cultural e do modernismo nas ruas que vá de encontro às práticas populares, cotidianas e descentralizadas, para o autor:

> Esse descentramento ou deslocamento abre caminho para novos espaços de contestação, e causa uma importantíssima mudança na alta cultura das relações culturais populares, apresentando-se, dessa forma, como uma importante oportunidade estratégica para a intervenção no campo da cultura popular. (HALL, 2003, p. 337).

Por sua vez, embora a globalização seja um termo que carece de definição consensual, talvez por se tratar de um fenômeno em constante atualização a partir dos fatos sociais na contemporaneidade, vamos tratar aqui de concepções de globalização que se complementam. Canclini (2007) considera a fragmentação uma das principais características estrutural dos processos desse fenômeno. A globalização, portanto, se apresenta como um conjunto de processos de homogeneização e deve ser percebida como o resultado de múltiplos movimentos, em parte contraditórios, mas que formam um conjunto de narrativas. Já Giddens (1991) afirma que a globalização pode ser definida como uma intensificação das relações sociais em escala mundial. Dessa forma ela permite conexões sociais além do tempo-espaço e essas relações, por sua vez, tendem a fortalecer pressões de autonomia local e identidade cultural. Podemos falar de

identidade cultural a partir do que Canclini (2007) considera diferente e que necessita ser fortalecido, para o autor demarcar a diferença é um ato básico de dignidade de determinados grupos sociais e o primeiro passo para que ela continue a existir. Para Munanga (2015), essa tomada de consciência da diferença é a base primária para os discursos indenitários. O autor considera importante pensar nos modos culturais pelos atritos quais os povos negros sofreram, como o colonialismo e a escravidão.

Para Santos (2001) a globalização tem três faces: a fábula – que prega uma suposta homogeneização e consumo; a perversa – a que vivenciamos atualmente com aumento exponencial de desemprego, pobreza, desabrigo, mortalidade infantil entre outros problemas sociais; e uma outra globalização possível, da qual o autor sugere a apropriação das bases técnicas para serviço dos fundamentos sociais e políticos. Nesse último aspecto há concordância em Giddens (2000), quando o autor afirma considerar a globalização um fenômeno novo e revolucionário, principalmente em razão da evolução dos meios de comunicação que "influenciam dramaticamente todos os aspectos da globalização desde a primeira introdução da impressora mecânica na Europa" (p. 71).

Canclini (2007) assume veementemente sua visão para analisar a globalização:

> Para tratar dos processos globalizadores, deve-se falar, sobretudo, de gente que migra ou viaja, que não vive onde nasceu, que troca bens e mensagens com pessoas distantes, que assiste o cinema e televisão de outros países ou conta histórias em grupo sobre o país que deixou. Gente que se reúne para celebrar alguma coisa distante ou se comunica por correio eletrônico com outras pessoas que não sabe quando irá rever. De certo modo, sua vida está em outro lugar. Quero pensar a globalização dos relatos que mostram, junto com sua existência pública, a intimidade de contatos interculturais sem os quais ela não seria o que é. Como a globalização não apenas homogeneíza e nos aproxima, mas também multiplica as diferenças e gera novas desigualdades, não se pode valorar a versão oficial das finanças e da mídia globalizada – que nos prometem a onipresença – sem ao mesmo tempo entender a sedução e o pânico de chegar facilmente a certos lugares e interagir com seres diferentes. Além do risco de nos sentirmos excluídos ou de sermos condenados a conviver com quem não queremos. Como a globalização não consiste na disponibilidade de todos para todos, nem na possibilidade generalizada de entrar em todos os lugares, é impossível entendê-la sem os dramas da interculturalidade e da exclusão, sem as agressões ou autodefesas cruéis do racismo e as disputas, amplificadas em escala mundial, para marcar a diferença entre o outro que escolhemos e o vizinho compulsório. A globalização sem a interculturalidade é "OCNI", um objeto cultural não identificado. (p. 46)

A visão de Canclini sobre a globalização é que motiva a análise pretendida no artigo. Buscamos entender se o conteúdo do site Por Dentro da África contém relatos do fortalecimento

de suas identidades culturais e da interculturalidade, que para Canclini trata-se da "confrontação e ao entrelaçamento, aquilo que sucede quando os grupos entram em relações e trocas" (2015, p. 17). O que para Malomalo (2017) mencionando Foucault, os movimentos sociais representam maneira de saber e poder locais que se esforçam para o reconhecimento de seus direitos de igualdade e diferença de suas identidades. Nesse ponto, as relações e manifestações sociais estabelecidas na cibercultura elevariam as questões indenitárias a uma potência ainda mais elevada (GONÇALVES, 2009). Para Munanga (2012) o reforço da identidade funciona como ideologia permitindo aos membros do grupo étnico também reforçar a solidariedade entre eles. O autor afirma ainda que a identidade negra tem significância política pois ressalta os aspectos de exclusão em sociedades multirraciais, logo:

> A identidade do mundo negro se inscreve no real sob a forma de "exclusão". Ser negro é ser excluído. Por isso, sem minimizar os outros fatores, persistimos em afirmar que a identidade negra mais abrangente seria a identidade política de um segmento importante da população brasileira excluída de sua participação política e econômica e do pleno exercício da cidadania. (MUNANGA, 2012, p. 11)

A internet pode ser analisada também como artefato cultural que, segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2016) compreende diferentes significados em diferentes contextos e são passíveis de apropriação. Para as autoras não há uma separação entre *online* e *offline*, ambas acontecem de forma fluida e interatuam permitindo diversos recortes temáticos e objetos de estudo (FRAGOSO; RECUERO & AMARAL, 2016). O site Por Dentro da África indica essa junção de *online* e *offline* da qual as autoras tratam, sobretudo pelas características do portal formado por uma equipe espalhada por diversos países do continente africano e de outras regiões. As novas tecnologias de comunicação e informação demandam novos fenômenos observáveis e problematizáveis, sobretudo ao que se refere à transversalidade, a descentralização e à interatividade, fatos que, segundo Lemos (2015), proporcionam a potencialização de vozes e visões diferenciadas. Logo, a internet ao produzir sentido em seres socialmente situados e que fazem de seu uso algo rotineiro (HINE, 2015) torna-se campo de manifestações políticas, comerciais, de propagação de opiniões, de associações e formação de comunidades por interesse. Todas essas possibilidades são passíveis de estudo e vemos no site Por Dentro da África uma oportunidade de análise.

A internet e suas possibilidades pensadas enquanto lugar de fala nos leva a entender esses espaços como rompimento do silêncio de quem foi subalternizado por séculos. É, como afirma Ribeiro (2017) um questionar "quem sempre teve voz e nunca precisou reivindicar sua

humanidade" (RIBEIRO, 2017, p. 90). Portanto, ao considerar a comunicação não somente uma maneira de expressar, se colocar no mundo e produzir sentidos por meio de suas teias de significação (GEERTZ, 2008) em seres socialmente situados, consideramos a comunicação um direito fundamental, tal qual afirma Munanga (2014):

> Finalmente, de que temos realmente medo? Das diferenças ou das semelhanças escondidas atrás das diferenças? O ego e o alter estão sempre juntos, numa relação dialógica. Não há uma sociedade multicultural possível sem o recurso a um princípio universalista que permite a comunicação entre indivíduos e grupos social e culturalmente diferentes. Mas também não há uma sociedade universal possível se este princípio universalista comanda uma concepção de organização social e de vida pessoal que leve alguns a se julgar superior aos outros. Deve-se criticar a identificação dos direitos do homem com certas formas de organização social, em particular com o liberalismo econômico, mas é também importante afirmar o direito à liberdade e à igualdade de todos os indivíduos nos limites que não devem franquear nenhum governo, nenhum código jurídico, e salvaguardando-se ao mesmo tempo os direitos culturais e os direitos políticos como a liberdade de expressão e de escolha. (MUNANGA, 2015, p. 43)

Metodologia

A metodologia proposta no artigo compreende a análise de conteúdo do site Por Dentro da África. Essa técnica é utilizada para analisar as comunicações em seus diversos suportes, aqui especificamente falamos do suporte linguístico escrito nas plataformas disponíveis na internet, como os sites. Alinhada à verificação e à interpretação, a análise de conteúdo visa, a partir da problemática teórica proposta no artigo, uma descrição analítica do conteúdo das mensagens a partir da concepção dos seus significados de maneira objetiva, sistemática e qualitativa classificando o conteúdo para prosseguir na interpretação do mesmo. Dessa forma, o tratamento do conteúdo a partir da categorização sistêmica nos aproxima do objetivo pretendido no artigo, ou seja, verificar se as publicações do site Por Dentro da África são instrumentos de afirmação das diferenças e se colaboram para a reflexão das contradições da sociedade. E, num segundo momento, por meio da dedução lógica é que se pretende abstrair conhecimento a respeito do emissor do conteúdo para responder questões a respeito da motivação do enunciado e suas prováveis consequências (BARDIN, 2011).

Selecionamos artigos publicados no ano de 2017 na categoria "Reportagens Exclusivas" do site Por Dentro da África para a análise de conteúdo. Bardin (2011) considera a análise do conteúdo um procedimento sistematizado de técnicas que visam a descrição das mensagens a partir de indicadores que propiciem a inferência de conhecimentos sobre a produção e recepção

destas mensagens. Além da coleta do conteúdo e para auxiliar na análise qualitativa do material, faremos a mineração do texto com a Sobek Mining, ferramenta desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa Gtech.Edu da UFRGS para mineração de texto, que seleciona, a partir da leitura automática dos textos, os termos recorrentes e os apresenta em forma de grafos, como no exemplo de visualização na Figura 1 (LORENZATTI, 2007).

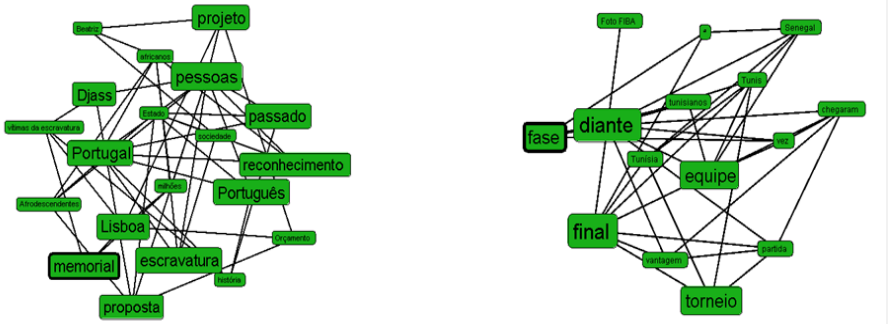


Figura 10 Exemplo de visualização gerada no Sobek Mining | Fonte: os autores

Análise de conteúdo do site Por Dentro da África

A base de dados para análise conta com 52 reportagens exclusivas[5] publicadas no ano de 2017 e seus cinco principais conceitos resultantes da mineração de texto realizada na ferramenta Sobek Mining. Ao categorizar as reportagens encontramos nove principais áreas temáticas, sendo que história – com textos que também abordam a valorização da cultura e memória, esporte e política são os mais abordados, juntos representam 71% do conteúdo com 14, 13 e 10 publicações respectivamente, como mostra o Gráfico 1.

[5] A lista com títulos, links e termos mais recorrentes encontram-se disponíveis em: http://taisoliveira.me/base-por-dentro-africa/

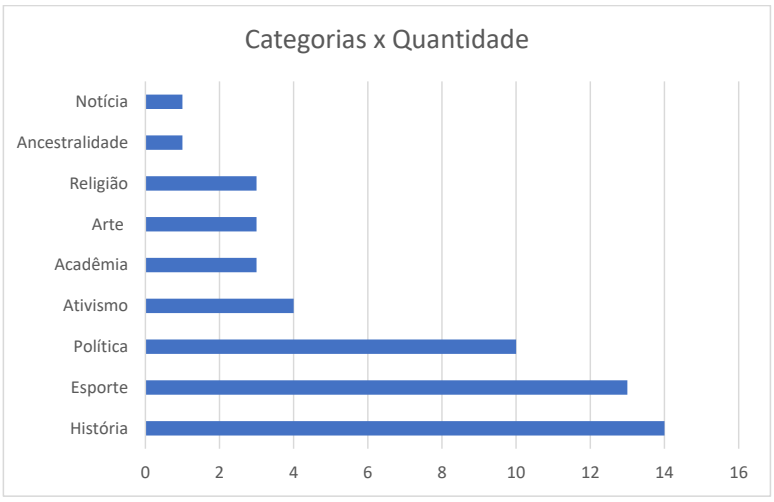
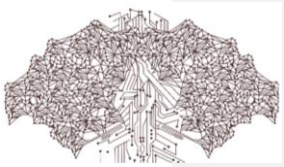


Gráfico 1 - Categorias versus Quantidade de publicações | Fonte: os autores

Nos textos da categoria história, temos a exemplo de "'Outros negros', por Ademir Barros dos Santos", o autor fala sobre buscar outras posturas para o fim da narrativa única de dominação europeia, faz ainda um resgate histórico dos emigrantes involuntários obrigados compulsoriamente a trabalhar, aborda o significado das senzalas enquanto local coletivo e apresenta uma abordagem familiar e de união do local. Já o texto "Ingombotas e Bairro Operário: a história de dois bairros de Luanda", aborda as ações do colonialismo, da transferência da cultura e ideologias imperial que ocorreram em Luanda, Angola. O autor dá ênfase para o bairro de Ingombotas que era local de permanência das elites crioulas nativas e do bairro Operário, chamado dessa maneira por residir grande parte dos operários da companhia de ferro e água.

No texto "'O iorubá precisa ser reconhecido como parte da nossa cultura', diz Marcio de Jagun" a autora fala da importância do ioruba na língua portuguesa, da necessidade de retomar essas origens e tratá-las como patrimônio cultural, as falas complementares do texto pertencem ao professor de cultura iorubá Marcio de Jagun, autor do livro "Yorubá: Vocábulo temático do Candomblé", lançado pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) que em um dos trechos afirma "O candomblé nagô é calcado na cultura iorubá, os nossos deuses são invocados e chamados para dançar através dos **'orin'** (cânticos para os orixás), em nosso **'ṣiré'** (dança



utilizada para louvor aos orixás). Os nossos orixás são cultuados sempre a partir desse idioma – explicou Márcio, que também é autor de 'Orí: a cabeça como divindade'".

Os dois textos da categoria "academia" são "Juan Tomás Ávila : 'Devemos fazer um ativismo intelectual para desmontar estruturas coloniais'" e "'Democracia acadêmica e liberdade científica em Angola', por Domingos da Cruz", ambos abordam a importância da ciência para o desenvolvimento da sociedade e da importância de fortalecer e valorizar o pensamento e a religiosidade africanos, em trecho afirma "'Porque os africanos querem avançar com estruturas que não os pertencem ou que não funcionam para eles?'", questiona. Ele cita como exemplo o conceito de unidade nacional, que é repetido como um mantra por governos autoritários ou ditatoriais. 'Não estou pedindo a destruição destas construções, mas, durante muito tempo, muitas pessoas morreram porque atentavam contra este conceito. Não pode ser que uma construção colonial criada para submeter o povo africano seja invocada ainda hoje com os mesmos objetivos', avalia."

Nos textos sobre política são abordados temas como democracia, políticas sociais entre países, nova lei do aborto, eleições e o uso das tecnologias e reflexões acerca da conjuntura política de vários países do continente. O conteúdo da categoria religião abordam sobretudo orixás e terreiros de candomblé, em trecho da entrevista com o fotógrafo brasileiro Roger Cipó o mesmo afirma "Ainda hoje o ser negro é criminalizado em nossa sociedade. Nos últimos anos, temos visto um avanço de grupos extremistas brasileiros. Os ataques às casas de umbanda e candomblé são crescentes. Neste momento, também enfrentamos uma luta que propõe a criminalização da nossa religiosidade. Quando enfrentamos um projeto de lei que quer organizar a nossa forma de se alimentar e de existir, entendemos que isso se dá por conta do racismo vigente".

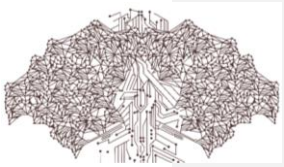
A categoria história é a mais representativa em termos de quantidade e vemos nisso um significado implícito a respeito da necessidade de retomar a memória e os períodos de luta contra a escravidão, valorizar a linguagem, os ritos e ritmos religiosos, enfatizar as características do próprio continente na atualidade e trilhar caminhos para um avanço decolonial contínuo. Os textos de academia e ativismo demonstram a existência de intectualidade crítica e em sintonia com a ciência, afirma portanto, que o continente africano também produz e pode ser referência no campo intelectual e acadêmico. Já a reportagem sobre o brasileiro Roger Cipó notamos a participação dos descendentes de africanos, como o próprio fotografo. Nesse caso podemos notar também os resultados da diáspora dos povos africanos que mesmo com a tentativa de destruir toda a sua cultura e esfacelamento de sua coletividade pôde em séculos de regime escravocrata no Brasil manter suas tradições religiosas, culturais e de oralidade passando de geração em geração.

Ao todo foram encontrados 260 conceitos e alguns se repetem com mais intensidade, vide Figura 2. Podemos verificar a presença de termos como nomes de cidades, países e de pessoas citadas nos textos e ainda o destaque a termos como “escravos”, “cultura”, “história”, “africanos”, “diásporas” e referências religiosas como “Oxum”, “Oxalá” e “Yemanjá”, desse modo podemos afirmar que o conteúdo da sessão de reportagens exclusivas do site Por Dentro da África reforça a ideia de identidade e diferença levantada por Canclini (2015), na medida em que resgata histórias, religiosidade e aspectos políticos e sociais como o período escravocrata.



Figura 11 Nuvem de palavras com os conceitos encontrados

Além disso, podemos observar as características da globalização levantadas pelos autores aqui citados, tais como intensificação das relações sociais (GIDDENS, 1991) – na medida em que o site Por Dentro da África desenvolve uma rede de pessoas de várias localidades e contextos para abordar temas relacionados a um continente específico; a globalização como fábula e perversidade (SANTOS, 2001) – pois parte do conteúdo destaca problemas sociais provavelmente causados por questões econômicas e de consumo como nos textos sobre políticas públicas, racismo e ativismo encontradas em reportagens como “Pintar permite reivindicar questões abandonadas pelos líderes”, diz Roberto Mendes, “Muitas vezes, a mídia e ONGs reforçam uma ideia errada sobre as africanas”, diz Nadifa Mohamed, Conferência reuniu mais de 20 nacionalidades para debater ativismos na África, Música para conscientizar: Projeto na Tanzânia



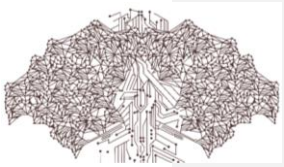
combate preconceito contra pessoas com albinismo, "Medida de segurança": Agentes da Etiópia obrigam passageiros a defecar e Campanha pede liberdade para cartunista preso na Guiné Equatorial.

No conteúdo sobre migrantes e refugiados de título "Congolinária: 'Usamos a gastronomia para contar a nossa história', diz Pitchou Luambo", podemos notar o que Canclini diz sobre falar de "gente que migra ou viaja, que não vive onde nasceu, que troca bens e mensagens com pessoas distantes" (2007, p. 46) para debater a globalização e entender como tais pessoas vivem e sobrevivem a questões como racismo, preconceitos, saudade do país e da família, reforço e resistência cultural. Sobretudo nos trechos "**Congolinária** é a possibilidade de mostrar para as pessoas a história que os brasileiros desconhecem. Falamos da cultura africana (da congolesa, principalmente), da gastronomia, dos direitos dos animais, da situação dos refugiados… Os visitantes entram, comem e saem diferentes", "Percebemos que, aqui no Brasil, havia muito preconceito em relação à minha cultura, por isso criei uma campanha de sensibilização em defesa dos refugiados e, mais tarde, o Congolinária" e "Essa comida é muito mais do que um alimento, está ligada à nossa cultura. Muitas dessas receitas eu aprendi com meus pais e avós. Temos um país com mais de 400 etnias. A partir da comida, conseguimos aproximar as pessoas".

Conclusão

Com uma sociedade constantemente conectada na internet é possível suscitar temas, debates e relações de e entre grupos bastante específicos, entre eles grupos étnicos que se organizam para tratar de temas comuns. Partindo da premissa que a utilização da internet estimula o desenvolvimento do grupo e das manifestações sociais na cibercultura aqui pretendido para análise, temos de ter como linha condutora do a consciência da existência de tópicos como racismo, relações de trabalho e lutas do movimento negro. É possível concluir, portanto, que a comunicação, a internet e a tecnologia apropriadas por determinados grupos sociais podem ser utilizadas para desenvolver uma outra globalização possível, assim como almejava Milton Santos.

A partir do conteúdo disponibilizado no site Por Dentro da África se estabelecem relações de interesses em comum, como pessoas do continente africano, residentes ou os emigrantes em outros países, que buscam reafirmar sua identidade cultural ou até mesmo afrodescendentes que pretendem conhecer suas raízes. Dessa forma, o conteúdo *on-line* contribui para a constituição do indivíduo e do coletivo e para além, Ribeiro (2017, p.43) propõe uma reflexão ainda mais profunda "quando pessoas negras estão reivindicando o direito a ter voz, elas estão reivindicando



o direito à própria vida". O uso de ferramentas de comunicação para propagar conteúdo a respeito de suas trajetórias é também de recorrer ao direito de permanecerem vivos. A perversidade, não só da globalização, mas desde as primeiras explorações europeias dessolam sociedades, invisibilizam suas histórias e valores. A reunião de uma rede organizada também sinaliza tempos de esperança por uma globalização possível.

Percebemos ainda que o site Por Dentro da África faz uso da plataforma e da rede mundial de computadores como alternativa de mídia, dessa maneira produzem e compartilham narrativas de denúncia, resgate histórico e até mesmo sobre suas práticas desportivas, conteúdo que, talvez, não fossem aceitas em mídias hegemônicas. Encurta as relações na medida em que dialoga com quem está em condição de diáspora e também oferece a esses a oportunidade de falar, como no caso de Pitchou da Congolinária. O conteúdo pensa sujeitos individuais e coletivos na medida em que oferece conteúdo com foco em questões individuais e ao mesmo debate política, educação e resgate histórico de povos de todo continente e seus descendentes. Afirma as diferenças ao assegurar veementemente quem são e manifestam suas posições sociais na cibercultura, um lugar de fala determinado e proprietário, embora nos meios hegemônicos suas vozes são ainda estruturalmente silenciadas. O sentido do discurso na internet aparenta conter exatamente o que se pretende no enunciado do site "O Por dentro da África compartilha informações para que possamos aprender juntos!", fazendo jus à formação da rede na internet e ao mesmo tempo fora dela.

Em relação ao questionamento levantado por Canclini em "será possível fazer investigação sem internet?" (2007, p.188), podemos perceber a internet e a maneira como ela é utilizada de grande valia para pesquisas nos mais variados campos do saber. Assim podemos considerá-la um arena repleta de informação a serem observadas e interpretadas.

A tecnologia, segundo o autor, age para promover a renovação sociopolítica, favorece o diálogo e a união entre os parceiros comuns. Ao pensar a América Latina, Canclini afirma a inviabilidade de um projeto único econômico e comunicacional em decorrências das diversas culturas presentes na região, desse modo ao pensarmos o continente africano temos o mesmo paradigma visto que a região possui 54 países com diversidade de características. Para o autor um projeto comunicacional representa um lugar de fala importante, uma vez que questiona como as pessoas podem ser representadas enquanto sujeito numa dominação completa da grande mídia, logo alternativas como o site Por Dentro da África podem representar essas possibilidades almejadas pelo autor. É preciso, portanto, observar esses movimentos e pensar teoricamente em sujeitos

coletivos de maneira que nos permita compreender as iniciativas sociais, conflitos e práticas de classes e grupos (CANCLINI, 2015).

Referências Bibliográficas

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** 1ª ed. 1ª reimp. São Paulo: Edições 70, 2011.

CANCLINI, Nestor A. **A Globalização Imaginada**. 1ª reimp. São Paulo: Iluminuras, 2007.

_____, Nestor A. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade.** 3ª ed. 1ª reimp. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. 3ª ed. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **A arqueologia do Saber**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2016.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1ª ed. 13ª reimpressão. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da Modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

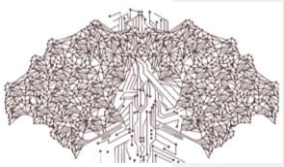
_____, Anthony. **Mundo em Descontrole**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GILROY, P. **Entre campos: nações, culturas e o fascínio da raça.** São Paulo: Annablume, 2007

GONÇALVES, Márcio Souza. Minoria, identidade e virtualidade. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. (Orgs.). ***Comunicação e cultura das minorias***. 2ª ed. São Paulo: Paulus, 2009.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidade e mediações culturais. Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Liv Sovik (org); Trad. Adelaine La. Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no. Brasil, 2003.

HINE, C. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday**. Huntingdon. GBR: BloomsburyPublishing, 2015.



LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 7ª. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3ª ed. São Paulo: 34, 2010.

LORENZATTI, A. **Sobek: uma ferramenta de Mineração de Textos.** Trabalho de Conclusão de Curso. Caxias do Sul: departamento de Informática/UCS, 2007.

MALOMALO, Bas'llele. **Repensar o multiculturalismo e o desenvolvimento no Brasil: políticas públicas de ações afirmativas para a população negra (1995-2009): volume 1.** Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2017.

MUNANGA, Kabengele. **A questão da diversidade e da política de reconhecimento das diferenças.** Revista Crítica e Sociedade, v. 4, n. 1, p. 34-45, 2014.

_____, Kabengele. **Negritude-usos e sentidos**. Autentica, 2015.

_____, Kabengele. RISO NEGRO E IDENTIDADE. **Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN),** [S.l.], v. 7, n. 16, p. 03-11, jun. 2015. ISSN 2177-2770. Disponível em: <http://www.abpnrevista.org.br/revista/index.php/revistaabpn1/article/view/91>. Acesso em: 31 jan. 2018.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2017.

SANTOS, Milton. **Por uma outra Globalização – do pensamento único à consciência universal**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

Sobek Mining. Disponível em: < http://sobek.ufrgs.br/index.html>

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO,. Alexandre. (Orgs.).***Comunicação e cultura das minorias***. 2ª ed. São Paulo: Paulus, 2009.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

DISCURSOS SOBRE O CORPO FEMININO EM TORNO DE SOCIABILIDADE F*ITNESS* NO INSTAGRAM[1].

Lisieanne Barberino[2]; Karla Freitas[3]

Parte de uma pesquisa em fase embrionária, o presente trabalho tem por intuito discutir a naturalização do "feminino", a partir dos discursos em torno da modelação de corpos de *webcelebridades* fitness. A cultura fitness e suas mulheres hipertrofiadas põem em disputa a construção de uma feminilidade ligada a fragilidade que supostamente é inerente ao corpo feminino. A emergência de corpos fora do padrão estético vigente revela fragilidades a cerca da construção de feminilidade. Desse modo a supremacia anatômica dos corpos deixa de fazer sentido e a convencionalização se revela.

Palavras-chave: corpo, gênero, feminilidade, instagram, fitness.

1 APRESENTAÇÃO

A constante exposição de corpos belos e musculosos em espaços de sociabilidade *online*, tal como o Instagram[4], seduz usuários com soluções para qualquer deslize da natureza, estilo de vida ou castigo do tempo. "Emagreça com saúde", "livre-se dos quilinhos extras", "conquiste o bumbum dos seus sonhos", "deixe a barriga sarada" são algumas das promessas que convocam, sobretudo mulheres, a irem atrás do tão sonhado corpo ideal.

A cultura da boa forma há pelo menos um século vem sendo disseminada de maneira didática através de jornais diários, programas de rádio, revistas e programas de televisão. Com a democratização do acesso à internet, tal cultura encontrou mais um espaço de propagação, disseminação de seus valores e encontros de pessoas interessadas pela temática. Se em meados dos anos 2000, vivemos o período de popularização de *blogs* voltados para o cuidado com a aparência feminina (moda, maquiagem, esmaltes, etc), na passagem dos anos 10 houve o aumento dos espaços e conteúdos dedicados ao cuidado com o corpo (alimentação, emagrecimento,

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 07 – Desconstruindo gênero: pós-gênero, transgênero e gênero fluidos, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Mestre pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom-UFBA). Membro do Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologias Digitais e Sociedade (GITS). E-mail: lisibarberino@gmail.com

3 Mestre pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom-UFBA). Membro do Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologias Digitais e Sociedade (GITS). E-mail: kacerqueira@gmail.com

[4] Disponível em: <http://instagram.com>.

musculação, etc).

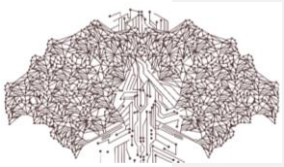
Manter-se bela é o imperativo e o Instagram tem se transformado em um verdadeiro manual catequizador desse fervor, quase religioso, que é o *fitness*. Concentrando boa parte das blogueiras *fitness*, esta plataforma de rede social digital inaugura um novo tipo de *webcelebridades* as chamadas *instafitness* ou musas *fitness*, mulheres que fazem sucesso na rede com publicações sobre a intensa rotina de malhação, dicas de alimentação e *selfies* suados. Tais musas têm perfil semelhante. São jovens, bonitas e se dedicam intensamente a seguir o estilo de vida que propagam: um corpo bonito e saudável está ao alcance de todas que possuam a dedicação e a disciplina necessária. Entre as *webcelebridades fitness* brasileiras destacam-se nomes como Bella Falconi, Gabriela Pugliesi e Gracyanne Barbosa.

Seguindo os discursos sobre o corpo e a aparência feminina em ambientes de sociabilidade *fitness* no Instagram, esse trabalho objetiva mostrar de que modo a construção e modelação do corpo feminino põe em jogo as características de uma cultura e de uma história especifica sobre o "feminino" e a "feminilidade". Visto que os padrões de beleza perpetuados socialmente não só doutrinam as mulheres, mas perpetuam estereótipos de gênero, torna fundamental questionar sobre os discursos que buscam essencializar e engessar a autonomia humana em papéis sexuais e performances de gênero bem definidas.

Visando alcançar tal objetivo, foram observadas e coletadas as publicações realizadas por 3 celebridades *fitness* em seus perfis pessoais do Instagram, no mês de agosto de 2017, bem como os comentários publicizados por sua audiência em torno do que é, ou não, um corpo feminino ideal. Durante a análise serão apresentadas reproduções de conteúdos que ilustram as barreiras de gênero em busca do corpo desejado, assim como algumas estratégias discursivas utilizadas pelas chamadas musas *fitness* ao propagarem seu estilo de vida.

Apesar da grande popularidade das musas *fitness* e dos inúmeros perfis que poderiam servir de objeto de análise, na construção do presente artigo, optamos por selecionar o perfil das brasileiras Gracyanne Barbosa (@graoficial), Gabriela Pugliesi (@gabrielapugliesi) e Bella Falconi (@bellafalconi). Tal escolha se deve por tais celebridades serem bastante ativas no Instagram, concentrarem mais de 3 milhões de seguidores cada, possuindo, inclusive, o "selo de autenticidade"[5] para figuras públicas.

[5] Este é um recurso fornecido aos participantes do Instagram que garante a veracidade de contas de pessoas públicas ou marcas.



2 FEMINILIDADE, CORPO E O BINÔMIO SEXO-GÊNERO.

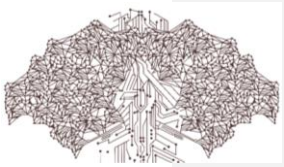
Michel Misse (2007) ao traçar um estudo sobre o estigma do passivo sexual, discute o mito da feminilidade e os papéis sociais historicamente atribuídos a mulher. Em sua pesquisa, o autor apresenta um quadro da feminilidade e da virilidade que pode ser conferido abaixo:

Quadro 1: Atributos da Feminilidade e da Virilidade

Feminilidade	Virilidade
Doce	Duro
Sentimental	Frio
Afetiva	Intelectual
Superficial	Profundo
Improvisadora	Planificador
Frágil	Forte
Liberal	Autoritário
Dependente	Independente
Protegida	Protetor
Tímida	Agressivo
Recatada	Audaz
Volúvel	Constante
Sedutora	Conquistador
Insegura	Seguro
Monogâmica	Poligâmico
Virgem	Expert
Fiel	Infiel
Sacrificada	Cômodo
Passiva	Ativo

Fontes: Mead, Margareth. Macho e fêmea; Beauvoir, Simone de. O segundo sexo; Gissi, Jorge. Mitologia de La femineidad; Klein, Viola. El caracter feminino; e Ruitenbeek, Hendrik M. El mito Del machismo.

Como é possível observar no Quadro 1, o conjunto de estereótipos referentes a "feminilidade" apresenta a mulher do ponto de vista psicológico, entre outras coisas, como um ser passivo e inseguro, em oposição a um homem ativo e seguro. Essas características psicológicas constantemente atribuídas ao "feminino" colocam a mulher em uma posição inferior e de desvantagem perante a tudo que é "masculino", e portanto, dominante. Dos vinte e um atributos listados no quadro, apenas um está relacionado diretamente com a constituição física feminina ("frágil"), característica que reforça a condição subalterna da mulher ao homem. Tal propriedade



por estar ligada ao que se entende como biológico constitui um indício ainda mais forte sobre como a condição "natural" da mulher é usada como matéria prima principal da estigmatização feminina (MISSE, 2008).

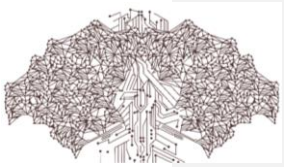
Ao retornarmos a famosa frase proferida por Simone de Beauvoir: "Ninguém nasce mulher: torna-se mulher" (BEAUVOIR, 1949), podemos pensar sobre a importância do movimento feminista na desconstrução da ideia de que ser mulher ou ser homem é uma consequência natural de uma herança biológica que nos determina. A ruptura com a continuidade entre natureza biológica (macho e fêmea) e nosso comportamento social como homens e mulheres nos lembra que a construção da identidade feminina é um longo processo (histórico, social, cultural, etc.) no qual vários atores se encarregam de moldar os corpos e "conformá-los às imagens que se espera de uma pessoa que nasce com anatomia e fisiologia de um ser da espécie fêmea dentro do gênero humano" (DINIS, 2013, p.124).

A construção das identidades sociais femininas e masculinas são reforçadas a partir da naturalização das diferenças. Ao acompanhar gestantes durante a realização de exames ultrassonográficos, Chazam (2008) pôde observar que a revelação precisa do sexo fetal raramente era percebida de modo indiferente ao prisma de gênero: meninos deveriam ser fortes e bem desenvolvidos e meninas pequenas e delicadas. As expectativas expressas pelos pais demonstram que há investimento social para o fortalecimento da pretensa naturalidade do que é ser mulher ou ser homem.

As expectativas de comportamento e performance podem se manifestar em nosso cotidiano de maneira sutil e aparentemente inofensiva. Ainda que as identidades femininas e masculinas sejam constantemente naturalizadas, as categorias sexo e gênero são coisas distintas:

> [Os termos] sexo e gênero são úteis para a análise uma vez que contrastam um conjunto de fatos biológicos com um conjunto de fatos culturais. (...) utilizaria o termo "sexo" apenas para falar da diferença biológica entre macho e fêmea, e "gênero" quando me referisse as construções sociais, culturais, psicológicas que se impõem sobre essas diferenças biológicas (SHAPIRO apud PISCITELLI, 2002, p. 12).

Dito de outro modo, o sexo não é sinônimo de feminino ou masculino, nem mesmo determina as práticas sexuais de uma pessoa (sexualidade), apenas faz referência às representações que construímos sobre características anatômico- fisiológicas, que definem se a pessoa irá ser considerada macho ou fêmea na espécie humana. Enquanto ser mulher e ser homem, ou ainda feminino e masculino, diz respeito as construções sócio-históricas-culturais que variam de acordo com tempo e espaço (DINIS, 2013).



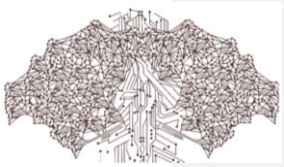
Apesar da mencionada definição de sexo e gênero ser um avanço em relação à naturalização e à essencialização de atributos femininos e masculinos, ela apresenta diversos problemas, dentre os quais destaca-se a manutenção de dicotomias: a rígida separação entre natureza e cultura, o binarismo sexo-gênero como par inseparáveis,

> além da circunscrição dos pares cartesianos corpo-mente e individual-social. Além disso, nota-se a falta de historicidade e relativização dos conceitos, assim como o esclarecimento de suas raízes epistemológicas (PISCITELLI, 2002, p. 13).

Judith Butler (2003), pesquisadora norte-americana sobre os estudos de gênero, utilizou a teoria da performatividade para expor o gênero como um produto performativo. Na concepção butleriana de gênero, somos frutos de discursos que formatam nossos corpos. Não nascemos mulheres ou homens, mas nos tornamos mulheres e homens através de reiterações discursivas que formam e sustentam o gênero. Com essa afirmação, Butler (2003) afasta a supremacia anatômica sobre os corpos, e traz a tona o debate sobre a epistemologia do gênero. Para a autora, o gênero é uma "estilização" do corpo conformado ao dado estilo que o convenciona, que se refere a uma repetição de normas e de leis que acordam práticas e comportamentos através do discurso. Assim, não há gênero sem discurso, já que este, é justamente o que regula como um dispositivo aquilo que é gênero.

John L. Austin foi o precursor do desenvolvimento da teoria da performatividade linguística. Em uma série de conferências, que postumamente se tornou o livro *How to do things with words* (1962), o filósofo problematizou a linguagem ao questionar os valores veritativos dos enunciados. Austin argumenta que a linguagem, para além da simples representação, é um discurso formador, capaz de prescrever comportamentos, delimitar objetos e indicar ações. Logo, se a vivência dos gêneros para Butler está no campo do discurso, o discurso performativo extrapola o campo da fala e passa a ser concebido como atos, comportamentos e ações direcionadas e demarcadas de gênero.

Destarte, o presente trabalho assume o gênero como uma construção e um sistema de significados que se constrói e se organiza nas relações cotidianas. Não se trata, portanto, de conceber gênero como atributo natural e/ou individual, mas sim, um dispositivo de poder que prevê e reitera práticas e comportamentos sociais. Nesse sentido o corpo funciona como uma importante vitrine das performances de gênero (SANCHES, 2010). Pensar em performatividade é também associá-la à pedagogia do corpo (BUTLER, 2001), na qual o corpo é nomeado, regulado e demarcado. Homens e mulheres são construídos e estabelecidos pelo discurso do corpo, que incluem também discursos sobre feminilidade, masculinidade e beleza.

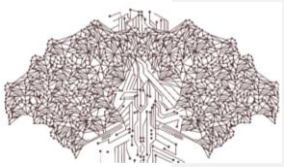


Em confluência com o pensamento de Butler (2001), o antropólogo Thomas Csordas (2008) reconhece que nosso ser corpóreo não é menos um produto da cultura que da biologia, destacando o potencial dessa compreensão para a transformação do entendimento tanto de corpo quanto de cultura. Para o autor, se o corpo pode ser mostrado como base existencial da cultura em vez de apenas um substrato biológico, o caminho torna-se livre para a compreensão do corpo como não "apenas biológico, mas igualmente religioso, lingüístico, histórico, cognitivo, emocional e artístico" (CSORDAS, 2008, p.19). Por outro lado, se a linguagem pode ser apresentada a partir do surgimento da corporeidade e não apenas da função representativa desse corpo, também se torna possível pensar uma "definição da cultura não só em termos de símbolos, esquemas, traços, regras, costumes, textos ou comunicação, mas, igualmente, em termos de sentido movimento, intersubjetividade, espacialidade, paixão, desejo, hábito, evocação e intuição" (CSORDAS, 2008, p.19). Nesse sentido, o corpo abandona o papel de mero suporte de símbolos culturais e emerge como base cultural e discursiva para compreender a experiência humana. (CSORDAS, 2008).

Após feito esse movimento em que sexo, gênero e corpo foram "desnaturalizados", se torna pertinente questionar não apenas a existência de uma feminilidade intrínseca a representações baseadas em características anatômico-fisiológicas, como também interrogar padrões de beleza historicamente legitimados por práticas discursivas que reiteram o binarismo homem-mulher. Como falar de corpo é falar também de aparência, precisamos estar atentos ao que está em jogo na definição do que é considerado belo, atraente ou desejável.

3. BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE PADRÕES DE BELEZA

Padrões de beleza não são dados no mundo e nem cristalizados. São construções discursivas que direcionam, moldam e controlam corpos e comportamentos. Ainda que o termo padrão remeta a uniformidade, essa não é a única ideia associada à palavra. Ferreira (2000) apresenta três significados associados a padrão: "1. Modelo oficial de pesos e medidas; 2. O que serve de base ou norma para avaliação; 3. Objeto que serve de modelo à feitura de outro". Ligando estes conceitos à beleza física a ideia de padrão passa a fazer maior sentido. Se pensarmos a partir da segunda definição, o padrão de beleza corporal passa, então, a se materializar em um corpo capaz de servir de base para avaliação e valoração de outro, através da comparação. Quanto à definição de número três, o padrão se concretiza em um corpo capaz de fornecer as formas a serem copiadas na construção de um outro corpo que almeje ser belo.



Diferentes culturas e tempos produzem padrões distintos de beleza. Se tomarmos como exemplo a sociedade brasileira, na década de 1960, a coroação da gaúcha Ieda Maria Vargas como Miss Universo (primeira miss universo brasileira) reiterou que um corpo "tipo miss" fosse alvo de desejo por grande parte das mulheres. Nessa época o corpo feminino ideal, baseado no padrão da Miss Universo, deveria possuir algo em torno de 60cm de cintura e 90cm de quadril e ter medidas "proporcionais" que ficassem "bem em um maiô". Não era necessário ser muito alta, (o um metro e 68 de Ieda já era considerado uma altura elevada para uma mulher na época), mas era preciso ser jovem. Ieda ao vencer o Miss Universo tinha apenas 19 anos de idade.

Se em 1963, os concursos de miss e suas estrelas desempenhavam um grande papel na conformação de um padrão de beleza feminino não apenas para as brasileiras, mas mundialmente, hoje com o desenvolvimento e crescimento da indústria da moda esse papel parece ter sido ocupado, pelo menos em parte, pelas modelos. Considerada a modelo mais bonita e bem paga do mundo entre 2004 e 2010 pela revista Forbes, Gisele Bündchen se tornou o padrão de beleza mais referenciado no ocidente da primeira década dos anos 2000. Com um metro e oitenta de altura, pesando pouco mais de 50kg o modelo representado pela figura de Gisele é consideravelmente distinto do modelo representado por Ieda. Se em 1963, auge dos concursos de Miss o parâmetro mais importante sobre o corpo feminino era a proporção entre busto e quadril, em meados dos anos 2000 a beleza do corpo das mulheres passa a ser julgado sobretudo, pela relação entre peso e altura - Índice de Massa Corporal, ou apenas IMC.

Na disseminação e construção de padrões de beleza a mídia (mas não somente ela) desempenha um papel fundamental. Ainda que uma pluralidade de corpos sejam expostos e representados nos meios de comunicação, apenas uma pequena parcela desses é apresentada como algo belo e passível de ser desejado pelo público. De acordo com Wolf (1992), as revistas femininas foram responsáveis pela democratização do belo, principalmente quando começaram a publicar anúncios na virada do século XIX para o XX. Mais do que refletir a evolução da história, parte de sua função foi conformá-la. Por mais de 100 anos elas colaboram para a alteração do papel da mulher nas sociedades onde estão inseridas, servindo aos interesses do sistema econômico, dos anunciantes e do governo, esferas predominantemente masculinas.

Em seu trabalho que investiga o mito da beleza, Wolf (1992) apresenta uma série de dados que ilustram a criação de dilemas femininos em busca do corpo ideal e do ideal de magreza. Escapar da obesidade virou uma questão da maior importância. Números da sociedade americana ilustram esse fato. Entre 1968 a 1972 artigos científicos relacionados a dieta aumentaram em 70%. Na imprensa popular esse tipo de artigo progrediria de forma surpreendente, partindo de um total

de 60 durante todo o ano de 1979 para 66 durante um único mês de janeiro do ano seguinte. Quanto à publicidade, a renda proveniente de anúncios de cosméticos/artigos de higiene pessoal gerou para as revistas, em 1989, um lucro de 650 milhões de dólares, enquanto sabões, produtos de limpeza e de polimento chegaram a somente um décimo deste valor.

Com o advento de novos meios de comunicação de massa, crescem paralelamente a força do mercado e da propagação de imagens com modelos de beleza. “Em 1988, o espectador médio nos Estados Unidos viu 14% mais propaganda na TV do que dois anos antes, ou 650 anúncios por semana de um total de 1000 anúncios por dia” (ECO, 2004, p.103). Alavancadas pela cultura de massa, as indústrias chegam a cifras astronômicas – 33 bilhões de dólares por ano para a indústria das dietas; 20 bilhões por ano para a dos cosméticos; cirurgia plástica estética, com 300 milhões de dólares; pornografia, o maior setor da mídia, com sete bilhões de dólares anuais. O mito da beleza se torna um fenômeno quase universal, invadindo as mais diversas culturas, ampliando o mercado para tais indústrias. “Enquanto o horário nobre da televisão e a imprensa em geral dirigida às mulheres forem sustentados pelos anunciantes de produtos de beleza, o enredo de como as mulheres aparece na cultura de massa será ditado pelo mito da beleza” (ECO, 2004, p. 370).

Com a popularização da internet e com a facilidade de acesso aos mais diversos conteúdos de informação e entretenimento, as imagens do corpo belo e de um ideal de beleza padronizado alcançam cada vez mais pessoas. Cabe destacar que um padrão de beleza por mais consolidado e estabilizado que pareça é sempre alvo de tensionamentos e disputas. O que é entendido como belo para um corpo feminino em uma década, pode se modificar de maneira bastante efetiva para outra, além do que diferentes padrões podem duelar pela hegemonia em um mesmo período histórico. Se tomarmos como exemplo a década de 90, quando o ideal de beleza das modelos de passarela se consagrou, e que todo mundo achava que as mulheres magras iam “dominar o mundo”, apareceram no Brasil as dançarinas de axé e funk com um corpo feminino considerado “mais generoso” e “cheio de curvas”, o que complexificou essa equação. De tal forma é preciso compreender os meios de comunicação, incluindo aqui a internet com seus diferentes espaços de sociabilidade para além da propagação de padrões de beleza já estabilizados, mas também como uma importante arena de disputa e emergência de possíveis padrões.

4 AS MUSAS *FITNESS* NO INSTAGRAM

A supervalorização da boa forma física na contemporaneidade transforma o corpo em um representante privilegiado da beleza e do investimento de tempo, dinheiro e energia. Músculos definidos, baixo percentual de gordura, cirurgias plásticas, consumo de suplementos alimentares e dietas estão presentes no cotidiano das pessoas. De acordo com Sabino (2004), temos observado a consolidação de uma cultura do corpo que articula padrões estéticos perseguidos por um crescente número de indivíduos insatisfeitos com sua aparência. Para o autor, tais indivíduos ao buscarem a construção de um corpo adequado aos ideais estéticos hegemônicos, acabam por construir também ética singular diretamente radicada na estética (SABINO, 2004).

Nesse cenário, desde o seu lançamento, em outubro de 2010, o Instagram vem se estabelecendo como um dos principais ambientes de sociabilidade em torno de uma cultura *fitness* e do culto a um corpo ideal. Dentre os diversos grupos que são cultivados no Instagram, o nicho ocupado pelos adeptos do "estilo de vida saudável" – que inclui a prática de exercícios físicos e uma alimentação balanceada – tem se fortalecido. Se durante o período posterior ao seu lançamento, em meados de 2010, o Instagram era constantemente lembrado e referenciado pela considerável quantidade de fotos de comidas gourmet que circulavam entre seus usuários, com o passar do tempo, tais imagens cederam espaço para fotos e receitas de alimentos *fit* (*lights*, *diets* e protéicos), treinos pesados, memes e frases motivacionais em torno da prática de exercícios físicos.

Como protagonistas desse movimento surgem as chamadas "musas *fitness*"; mulheres jovens e musculosas que através de suas publicações no Instagram alcançam um grande número de pessoas, inspirando-as a seguir um "estilo de vida saudável". Entre as *webcelebridades fitness* brasileiras destacam-se nacionalmente os nomes Bella Falconi, Gabriela Pugliesi e Gracyanne Barbosa[6]. Tais musas têm perfis semelhantes, são jovens (entre 32 e 35 anos), bonitas e se dedicam intensamente a seguir o estilo de vida que propagam: um corpo bonito e saudável que está ao alcance de todas que possuam a dedicação e a disciplina necessária. Em seus perfis, no Instagram, elas alternam publicações que envolvem suas rotinas de treino e alimentação, compromissos profissionais, produtos, publicidade, viagens e momentos com a família e amigos, dão dicas de *looks* de academia e sobretudo, buscam servir de exemplo e motivação para que outras pessoas conquistem o corpo desejado.

[6] Perfis disponíveis, respectivamente, em: <https://www.instagram.com/bellafalconi/?hl=pt-br>, <https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/?hl=pt-br> e <https://www.instagram.com/graoficial/?hl=pt-br>.

Percebidas as semelhanças, destacamos as principais diferenças entre os perfis das *webcelebridades*. Especialmente em suas trajetórias profissionais existem algumas peculiaridades marcantes: Bella Falconi iniciou sua carreira nos EUA, dentro do universo *fitness.* Por ser graduada em nutrição e credenciada em programas de treino e nutrição, possui expertise sobre o que fala, passando a investir no mercado *fitness* (produtos e *apps* voltados para isto). Durante muito tempo, ficou conhecida por seguir dietas e rotinas de musculação (acusadas de radicais), entretanto, adotou nos últimos anos um discurso de que prioriza a família acima de tudo. O suposto radicalismo ficou no passado e defende, atualmente, uma vida "mais equilibrada" e "sem neuras".

De acordo com seu site[7], Gabriela Pugliese desenvolveu interesse por um estilo de vida saudável após problemas de autoestima e sobrepeso na infância, que se estenderam para a vida adulta. A dedicação a este estilo de vida a motivou a deixar o emprego numa loja de joias, dedicando-se ao que se tornou seu novo negócio, um site onde compartilha dicas de saúde, bem-estar e rotina de exercícios, juntamente com seu perfil no Instagram e canal no YouTube. A exposição de seu "*lifestile* saudável" - descrito como a busca por aquilo que a faz melhor todos os dias - provocou o crescimento de sua imagem como figura pública. Pugliesi mantém corpo magro e definido e afirma que o biotipo *mignon* é seu preferido.

Inicialmente reconhecida como dançarina numa banda pagode e rainha de bateria nos carnavais carioca e paulista e também por ser casada com o cantor de pagode Belo, Gracyanne Barbosa tornou-se figura midiática antes mesmo de focar em seu projeto como modelo *fitness*. Gracyanne é reconhecida no mundo *fit* por buscar a hipertrofia dos músculos, projetando um corpo definido e avantajado em suas formas.

O intuito de comparar os discursos propagados em perfis distintos foi de conseguir levantar diferentes perspectivas sobre os corpos femininos. É preciso ressaltar que a escolha por "perfis de famosas" nos leva a um volume de interações maior e mais possibilidades de indícios relacionados aos discursos sobre o corpo feminino. Por outro lado, estes são perfis com maior nível de profissionalização (*instagramers*), que envolve gestão mais eficaz das publicações realizadas e moderação de comentários publicados pelos seguidores. Tal gestão pode, por exemplo, suprimir comentários negativos em relação as celebridades, seus corpos e suas rotinas de treino, tornando-se uma dificuldade de pesquisa.

[7] http://gabrielapugliesi.com/

Após uma observação inicial, percebeu-se a necessidade de delimitação de uma amostra, visto que havia uma discrepância entre o volume de publicações em cada perfil. Assim, optou-se por coletar uma publicação de cada perfil por dia, sendo que esta publicação seria aquela com maior volume de comentários, acreditando que estas publicações fossem as mais ricas em material para análise, totalizando 31 publicações de cada "musa *fitness*". Utilizando como base o conteúdo das publicações, ou seja, o assunto tratado nela, estabelecemos as comparações entre os discursos em cada perfil. Neste sentido, as publicações que tinham como contexto a academia ou que falavam sobre atividades físicas foram comparadas entre si, assim como sobre festas ou viagens, por exemplo (ver Figura 1).

Figura 1 - Amostra das publicações de cada musa fitness



Fonte: www.instagram.com.br

Os seguidores das *webcelebridades* costumam utilizar o espaço de comentários para tirar dúvidas sobre os exercícios, sugerir novas demonstrações (ou temas), recomendar o perfil a amigos e tecer elogios sobre a performance ou sobre como é inspirador acompanha-las. Neste sentido, termos como "diva", "musa", "maravilhosa" e "inspiração" são comuns aos três perfis, abaixo estão os comentários selecionados para ilustrar estas ações:

@bellafalconi Bella vim aqui apenas para dizer que te admiro pacas. Sua forma de viver....administrar sua vida e sua família. Parabéns. E saiba que vc me inspira. Suas palavras sempre me fazem pensar ! Bjo. Sou a Waleria (FALCONI 1)

"Passou na fila da plenitude e não deixou pra ninguém. Musa, maravilhosa ♡ (PUGLIESE 1)

"Todas nós mulheres deveríamos ter um corpo igual ao teu.... Da até inveja de um corpo assim (inveja do bem)!! É linda!! Uma Diva!!!👏😍😍😘😘" (BARBOSA 1)

A preocupação com a saúde é uma constante no discurso das chamadas musas *fitness*. Este argumento justifica uma rotina rigorosa de exercícios e cuidados com a dieta como um zelo com a saúde. De acordo com Sfez (1995), na sociedade contemporânea a saúde tornou-se um mandamento com efeito normalizador que adquire características de uma utopia, entendida como projeto que supera, por sua natureza praticamente religiosa e por seu caráter universalista, a ideologia. Esta embora almeje a universalidade é reconhecida por Sfez (1995) enquanto um discurso particular, originário de uma parcela da sociedade, sendo, portanto, parcial.

A dieta é encarada como um dos maiores desafios de quem deseja alcançar um corpo saudável, hipertrofiado e sem gordura. Os carboidratos simples (pães, massas, doces, frutas, etc) são vistos como vilões, tentações que devem ser mantidas longe do dia a dia através do autocontrole, do foco e da determinação. O consumo de alimentos sem glúten ou lactose e orgânicos, além do uso de chás desintoxicantes (*detox*) ou de suplementos vitamínicos, minerais e proteicos é bastante estimulada como parte do processo de alcance do corpo e estilo de vida idealizados. Frase comum em qualquer um dos perfis é "UM CORPO É UM CORPO", utilizada como expressão de admiração e idealização do corpo destas *webcelebridades.*

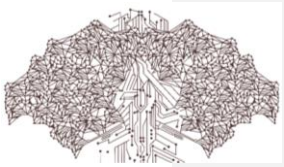
Os sacrifícios propostos – e seguidos – pelas dietas se tornam elementos de superação e reconhecimento para as musas *fitness*. Como parte intrínseca do processo de perda de gordura a dieta promove como resultados a exposição mais clara dos músculos e a tão almejada barriga "sequinha" ou chapada. A magreza e definição do corpo são percebidas com admiração, valorização e como forma de exemplo para todos, recebendo elogios constantes, como ilustram os exemplos abaixo:

"Isso é um corpo bonito! Magraaa e definida. 😁👏👏👏👏" *(FALCONI 2)*

"Magraaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa 😍👌" *(PUGLIESE 2)*

"Nossa esta mais magra ... linda como sempre" (BARBOSA 2)

Pode-se destacar a presença de um volume mínimo (2) de comentários que questionava o corpo magro de Gabriela Pugliese como algo negativo, a exemplo "*credo menina kkk bicha magra sou mais eu*". Entretanto, grande parte do discurso entorno desta característica a trouxe como uma referência positiva para a mulher. Estes comportamentos percebidos – busca por vida saudável, dietas, magreza – como aprováveis durante a análise do discurso feito pelos seguidores/fãs, se mostram muito diferentes quando comparados aos modos de observar os corpos hipertrofiados (ganho/aumento de massa muscular).



O tratamento e deferência dedicado a mulher com corpo magro (Pugliese e Falconi) se mostra muito diferente quando a figura em questão é mais musculosa. Apesar das três *webcelebridades* serem vistas como fonte de inspiração (influência) para suas audiências, o corpo hipertrofiado é constantemente objetificado, processo revelado muitas vezes através de comentários de cunho sexual. Enquanto que os corpos definidos e magros são percebidos como exemplares e admirados, recebendo elogios que não envolvem objetificação ou desejo sexual às musas *fitness* mesmo comparando publicações similares, a exemplo de:

"Que barriga é essa?! Se nhôooor! ..... é pra respeitar RS...." (FALCONI 3)

"Gente olha esse corpo! Maravilhosa é ela! 👏😘🙏" *(PUGLIESE 3)*

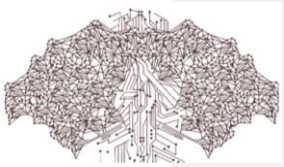
"Linda linda maravilhosa deliciosa voce esta um tesão nesta posição gostosa com este rabao gostoso seu" (BARBOSA 3)

É interessante notar que em relação a prática de musculação, brasileiras e brasileiros articulam recursos técnicos e sociais para otimizar partes específicas do corpo valorizadas pela nossa cultura. Partes tais como nádegas e coxas, no caso das mulheres, ou braços e peitos nos casos dos homens, são "trabalhados" por exercícios com pesos para alcançar forma e volume adequados ao padrão estético vigente, dentro da expectativa para cada gênero (DA MATTA, 1996). Neste sentido, haveria um limite aceitável de trabalho de corpo para cada gênero; no qual um corpo definido, porém magro, seria considerado feminino, enquanto que um corpo hipertrofiado se enquadraria como masculino.

Uma estrutura física hipertrofiada, como a de Gracyanne Barbosa, é considerada fora daquilo que se compreende como feminino, já que ela se afasta da referência estereotipada para feminilidade da fragilidade, mais compatível com a magreza. Apesar da modelo *fitness* se fixar no papel de gênero esperado pelas mulheres - heterossexual, casada e se dedicar ao trabalho intenso de coxas e nádegas – é considerada fora do padrão feminino. Parte dos seus seguidores acredita que ela está "exagerando" ao exibir tais áreas com musculatura proeminente. Mesmo com abdomes definidos e coxas torneadas, Bella Falconi e Gabriela Pugliese recebem apenas o endosso de seus fãs sobre seus corpos, já Gracyanne Barbosa é constantemente acusada de estar deixando de ser feminina, de estar se transformando em um homem, como demonstra o comparativo entre os comentários nos próximos exemplos.

"Ser mãe e com essa barriga, é melhor ainda 😍😍👏👏👏*" (FALCONI 4)*

"E essa barriga, mana!!! Eu viveria só de segundas-feiras pra ter essa chapa!!! 😩😩*" (PUGLIESE 4)*



"Está masculinizada, exagero uma mulher tão bonita perdeu o controle" (BARBOSA 4)

A audiência de Gracyanne, mesmo através de tentativas de elogio, revela um descompasso entre a imagem construída sobre o que é ser mulher, menina ou feminina e um corpo musculoso: "*De vestido fica muita linda e feminina."* ou *"Tá bonita menos forte. Corpo feminino. Parabéns.".* Como Misse (2008) nos lembra a construção da feminilidade está atrelada a um certo entendimento de biológico. A condição "natural" da mulher é ser frágil, em comparação ao seu oposto masculino: forte.

Esse binômio está atrelado a caracterização do corpo feminino como um ser sem músculos, sem força física e sem o mesmo potencial de rendimento esportivo que um corpo masculino. Um corpo musculoso em nossa sociedade é praticamente um sinônimo de masculinidade. Mulheres devem manter a boa forma, mas devem ser magras ou "gostosas", que no sentido usual remete a corpos com bundas, coxas e peitos avantajados. Quando uma mulher como Gracyanne questiona (ainda que sem intenção) com sua prática esportiva essa divisão clara entre os corpos e sua biologia as pessoas manifestam incômodo. É interessante notar como tais práticas mostram a incoerência do discurso hegemônico sobre a fragilidade corporal feminina e também sobre a diferença biológica entre os corpos. Como Rubin percebe:

> No que se refere a diferença sexual, a cultura sobrepõe a natureza. Para a autora homens e mulheres são, é claro, diferentes. Mas nem tão diferentes como o dia e a noite, a terra e o céu, yin e yang, vida e morte. De fato, desde o ponto de vista da natureza, homens e mulheres estão mais próximos entre si do que qualquer outra coisa- por exemplo, montanhas, cangurus ou coqueiros. A ideia de que homens e mulheres diferem mais entre si do que em relação a qualquer outra coisa deve vir de algum outro lugar que não a natureza…longe de ser a expressão de diferenças naturais a identidade de gênero é a supressão de similaridades naturais (RUBIN, 1975 apud PISCITELLI, 2002).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de discursos sobre a aparência feminina no Instagram buscamos demonstrar de que modo a essencialização e naturalização do corpo feminino se fazem presentes em ambientes online. Através da observação de um grupo específico: adeptos da cultura fitness e fãs das modelos *fitness* Bella Falconi, Gabriela Pugliese e Gracyanne Barbosa, podemos perceber os tencionamentos que existem em torno da construção da feminilidade em oposição a masculinidade. Visto que padrões de beleza construídos socialmente perpetuam estereótipos de gênero, se tornou interessante mapear tais discursos sobre a condição "natural" da mulher. O natural muitas vezes utilizado como matéria prima de estigmatização e aprisionamento de corpos

precisa ser observado e questionado. Se existe uma natureza capaz de diferenciar tão firmemente homens e mulheres porque o surgimento de um corpo musculoso é capaz de desestabilizar tão fortemente os papéis de gênero? Por que a emergência de um corpo musculoso em uma mulher gera tanto ressentimento e acusações?

Os diálogos travados em torno do corpo de destas musas *fitness* revelam mais uma vez que há um enorme investimento social para o fortalecimento da pretensa naturalidade do que é ser mulher e ser homem. Nesse sentido, transgressões, por menores que pareçam, não são socialmente bem aceitas.

Referências bibliográficas

Austin, John.L. **How to do things with words.** Oxford Univesity Press, 1962.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo**. São Paulo: Dief, s/d.

BORRILO, Daniel. **Homofobia: histórias e crítica de um preconceito**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

BUTLER, Judith. **Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos Del "sexo"**. Buenos Aires: Paidós, 2010.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CHAZAN, Lilian K. **É...tá grávida mesmo! E ele é lindo! A construção de verdades na ultra-sonografia obstétrica**. Rio de Janeiro, 2007.

CSORDAS, Thomas. **Corpo/significado/cura**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.

DA MATTA, R. **A ressurreição da carne**. O culto ao corpo no Brasil moderno. Jornal da Tarde, São Paulo, 07 abr. 1996.

DINIS, Nilson F. Revisitando o Binômio Sexo-Gênero. In: **Revista Ártemis**, Vol. XV nº 1, 2013.

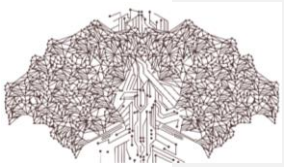
ECO, U. **História da beleza**. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro:Record, 2004

FERREIRA, A. **Novo Aurélio século XXI**: O dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

MISSE, Michel. O estigma do passivo sexual: um símbolo de estigma no discurso cotidiano. Rio de Janeiro: Booklink: NECVU/IFCS/UFRJ : LeMetro, 2007.

PISCITELLI, Adriana. Re-criando a (categoria) mulher?. In: Algranti, Leila Mezan. (Org.). **A prática feminista e o conceito de gênero.** Campinas: IFCH/UNICAMP, 2002, v. 48, p. 7-42.

SANCHES, Júlio Cesar. Corpos performativos: Os entre-lugares e as zonas Queers em Lady Gaga. **Anais...**VIII Congresso Iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero. 2010.



SABINO, Cesar. **O Peso da Forma.** Cotidiano e Uso de Drogas entre Fisiculturistas. Rio de Janeiro:UFRJ/PPGSA, 2004.

SFEZ, Lucien. **La santé parfaite**: critique d'une nouvelle utopie. Paris: Seuil, 1995.

WOLF, N. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

DNA INTERATIVO E MODELO DE REDE COMO VIDA: POTÊNCIA DA VITALIDADE NA OBRA GÊNESIS (1999)[1]

Nathalia Silveira Rech[2]

Resumo

O presente trabalho se insere na área da Estética da Comunicação, dentro dela, no contexto das poéticas tecnológicas, em torno da bioarte e da arte transgênica, tendo como objeto o trabalho Gênesis, do artista brasileiro Eduardo Kac, exposto no evento Ars Eletronica de 1999 em Linz, na Áustria, no que se refere a presença do modelo de pensamento em rede como uma via de sua articulação. Nosso estudo será feito dentro do eixo temático Eixo Temático 9, Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade. Esta se trata de uma obra inaugural na arte transgênica de arte onde por meio da biotecnologia e outras escritas discute a manipulação de seres vivos, a tecnologia, sistemas de crença tal como a vida em si. A participação interativa de usuários conectados via internet, que observavam em tempo real a exposição por via audiovisual, é vista aqui com um fator crucial de leitura. É esta interação uma das responsáveis por acionar dispositivos que podem desencadear mutações no código genético das bactérias que fazem parte do trabalho, que se encontram no espaço expositivo e possui, em algumas quantidades, genes de outras espécies e um gene sintético criado especificamente para o processo. Não somente o pensamento em rede está presente quando pensamos nos usuários via internet mas também, ao nosso ver, no pensamento organizante da obra que só adquire seu fim (a mutação) por este subsídio. A obra de Kac pode ser vista como uma confluência de redes, a rede de bactérias advinda da biotecnologia, a rede de conhecimento do laboratório, dos usuários, que coexistem em uma ecologia comunicativa. Buscamos pensar como a poética deste trabalho, e seus possíveis sentidos e mecanismos, suscitam e relatam manifestações do vivo, o que chamamos aqui de potências de vitalidade, que se constrói dentro de um dispositivo de participação em rede e um modelo de pensar em rede. Para isto, a obra será lida a partir das ideias de rede de Bruno Latour (2004), André Parente (2004), e Massimo di Felice (2017), entre outros, aliadas ao conceito de potência de vida presente em Maurizio Lazzarato e Gilles Deleuze, trazida aqui por Peter Pál Pelbart (2003).

Palavras-chave: Arte transgênica; Bioarte; Ecologia de rede; Biotecnologia.

1. INTRODUÇÃO

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber. O artigo faz parte da pesquisa de mestrado entitulada *O Biopoema Gênesis, de Eduardo Kac: potências de vitalidade*, ainda em andamento.

[2] Mestranda de Comunicação e Semiótica na PUC-SP. E-mail: rech.nathalia@gmail.com

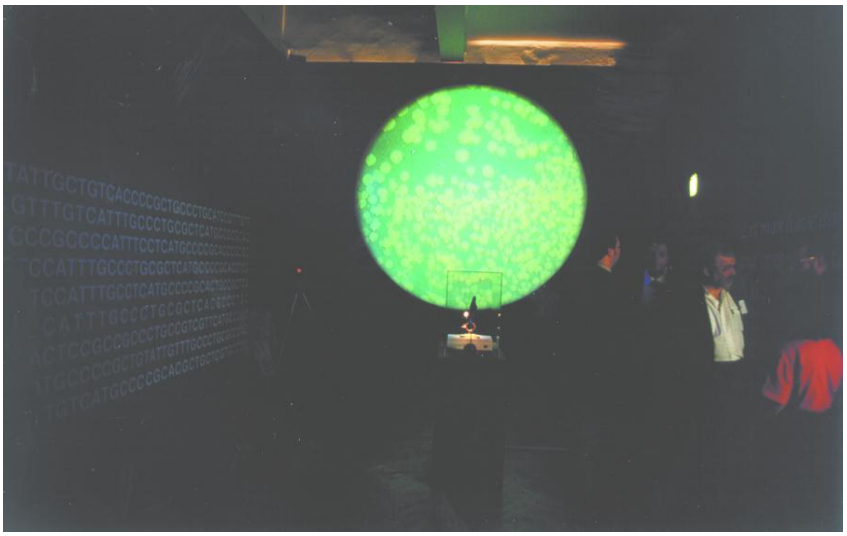
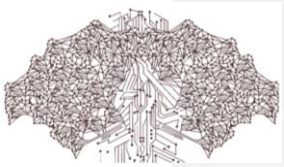


Figura 1. Fotografia da instalação interativa *Gênesis* (1999). No centro estão as bactérias in loco. Na imagem esverdeada as mesmas são ampliadas. Fonte: Site Ars Eletronica (http://90.146.8.18/lifescience/).

A biotecnologia é considerada por Donna Haraway (2009) uma tecnologia de escrita. Pra ela, a ciência da comunicação e a biologia cada vez mais borram as diferenças entre organismo e máquinas. Desde a descoberta do DNA, entende-se que este é basicamente informação digital, como nos diz Kevin Davies (2001). Pensando nestas transformações, e no fato de que uma ciência da vida passa a ser uma ciência da informação (KAC, 2010), as artes visuais também são afetadas, e trabalhos inseridos na arte transgênica e na bioarte são um campo de confluência e diálogo entre estas áreas.

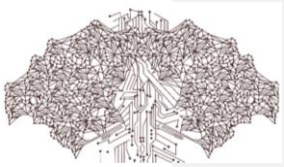
Aliada com as recentes compreensões do código genético descritas acima, a percepção de vida, e de humano também são deslocadas e repensadas. As discussões em torno do pós-humanismo calcada em um repensar do humano, tal como, a percepção de uma ecologia da comunicação que se afasta cada vez mais de um humanismo clássico e de um modo de pensar antropocêntrico são alguns dos estados que desaguam em um repensar entre comunicação, tecnologia e biologia. mais enfáticas ao se debruçarem nos efeitos da tecnologia nos indivíduos e nas sociedades. Em meio as aberturas que as inovações tecnológicas estão trazendo, como a junção entre tecnologia e corpo (transumanismo), entre orgânico e tecnológico (biorrôbos), manipulação genética, muitos são os cenários possíveis que podem desembocar em uma era pós-humana e pós-biológica onde o carbono e o silício convivem. Diante deste cenário, é na



arte que Lucia Santaella enxerga uma possibilidade de chave de leitura para estas mudanças acarretadas pelo pós-humano, "pressinto que são eles que estão criando uma nova imagem do ser humano no vórtice de suas atuais transformações (…) São os artistas que nos tem colocado frente a frente com a face humana das tecnologias" (SANTAELLA, 2003, p. 27). Sendo assim, enxergamos o campo crítico da arte como uma urgência e uma oportunidade não só de colocar diversas áreas do conhecimento em ligação mas também como pensar os novos paradigmas do humano, do vivo, e das consequências que a escrita biotecnológica traz e poderá trazer, como por exemplo, com a engenharia e terapia genética e a construção de novos tipos de seres vivos originais. Para tanto, estamos interessados

> não a arte que se confronta com o estabelecido, mas a arte que cria problemas, tem sido para mim o território privilegiado para o exercício da ousadia do pensamento que não teme abraçar sínteses, fazendo face aos enigmas e desafios do emergencial, um território privilegiado, enfim, para dar margem à imaginação que ausculta o presente, nele pressentindo o futuro (SANTAELLA, 2003, p. 31)

Em nossa pesquisa, o artista brasileiro Eduardo Kac se enquadra neste tipo de arte. Além de ser a primeira pessoa a implantar um chip eletrônico no próprio corpo e registrar sua identificação em um banco de dados on-line, assim como é feito com animais, com a obra *Time Capsule* (1997), Kac é pioneiro na Arte Transgênica, onde segundo ele, se concentra em usar a biotecnologia para engenhar geneticamente organismos únicos (KAC, 2012). A genética permite ao artista projetar o genoma de uma planta ou animal, criar literalmente formas de vida. Neste trabalho nos concentraremos em fazer uma leitura crítica de sua obra de instalação interativa apresentada no evento *Ars Eletronica* de 1999, na Áustria, chamada *Gênesis*. Iniciada em 1998, e com desdobramentos e outras montagens até 2012, esta é importante também pois inaugura este novo campo (embora algumas outras experiências estivessem antes em andamento). Como aponta Arlindo Machado, "Em Gênesis, Kac nos leva a uma situação em que a responsabilidade está em jogo e nos convida a refletir sobre as implicações de cada um dos nossos gestos" (MACHADO, 2001, p. 90), se constituindo assim uma lente de leitura para o contexto biotecnológico. Por meio desta obra cremos podes experimentar algumas das problemáticas dispostas acima, por ser um objeto rico em códigos, linguagens e polos interdisciplinares, capaz de servir como ponto de partida para pensarmos aspectos de deslocamento da arte, da biologia, da tecnologia, do humano, da comunicação, da vida. Contudo, em especial, estamos interessados em analisar como a obra se constitui e se organiza em uma poética rede, de como o pensamento de rede pode ser usado para fornecer



vias de sentido da obra e quanto ela pode facilitar e acrescer uma ideia de rede mais recente, ligada a ecologia comunicativa.

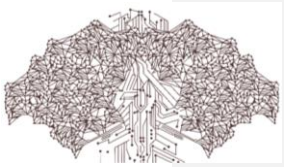
2. SOBRE A OBRA

Gênesis é um trabalho interdisciplinar, que lida com diversas linguagens, códigos e campos do conhecimento. Portanto, focaremos em seus diálogos entre rede e vida. Gênesis se organiza em torno de uma ação-gatilho: a criação de um gene de artista (gene sintético) e sua inserção no conteúdo genético em uma bactéria. O potencial poético da mutação, resultante de um processo de rede, permite Kac construir um trabalho com vários níveis de crítica, o que acaba por convidar o receptor a refletir sobre a tecnologia, os perigos da crença, formas de participação, ontologias autorreferentes entre vida e rede, papel do artista na ciência e o dialogismo entre redes de poder. Nas palavras de Kac, a obra "explora a intricada relação entre a biologia, os sistemas de crença, a tecnologia da informação, a interação dialógica, a ética e a internet". (KAC, 2013, p. 25).

O gene de artista, isto é, um gene codificado especialmente para esta obra, carrega a frase bíblica "Dominai sobre os peixes do mar, sobre as aves do céu e sobre todos os animais que se arrastam sobre a terra (Gênese 1, 28)", escolhida de uma tradução singular da bíblia, a do Rei Jaime. Esta frase, fora transcodificada para o código morse, segundo Kac linguagem ícone da era da informação e tecnologia, e em seguida cifrada para o código de DNA, bases nitrogenadas correspondentes, por meio de uma legislatura criada por ele.

Após os processos de traduções, a frase fora sintetizada em um laboratório e inserida em bactérias, do tipo e.coli. Esta bactéria possui um tempo de vida de aproximadamente 20 minutos, o que insere aceleração na obra. No espaço expositivo, foram empregados dois tipos separados de bactérias geneticamente, por meio da transgenia, planejadas para brilhar, emitindo luz azul ou amarela. As azuis continham o gene sintético as outras não. Fora colocada uma fonte de raios UVs, radiação ao qual as bactérias foram geneticamente modificadas para serem sensíveis, alterando sua cor e podendo causar mutações.

A obra de Kac permitia que usuários acessassem uma plataforma digital, onde podiam ver as bactérias e ao clicar em um botão da interface, acionar imediatamente, a fonte de luz do espaço expositivo. Os raios UVS, em contato com as bactérias, rompe a sequência dos plasmídeos, podendo levar a mutações assim como as interações das bactérias das placas de



Petri. Ao final da exposição, a frase bíblica já estava alterada e foi decodificada. O resultado foi a frase com algumas poucas modificações mas muito interessantes. O imprevisto e curioso nesta nova frase com pouco sentido foi a geração desta palavra eon. No inglês éon realmente existe e significa um período extremamente longo de tempo. Para Kac, o gesto menor no ambiente on-line possibilita participantes a mudar a constituição genética de um organismo geograficamente distante e este gesto simbólico tem a ver como não aceitar o sentido das formas que herdamos, por meio de uma ação coletiva, destacando nossa natureza por novos significados que as ultrapassam e modificam. O uso da tecnologia, os perigos da crença religiosa, o perigo de reduzir a vida a fatores únicos, o questionamento das relações de poder dentro de nossa relação com as bactérias, o poder simbólico da mutação por meio de um trabalho de comunidade em rede, o papel do artista na ciência, o dialogismo entre redes de poder, as consequências do DNA como forma de escrita são algumas das reflexões a serem trazidas.

Partido de diversos processos científicos o artista cria insinuações sem valor dentro do universo utilitarista deste tipo de conhecimento, em suas palavras “Gênesis complica e ofusca a simplificação e a redução extrema das descrições usuais dos processos vitais na biologia molecular, respondendo o contexto social e histórico no centro do debate” (2013, p. 259). Sendo assim, as metáforas e dispositivos armados pelo artista abrem intensas dinâmicas de problematização dentro da crítica social. As questões levantadas pelo artista ultrapassam o campo das artes, da poética, da biologia, da ética, da tecnologia, e parecem se multiplicar tal como suas bactérias. Porém, apresentaremos aqui alguns pontos essenciais trazidos por Eduardo Kac, em um exercício de autocrítica e visão de seu trabalho.

O uso da tecnologia, os perigos da crença religiosa, o perigo de reduzir a vida a fatores únicos, o questionamento das relações de poder dentro de nossa relação com as bactérias, o poder simbólico da mutação por meio de um trabalho de comunidade em rede, o papel do artista na ciência, o dialogismo entre redes de poder, as consequências do DNA como forma de escrita são algumas das reflexões a serem trazidas.

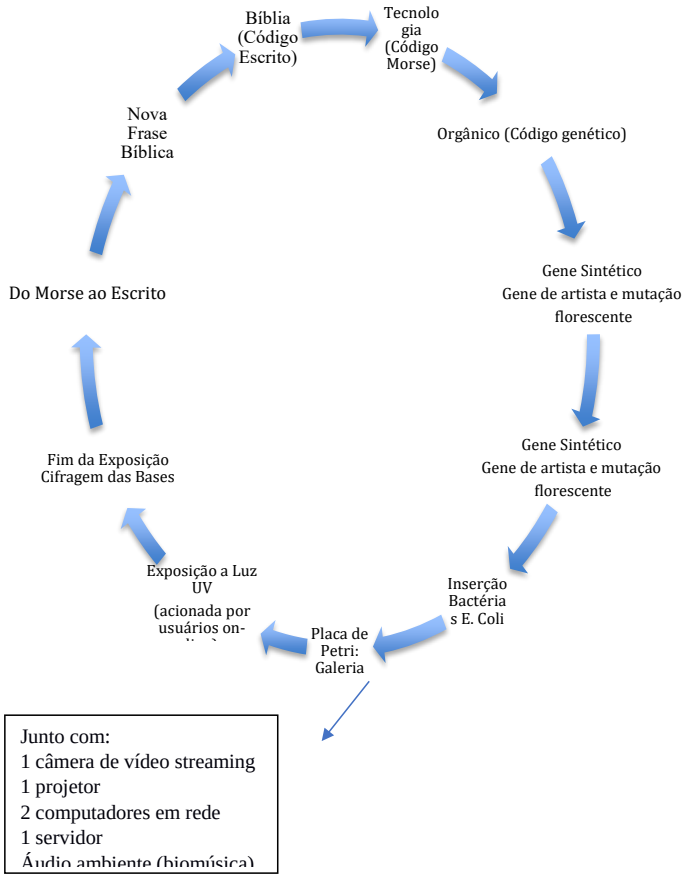
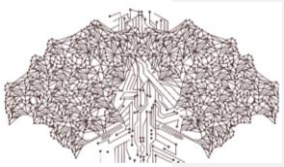


Figura 2. Esquema que busca ilustrar o percurso logístico da obra *Gênesis* (1999). Fonte: Autora.



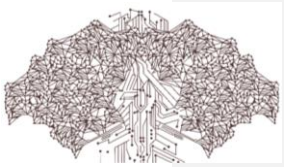
De início Gênesis se encaixa no que Kac chama de ética performativa, uma criação que propõe e estimula um debate ético. "O que está em jogo não é o velho julgamento moral da arte, mas a coreografia da gestualidade expressiva da ética a serviço da imaginação plástica" (KAC, 2013, p. 265). Para ele o sistema triádico de linguagens da obra (linguagem natural genética e lógica binária) é a chave para o futuro, a nova pedra de Rosetta. É explorado, portanto, a ideia que processos biológicos podem ser escritos e programados, capazes de armazenar dados tal como computadores. Essa mecanização orgânica, das bases da vida, nos leva a uma problematização não só das barreiras entre vivo e não vivo, escrita e vida, como quem detém esta tecnologia.

Dentro de sua ética performativa há uma crítica acentuada aos sistemas de crença e sistemas de poder majoritários. Kac ambiciona confrontar os visitantes da exposição como perigo de reduzir "a vida a fatores únicos" (KAC, 2013, p. 259), tais como o gene, ou também podemos entender isto, como uma simplificação monolítica, como uma ideia de vida, como a história por trás do Gênesis cristão, o que coloca em cheque também os sistemas de crença, não somente os religiosos, mas àqueles absolutos. A invocação bíblica também questiona nossa aparente superioridade e supremacia sobre a natureza.

Para Kac, a mutação da frase é um gesto simbólico "significa que não aceitamos seu sentido da forma como herdamos e que novos significados afloram quando tentamos mudá-lo" (KAC, 2013, p. 263). A facilidade da mutação é ao mesmo tempo uma lembrança de que a biotecnologia hoje está muito presente na construção de nosso mundo e também a necessidade de não especialistas, pessoas ordinárias, fazerem parte desta presença. Para ele, embora possa dar a entender que a obra protege a supremacia humana sobre a natureza, garante que isto tem mais a ver com a percepção humana do que a realidade, questionando-se: nós somos os senhores ou os servos das bactérias que dividem conosco nosso corpo?

3. FORMAS DE PENSAR O MODELO DE REDE

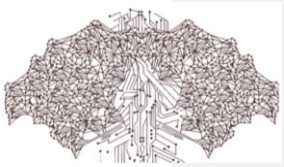
Em nossa análise, percebemos não apenas o uso da rede como um elemento articulador da obra (em sua ação e sentido) mas também a presença do pensamento de rede na poética, no pensar da obra. Nesse sentido nos questionamos também não só como a rede pode ser usada como via de leitura nesta obra mas também como a obra pode nos ajudar a compreender mudanças no pensar sobre a rede.



Em uma breve cronologia da ideia de rede nos deparamos com uma ontologia da rede fundada em uma separação do interno e do externo e que tem sua própria inspiração no funcionamento do corpo biológico. Pierre Musso em um resgate do termo mostra como ela passe de estar associada com metáforas internas relacionadas com o corpo humano, pensada assim desde Hipócrates, para um processo de exteriorização, virando uma construção técnica, ação, a partir do século XIX. É a saída do corpo rede, vasos como fios, pele rede para uma processo de desmaterialização graças ao domínio da técnica que ela apresenta.

Em uma pequena cronologia da rede, desde da Grécia antiga o termo ressurge na França no século XII, e após no século XVII, vindo a significar véu ou rendas, sendo usado por Descartes com uma semelhança a renda, para designar o sistema anatômico do cérebro, depois pelo naturalista Malpighi, quem primeiro traz o vocábulo para a ciência. Em 1789, a Senhorita de l'Éspinasse compara o corpo humano a teia de uma aranha, enquanto Diderot, usa a palavra para explicá-lo, tratando-o como uma rede de fios. Aqui vemos a ideia de centro e periferia, também central na teoria da rede, germinando. A pele-rede no século XVIII e XIX sai um tanto de cena, quando a tradição da época passa a enxergar a rede como algo que pode ser construído e não só observado, exteriorizado. De natural a rede passa a artificial. A partir disto "a rede pode ser construída, porque ela se torna objeto pensado em sua relação com o espaço" (MUSSO, 2001, p. 20). Esse procedimento pode ser processado como uma desmaterialização, uma mudança que vem do que Musso chama de efeito de rede para ordem de rede.

Em dois autores, Bruno Latour (2001), com a colaboração de Èmilie Hermant, ao pensar a rede e a produção do conhecimento científico, e de Michel Callon (2001), ao pensá-lo por meio do mercado, geram aproximações e defesas da rede como lógica de sustentação dos avanços científicos, por meio das conexões entre centros de informação, laboratórios e bibliotecas, e a rede como potencial democratizante do mercado, auxiliadora de sua tendência de autorregulação. Latour traz à tona não só como a combinação informação e não-distância é eficaz para a produção de conhecimento, mas como, a rede suporta múltiplos códigos e linguagens, e grande capacidade de intertextualidade. Os centros de cálculo agregam e não desperdiçam inscrições, cada informação favorece outra. Segundo ele "redes de transformação fazem chegar aos centros de cálculos, por uma série de deslocamentos - redução e amplificação - um número maior de inscrições" (LATOUR, 2001, p. 55). Se aqui é a biblioteca-laboratório que conecta em Callon (2001) são os consumidores que em rede salvam o avanço da paralisia, rompendo a oferta e procura, se fazendo protagonistas com novos produtos, novas demandas.



A rede também rompe o mito da ideia inovadora. A ideia não cabe a um sujeito singular, ela pode ser criada e aprimorada em ligações, coletivamente. Assim como a rede é construção e reconstrução permanente.

Trazemos também outra esfera de pensamento a percepção ecológica da comunicação. Com Massimo Di Felice (2017), presenciamos uma mudança de paradigma mais acentuada onde as ideias de interior e exterior são superadas e agregadas. Felice vai trazer alguns fatores, como uma crise conceitual antropocêntrica, mudanças de percepção ecológica de nosso planeta como um complexo de relações vivas em inteligentes (antiga ideia de plante para a ótica de organismo vivo, Gaia), o olhar da biologia como um estudo das relações, e o aumento do Big Data e internet das coisas fomentou um outro entendimento de ecologia e comunicação.

Uma ecologia como conexão de redes que se conectam, redes ecológicas e digitais que emitem uma infinidade de informações vindas de máquinas, inteligências artificiais, vindas as possibilidades da biotecnologia, das substâncias animais, geológicas e vegetais em tempo real na web. O ambiente, antes considerado exterior, se transforma em informações e fluxus, comunicante. A bioesfera não pode ser vista como natural e externa uma vez que a dimensão ecológica contemporânea é o resultado de interações técnicas, conexões híbridas, atópicas, entre diversas entidades e naturezas. Um vivo de tecnologias, computadores, usuários, animais, e outros, interagindo, humanos e não humanos em diálogo. Para Di Felice:

> A necessidade de pensar uma nova ideia da comunicação surge do processo de digitalização, o qual, após a difusão da banda larga, internet das coisas, dos Big Data e das diversas formas de comunicação em superfície, tem contribuído para a criação de ambientes interativos reticulares e informativos, semelhantes a ecossistemas no interior dos quais, mais do que a simples transmissão de informações, criam-se condições habitativas específicas, capazes de alterar o estatuto inicial de natureza de membros, humanos e não humanos, e de de fomentar processos de hibridização e transuperficiabilidade. (DI FELICE, Massimo, 2007, p. 11)

Di Felice coloca a descoberta do DNA e do RNA, a partir do conceito de código genético, como um patamar que contribui para a difusão de uma nova percepção informativa da ecologia, e ante a concepção opositiva que separava interior e exterior, orgânico e inorgânico, foram substituídas arquiteturas informativas de redes de redes organizadas por meio de trincas informativas contínuas de diversidades genéticas. O que ajuda a pensar uma

nova forma ecológica da natureza e mundo em conjunto comunicativo articulado a partir dos fluxos de redes. A ecologia não mais como ambiente mas como conjunto de redes comunicantes. Sendo assim a prática comunicativa não é mais própria do sujeito. Para abarcar esta complexidade aberta, inserida na ecologia que ele chama transorgânica, também conversa com as ideias de Frank Capra que relaciona organismo e rede que coloca os sistemas vivos como redes, as redes de vida como seres vivos, em um local onde entender os ecossistemas é entender as redes. Isto gera a nós uma arquitetura cognitiva do qual fazemos partes como participantes e membro, dentro e fora de nós. E também, coloca a biologia em patamar da relação, comunicação, não em sua esfero macro apenas, como também, em sua esfera micro, da biotecnologia também integrante e agente de um cenário em rede, construído por fluxos de informação. A biosfera se torna um organismo vivo, completamente conectado, não apenas por atores humanos e orgânicos deslocando assim algumas concepções sobre vida, comunicação e a ideia de humano em si.

Sendo assim, chegamos a esta ideia de rede como algo não externo ou interno mas fluxos comunicantes. Contudo nosso indagamento inicial persiste. Como a poética de rede deste trabalho pode suscitar manifestações do vivo? André Parente (2001) relata que a rede se tornou uma modelização de mundo e da subjetividade. O trabalho de Kac parece conversar com esta dimensão, até como construção do dispositivo. A descentralidade, desmaterialidade, construção coletiva, coexistência de camadas de tempo, incentivos heterotopicos, presença de multicódigos, vínculos visíveis e invisíveis podem ser elementos identificáveis na obra – que trazemos como características de rede a partir de autores como Musso, Latour, Parente, Callon. Se pensarmos nesta obra como dividida em três partes, sua preparação (a rede-laboratório, rede-acadêmica) para o desenvolvimento do gene sintético, o estágio expositivo (rede interativa e bacteriana), e pós-exposição, onde o gene modificado foi submetido ao ciframento reverso, entendemos estar atuantes a anatomia de rede, e confecções que se dão de redes para redes, que para nós, é o esqueleto que permite a obra acontecer.

4. PARTICIPAÇÃO EM REDE E PENSAMENTO EM REDE COMO POTÊNCIA DE VITALIDADE

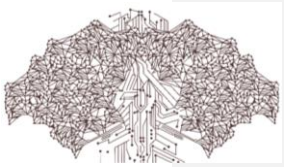
Como dissemos, a questão da rede é um ponto medular em nossa leitura. A obra parece colocar em prática a realidade do pensamento da ecologia comunicativa das redes. O próprio término da obra se confunde com seu início, imitando a circularidade dos processos em rede.

A sobreposição de espaços e tempos, como o espaço digital on-line, e o espaço físico, o espaço da produção científica em relação a produção artística e permeável ao público, a sobreposição dos tempos da tradução bíblica de Rei Jaime, fim do século XIX com o código morse e da atualidade como a biotecnologia, o acesso de um conhecimento acadêmico restritos a instituições específicas e aporte financeiro mais próximo e tocável pelos participantes, o tom aberto, convidativo e dependente da interação nos remetem a um agir em rede que mesmo em níveis metafóricos ou diretos parece permear a obra.

Tudo produz dados, informações. As bactérias se conectam a Web, os usuários abastecem a galeria com suas contribuições. A escrita bíblica convive com a escrita do impulso elétrico e com a escrita da biotecnologia em uma confluência de linguagens. A nova frase que surge ao fim do tempo expositivo é tanto fruto das próprias bactérias e seus processos naturais de reprodução, variabilidade e mutações naturais naquela colônia transgênica como também da mutação artificial ativada pela participação de usuários, onde o código genético tão distante e invisível é facilmente modificado em uma espécie de DNA interativo que funciona na ação conjunta. Não apenas ele é corrompido como também o literal que a frase bíblica carrega, em sua oponencia extrema e pregação de superioridade do ser humano contra a natureza, uma separação que parece ser transcendida por meio deste experimento artístico, onde as relações são trocas de fluxos entre diversos agentes não apenas humanos, a lembrar do trabalho de Felice.

A indiscernibilidade da vida também o outro fator. Na teoria de Gaia, onde Felice se inspira, o planeta é um organismo vivo, o que existe são redes. Na carona de Capra, ele também tece encontros entre uma visão de rede como a vida, e da vida como a rede. Podemos compreender as redes, em especial a rede digital e sua participação coletiva, como mais um organismo vivo que se relaciona com outro, no caso, as bactérias? O dispositivo de Kac em seu inível interpretativo e metafórico poderia se alinhar com os preceitos levantados por Felice, pelo menos, ao nosso ver. Em um local do pensamento onde o antropocentrismo está cada vez mais deslocado e a concepção de humano não corresponde mais apenas a nós, esta obra parece querer exibir um tom baseado na relação entre espécies, entre agentes, entre tecnologias, relação entre redes. O próprio código da vida, em um tipo específico de olhar de abordagem sobre a obra, pode ser visto sendo escrito nesta troca de fluxos e contatos. Por outro lado, em uma análise mais pessimista, a transgenia pode ser vista como o oposto.

Sugerimos aqui pensas a própria rede, a construção coletiva, como uma potência de vitalidade. Uma linha de construção que nos permite fazer uma leitura por este recorte



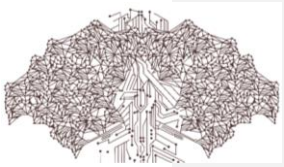
específico da rede como uma influência direta na vida em si – em seu fator constituinte mais específico e elementar. Nos permitimos trazer em relação a percepção de biopoder trazida por Peter Pál Pelbart a partir de autores como Maurizio Lazzarato e Antonio Negri, onde o biopoder é percebido " não mais como poder sobre a vida, mas como a potência da vida". Nesta corrente, a vida é vista não como um fato natural e biológico, mas biopotência da multidão, corpo-sem-órgãos, incluindo "a sinergia coletiva, cooperação social e subjetiva no contexto de produção material e imaterial contemporânea, o intelecto geral. Vida significa inteligência, afeto, cooperação e desejo" (PELBART, 2003, p. 25). A vida deixa de ser entendido apenas como processos biológicos incidentes em certa população, ela é cada vez mais uma virtualidade molecular da multidão, corpo-sem-órgãos, está aquém das divisões como mente/corpo, individual/coletivo, humano/não-humano e passa a ser definida como a capacidade de afetar e de ser afetado."Ao lado do poder, há sempre a potência. Ao lado da dominação, há sempre a insubordinação" (NEGRI apud PELBART, 2003, p. 27), a vida é pura potência.

Em nossa leitura, Kac se utiliza da biotecnologia mas ao deslocar esta escrita, normalmente restrita a instituições de poder como universidades e corporações, à coloca em contato com outras áreas, outras redes e saberes, a coloca em comunicação. Se Lucia Santaella relata que com a biologia, em especial, a biotecnologia, "não é difícil concluir que a questão do vivo é hoje um problema candente" (2008, p. 150,)", vemos aqui algumas possibilidades de manifestações. Uma destas é encarada, como citamos nessa outra visão de biopoder, na percepção da vida como cooperação pelas trocas e construção de uma escrita, construção de uma frase elaboradas entre as redes em *Gênesis.*

É interessante também trazermos a fala da antropóloga Donna Haraway que preocupada com a vigília tecnológica, enxerga a abertura do avanço da biotecnologia, dos seus processos de escrita, como uma forma positiva, mais necessariamente, de resistência a esta vigília, dizendo que

> Além disso, as ciências da comunicação e as biologias modernas são construídas por uma operação comum – a tradução do mundo em termos de um problema de codificação, isto é, a busca de uma linguagem comum na qual toda a resistência ao controle instrumental desaparece e toda a heterogeneidade pode ser submetida à desmontagem, à remontagem, ao investimento e à troca. (HARAWAY, 2009, p. 64)

Portanto, para Haraway aprender o domínio da escrita tecnológica e biológica é criar formas de driblar o poder unidirecional, forma de rebelar-se. A pensadora associa a subversão



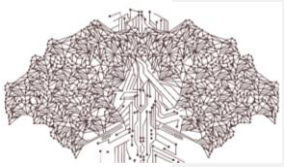
do ciborgue a sua tecnologia de escrita. A escrita-ciborgue, fortemente ligada aos grupos colonizados, é uma escrita de sobrevivência, à favor da liberdade do jogo de linguagem, contra a totalidade dos textos. Uma vez que, cada vez mais, as máquinas e organismos são vistos como textos codificados e fabricadora de textos sua relação é necessária.

Sendo a arte um campo de problematização, vemos estas obras como uma forma de questionar não somente seus espasmos estéticos mas também uma tentativa de desvendar e dialogar com as mudanças estruturais pelas quais estamos passando. Também há a emergência à postos de que esta escrita em questão seja retomado por aqueles fora de seu centro de controle – algo que embora não aconteça diretamente, dentro do esquema criado por Eduardo Kac, presta referência, ilustra uma desmontagem da escrita por meio do dispositivo de seu trabalho que permite a participação interativa.

Lida por um diagrama de pensamento em rede, a obra abre-se a um processo, pelo menos em um nível, também coletivo, aberto, descentrado, plural, simultâneo, entre espaços físicos e não físicos, entre redes sólidas e imateriais, redes orgânicas e sintéticas. Em termos da ecologia comunicativa transorgânica de Massimo, poderíamos dizer que as bactérias trocam fluxos de informação com os usuários participantes, e vice-versa, em um cenário de redes que se supõe também a rede sólida, a galeria e a estrutura física dela em si, figurando a riqueza de nossas ecologias. Neste local de pensamento, a própria rede criada pela obra é viva? Invertendo a ideia de organismo vivo como rede a rede aqui também parece ser um organismo vivo a mais em meio a processos dialógicos entre humanos, máquinas, bactérias e usuários. A potência de vitalidade é criar outros vivos não só geneticamente mas também outras formas de agentes comunicativos, de trocas em redes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A obra *Gênesis* de Eduardo Kac, dentro da ótica apresentada por esta pesquisa, nos colocamos a pensar a sinergia coletiva, a cooperação, a imaterialidade, a lógica não opositiva, juntamente com a ideia do pensamento de rede. A rede é potência, pode ser este modelo de vida aqui relatado, onde tudo contamina, afeta, é afetado. A rede é a potência da rede, um agir coletivo, que ao torcer pela mutação, pela "falha", se compõe também como um meio de se fazer presente em espaços reclusos, espaços de poder, em um processo de montagem e desmontagem que procuramos associar com a escrita-ciborgue, existente por uma questão de sobrevivência.



Nesse sentido, há na obra diversas manifestações de vivo em pleno contanto. A comunicação entre a interatividade dos usuários conectados e as bactérias que fazem parte de sua produção de sentido do trabalho, da escrita, tentando revitalizar o controle. Este desejo coletivo, vida potente, é capaz de romper com códigos rígidos aparentemente submetidos a vias de poder específico: o código moral religioso, regido pela igreja, e o código genético, que está à mercê de empresas laboratoriais com interesses aliados ao retorno financeiro e ao mercado e outros tipos de instituições – vias de dominação. Portanto, a rede, como potência de vitalidade, modifica os códigos, restaura a potência da vida (em seus diversos níveis), fazendo o signo da mutação um signo de insubordinação.

A mutação é tudo o que a dominação não quer. O que as pesquisas laboratoriais, a engenharia genética, o perigo de uma eugenia, recusa. E, ao mesmo tempo, carrega alguns dos princípios mais necessários que constituem a vida biológica: a variabilidade genética e a ocorrência do acaso. O diálogo entre redes relembra que o código é mutável. E na frase que objetava o domínio humano em todos os seres, ou seja, aquilo que a ecologia comunicativa desmontou, a formação antropocêntrica, o que ocorre é nem tanto isto nem seu inverso mas uma construção em diálogo, uma escrita em diálogo, sem exterior ou interior. Na metáfora armada por *Gênesis* a recusa do poder humano é posto desmembrado, e o código da vida, escrito em conjunto. Não só recusa a sua centralidade, mas também, podemos se referir ao controle da escrita genética que a biotecnologia, conforme seu uso, pode trazer, como no pior acontecimento um cenário de genocracia. O que Kac (2007) chama de Genocracia são condutas políticas governamentais onde o estado toda decisões políticas com base na crença de que os genes sozinhos determinam movimentos de vida e morte. A ideia de que os genes são reguladores à nível matemático, o corpo é uma máquina e eles os controladores, levam a uma urgência necessidade de repensarmos o humano. Contra este controle a rede surge como um contraponto, que se exige insubordinado e em contrução. São as redes, que por via do acaso, permitem reescrever a frase onde aparece a frase enigmática *éon*, um ruído construido no acaso que desarticula a mensagem bíblica. Uma lembrança das aberturas possíveis e da não exatidão.

Kac parece assinalar fortemente o potencial vivo da rede, e talvez possamos ver a obra como metáfora da comunicação ecológica, da expansão da biosfera e da inserção mais forte da biotecnologia nesta, onde estar conectado é uma questão de vida ou morte. Assim, se desalinho modelos antigos de pensamentos em rede, e o humano e o vivo são desalinhados, mutados, assim como frase.

Assim, observamos que o sentido da obra também se dá dentro de uma estética de rede pois ela ganha constrói resultados na elaboração coletiva, sendo um sistema aberto, não-linear, atópico, propenso a heterotopias, assim como a rede. Ela age em múltiplos tempos e espaços, espaços microscópicos e macro, on-lines e offlines. Trabalha com laços invisíveis e visíveis, com os anônimos da rede, com as escalas não visíveis microscópicas das bactérias e seus genes, descentralizada do domínio do artista sob seu resultado, se construindo em torno do compartilhamento, sua ordem e desordem, sua circulação de desejo e afetos. Ao recordarmos a fala de Di Felice, sobre a alteração do estatuto da natureza, do estatuto de humanos e não humanos, e da amplificação de processos híbridos e transuperficiais, a obra *Gênesis* é para nós um laboratório artístico onde isto pode ser relatado, um local de presença de outros vivos, assim como previsto nos cenário da ecologia da comunicação.

Referências bibliográficas

ANTONIO, Jorge Luiz. As traduções na poesia digital. In: LEÃO, Lucia. **O chip e o caleidoscópio**: Reflexões sobre as novas mídias. Editora SENAC: São Paulo, 2005.

CALLON, Michel. Por uma nova abordagem da ciência, da inovação e do Mercado. O papel das redes sociotécnicas In: PARENTE, André (org.). **Tramas da Rede:** Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

DI FELICE, Massimo. **Net-ativismo:** Da ação social para o ato conectivo. São Paulo: Paulus, 2017.

HARAWAY, Donna**.** Manifesto ciborgue**:** Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, Tomaz (Org.). **Antropologia do ciborgue**: As vertigens do pós-humano. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

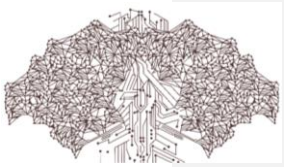
KAC, Eduardo. **Media and Poetry:** An international Anthology. London: Intellect Books, 2007.

_____ **Signs of Life:** Bioart and beyond. London: MIT Press, 2007.

_____ **Telepresença e Bioarte:** Humanos, Coelhos e Robôs. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

LATOUR, Bruno. HERMANT, Èmilie, Redes que a razão desconhece: Laboratórios, bibliotecas, coleções In: PARENTE, André (org.). **Tramas da Rede:** Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MACHADO, Arlindo. **O quarto iconoclasmo**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.



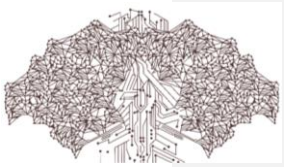
MUSSO, Pierre. A filosofia da rede. In: PARENTE, André (org.). **Tramas da Rede:** Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

PARENTE, André. **Tramas da Rede:** Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

PELBART, Peter Pál. **Vida Capital**: Ensaios de biopolítica. São Paulo: Editora Iluminuras 2003.

SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: O advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 22, dez, 2003.

SANTAELLA, Lucia. Artes do corpo biocibernético e suas manifestações no Brasil. **Revista Nuestra América**, Porto, n. 5, jan-jul, 2008.



DO *COMMONS* AO *BLOCKCHAIN:* A RESSIGNIFICAÇÃO DA CIDADANIA E SEUS DESAFIOS.

Graziela Brandão de Lima[1]

Uma revolução tecnológica baseada nas tecnologias da informação começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado. CASTELLS (1999) acredita que esse novo sistema de comunicação fala cada vez mais uma língua universal digital e que assim está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos.

Primo(2008) dividiu e explicou em seu artigo as três grandes fases do desenvolvimento tecnológico como sendo a fase da indiferença, que vai até a Idade Média, a fase do conforto, que corresponderia à modernidade e, enfim, a fase da ubiquidade ou pós-modernidade.

Na primeira fase, a ciência e o mito se confundem e o conhecimento era pautado na religião e tradição, e a mídia resumia-se a registros primitivos. Na fase do conforto, observa-se o controle e a transformação da natureza, a dessacralização e o racionalismo.

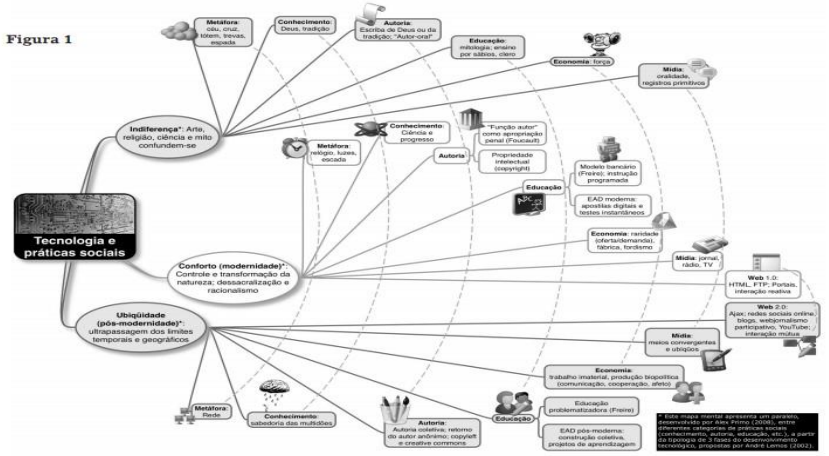
Nesta fase, o conhecimento advém da ciência que é sinônimo de progresso, com isso o autor passa a ter proteção estatal por meio do copyright (propriedade intelectual). A mídia tem como meios o jornal, o rádio e a TV. Surge aqui a Web 1.0, promovendo o acesso aos sites e portais de notícias porém a interação é restritiva.

A fase da ubiquidade, ou pós-modernidade, caracteriza-se pela ultrapassagem dos limites temporais e geográficos advindos do uso das tecnologias digitais, disseminação de ferramentas, como os smartphones, os *personal computers*, bem como com a interligação de diversas redes de comunicação que passam a ser acessíveis dos lugares mais remotos (internet, telefonia celular, *wi-fi*, etc), e ainda, a criação da Web 2.0 onde há predominância de redes sociais online, blogs, webjornalismo participativo e demais plataformas de interação mútua. O conhecimento aqui é pautado na sabedoria das multidões através da rede na qual os indivíduos são "nós". A autoria coletiva como fonte do conhecimento desencadeia no *copyleft* e na licença *creative commons*, como, por exemplo, a WikiPedia. Surge, desta forma, uma nova economia

1 Graziela Brandão de Lima é mestranda pelo programa de Mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas e Sociais Aplicadas na UNICAMP e participa do Laboratório de Tecnologia, Sociedade e Democracia (LATESD/UNICAMP). É advogada e atualmente Supervisora Jurídica de uma Fintech do ramo de criptomoedas. E-mail: grazielablima@gmail.com.

onde a matéria prima é o trabalho imaterial, os dados passam a ter valor de mercado e com isso, produz-se a biopolítica num ambiente da cibercultura.

Temos abaixo a figura ilustrativa retirada do artigo de Primo (2008) para resumir as três fases desse desenvolvimento.



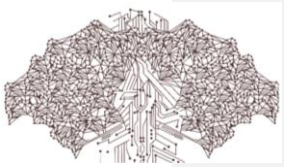
Fonte: PRIMO, Alex. **Fases do desenvolvimento tecnológico e suas implicações nas formas de ser, conhecer, comunicar e produzir em sociedade.** Publicado em: Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder / Nelson De Luca Pretto, Sérgio Amadeu da Silveira: organizadores. – Salvador: EDUFBA, 2008.

Primo (2008) ressalta que a Web 2.0 deve ser compreendida não apenas como uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), as quais permitem que sites apresentem recursos de interface antes disponíveis apenas em programas instalados no computador, mas também por sua intrínseca "arquitetura de participação".

A cibercultura ruma para uma civilização da telepresença generalizada, isto é, para além de uma física da comunicação. A interconexão constitui a humanidade em um contínuo de sem fronteiras, cava um meio informacional oceânico, mergulha os seres e as coisas no mesmo banho de comunicação interativa. A interconexão tece um universal por contato, conforme Levy (1999).

Levy explica o social tecnológico da seguinte forma:

> A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre



> o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato (LEVY, 1999: 130)

Este social é dinâmico e em contínuo devir, diferente de um organismo fechado e delimitado feito de um conjunto de órgão separados e interagentes, é um social hibrido, perante o qual é necessário repensar o significado da estrutura e da ação social.

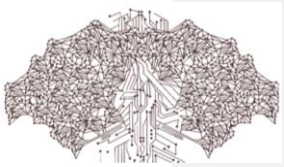
Silveira (2010) explica que o social digital, diferente do analógico, mais que uma polifonia de vozes resulta ser mais próximo de uma realidade "protéica". Assim, o social contemporâneo deixa de ser um conjunto de estruturas comunicantes para se tornar o espaço de atuações múltiplas, através da união simbiótica de setores e da criação de relações híbridas. Este processo é estimulado pela tecnologia digital que manifesta uma enorme potencialidade não somente de conexão, mas, sobretudo, de experimentação, juntando realidades e entidades distantes e possibilitando assim formas inéditas de social, de mercados e de produções.

As redes digitais, portanto, estão, simultaneamente, aprofundando as contradições do capitalismo cognitivo, ampliando os espaços democráticos da crítica, da criação cultural e da diversidade, bem como abrindo espaço para a emergência de uma esfera pública interconectada, com um potencial mais democrático que a esfera pública dominada pelos *mass media* explica Sérgio Amadeu Silveira.

Howard Rheingold (2004), denominou o fenômeno de *smart mobs* ou multidões inteligentes, como aquele em que pessoas desconhecidas vão se conectando em uma rede ad hoc, momentânea, unida por um objetivo ou causa comum.

Com o processo da digitalização da comunicação sem fio, a internet poderá ser acessada cada vez mais pelos celulares. Assim, a rede digital é também uma rede móvel que acompanha o andar do cidadão aumentando a descentralização da comunicação e viabilizando novos tipos de mobilizações na esfera pública, impossíveis no ambiente de comunicação analógica e unidirecional.

A internet é uma rede em constante evolução, sendo, portanto, fundamentalmente inacabada. Suas regras básicas, os protocolos principais, são abertos e desenvolvidos colaborativamente tendo como seus dois elementos estruturantes, até o momento, a reconfiguração constante e a recombinação das tecnologias e dos conteúdos.



Partindo deste ponto, em 1999, Shawn Fanning criou um programa chamado Napster para trocar arquivos em formato mp3. Sua criação despertou o mundo para as enormes possibilidades de compartilhar conteúdos de modo distribuído, sendo considerado por muitos, o primeiro programa P2P (peer-to-peer)[2].

A concepção do P2P é a de que na rede todos podem ser servidores e clientes, ou seja, não existem papéis fixos. Desta forma, o reuso e a reconfiguração que ocorre com os aplicativos da rede compõem uma dinâmica que está contaminando as telecomunicações digitais. As práticas colaborativas, presentes na internet, estão atingindo o mundo da infraestrutura, gerando novas possibilidades de comunicação, além de ampliar o acesso às redes e à diversidade de produção cultural, explica Silveira.

Winner (2010) sustenta que o valor essencial do compartilhamento, do reuso e do remix de informações advindas do estoque de conhecimento, de arte, de ciência e de educação que existe no mundo é considerado nosso patrimônio comum, e não um armazém de propriedade privada ameaçado por ladrões e protegido pela polícia. Novas práticas, como o uso da licença GPL (General Public Licence ou Licença Pública Geral) e de várias outras licenças, como as criadas pelo Creative Commons, possibilitam a distinção de direitos e liberdades que estão ligados a determinado o escrito, obra de arte ou recurso cultural.

Para Benkler (2006), a Internet democratiza pois nesse ambiente "(...) todos são livres para observar, questionar e debater" através de blogs ou de participação em grupos de discussão, dentre outros recursos. Assim, verifica-se que a grande modificação da economia

[2] [2] "P2P é uma modelo de arquitetura de rede que se contrapõe ao tradicional modelo cliente-servidor. Redes p2p utilizam uma arquitetura descentralizada em que cada máquina, chamada de nó, executa ao mesmo tempo as funções de cliente e servidor, diferente da arquitetura cliente-servidor em que uma máquina cliente apenas envia solicitações e aguarda pela resposta do servidor.
No modelo cliente-servidor o desempenho do servidor é deteriorado à medida que o número de requisições dos clientes aumenta. Em redes p2p, o desempenho geral da rede aumenta à medida que cresce o número de nós da rede. Normalmente, cada nó da rede pode realizar upload e download ao mesmo tempo e novos nós podem entrar na rede enquanto outros nós estão saindo, caracterizando um modelo de alta flexibilidade e ainda transparente ao usuário final.
Outra característica importante das redes p2p, especialmente para a utilização com o *blockchain*, é o seu caráter descentralizado. Informações transmitidas por um nó da rede, podem rapidamente ser replicadas para máquinas em diversos lugares do mundo, tornando praticamente impossível apagar ou alterar registros espalhados em um número tão grande de nós." Pires, Timoteo Pimenta. **Estudo da Tecnologia Blockchain e suas Aplicações para Provimento de Transparência em Transações Eletrônicas**. Publicação PPGENE.TDXXA/2016, Departamento de Engenharia Elétrica, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 56p.

informacional em rede na esfera pública trata de possibilitar que o cidadão não seja passivo na busca pela informação bem como participar da construção da informação:

"(...) a rede permite que todos os cidadãos mudem sua relação com a esfera pública. Eles já não precisam ser consumidores e espectadores passivos. Eles podem se tornar criadores e fontes primárias dos assuntos" (BENKLER, 2006).

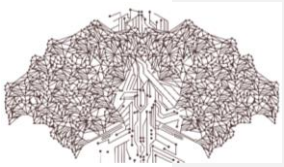
Coelho (2010) defende que a inovação tecnológica e a própria tecnologia, entendidas como conhecimento humano aplicado, devem estar voltadas para o desenvolvimento social, encontrando caminhos que signifiquem apropriação social e contribuam para a superação das desigualdades.

Neste contexto de superação de desigualdades, Coelho (2010) conclui que uma política pública de inclusão social deve ser entendida a partir de uma análise do processo cumulativo de exclusão que se agrava com o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação. Defende ainda a inclusão digital como um processo que visa a construção da cidadania, vejamos:

> A compreensão de que o processo de inclusão digital faz parte de uma construção da cidadania nos coloca no campo do direito à informação, ao conhecimento e à comunicação. O acesso à informação é um direito fundamental de qualquer sociedade democrática baseada no pluralismo, na tolerância, na justiça e no respeito mútuo. Sem informação não temos conhecimento dos nossos direitos e não temos como assegurá-los. Ao falarmos de inclusão digital estamos nos referindo a uma nova cultura de direito, não apenas o direito genérico à internet, mas ao acesso à informação enquanto um bem público.

Desta forma, com tecnologias mais flexíveis, híbridas e adequadas às realidades locais, verifica-se que a implantação de uma infraestrutura de acesso à internet em banda larga permite a efetiva democratização da tecnologia para o cidadão.

A cidadania ativa pode ser construída com inclusão digital a partir acesso da população à sociedade do conhecimento através dessas redes, constituídas como patrimônio da comunidade. Nessa construção, vislumbra-se a possibilidade de o cidadão buscar informações, selecioná-las, classificá-las; transformando, se quiser, sua realidade, interferindo com qualidade nos espaços democráticos existentes, ou criando novos espaços para a melhoria das condições de vida individual, da organização comunitária e do desenvolvimento local, conforme assevera Coelho (2010).



Na última década e meia, observa-se uma mudança radical na organização da produção de informação. Habilitados pela mudança tecnológica, nós estamos começando a ver uma série de adaptações econômicas, sociais e culturais que tornam possível uma transformação radical de como tornar o ambiente informacional que ocupamos como indivíduos autônomos, cidadãos e membros de grupos culturais e sociais (BENKLER, 2006).

A liberdade advinda dessa nova economia informacional em rede tem o potencial para garantir uma melhor participação democrática, um meio de fomentar uma cultura mais crítica e autorreflexiva, dentre outras possibilidades.

Há, portanto, a emergência na propositura e desenvolvimento de projetos oriundos tanto do setor governamental, como o orçamento participativo digital e as consultas públicas on-line, quanto da sociedade civil, como sites, com dados abertos e de denúncias, aplicativos mobile, dentre outros, que direcionam a Internet como instrumento para promover participação civil e controle social.

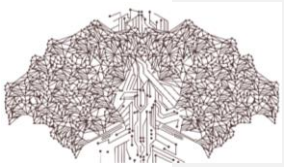
A ONG Global Voices criou, em janeiro de 2010, a rede Technology for Transparency (T4T) em conjunto com outros patrocinadores, como o Open Society Institute e o Omyidar Network. A rede tem como objetivo ser um mapa colaborativo para documentar e avaliar projetos que usam a tecnologia com o propósito de promover transparência, accountability e engajamento cívico no mundo.

Discute-se com frequência as possibilidades e os limites da tecnologia para modificar as relações entre a sociedade civil e a esfera governamental.

O conceito de esfera pública digital está relacionado ao conceito de esfera pública proposto por Jürgen Habermas (2003).

> Da construção histórica que culmina no conceito de esfera pública burguesa, construído a partir das mudanças oriundas do surgimento nova sociedade burguesa e do Estado de Direito no século XVIII, Habermas (2003) entendeu a esfera pública como "(...) a linha divisória entre Estado e sociedade (...). A esfera pública política (...) intermedeia, através da opinião pública, o Estado e as necessidades da sociedade" (HABERMAS, 2003: 45-46).

Desta forma, a esfera pública é entendida como o espaço em que a sociedade, através da opinião pública, assegura que o Estado agirá de acordo com esta, asseverando institucionalmente "(...) o vínculo entre lei e opinião pública".



O conceito de esfera pública digital designa a relação entre governo e sociedade civil através de web, denotando as possibilidades de os cidadãos participarem da Administração Pública por meio deste canal eletrônico.

Sobre um novo conceito de esfera pública pautado no uso massivo das novas tecnologias, Silva (2010) infere que:

> (...) as tecnologias da informação e da comunicação em rede inauguram formas inéditas de interação, de existência e de debate público, inaugurando, portanto, formas inéditas de ação na esfera pública, que, enquanto conceito, para incorporar essas características, passa a carecer de novas definições.

O Estado Democrático de Direito, ou ainda, Estado Democrático e Social de Direito que caracteriza o desenvolvimento estatal no que tange à separação de poderes e funções respeitado os valores como a liberdade, a justiça, a legalidade e igualdade.

Neste contexto, ALARCÓN (2014. p 137) sintetiza que o progresso do Estado Social se deu devido à ausência de respostas de um Estado que se abstinha diante dos problemas urgentes dos despossuídos e à procura de ações concretas de políticas públicas.

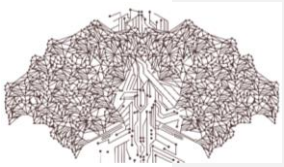
> A necessidade de superar dificuldades próprias do entorno em que se desenvolve a existência, bem como a criação de uma conveniente estrutura social, que permita o desenvolvimento das suas potencialidades, foram e continuam a ser uma das maiores preocupações do homem. (ALARCÓN 2014, p. 61)

Desta forma, podemos dizer que a revolução tecnológica se desenvolve a fim de superar as dificuldades próprias e cria uma nova estrutura social permitindo o desenvolvimento das suas potencialidades.

Uma das principais dificuldades de todos os Estados ao longo da história diz respeito à democracia. Assim, as jovens democracias, como é o caso do Brasil, se deparam com desafios como a consolidação da própria democracia, com a criação e ampliação de canais de participação política a fim de promover uma cidadania de alta intensidade, superando, simultaneamente, as deficiências econômicas, estabelecendo um modelo de desenvolvimento com justiça social.

A democracia, como modernamente concebida, tem seus precedentes nos séculos XVII e XVIII com a Revolução puritana na Inglaterra, a independência americana e a Revolução Francesa.

SANTANA (1995, p. 29) entende que a democracia é um fenômeno em constante mutação e sua essência varia em razão dos vetores tempo-lugar e seu conceito vem sempre



adicionado de uma locução que o faz exprimir significado distinto, a exemplo da democracia liberal e democracia pluralista, entre outras. Assim, percebe-se que a junção de dois termos mais exprime uma noção sociopolítica e acadêmica do que efetiva. Portanto, a democracia é, então, polifacetária e plurissignificativa.

A Constituição Federal de 1988 consagra em seu artigo 1º a democracia representativa fundada em que todo poder emana do povo que o exercer por meio de representantes eleitos, isto é, pela via do processo eleitoral, o povo elege seus representantes para que em seu nome exerçam o governo conforme explica ZVIRBLIS (2006, p. 55).

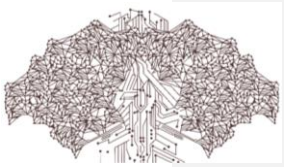
> Se a democracia é um bem da soberania popular, a participação dos cidadãos é um bem sua marca eminente. A democracia exprime uma concepção de transformação que vem dos cidadãos, que devem ser guardiões desse movimento. A democracia participativa e a democracia representativa devem, portanto, coexistirem, complementando-se. Daí a complementação da democracia indireta com a participação direta, constituindo-se a democracia semidireta, com os institutos da 'iniciativa popular, do referendo, do plebiscito e do recall', este não adotado pela Constituição brasileira. Nesse rol deve-se acrescentar a ação popular, que se constitui, também, em um instrumento para cidadão participar da vida política do Estado, diretamente, fiscalizando a gestão do patrimônio público e os interesses ambientais difusos. (Grifos nossos) (ZVIRBLIS 2006, p. 66)

Assim, conforme explica SANTANA (1995, p. 72) à participação política emprestamos não somente o sentido do efetivo exercício do voto, posto que a cidadania transcende os lindes do processo político, compreendendo o indivíduo como ser integrado na sociedade estatal.

JANOSKI (1998) define que cidadania é a pertença passiva e ativa de indivíduos em um Estado-nação com certos direitos e obrigações universais em um específico nível de igualdade.

SOMERS (1993) propõe sua definição como processo, constituído por uma rede de relações e idiomas políticos que acentuam a pertença e os direitos e deveres universais em uma comunidade nacional.

Por sua vez, TUNER (1986) considera a cidadania como um conjunto de práticas políticas, econômicas, jurídicas e culturais que definem uma pessoa como membro competente da sociedade.



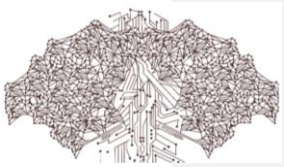
VIEIRA (2001) explica que os direitos e as obrigações de cidadania existem quando o Estado valida as normas de cidadania e adota medidas para implementá-las.

Diferencia os processos de cidadania dos direitos de cidadania esclarecendo que "os processos de cidadania – lutas por poder entre grupos e classes – não são necessariamente direitos de cidadania, mas constituem variáveis independentes para sua formação". Desta forma, tais processos seriam partes constitutivas da teoria, mas não do conceito definidor de cidadania.

Relacionando o conceito tradicional de cidadania com a sua aplicação aos indivíduos imersos no social tecnológico, chega-se ao que chamamos de cidadania digital ou hipercidadania.

BUSTAMANTE (2010) enumera os elementos basilares que conceituam a hipercidadania ou cidadania digital dentre os quais estão:

- a apropriação social da tecnologia, o que supõe empregá-la para fins não só de excelência técnica, mas também de relevância social;
- a utilização consciente do impacto das TIC sobre a democracia, avançando desde suas atuais formas representativas até novas formas de democracia participativa;
- a expansão de uma quarta geração de direitos humanos, na qual se incluiria o acesso universal à informática, à difusão de ideias e crenças sem censura nem fronteiras e por meio das redes, o direito a ter voz no desenho de tecnologias que afetam nossas vidas, assim como acesso permanente ao ciberespaço por redes abertas e a um espectro aberto (Open Spectrum);
- a promoção de políticas de inclusão digital, entendendo como inclusão não o simples acesso e compra de produtos e serviços de informática, mas o processo de criação de uma inteligência coletiva que seja um recurso estratégico para inserir uma comunidade ou um país em um ambiente globalizado;
- o desenvolvimento criativo de serviços de governo eletrônico que aproximem a gestão dos assuntos públicos dos cidadãos;
- a defesa do conceito de procomun (commons, bens comuns), conservando espaços de desenvolvimento humano cuja gestão não está submetida às leis do mercado e ao arbítrio dos especuladores;
- a extensão da luta contra a exclusão digital e outras exclusões históricas de caráter cultural, econômico, territorial e étnico que ferem, na prática, o exercício de uma plena cidadania;
- a proteção frente às políticas de controle e às atividades das instituições de vigilância social. Em outras palavras, proteção frente ao exercício de um biopoder potencializado por um uso institucional das TIC;



• a aposta no software livre, no conhecimento livre e no desenvolvimento de múltiplas formas de cultura popular, com o objetivo de consolidar uma esfera pública interconectada.

Constata-se, portanto, que cidadania e sociedade civil são noções distintas entre si. Ao passo que a primeira é reforçada pelo Estado, a última abrange os grupos em harmonia ou conflito, mas ambas são empiricamente contingentes.

BOBBIO (1987) afirma que a expressão "sociedade civil" é geralmente empregada como um dos termos da grande dicotomia sociedade civil/Estado. Num sentido negativo, por "sociedade civil" entende-se a esfera das relações sociais não reguladas pelo Estado, entendido restritivamente e quase sempre também polemicamente como o conjunto dos aparatos que num sistema social organizado exercem o poder coativo.

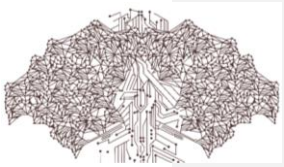
A sociedade civil, portanto, cria grupos e pressiona em direção a determinadas opções políticas, produzindo, com isso, estruturas institucionais que favorecem a cidadania.

Para JANOSKI (1998) a sociedade civil representa uma esfera de discurso público dinâmico e participativo entre o Estado, a esfera pública composta de organizações voluntárias, e a esfera do mercado referente a empresas privadas e sindicatos.

Para os entusiastas da tecnologia, a internet veio como uma forma de propiciar a participação dos excluídos na sociedade civil, uma vez que diminuem-se as distâncias sociais na rede e criam-se grupos de pressão política em diversos segmentos.

O *procomun*[3] supõe um ambiente de democratização da cultura e desenvolvimento da cidadania onde as redes devem se manter como bens comuns que garantam, segundo L. Lessig, a liberdade dos usuários. Essa cidadania potencializada é manifestada através de redes sociais virtuais, blogs, videoblogs, comunidades de intercâmbio, movimentos Open Source e Conhecimento Livre (Free Knowledge) etc. No entanto, também se manifesta a partir do poderoso

[3] "Benkler define como espaços institucionais em que se podem exercer certas liberdades com respeito às restrições impostas pelos mercados. Essas restrições aparecem, frequentemente, na forma de relações de propriedade, que definem quem tem controle sobre quais recursos, e quais são as relações entre agentes em função da posse ou carência de um bem ou um recurso determinado. Isso não significa que os bens comuns sejam espaços anárquicos, mas que os agentes podem atuar neles com uma lógica diferente da do mercado, evitando os paradoxos que se produzem na Teoria dos Jogos quando um agente busca a maximização da utilidade esperada de suas decisões. Em outras palavras, é o que acontece quando se atua em ambientes estratégicos, em que vários agentes atuam de forma que as decisões de um dependem das decisões dos demais, seguindo as regras dos ambientes paramétricos, aqueles em que o mundo e o conjunto de possibilidades já dadas não são modificáveis pelas decisões de outros sujeitos. Os bens comuns podem ser usados através de normas sociais que não precisam de relação de propriedade". BUSTAMANTE, Javier. **Poder comunicativo, ecossistemas digitais e cidadania digital**. Publicado em: Cidadania e redes digitais. Sergio Amadeu da Silveira, organizador. – 1a ed. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil : Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.



movimento de deslocamento do poder do centro do sistema para a periferia, como fazem as chamadas comunidades de interesse (BUSTAMANTE, 2010).

Silveira (2007) explica que Commons[4] pode ser traduzido como comum, produção comum ou como espaço comum e seu significado também comporta a noção de público em oposição ao que é privado. Sua utilização remete ainda a ideia de algo que é feito por todos ou por coletivos e comunidades. Os commons pretendem expressar recursos que são comuns, tais como os bens públicos.

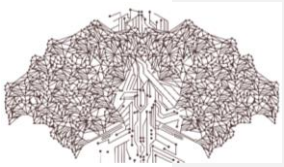
Benkler definiu o termo como "um tipo particular de arranjo institucional que governa o uso e a disposição de recursos. Sua principal característica, que os define de forma distinta da propriedade, é que nenhuma pessoa tem o controle exclusivo do uso e da disposição de qualquer recurso particular. Pelo contrário, os recursos governados pela comunidade podem ser utilizados e dispostos por qualquer um entre um dado número de pessoas." (BENKLER, 2007)

Para Benkler, a liberdade de participação nas redes, a livre iniciativa, diante de um leque extremamente variado de interesses, direciona os indivíduos a organizarem projetos colaborativos em que seus participantes não são firmas, nem indivíduos que perseguem sinais de mercado, mas sujeitos que criam importantes produções colaborativas de alcance social.

Assim, é crescente o número de iniciativas, públicas e privadas, voltadas à promoção da participação social na vida política por meio de plataformas web e aplicativos mobile. Dentre os temas recorrentes, temos: transparência e Accountability, governo 2.0, controle social e consultas públicas.

O cenário cívico atual caminha, à passos lentos, da total descrença no sistema político à esperança de moldá-lo em prol da sociedade. Para tanto, os recursos utilizados nesta transição são basicamente os tecnológicos. Desta forma, ultrapassa-se a barreira da dicotomia entre tradição e modernidade, fazendo com que a tradição seja levada pela modernidade ao maior número de pessoas. Ou seja, dar efetividade ao que já faz parte do sistema político, como por exemplo audiências públicas e projetos de lei de iniciativa popular consagrados na Constituição de 1988, através de meios tecnológicos, tais como plataformas de discussão e aplicações mobile.

[4] "Garret Hardin, em 1968, escreveu o ensaio denominado "The Tragedy of the *Commons*". Nele defendeu que o acesso irrestrito às áreas comuns pode levar a superexploração de seus recursos finitos. Um exemplo muito utilizado é o das famílias que exploravam pastos comuns com suas ovelhas. Como o número de ovelhas não parava de crescer e não havia nenhuma coordenação sobre os recursos comuns, as ovelhas acabaram exaurindo completamente as terras comuns." Silveira, Sérgio Amadeu. O Conceito de *Commons* na Cibercultura. Disponível em http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1202-1.pdf Acesso em 15 de julho de 2017.



Dentre as plataformas web pesquisadas para este artigo, destacam-se: Update, Chequeado, Civic Stack, DemocracyOS e Wikilegis. Relativo às aplicações mobile, o destaque vai para o Mudamos+.

A plataforma Update[5] busca contribuir para a atualização da democracia latinoamericana através do fortalecimento do campo de inovação política e das práticas políticas emergentes que atuam na região e promovem experimentos disruptivos. Iniciou o mapeamento em junho de 2015, e chegou a 700 iniciativas cadastradas em novembro do mesmo ano. Em janeiro de 2016 mais de 150 iniciativas deixaram de existir, o que demonstra a dinâmica altamente volátil desse campo. Ao mesmo tempo, a cada semana são identificadas iniciativas recém criadas, que se somam a esta visão de ecossistema. A plataforma de visualização do mapeamento foi lançada em abril de 2016 e continua sendo atualizada diariamente pela equipe do Update.

O Update se configura como um laboratório de compreensão, difusão e promoção da troca entre os atores do campo, em busca de uma América Latina mais democrática, com práticas políticas renovadas e mais participativas, organizações e indivíduos mais atuantes, para a construção de sociedades menos desiguais, mais justas e mais inclusivas.

Por meio de pesquisa, análise e visualização de dados sobre o desenvolvimento das práticas políticas emergentes, o Update pretende gerar insights e compartilhar ideias que contribuam para o fortalecimento do ecossistema, bem como no fomento a novos experimentos.

Para atingir este objetivo o Update disponibiliza este mapeamento permanente das iniciativas que compõem esse campo, identificando os atores (hubs) que o integram e criando um retrato dinâmico que permita dar visibilidade as suas ações (sinais). Para facilitar a visualização das iniciativas mapeadas criamos essa plataforma interativa que ajuda a navegar pelas terminologias e filtros de forma mais fácil.

Outra iniciativa inovadora que nasceu na Argentina e foi adotada no Chile, Paraguai e Brasil é o Chequeado[6] que é uma plataforma de Fact-Checking (verificação de discurso) que busca facilitar a investigação de fatos e a apuração dos discursos dos políticos para identificar se o que estão dizendo é de fato verdade.

O Civic Stack[7] é uma plataforma onde se encontra e compartilha ferramentas cívicas de código aberto para serem adaptadas e utilizadas frente aos diferentes cenários públicos.

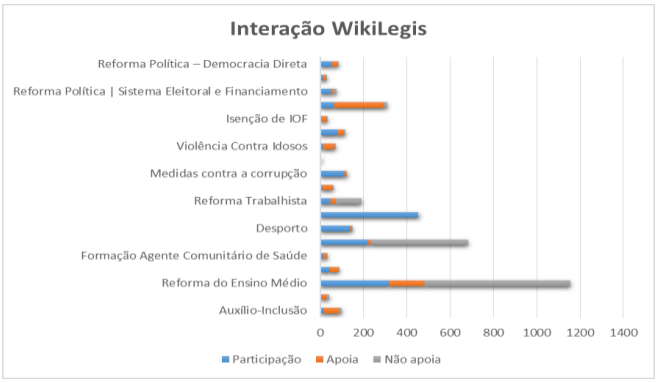
[5] Para mais informações, acessar http://updatepolitics.cc/ Acesso em 15 de jul de 2017

[6] Para mais informações, acessar http://chequeado.com/ Acesso em 15 de jul de 2017.
[7] Para mais informações, http://www.civicstack.org/ Acesso em 15 de jul de 2017.

O DemocracyOS[8] é um espaço online para deliberação e votação de propostas políticas. É uma plataforma para um governo mais aberto e participativo. O software tem como objetivo estimular melhor comer melhores argumentos e decisões, como pares.

De iniciativa do governo, o Wikilegis[9] é uma plataforma em que cidadãos podem participar do debate e construção de leis junto com os deputados.

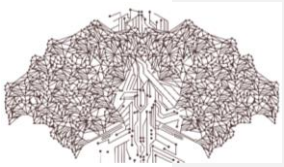
Dos projetos de lei que foram avaliados pela população entre 15/12/2016 e 06/06/2017, houve, no total, 1782 participações (edições de projeto), 851 pessoas que demonstraram seu apoio a qualquer dos projetos e 1310 pessoas que demonstraram sua discordância de qualquer dos projetos. O gráfico abaixo resume o processo de interação na plataforma.



Fonte: autoria própria a partir dos dados disponíveis na plataforma. Julho/2017.

Dentre os projetos, o que teve maior número de edições foi o PL 5276/2016 sobre Proteção de Dados[10], o com o maior índice de apoio, foi a Sugestão 34/15, referente ao desmatamento de florestas, contando com 232 apoios. Os projetos com maior índice de discordância foram relativos à Reforma do Ensino Médio e Reforma da Previdência.

[8] Para mais informações, http://democracyos.org/ Acesso em 15 de jul de 2017.
[9] Para mais informações, https://edemocracia.camara.leg.br/wikilegis/Acesso em 15 de jul de 2017.
[10] O projeto trata da proteção da privacidade e dos dados pessoais de cada cidadão. Por exemplo, a proteção de seus dados cadastrais em locais como hotéis, lojas, academia, hospitais, bancos e sites. Também protege os dados do cartão de crédito quando você realiza uma compra, assim como de exames médicos e da biometria (impressão digital). Disponível em https://edemocracia.camara.leg.br/wikilegis/bill/46 Acesso em 15 de jul de 20017.



PROJETO	Participação	Apoia	Não apoia
Proteção de Dados Pessoais	452	0	0
Reforma do Ensino Médio	322	160	675
Reforma da Previdência	221	14	448
Desporto	142	6	1
Medidas contra a corrupção	114	9	0
Processo Penal	83	27	5
Desmatamento	64	232	13
Reforma Política | Democracia Direta | Nova versão	63	31	0
Reforma Política – Democracia Direta	57	25	3
Reforma Política | Sistema Eleitoral e Financiamento	52	9	15
Reforma Trabalhista	50	24	117
Dados Abertos Governamentais	45	41	1
Termos de Uso do portal e-Democracia	27	12	2
Auxílio-Inclusão	17	72	9
Violência Contra Idosos	15	54	2
Torna Permanente o FUNDEB	15	13	2
Formação Agente Comunitário de Saúde	13	20	1
Transparência e Participação na Câmara dos Deputados	12	48	1
Autoriza home-office no serviço público	8	22	11
Isenção de IOF	8	24	3
Atividades em terrenos de marinha	2	4	0
Criação do Conselho Social de Transparência - Lei de Acesso à Informação	0	4	1

Fonte: autoria própria a partir dos dados disponíveis na plataforma. Julho/2017.

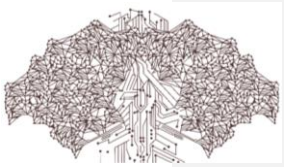
A quantidade de indivíduos que utilizaram a Internet no primeiro trimestre de 2016 chegou-se à marca de 94,2 milhões de internautas no país, o que corresponde a 55% da população, segundo um estudo do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)[11].

Em 2016, o Instituto de Tecnologia e Sociedade criou o projeto MUDAMOS que tem como objetivo ser um espaço virtual para discussão e construção coletiva e colaborativa de políticas públicas. O projeto contou com o apoio da *Open Society Foundations* e do Instituto Arapyaú.

O projeto MUDAMOS possui dois cenários: o primeiro está relacionado à qualidade do debate de temas públicos. O projeto promove na Internet um debate qualificado e multissetorial sobre questões públicas. O segundo está relacionado à construção de soluções para os principais desafios enfrentados em relação a determinado tema de interesse público, que pode ser de abrangência local, regional ou nacional.

Na proposta inicial do projeto, todas as políticas públicas formuladas coletivamente pela MUDAMOS seriam entregues diretamente aos agentes públicos responsáveis pela sua implementação e devendo ser acompanhadas depois pela rede de organizações e pessoas que compunham o projeto.

[11] Dados disponíveis em http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/6/Panorama_Setorial_11.pdf acesso em 15 de jul de 2017.



O grande impasse até então estava em tornar o debate em ações práticas, tais como proposituras de projetos de lei.

A Constituição brasileira de 1988 criou um mecanismo de democracia direta que funciona da seguinte forma: se 1% dos eleitores assinarem uma petição em apoio a uma nova lei, o Congresso brasileiro deve reconhecê-la como um projeto de lei proposto pelo povo e votá-lo como tal.

Atualmente, seriam necessárias cerca de 1,5 milhão de assinaturas para isso. No entanto, a única forma até agora para coletar assinaturas era o papel. No entanto, o papel tem inúmeras limitações, tais como os riscos de adulteração e a questão da auditoria das assinaturas. Assim, a tal previsão ao longo dos quase 30 anos de Constituição Federal mostrou-se ineficaz.

O projetos provenientes de mobilização popular, como é o caso do projeto da "Ficha Limpa" ou das "10 Medidas Anticorrupção", mais de 1,5 milhão de assinaturas foram colhidas porém os projetos não foram aceito pelo Congresso como sendo de iniciativa popular e sim por propositura de um deputado que se aliou a causa e o propôs em seu próprio nome. No caso das 10 Medidas Anticorrupção, o projeto precisou não apenas ser "adotado", mas acabou "desconfigurado" com relação a seu texto original de origem popular.

Essa lacuna procedimental deu ensejo à criação, em 2017, do aplicativo mobile Mudamos+[12]que utiliza a tecnologia *blockchain* para colher assinaturas para projetos de lei de iniciativa popular de forma acessível, segura e facilmente auditável por qualquer pessoa.

O diferencial desse aplicativo foi a utilização da tecnologia *blockchain* para o recolhimento das assinaturas e garantia de autenticidade da livre expressão de vontade do cidadão.

O *blockchain* é o razão geral de todas as transações Bitcoin[13] que já foram executadas. É, portanto, uma tecnologia extremamente disruptiva que pode ter a capacidade de reconfigurar todos os aspectos da sociedade e suas operações. Alguns autores falam em grupos

[12] O aplicativo foi desenvolvimento com recursos do prêmio Desafio Impacto Social Google e foi lançado em abril de 2017. Ele pode ser usado não apenas para propor novas leis no plano federal (em que são necessárias cerca de 1,5 milhão de assinaturas) como também nos planos estadual e municipal. Nesses casos, o número de assinaturas é bem menor. Podem significar 60 mil assinaturas para um estado, ou ainda, 300 assinaturas para grande parte dos municípios do país. Acreditamos que a experiência legislativa municipal pode ser inteiramente transformada com o uso do aplicativo Mudamos+ e permitirá a construção de uma nova relação entre representantes e representados." Disponível em: https://itsrio.org/pt/comunicados/criamos-um-aplicativo-para-colher-assinaturas-em-leis-de-iniciativapopular/ Acesso em 15 de julho de 2017.

[13] "Bitcoin é uma moeda digital, peer-to-peer (par a par ou, simplesmente, de ponto a ponto), de código aberto, que não depende de uma autoridade central. Entre muitas outras coisas, o que faz o Bitcoin ser único é o fato de ele ser o primeiro sistema de pagamentos global totalmente descentralizado." ULRICH, Fernando. Bitcoin: a moeda na era digital. São Paulo: Instituto von Mises Brasil, 2014.

de atividades existentes e potenciais na revolução *blockchain* que podem ser divididos em três categorias: *blockchain* 1.0, 2.0 e 3.0.

SWAN (2015) explica que o *blockchain* 1.0 é moeda, a implantação de Criptografia em aplicativos relacionados ao caixa, como transferência de moeda, remessa e sistemas de pagamento digital. O *blockchain* 2.0 é um contrato, toda a lista das aplicações econômicas, de mercado e financeiras que utilizam a cadeia de blocos que são mais extensas do que transações de caixa simples: ações, títulos, futuros, empréstimos, hipotecas, títulos, propriedades inteligentes e contratos inteligentes. O *blockchain* 3.0 é uma aplicação de cadeias de blocos além da moeda, das finanças e dos mercados - particularmente nas áreas de governo, saúde, ciência, alfabetização, cultura e arte.

O *blockchain* é como uma camada de aplicação para ser executada na pilha de protocolos de Internet existente, adicionando uma nova camada inteira à Internet para permitir transações econômicas, pagamentos em moeda digital imediata (em uma criptografia universalmente utilizável) e a longo prazo, contratos financeiros mais complexos. Qualquer moeda, contrato financeiro ou recurso rígido ou suave pode ser negociado com um sistema como uma cadeia de blocos. Além disso, o bloco pode ser usado não apenas para transações, mas também como um sistema de registro e inventário para gravação, rastreamento, monitoramento e transação de todos os ativos.

Uma cadeia de blocos é bastante literal como uma planilha gigante para registrar todos os ativos e um sistema de contabilidade para transacioná-los em uma escala global que pode incluir todas as formas de ativos detidas por todas as partes em todo o mundo. Assim, o *blockchain* pode ser usado para qualquer forma de registro de ativos, inventário e troca, incluindo todas as áreas de finanças, economia e dinheiro; Ativos difíceis (propriedade física); e ativos intangíveis (votos, ideias, reputação, intenção, dados de saúde, etc.). (SWAN, 2015)

Com um potencial revolucionário igual ao da Internet, e muitos acreditam que este potencial é ainda maior que o da Internet, a tecnologia *blockchain* pode ser implantada e adotada muito mais rapidamente do que a Internet, tendo em vista os efeitos da rede da atual Internet global e da conectividade celular.

OneName e BitID são exemplos de serviços de verificação de identidade digital baseados em blockchain. Eles confirmam a identidade de um indivíduo em um site. O BitID permite aos usuários fazer login em sites com seu endereço Bitcoin. Em vez de "Login com Facebook", você pode "Conectar-se ao Bitcoin" (seu endereço Bitcoin). O BitID é um protocolo de autenticação descentralizado que aproveita as carteiras da Bitcoin como uma forma de identificação e QR code para pontos de acesso a serviços ou plataformas. Permite aos usuários

acessar uma conta online, verificando-se com o endereço da carteira e usando um dispositivo móvel como o autenticador de chave particular.

Um benefício secundário da governança do *blockchain* é que ele pode forçar os indivíduos e as sociedades a passarem para um outro nível de maturidade perante os temas como governança, autoridade, independência e participação, tanto no conceito como na prática. E é justamente esse outro nível de maturidade de participação que o aplicativo Mudamos+ está propondo para a sociedade.

CONCLUSÃO

A sociedade vive em constante revolução, seja ela Tecnológica, da Internet ou do Bitcoin/Blockchain. Em todas, houve mudanças sociais, econômicas e políticas positivas e negativas.

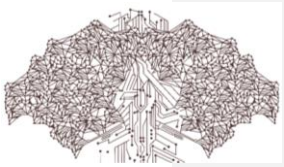
A participação na vida política não deve restringir-se ao voto, deve, portanto, ir além. Tendo em vista que a sociedade é regida por leis, o papel do cidadão deve inclusive ser o de editar e propor leis que o vão reger.

Para tanto, é necessário que os cidadãos tenham acesso à informação, não somente dados, educação e meios técnicos para participarem deste novo modelo de hipercidadania, é necessária a inclusão digital.

A principal crítica que se faz é acerca da vontade de os cidadãos participarem da vida política. O meio digital apenas facilita a participação, o que não garante que de fato haja essa interação. Fato constatado a partir da análise dos dados da plataforma de participação Wikilegis.

Segundo estudo da CETIC de 2016, existem, no Brasil, 94,2 milhões de internautas no país, o que corresponde a 55% da população. No entanto, em quase 6 meses, apenas 1.782 internautas dedicaram um tempo para participar efetivamente do processo legislativo.

Uma explicação para o baixo número de participação pode estar relacionado à forma que a pesquisa está disponibilizada ao cidadão. O acesso via smartphone é predominante frente ao uso do computador. Além disso, o pacotes de dados, em sua maioria pré-pagos, é mais acessível para comunicação móvel frente aos planos de internet fixa. Todas essas variáveis corroboram para que haja ou não maior participação e interação e é necessário um maior estudo a respeito do modo que os indivíduos enxergam e interagem em cada plataforma.



A ressignificação da cidadania, portanto, encontra-se na superação dos entraves sócio-técnicos em busca do entendimento de um novo padrão de autonomia deste hipercidadão.

Palavras-chave: Commons; Bitcoin; Blockchain; Participação política; cidadania.

Referências bibliográficas

ALARCÓN, Pietro de Jesus Lora. Ciência Política, Estado e direito público: uma introdução ao direito público da contemporaneidade. São Paulo: Editora Verbatim, 2014.

BENKLER, Yochai. The Wealth of Nations: How Social Production Transforms Markets and Freedom. Yale University Press, 2006.

_____. A economia política dos commons. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu et al. A comunicação digital e a construção dos commons: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

BUSTAMANTE, Javier. Poder comunicativo, ecossistemas digitais e cidadania digital. Publicado em: Cidadania e redes digitais. Sergio Amadeu da Silveira, organizador. – 1a ed. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil : Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

BOBBIO, Norberto. Estado, governo, sociedade: por uma teoria geral da política. Rio de Janeko:Paz e Terra, 1987

CARDOSO JUNIOR, José Celso e Berovici, Gilberto. República Democrática e Desenvolvimento: Contribuições ao Estado brasileiro contemporâneo. Brasília: Ipea, 2013;

CASTELLS, M. A Sociedade em Rede. Vol. 1, 2ª Edição. São Paulo: Paz e Terra. 1999.

COELHO, Franklin Dias. A cidade digital e a apropriação social da inovação tecnológica.

Publicado em: Cidadania e redes digitais. Sergio Amadeu da Silveira, organizador. – 1a ed. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil : Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

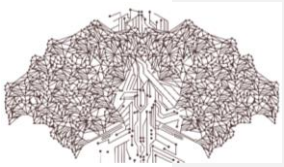
DINIZ & RIBEIRO, Eduardo Henrique e Manuella Maia. O conceito de esfera pública interconectada e o site "webcidadania" no Brasil. Publicado em 2012. Disponível em

<http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/diniz_-_conceito-de-esfera-publicai_8286.pdf > Acesso em 10 de jul de 2017.

FERREIRA, Marco Aurélio Marqques e Abrantes, Luiz Antonio. Políticas públicas, gestão e sociedade. Assis; Viçosa: Triunfal Gráfica e Editora, 2013.

HABERMAS, Jürgen. Direito e democracia: entre facticidade e validade. Vol II. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003

LUCI M.M Bonini; Ivone Panhoca; Tamara Iwanow Cianciarullo – Políticas públicas: estudos e casos. 1ª Edição. São Paulo: Ícone Editora. 2014.



JANOSKI, Thomas. Citizenship and Civil Society. Cambridge, Cambridge University Press. 1998

RHEINGOLD, Howard. Multitudes inteligentes: la próxima revolución social. Barcelona.: Editorial Gedisa, 2004.

MEKSENAS, Paulo. Cidadania, poder e comunicação. São Paulo: Cortez, 2002.

PIRES, Timoteo Pimenta. Estudo da Tecnologia *Blockchain* e suas Aplicações para Provimento de Transparência em Transações Eletrônicas. Publicação PPGENE.TDXXA/2016, Departamento de Engenharia Elétrica, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 56p.

PRIMO, Alex. Fases do desenvolvimento tecnológico e suas implicações nas formas de ser, conhecer, comunicar e produzir em sociedade. Publicado em: Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder / Nelson De Luca Pretto, Sérgio Amadeu da Silveira: organizadores. – Salvador: EDUFBA, 2008.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Cidadania e redes digitais. 1a ed. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil : Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

_____. Ambivalências, liberdade e controle dos ciberviventes. Publicado em: Cidadania e redes digitais. Sergio Amadeu da Silveira, organizador. – 1a ed. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil : Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

_____. Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública. Publicado em: Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder / Nelson De Luca Pretto, Sérgio Amadeu da Silveira: organizadores. – Salvador: EDUFBA, 2008.

_____. O conceito de commons na cibercultura. Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: http://200.144.189.42/ojs/index.php/libero/article/viewFile/5397/4914.

SANTANA, Jair Eduardo. Democracia e cidadania: o referendo como instrumento de participação política. Belo Horizonde: Del Rey, 1995.

SOMERS, Margaret. Citizenship and the Place of the Public Sphere. American Sociological Review, 58:587-620, out. 1993

SWAN, Melanie. Blockchain: Blueprint for a new economy. O'Reilly Media: USA, 2015.

TURNER, Bryan. Citizenship and Capitalism. Londres, Alien & Unwin. 1986

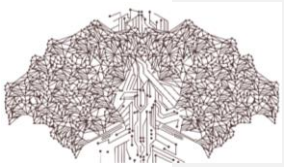
VIEIRA, Liszt. Os argonautas da cidadania. Rio de Janeiro: Record, 2001;

ZVIRBLIS, Alberto Antonio. Democracia participativa e opinião pública: cidadania e desobediência civil. São Paulo: RCS Editora. 2006

ULRICH, Fernando. Bitcoin: a moeda na era digital. São Paulo: Instituto von Mises Brasil, 2014.

WINNER, Langdon. Sujeitos e cidadãos no mundo digital. Publicado em: Cidadania e redes digitais. Sergio Amadeu da Silveira, organizador. – 1a ed. – São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil : Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



DO SOCIAL PARA O ATO COMUNICATIVO: REFLEXÕES ACERCA DOS MODOS HÍBRIDOS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL[1]

Claudenir Módolo Alves[2]; Fernanda Elouise Budag[3]; Thiago Calçado[4] e Marcella Faria-Santos[5]

Resumo

O presente artigo é resultado de pesquisas realizadas no interior do grupo de estudo sobre filosofia da tecnologia da FAPCOM, que a partir de variadas perspectivas de análise e referências das diferentes áreas da sociologia, filosofia e teorias da comunicação, busca caminhos para interpretar o fenômeno das interações com as tecnologias no âmbito das relações sociais inseridas na sociedade interconectada nas e pelas redes de comunicação digital, sejam elas nas perspectivas da subjetividade, do hibridismo homem-tecnologia, da sociabilidade, da democracia ou da economia colaborativa. A proposta procurou desenvolver posicionamento crítico acerca dos conceitos e da própria ideia de sociedade, homem, comunicação, sujeito e democracia a partir de diferentes autores, como Foucault (2014), Di Felice (2009; 2012; 2013; 2017), Martín-Barbero (2004), Canclini (2012), Certeau (2007) e Lemos (2013).

Palavras-chave: hibridismos e comunicação; sociabilidade; processos de subjetivação; democracia digital; economia colaborativa.

Introdução

1 Proposta de Mesa Coordenada enviada ao Eixo Temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisador é professor da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação - FAPCOM. É Doutor em Comunicação (ECA-USP) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação (FILOCOM). E-mail: modoloc@gmail.com.
3 Pesquisadora é professora da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação - FAPCOM. É Doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP) e participa dos Grupos de Pesquisa Midiato (ECA-USP) e Juvenália (ESPM-SP). E-mail: fernanda.budag@gmail.com.
4 Pesquisador é professor da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação - FAPCOM. É Doutor em Filosofia (PUC-SP) e participa do Grupo de Pesquisa Michel Foucault (PUC-SP). E-mail: thiago78brasil@hotmail.com.
5 Pesquisadora é professora da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação - FAPCOM. É mestre em Ciências da Comunicação (ECA-USP) e participa do Centro de Pesquisa Atopos (ECA/USP). E-mail: marcella.faria@fapcom.edu.br.

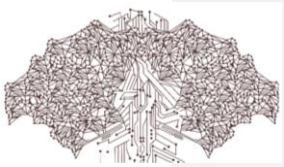
Fatos recentes impulsionaram discussões sobre a qualidade das ações e agregações sociopolíticas que acontecem em conexão com as tecnologias de comunicação. Desde os anos 2000, com a chamada "web 2.0", passamos a ter um incremento qualitativo e quantitativo da utilização das redes digitais de comunicação para além da esfera do entretenimento, como, por exemplo, a Primavera Árabe em 2011, as manifestações contra o aumento do valor da condução pública em São Paulo no ano de 2013 ou ainda no ano de 2016, quando muitos brasileiros foram às ruas articulando redes e circuitos de comunicação, em nome do impeachment da então presidente Dilma Rousseff.

Tais acontecimentos apontam para um tipo de ação descentralizada em sua forma comunicativa e sustentada por um espaço não territorial, amplificado pelas redes informacionais. Tais conexões ganharam novos contornos, principalmente relacionados a velocidade e amplitude com que se espalham pela sociedade globalizada (já pelas formas de produção e indústria cultural). Toda essa rede de organismos se movimenta através da mistura de muitos agentes ou actantes (LATOUR apud LEMOS, 2013), o que nos leva a adotar o conceito de hibridismo como ponto de partida da análise das formas de participação social atuais.

Desde o telescópio de Galileu, passando pelas artes e criações de Leonardo Da Vinci, até os investimentos em nanotecnologia para a produção de soja, vemos o Ocidente experimentar formas "híbridas" de produção e existência. A cada interação com diferentes materialidades, novas lógicas de funcionamento, novos espaços informacionais são constituídos, mudando as possibilidades de ação dos interagentes de uma maneira mais fluida do que o racionalismo moderno acreditou.

Nossa proposta de reflexão parte da ideia de que hoje temos um modo de participação social e política marcada por esse "hibridismo" dos interagentes vindo da arquitetura comunicativa das diferentes agregações coletivas das redes digitais de comunicação. Tal hibridismo impacta inclusive no entendimento sobre o que significa fazer política, como vemos nos agentes investigados do aplicativo de consumo colaborativo *Tem açúcar?*[6], citados neste artigo, ou ainda nos estudos sobre a sociabilidade do *Second Life*[7], *Barcamp*[8] e Baixo Centro[9], também

[6] *Tem Açúcar* (http://www.temacucar.com) é um aplicativo para smartphone voltado à troca de bens e experiências entre pessoas desconhecidas.
[7] Criado em 2003, pelo *Linden Lab (empresa de programação em informática)*, São Francisco / Califórnia, o *Second Life (www.secondlife.com)* é um mundo virtual em gráfico 3D inspirado na cultura *cyberpunk*. Ver Faria (2008).
[8] *Barcamp* é um tipo de encontro baseado na ideia de desconferência, criado em 2005 pelo empresário Tim O'Reily. Ver Faria (2008).
[9] O coletivo Baixo Centro (https://atelie397.com/baixo-centro/) atua através de redes de internet para conectar iniciativas alternativas de atuar socialmente com protagonismo. Ver Faria-Santos, 2013.



mencionados (FARIA, 2008). Tal mistura, entre os diferentes tipos de organismos tocam inclusive a qualidade da singularidade, em termos foucaultianos, aparente nas manifestações dessas redes sociais digitais. A esses questionamentos acrescentamos as visões levantadas por Di Felice (2017) sobre a concepção do atual ativismo político, ou como chamou o autor, "net-ativismo", que denota uma ação política não institucionalizada, sistêmica, hierarquicamente distribuída e, portanto, distinta da ação política descrita pelas ciências sociais em suas tradicionais manifestações. Um dos principais pontos que enfraquecem tais perspectivas para se analisar a atualidade levantados pelo autor é a visão antropocêntrica e a visão unitária da história em relação à natureza e à tecnologia, a qual situa o homem no centro ocupando todos os limites possíveis do projeto emancipatório do homem moderno.

De modo geral, mantemos um dos focos de nossa discussão sempre nas possibilidades de atuação política e ativista na sociedade em rede, mas como pano de fundo conservamos uma reflexão sobre o surgimento do indivíduo moderno e a constituição das massas. Isso da perspectiva do chamado Contínuo Mediático Atmosférico – CMA (ALVES, 2017), o qual vem a ser uma leitura nova que busca refletir sobre o contexto da comunicação na sociedade atual. Nossa compreensão se dá a partir dos elementos prévios ao CMA e à constituição do próprio CMA. O Contínuo Mediático Atmosférico é constituído por quatro elementos: (1) o campo das ideias, valores e crenças; (2) a esfera pública; (3) as massas e (4) os grandes meios de comunicação. Nesse espectro, a finalidade do CMA segue em duas direções: atuar no imaginário, produzir fascinação e glamour; e cooptar as massas para as causas políticas e outros ativismos.

Do social para o ato comunicativo, é uma sugestão de interpretação que vê a comunicação de maneira complexa, formante, para além da ideia de meio, mas como espaço continente das atuais maneiras de se produzir atos políticos, intermitentes e potentes.

Assim, são apresentadas a seguir três reflexões distintas que se propuseram pensar nas dinâmicas sócio-informativas dos agentes orgânicos, inorgânicos, epistemológicos, midiáticos, comunicativos, buscando elementos para ampliar o debate sobre a qualidade das relações, do social, da ação social, dos conflitos que são, hoje, todos atravessados pela fisiologia dos meios de comunicação digitais.

Sociabilidade transorgânica e ecologia comunicativa

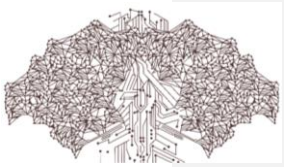
Iniciamos efetivamente nosso texto com uma discussão eminentemente teórica a partir da observação da sociedade de uma maneira abrangente. Diante da realidade da internet das coisas, vemos que grande parte das relações sociais são mistos de decisões "humanas" e "não humanas"

formando um ecossistema informativo (DI FELICE, 2009) que transforma nossa condição habitativa, e nossa percepção sobre ela, não mais pautada nas decisões do sujeito racional, nem na empatia do interacionismo descritos pela sociologia. A experiência cotidiana amplia a compreensão do fenômeno social atual, mas a linguagem disponível para descrever tal qualidade ainda é repleta de categorias antagônicas. A proposta aqui foi investigar a perspectiva do hibridismo entre homem-tecnologia presente na ideia de "pacto transorgânico" e "atopia" desenvolvida por Di Felice (2009), levando em consideração o contexto da comunicação digital como ambiência e fisiologia desse fenômeno. Dessa forma, buscamos descrever o pacto transorgânico como uma qualidade da sociabilidade atual própria de uma sociedade da conectividade que "age" por meio da interação de diferentes inteligências em topologias fluídas, extrapolando os limites da tradicional arquitetura do social.

Um dos argumentos deste artigo é o da superação da noção de sociabilidade como resultado da ação exclusiva de agentes humanos que, guiados pelos seus objetivos e suas relações com as instituições sociais, atuam no território social de forma a garantir a coesão deste organismo. Nessa perspectiva, de ordem mais mecanicista, a qualidade de sociabilidade constituía-se a partir de interações presenciais em espaços físicos e sob influência das tele presenças das mensagens que circulavam vindas de diferentes instituições: religiosas, educacionais, políticas, econômicas, culturais, midiáticas. A essa rede de informações atribuía-se o sentido de realidade e de concretude. A proposta de uma nova perspectiva, a de sociabilidade transorgânica, inclui superação dessas noções que eram pautadas no antropocentrismo, na externalidade e na frontalidade da ação social (DI FELICE, CUTOLO e YANAZE, 2011). A perspectiva da sociabilidade transorgânica avança para outras articulações epistemológicas sobre o entendimento das dicotomias natureza x cultura, homem x objeto.

O espírito da época moderna, marcada pela inovação tecnológica, aumento da oferta de produtos, industrialização e individualismo impactou no entendimento sobre o novo tipo de sociedade que emergia. A objetividade racional (natural) própria do gênero humano, foi a resposta da ciência para produzir e legitimar seus projetos de progresso em nome da civilização.

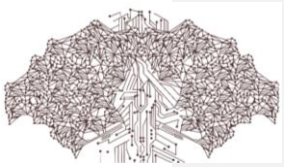
A partir daí temos uma compreensão da identidade do sujeito social ora como resultado de suas relações com as normas e instituições, ora como o sujeito consciente e negociador. Di Felice (2012) qualificou essas visões sobre a ação social da seguinte forma: a primeira como ação social exotópica, "isto é, externa ao sujeito, estranha e imposta a ele" (DI FELICE, 2012, p. 38); a segunda, como ação social empática na qual vemos uma dimensão dialógica das relações. A ação exotópica é uma interpretação que posiciona o homem como sujeito refém das estruturas, já a ação empática é uma interpretação na qual o sujeito possui consciência e poder de barganha de



acordo com os diferentes espaços e regras de interação. Tal perspectiva amplia o entendimento da ação social para a perspectiva da complexidade de suas interfaces, sejam elas as arquiteturas dos espaços, os símbolos das culturas, as regras institucionais, que acabam por afetar a situação social e a percepção dos indivíduos levando em conta a organicidade dos diferentes agentes. Para Di Felice (2012), tanto o território, as arquiteturas, quanto o clima, as culturas, as informações são parte constituintes do agir, mas nessas duas tipologias levantadas pelo teórico sobre as produções tradicionais da sociologia, a percepção das outras materialidades, linguagens estão sempre partindo de um ponto central que organiza hierarquicamente as posições do sujeito (indivíduo) ou da sociedade (instituições).

Com a experiência dos regimes totalitários e consolidação da sociedade dos meios de comunicação, do entretenimento, da indústria cultural insere-se no debate sociológico a esfera comunicativa, vista como meio de transmissão de informação, território de disputa cultural, entre outras perspectivas. Autores como Adorno, Horkheimer, Benjamin, McLuhan, Baudrillard, Eco, Martín-Barbero, entre outros, debatem sobre a condição política, social e econômica vinculada a essa nova forma social técnico-comunicativa. Na percepção do filósofo italiano Perniola (2009 apud DI FELICE, 2013), tal período é palco da crise da ação política (própria do projeto moderno de emancipação humana) e também sedutora (DI FELICE, 2013) sobre a qual Baudrillard (apud DI FELICE, 2013) descreve o fortalecimento do simulacro em sobreposição a qualquer resquício de realidade (desertificação do real). O que denota ainda a ação do tipo exotópica, que acontece sem "consciência", o homem acredita viver em prol de sua liberdade, mas está completamente imerso em uma vida desconectada da "realidade". Para Perniola, "passamos do regime historiográfico para o regime comunicativo no interior do qual o acontecimento político e a ação seriam substituídos pela sua simulação" (PERNIOLA, 2009 apud DI FELICE, 2013, p. 10). A impossibilidade da ação reverbera nas teorias críticas que percebem a ausência de reflexão por parte da sociedade imersa nessa simulação. Por termos perdido o sentido histórico, perdemos o caminho simbólico dos valores coletivos. Surge o individualismo pós-moderno, vazio, abordado por, entre outros, Lipovestiky (2005), diferente do individualismo moderno técnico-científico.

A situação social tecnológica comunicativa da sociedade de massa e das mídias passa a coexistir com esse espaço informacional responsável por garantir sua coesão, fortalecendo a sociabilidade técnico-comunicativa. Como sugerido por Meyrowitz (apud DI FELICE, 2009), se colocarmos uma câmera de vídeo na cozinha de um restaurante, reconhecida oficialmente como território próprio dos garçons e cozinheiros e, portanto, terreno "interno" de seus comportamentos, os mesmos não agirão da mesma forma pelo fato de suas ações serem filmadas, compartilhadas e avaliadas por outros membros da sociedade. Ou seja, a introdução de uma



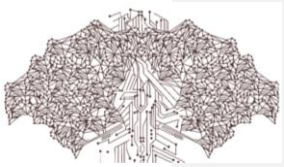
tecnologia comunicativa e sua possibilidade de amplificação da realidade mudam completamente a ecologia da interação. Os propósitos, os agentes, as tecnologias, os locais são outros com a possibilidade de "*broadcast yourself*" (slogan do Youtube).

Nos anos 2000, com a chegada da web 2.0 a uma parte das casas brasileiras, assistimos à total mistura dos espaços e tempos de diferentes culturas e instituições. Somada à sociabilidade técnico-comunicativa, temos a comunicação interativa e em tempo real que, por sua vez, aponta para uma outra qualidade de interação, de sociabilidade e ação social, que segundo Di Felice (2009) pode ser chamada de "atópica", sem lugar definido, sem unidade histórica, sem projeto prévio inserido num programa estabelecido pelas formas legítimas de exercer poder. A experiência social se faz ambígua, lúdica, imersiva e comunicativa e acabam por alterar o próprio sentido de estrutura social, transformando-o em constantes situações que ocorrem nessas metageografias informativas (DI FELICE, 2009), como vemos no Coletivo Baixo Centro. Neste, a dimensão de comunhão e de compartilhamento potencialmente constrói uma conexão social que integra pessoas, máquinas, natureza e significados, permitindo a espontaneidade da "ação social" a partir do momento que pessoas-máquinas-natureza-significados, como ecossistema, se inter-relacionam.

A proposta de olhar o real através da sociabilidade conectiva denota uma abordagem cognitiva da "forma formante" das ações e não tanto de seu propósito ou efetividade. Se "o lugar faz o laço", como diz Maffesoli (2002), o ciberespaço[10] faz o laço conectivo, efêmero e potente em sua duração e impacto (interno, principalmente). Di Felice (2017), ao tratar as formas atuais de net-ativismo reconhece a ação em sua forma formante e a define (temporariamente) como "ato conectivo" (DI FELICE, 2017), que no tempo de sua duração é evento, é acontecimento devido a percepção aberta de infinitas possibilidades do agir. A ideia de "pacto transorgânico" transforma a noção de estrutura sistêmica social em ecologia comunicativa e potencializa o "ato conectivo" dos eventos políticos que se colocam como semente, mais pela lógica sensível e menos pela lógica racional da eficiência.

Participação social em movimentos colaborativos sem capital econômico

[10] Ciberespaço aqui entendido de maneira mais ampla que a rede *www*, conforme Santaella (2010).



Neste momento de nossa reflexão continuamos olhando para as interações sociais na sociedade conectiva, mas agora da perspectiva da economia colaborativa; sobretudo, da proposta do consumo colaborativo, agregando também achados empíricos (ainda que iniciais) à crítica teórica empreendida até aqui.

Queremos pensar sobre novas práticas e sentidos de consumo de segmentos juvenis, hoje, em torno de plataformas digitais de interação social com propostas colaborativas que não envolvem trocas de capital econômico. Nisso, entendemos aqui consumo colaborativo como modos de consumo mais sustentáveis a um custo menor, uma vez que implicam a partilha de bens ou experiências entre pessoas que dão preferência ao acesso ao consumo e não à posse de bens (ROGER; BOTSMAN, 2011).

Trazemos, portanto, alguns fundamentos teóricos e resultados empíricos de estudo ainda em andamento. Em verdade, estudo ainda iniciante, cuja investigação compreende uma etapa de pesquisa bibliográfica e uma etapa de pesquisa de campo (entrevistas em profundidade com uso de roteiro semi-estruturado).

Instigou-nos pensar sobre a não implicação monetária nas interações sociais atuais porque Zizek (2015) aponta uma insatisfação generalizada da população mundial em relação às sequelas sociais do capitalismo quando localiza um comum sentimento anticapitalista (ZIZEK, 2015, p. 125) nas variadas manifestações que vinham ocorrendo ao redor do Mundo (Primavera Árabe; *Occupy Wall Street*; e junho de 2013 no Brasil, etc.).

> O capitalismo global é um processo complexo que afeta diferentes países de diferentes maneiras, e o que unifica os protestos em sua multiplicidade é o fato de serem reações a diferentes facetas da globalização capitalista. Hoje em dia, a tendência geral do capitalismo global é na direção de uma expansão maior do domínio do mercado em combinação com o progressivo fechamento do espaço público, a redução dos serviços públicos (saúde, educação, cultura) e o incremento do autoritarismo. É nesse contexto que os gregos estão protestando contra o domínio do capital financeiro internacional e seu próprio Estado ineficiente e corrupto, cada vez menos capaz de prover os serviços sociais básicos; que os turcos estão protestando contra a comercialização do espaço público e o autoritarismo religioso; que os egípcios protestaram contra um regime autoritário e corrupto apoiado por potências ocidentais; que os iranianos protestaram contra um fundamentalismo religioso corrupto e ineficiente; e assim por diante. (ZIZEK, 2015, p. 126-127).

Desse modo, debruçamo-nos sobre as práticas e discursos articulados dentro de um objeto empírico em particular, o aplicativo *Tem Açúcar?*, uma "[…] plataforma que facilita o compartilhamento de coisas entre vizinhos", cuja proposição defende e empreende a economia, a sustentabilidade e a vivência de experiências.

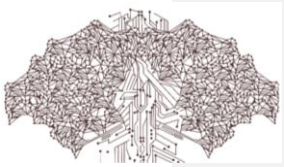
Para este momento, trazemos o resultado apenas de quatro entrevistas em profundidade realizadas com jovens de no mínimo 18 anos, residentes em São Paulo e usuários da citada plataforma. Entre os resultados preliminares, destacamos que identificamos quatro tipos de pedidos e/ou ofertas realizados no aplicativo, que classificamos da seguinte forma: pedidos de objetos pontuais para necessidades pessoais; pedidos de objetos pontuais por motivos profissionais; oferta de doações variadas; e busca de parceiros para experiências de consumo diversas (como sair para beber uma cerveja, por exemplo).

Entre as razões para a escolha pelo uso do aplicativo em questão em detrimento de outro tipo de interação social para empreender a prática de consumo desejada, encontramos: a economia (redução de despesas financeiras); o estabelecimento de vínculos com os vizinhos, além do aumento da rede de contatos; e a humanização dos relacionamentos (por não envolver dinheiro).

Já entre os sentidos atribuídos à plataforma, conseguimos localizar significações como as que seguem: os investigados enxergam o aplicativo como uma iniciativa que tem potencial de crescimento e multiplicação; que permite o acesso a bens e/ou experiências que de outra maneira poderiam não se efetivar ou seriam mais difíceis de firmar-se; e que tem uma capacidade virtual de transformação da realidade social.

Quando os participantes são estimulados a responderem se a questão da interação social é relevante para a opção pelo uso da plataforma, explicitamente respondem que não é um fator expressivo. Contudo, atravessando seus discursos, em outras questões, a interação social salta espontaneamente das falas, evidenciando-se como ainda mais importante justamente porque desponta de forma natural. Enunciados como *"[...] o Tem Açúcar? funciona pra mim como uma chance de aumentar o meu círculo social"* e *"eu não conheço essas pessoas e a plataforma me ajuda a conhecê-las, porque a gente vai se aproximar através da procura e da oferta"* (entrevistado 02) são representativos dessa enunciação modesta que revela a relação social, a socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 230) como um motor importante para essa prática emergente de consumo sem troca monetária.

Somado a isso, no geral, a adoção do uso da plataforma digital em estudo insere-se dentro de uma predileção por um estilo de vida e uma trajetória de história de vida que carregam uma certa dose de preocupação e olhar ao outro (inserção pelo acesso ao consumo) e à sustentabilidade do planeta de uma forma extensiva.



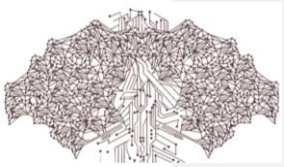
Em unanimidade, o consumo colaborativo significa, para os participantes, a alternativa otimizada para o próprio consumo, que, por sua vez, pode ser entendido tanto como a aquisição de bens em excesso quanto como a obtenção daquilo que é o básico necessário para a sobrevivência.

Os entrevistados enxergam suas ações como políticas em um sentido amplo; no sentido de não atuarem em instâncias políticas oficiais, mas ainda assim defenderem um posicionamento de consumo consciente e potencialização do acesso aos bens em suas vidas diárias. Suas ações seriam, dialogando com Rocha (2012), politicidades. Em outras palavras, ações políticas que escapam dos espaços políticos tradicionais e são operadas na cotidianidade. E aqui temos a comunicação (materializada em um aparato técnico comunicacional) como mediação para a prática política – reconfigurada.

De posse de todo esse material coletado em campo, tal qual Canclini (2012, p. 22), que identifica a capacidade de agência de jovens mexicanos em seu uso inovador de capitais culturais e sociais e seu movimento em direção a horizontes não previstos pelo desenvolvimento clássico das indústrias culturais, enxergamos a agência dessa juventude brasileira; tanto na concepção da plataforma (que é de idealização brasileira) quanto, sobretudo, em seu uso. Aliás, o mesmo autor defende a observação do comportamento dos jovens e suas táticas criadoras, assumindo como assunto central de sua investigação o papel atual dos jovens:

> A outra questão central desta pesquisa é o papel atual dos jovens: sua participação ascendente na economia da produção cultural e como consumidores, como motor das tecnologias digitais em todas as áreas da criação cultural e da comunicação, está mudando seu lugar social em muitos países. Um amplo setor de novas gerações, dedicado a atividades criativas ou expressivas, está sendo analisado como empreendedores independentes, setores de moda, tecnógrafos, consumidores, ou seja, como atores-chave na chamada sociedade da informação ou do conhecimento. (CANCLINI, 2012, p. 5, tradução nossa).[11]

[11] Texto no original: “El otro asunto central de esta investigación es el papel actual de los jóvenes: su partici- pación ascendente en la economía de la producción cultural y como consumidores, como impulsores de las tecnologías digitales en todas las áreas de la creación y la co- municación cultural, está modificando en muchos países su lugar social. Un sector am- plio de las nuevas generaciones, dedicado a actividades creativas o expresivas, está siendo analizado como emprendedores independientes, trendsetters, techsetters, pro- sumidores, o sea como actores clave en una sociedad llamada de la información o del conocimiento.” (CANCLINI, 2012, p. 5).



O *Tem Açúcar?*, nosso objeto empírico de estudo, vem passando por atualizações em virtude das demandas e dos usos que foram sendo empreendidos desde seu lançamento. Demandas e usos estes que corresponderiam às táticas do homem ordinário apontadas por Certeau (2007), que são, por sua vez, propostas arquitetadas por não conformação ao estabelecido e que vão edificando a cotidianidade dos atores sociais. Em outros termos: "a uma produção racionalizada, expansionista além de centralizada, barulhenta e espetacular, corresponde outra produção, qualificada de "consumo": esta é astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa e quase invisível [...]" (CERTEAU, 2007, p. 39).

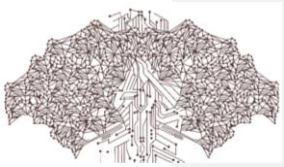
Também situamos esse projeto não-monetário que é o *Tem Açúcar?* como parte de um movimento chamado "cosmopolitismo subalterno", que "consiste num vasto conjunto de redes, iniciativas, organizações e movimentos que lutam contra a exclusão econômica, social, política e cultural gerada pela mais recente encarnação do capitalismo global, conhecido como globalização neoliberal" (SANTOS; MENESES, 2010, p. 51).

Ainda que em escala muito pequena, em uma amostra muito reduzida para este início de pesquisa, todo esse panorama, engendrado pelas potencialidades da conexão digital e suas interfaces, aponta para redesenhos. Se nos primeiros anos do vigente milênio Martín-Barbero assinalava um "[...] empobrecimento das solidariedades e interações vicinais [...]" (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 254), sem querermos ser otimistas demais, parece-nos que os ânimos que afloram atualmente, já quase completadas duas décadas do milênio, ainda que esparsos, configuram como aberturas para novas formas de estar junto nesta sociedade conectiva; e podem indicar um certo resgate de uma solidariedade vicinal.

Processos de subjetivação política nas redes sociais: discussão sobre o espaço público e as singularidades a partir de Michel Foucault

Novamente, conservamos o cerne de nossas preocupações na inter-relação entre as interações dos sujeitos contemporâneos e as questões concernentes ao ativismo; agora adensando a ótica de Foucault (2014).

As novas configurações do ativismo político nos países da América Latina destacaram a importância das redes sociais como cenários de um debate sobre o papel das mídias nas relações de poder. Nesse ínterim, o papel dos indivíduos é reorganizado, redistribuído e reinventado a partir das plataformas digitais em suas peculiaridades de difusão e alcance. Nesse contexto, nossa proposta nesta parte final de nossas discussões é apontar as contribuições do pensador francês



Michel Foucault para a discussão sobre o lugar das singularidades nas manifestações políticas via redes sociais. Trata-se de destacar, na abordagem foucaultiana, os processos de subjetivação presentes nas relações entre sujeito e objeto e as formas de poder que elas suscitam, sobretudo a partir das formas polarizadas permeadas de discursos de ódio nas redes sociais virtuais.

Desse modo, pretendemos estabelecer questionamentos sobre o conceito de "participação política" e "democracia" à luz das inovações tecnológicas, no intuito de investigar se nessas novas formas de ativismo virtual, o "indivíduo" se coloca como sujeito de um processo político, ou "subjetivado" pelas plataformas digitais nas quais ele é incitado a se manifestar.

O conceito de subjetivação foucaultiano propõe o uso da palavra também como lugar de submissão, na medida em que o objeto do qual se fala também diz os sujeitos. Nesse sentido, pode-se perceber que no caso das manifestações de junho de 2013, o que se seguiu foi uma forte apropriação dos mecanismos de viabilização discursiva pela elite e pelas forças reacionárias e conservadoras do Brasil. No início de 2015 notou-se uma articulação política de resistência à própria democracia, à própria exteriorização da vontade popular das eleições, na medida em que se fermentou a possibilidade de um processo de derrubada da presidenta. Nesse processo, é nítida a difusão de ideais contrários aos das manifestações de junho de 2013. Se lá as reivindicações passaram por uma organização coletiva, feita a partir de uma pauta específica, como foi o da tarifa de ônibus, aqui, o foco passa a ser a própria institucionalização democrática.

O ativismo digital que se propunha a ser espaço de contestação e manifestação da palavra de cada indivíduo passou a ser o lugar da reprodução de uma vontade sem nome, de um povo subjetivado por interesses não obstantes alheios à objetividade. Assim, a subjetivação alcança o seu estágio final, quando pouco importa a pauta, o conteúdo abordado, o aprofundamento de uma questão específica, mas sim o resultado esperado e exigido pelos incitadores discursivos. As plataformas digitais terminam por pulverizar os temas específicos da cidade e se perdem no embate ideológico, para além da própria democracia.

Desse modo, o papel político dos indivíduos é reorganizado, redistribuído e reinventado a partir das plataformas digitais em suas peculiaridades de difusão e alcance. O próprio conceito de "participação política", quando submetido à lógica das plataformas digitais subjetivantes se altera. De uma participação que tem o uso da palavra como referência, passa-se à lógica do compartilhamento, da ausência do sujeito, da submissão do indivíduo à lógica incitadora, da qual a participação escapa à manifestação da vontade, ou da própria posição sobre o tema, seja lá qual for. "No discurso, o sujeito não é aquele que pensa e fala: é aquele que não tem uma relação permanente consigo, não tem um "consigo mesmo" contínuo. Não importa saber quem é o autor

da formulação, mas se alguém enunciou algo ele só pôde fazê-lo mediante condições estritas que aparecem no regime regulador dos enunciados de uma época" (ARAÚJO, 2008, p. 105).

Trata-se de ver, no conjunto dessas relações microfísicas, um processo no qual a tecnologia possibilita o calamento do sujeito, quando não, o seu próprio desaparecimento. Subsumido na dinâmica de incitação e de exigência de posicionamento, cada indivíduo pouco pode para se recusar a esse mecanismo. O poder, de uma instância central, única, objetivada no Estado ou em um grupo político, agora é disseminado nas relações discursivas e subjetivantes das plataformas digitais, que se correlacionam, incitando falas que já não falam. Palavras caladas, invertidas, nas quais o ser já não tem rosto ou forma, distinta das expectativas das estratégias microfísicas do poder.

Considerações finais

Retomando o objetivo de pano de fundo proposto para esta nossa discussão, de refletir sobre atuais formas de participação social assumindo como ponto de partida o conceito de hibridismo, acreditamos ter lançado luz justamente a esse caráter de mescla que ganham hoje as produções e existências dos atores sociais, em rede e fora dela – ambientes que, em verdade, já não se separam e não se distinguem mais, que se confundem, porque híbridos.

Seja da perspectiva dos estudos da cibercultura, com foco na sociabilidade técnico-comunicativa (DI FELICE, 2009), seja do prisma dos estudos culturais latino-americanos, com o olhar voltado à socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2004), ou seja ainda de um ponto de vista foulcaultiano (FOUCAULT, 2014), preocupado com os processos de subjetivação, as interações sociais observadas nesta contemporânea sociedade conectiva são híbridas não somente por ajustarem homem e tecnologia. Tais participações sociais podem ser consideradas híbridas também por combinarem ação e sujeição, posse e compartilhamento, individualismo e altruísmo; e tudo isso mediado e agenciado pela tecnologia comunicacional digital.

A crítica que fazemos sinaliza nuances heterogêneas do potencial desse hibridismo, pois as fendas que se abrem nesse cenário podem ter tanto um cunho construtivo (vide as propostas colaborativas que visam ampliação de acesso) quanto uma feição destrutiva (vide os discursos de ódio circulantes nas redes sociais digitais) ou de esvaziamento; cabendo aos sujeitos mais uma vez resolverem essa equação, muito anterior à era da conexão.

Ainda, além desse hibridismo, as práticas sociais apontadas sugerem, como sinalizamos ao início, uma ação descentralizada em sua forma comunicativa, que se desenrola e se otimiza no espaço das redes informacionais. Nisso, reforçamos o caminho "do social para o ato

comunicativo" como um prisma complexo da comunicação, que não se limita à mídia ou ao meio, e que, enquanto ambiente que atravessa a concretude social, potencializa o empreendimento de atos políticos, com novas configurações.

Referências bibliográficas

ALVES, Claudenir Módolo. O Contínuo Mediático Atmosférico. 2017. Tese (Doutorado) - Meios e Processos Audiovisuais, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

ARAÚJO, Inês Lacerda. *Foucault e a crítica do sujeito.* Curitiba: UFPR, 2008.

ATELIÊ 397. *Baixo Centro*. Disponível em: <https://atelie397.com/baixo-centro/>. Acesso em: 19 jan. 2018.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. *O que é meu é seu*: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CANCLINI, Néstor García; CRUCES, Francisco; POZO, Maritza Urteaga Castro. *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*: prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música. Barcelona: Editorial Ariel, 2012.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*: 1. Artes de fazer. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

DI FELICE, Massimo; TORRES, Juliana Cutolo; YANAZE, Leandro Key Higuchi. *Redes digitais e sustentabilidade*. São Paulo: Annablume, 2011.

DI FELICE, Massimo. Net-ativismo e ecologia da ação em contextos reticulares. In: *Compós*, 2013, Bahia. Bahia: Compós, 2013.

DI FELICE, Massimo. *Net-ativismo*. Da ação social para o ato conectivo. São Paulo: Paulus, 2017.

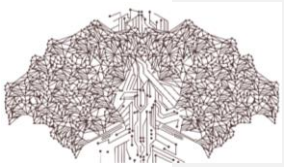
DI FELICE, Massimo. *Netativismo*: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 19, n. 1 p. 27-45, jan./abr. 2012.

DI FELICE, Massimo. *Paisagens pós-urbanas, o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar*. São Paulo: Annablume, 2009.

FARIA-SANTOS, Marcella. Sociabilidade conectiva: agregações e coletividades do ambiente digital. In: *I Congresso Internacional de Net-ativismo*, 2013, São Paulo. São Paulo: ECA-USP, 2013.

FARIA, Marcella Schneider. *As interfaces virtuais do social* – imersão e extensão em ambientes virtuais: *Second Life* e *BarCamp*. 2008. Dissertação (Mestrado) – Ciências da Comunicação, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

FOUCAULT, Michel. *O governo dos vivos*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.



LEMOS, André. *A comunicação das coisas*. São Paulo: AnnaBlume, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio*. Ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2005.

MAFFESOLI, Michel. *No tempo das tribos:* o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo*: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

ROCHA, Rose de Melo. Culturas juvenis, consumo e politicidades: uma abordagem comunicacional. In: Inês Sampaio. (Org.). *Comunicação, Cultura e Cidadania*. Campinas: Pontes Editores, 2012, p. 95-106.

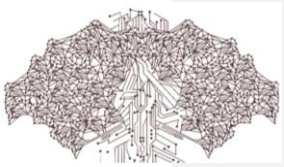
SANTAELLA, Lúcia. *A ecologia pluralista da comunicação*. Conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (orgs.). *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Cortez, 2010.

TEM AÇÚCAR?. Disponível em: <http://www.temacucar.com>. Acesso em: 07 jan. 2018.

ZIZEK, Slavoj. *Problema no paraíso*: do fim da história ao fim do capitalismo. São Paulo: Zahar, 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



DO VIRTUAL AO TANGÍVEL: A ESTRATÉGIA MIDIÁTICA DA INDÚSTRIA DAS CASAS COMPARTILHADAS.[1]

Sandra Helena Vieira Maia[2];

Resumo: Este artigo tem como objetivo lançar luz sobre a estratégia midiática utilizada pela indústria compartilhada, com foco nos novos meios de hospedagem, mediadas por plataformas e aparatos móveis e de como, esta, em seus processos comunicacionais, vem se apropriando do sujeito, de suas narrativas e tempo de vida para se tornar tangível, numa perspectiva que aponta para o reelaborar o imaginário do acolhimento e da hospitalidade, ao mesmo tempo, em que gera vínculos hipinógenos. O objeto de análise são vídeos veiculados por plataformas a exemplo da Airbnb, voltados para usuários, do sistema. Além disso, a relação entre virtual e concreto, os benefícios e conflitos daí decorrentes estão no centro deste artigo que traz como referência teórica Baitello Jr., Contrera, Eliade, Flusser e Silva.

Palavras-chave – mídia, imaginário, indústria compartilhada, simbólico, comunicação.

This article aims at shedding light on the media strategy used by the shared industry, focusing on the new means of hosting, mediated by platforms and mobile devices, and how, in its communication processes, it has appropriated the subject, its narratives and life time to become tangible, in a perspective that aims to rework the imaginary of the reception and the hospitality, at the same time, that it generates hipinógenos links. The object of analysis are videos served by platforms such as Airbnb, and testemonials of users from the system. In addition, the relationship between virtual and real, the benefits and conflicts that result, are at the heart of this article, which has Baitello Jr., Contrera, Eliade, Flusser and Silva as theoretical references.

Keywords - media, imaginary, shared industry, symbolic, communication.

Introdução

Em um momento em que o virtual quer se tornar tangível e parece se utilizar dos processos e estratégia comunicacional para tal, entendemos a relevância do tema como contribuição para o campo que estudamos e para a sociedade que se vê enredada nesse novo tecido social que vem sendo construído, a partir de processos midiáticos de grandes empresas que atuam no setor de serviços como estruturado sistema de dados, dentro do modelo de negócio da indústria compartilhada.

---

[1] . Artigo apresentado ao **Eixo Temático 13:** Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

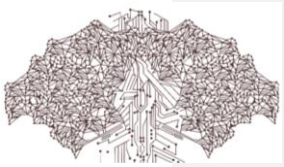
[2] . Mestranda do PPGCOM da Universidade Paulista, coordenadora dos cursos de graduação – Bacharelado em Hotelaria e Tecnologia em Eventos e, professora do Centro Universitário Senac Santo Amaro E-mail: sandra.hvmaia@sp.senac.br; sandramaia.mkt@gmail.com

Se no século passado, empresas do setor de serviços precisavam demarcar território e dependiam de instalações sólidas para se tornar tangível, atualmente é possível verificar mudanças no horizonte e nas estratégias comunicacionais de novas marcas, em especial, aquelas da indústria de casas compartilhadas, com fim de hospedagem de curta duração, que embora não possuam qualquer bem, incomodam a indústria hoteleira instalada, podendo ser consideradas players no mercado, mesmo tendo sua existência baseada em dados, fluxo de informações, sistemas de cobrança e pagamento.

A base de tangibilização, aparentemente, tem migrado do espaço virtual para o real transformando os processos comunicacionais e as relações que se estabelecem entre marca e fornecedor e, entre marca e usuário. Parece que o que era volátil vem ganhando "corpo" e as denominações utilizadas na comunicação, elementos simbólicos, dentro de ações orquestradas entre comunicação e marketing construídas como processos que tem uma intenção clara de persuadir e trazer para o sistema mais fornecedores e usuários que não questionem regras ou a inovação imposta.

A questão que se apresenta, portanto, na estratégia comunicacional, é aparentemente, multiplicar o número de usuários na rede, a partir da imagem de que hospedar pode ser mais que positivo. E estando esta ação vinculada a troca humana, voluntária e benéfica para quem acolhe e é acolhido, associar a imagem da marca a esse conceito de experiência em serviços, aponta para o atualizar a cultura da hospitalidade como motivação para fazer movimentar a indústria. Desse modo, são simuladas na comunicação da plataforma cenas que trazem o cotidiano de viajantes, travestidas de elementos simbólicos, que reforçam a manutenção do imaginário midiático e, por consequência, mais sujeitos enredados pela marca. E embora nesse novo modelo negócio, elementos simbólicos da experiência de acolhimento e hospitalidade[3] venham sendo

[3] MONTANDON, 2011. P. 31 e 32 "A hospitalidade é uma maneira de viver em conjunto, regida por regras ritos e leis. Homero tinha-lhe estabelecido as regras fixas e o desdobramento, desde o instante em que um visitante se aproxima da casa do hospedeiro até o momento de sua partida. Tal cena se decompunha numa série de microcenas que incluíam, entre outas, a chegada, a recepção, sentar-se, banquetear-se, dizer o nome e a pátria, deitar-se, banhar-se, a entrega de presentes, as despedidas. Tudo isso sendo altamente significativo em um ritual bem estabelecido que seguia formulas e uma ordem bem determinada. Uma das primeiríssimas coisas que marcam a atitude do hospedeiro é o gesto de oferecer bebida e comida. Sabe-se quanto o copo d'agua ou a xicara de café, nos países mediterrâneos, é o gesto da hospitalidade mais espontâneo e mais imediato, e o quanto a mesa e o banquete são o centro, o foco principal em torno do qual se organiza a hospitalidade. Mas a hospitalidade não se reduz ao simples



resgatados a partir de temas que trazem conceitos de experiência em diversidade, inclusão, empatia, intimidade, aconchego, a entrega não pode ser garantida por não depender da marca ou empresa e sim dos sujeitos que estão em uma e outra ponta do sistema, ou seja, hóspedes e anfitriões, que têm como intermediário a plataforma.

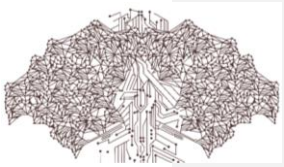
Acredita-se por isso que a estratégia de comunicação, desse novo modelo de negócio, que encontra na apropriação do real pelo virtual e, do corpo tangível pela mídia eletrificada, tenha um papel relevante no posicionamento e solidificação da indústria ao custo de que as relações tenham base comercial e o propósito de vida a manutenção de tudo que leva o sujeito a continuar a servir aos interesses do capital. Isto é, uma eficaz estratégia que parece engajar muitos a contribuir de forma "colaborativa", atraídos pelo imaginário midiático, que encontra eco nas demandas sociedade midiatizada e desencantada. Processos que permitem a nova indústria, se consolidar de forma exponencial, com uma velocidade própria dos tempos e necessidades atuais.

Amparada, de um lado pela estratégia de comunicação, e do outro pelo sujeito que a representa; e, que tem sua vida, bens e histórias publicizadas via rede, torna-se, reconhecida, ao mesmo tempo que contribui para o distanciamento da polaridade entre trabalho e vida: vidas superexpostas e cidadãos protagonistas de processos comunicacionais, dão a tônica a estratégia da nova indústria. Como afirma KAMPER, 1997, em "O trabalho como vida" que discorre sobre as ambiguidades do trabalho que ao mesmo tempo nos leva a dominação e a servidão, ou seja, ao sacrifício voluntário que parece ser exacerbado por esse novo modelo de negócio – do compartilhar – que nos mantém presos ao sistema como a uma religião.

Método

Visando ampliar a compreensão de como o conceito de experiência em hospitalidade e acolhimento são suscitados nas narrativas que aparecem nos vídeos divulgados pela plataforma e de como esses criam uma imagem de experiência dentro da cena hospitaleira foram selecionados quatro vídeos da campanha Viva lá, publicados em outubro de 2017. São ao todo 4 episódios de uma mesma temática – a viagem à Bahia - onde pai e filha narram sua experiência. Esperamos

oferecimento de um repasto e de um abrigo livremente consentidos: a relação interpessoal instaurada implica uma relação, um vinculo social, valores de solidariedade e de sociabilidade."



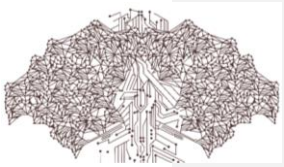
desta forma, levantar quais os elementos simbólicos utilizados nos discursos reforçam a ideia de experiência em hospitalidade e aconchego.

Vídeo 1
Título: Bahia e a Viagem dos Sonhos em Família | Brought to You By | Airbnb.
Apresentação: O acontece quando pai e filha descobrem uma nova vibração juntos na Bahia? Nessas férias, viva lá com o Airbnb.
Publicado em: 26-out-2017, Youtube
Acessado em: 17-11-2017
Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=6hR0ydI7jpE&index=3&list=PLe_YVMnS1oXaqS2298CR7HeLxAtfWbhBV
Duração: 1:29 min.
Visualizações: 3.439

Vídeo 2
Título: Novas Vibrações em Família nas Praias da Bahia | Brought to You By | Airbnb.
Apresentação: Eles viveram juntos experiências únicas na Bahia. Você também pode curtir férias cheias de novas descobertas em família. Reserve uma casa no Airbnb.
Publicado em: 26-out-2017, Youtube
Acessado em 17-11-2017
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=e09BbSbrddk
Duração: 0:40 seg.
Visualizações: 4.832

Vídeo 3
Título: Uma Nova Dimensão Chamada Bahia | Brought to You By | Airbnb.
Apresentação: Isso é o acontece quando pai e filha viajaram para conhecer novas culturas, sabores, pessoas. Conheça outros mundos no Airbnb.
Publicado em 26-10-2017, Youtube.
Acessado em 17-11-2017
Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=W64nhgX2r_Y&list=PLe_YVMnS1oXaqS2298CR7HeLxAtfWbhBV
Duração: 0:39 seg.
Visualizações: 12.770

Vídeo 4
Título: Novos Sons, Cores e Sabores em Família na Bahia | Brought to You By | Airbnb.
Apresentação: Um mundo de novos sons, cores e sabores esperava por eles na Bahia. Descubra o espera por você nessas férias no Airbnb.
Publicado em 26-out-2017. Youtube. Acessado em 17-11-2017, Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=TThjurQ_-YU&index=4&list=PLe_YVMnS1oXaqS2298CR7HeLxAtfWbhBV
Duração: 1:00 min.
Visualizações: 2.605

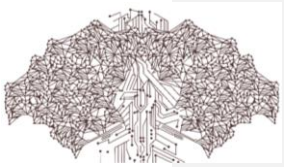


Espera-se ainda, apresentar os resultados de análise sobre comentários de hóspedes usuários do sistema[4] para conhecer qual o sentimento despertado nestes, a partir da hospedagem nas casas compartilhadas e, também, relatar se há algum residual dos elementos simbólicos utilizados nas estratégias de comunicação, na avaliação da experiência concreta.

É relevante ressaltar que a oferta na plataforma flutua por entre três tipos de acomodação que podem ou não estar ativos na plataforma: LUGAR INTEIRO, QUARTO PRIVADO, QUARTO COMPARTILHADO. Apesar disso e, em função dos vídeos analisados estarem voltados para locação de LUGAR INTEIRO, a amostra foi composta por 3 imóveis para categoria: LUGAR INTEIRO com diária média entre R$ 80, e R$ 500, em diferentes bairros de Salvador. Foram considerados imóveis com mais de 20 comentários postados e, destes, selecionados, até 30 comentários por lugar para diferentes bairros, como segue:

Imóvel 1
Apartamento na Barra em frente ao mar-Expresso2222
Apartamento inteiro · Barra
Acessado em 27-12-207
Disponível em: https://www.airbnb.com.br/rooms/13414794?location=salvador%20bahia&s=H4zJPLPI#neighborhood
Diária R$ 166,

[4] Instruções publicadas na plataforma Airbnb para avaliação do hóspede. "Como a avaliação com estrelas funciona? Além dos comentários por escrito, os hóspedes que ficarem em uma acomodação podem enviar uma avaliação geral por estrelas e algumas avaliações por estrelas das categorias. Os anfitriões podem ver as avaliações de estrelas na página Estatísticas, logo abaixo de Avaliações de Hóspedes. Para ver as avaliações dos hóspedes separadas por categorias, clique em Mostrar Detalhes. Os hóspedes podem avaliar: Experiência Geral. Como foi a experiência geral do seu hóspede?; Limpeza. Seus hóspedes sentiram que seu espaço estava limpo e organizado?; Precisão. Qual o grau de precisão da representação do seu espaço na página do seu anúncio?; Valor. Seu hóspede sentiu que o valor cobrado pela acomodação foi justo?; Comunicação. Como foi a comunicação entre você e seu hóspede antes e durante a estadia?; Chegada. Como foi o check-in do seu hóspede?; Localização. Quais foram as impressões dos seus hóspedes sobre o seu bairro? Em cada categoria, você poderá ver com que frequência você recebeu 5 estrelas, como os hóspedes avaliaram anfitriões perto de você e, em alguns casos, receberá dicas que te ajudarão a melhorar seu anúncio e espaço. O número de estrelas exibido no topo da página do anúncio corresponde à média das notas gerais que os hóspedes deram para aquela acomodação. Na parte inferior da página do anúncio há uma nota média da avaliação de cada categoria. Um anfitrião precisa receber avaliações por estrelas de pelo menos 3 hóspedes antes que a média apareça na página." Acessado em 17-11-2017, Disponível em https://www.airbnb.com.br/help/article/1257/how-do-star-ratings-work



Imóvel 2
Jardim privado - vista mar - localisadissimo
Casa inteira · Salvador
Diária R$ 80,
Acessado em 27-12-2017
Disponível
em https://www.airbnb.com.br/rooms/1192216?location=salvador%20bahia&adults=1&children=0&infants=0&s=5jnQVHIv

Imóvel 3
Loft com Vista ao Mar! Arcon Gym Piscina & Squash
Apartamento inteiro · Salvador
Diária em 449,
Acessado em 27-12-2017
Disponível
em https://www.airbnb.com.br/rooms/700917?adults=1&children=0&infants=0&location=salvador%20bahia&s=djHRPWld

Resultados da Pesquisa

A partir da ferramenta wordclouds.com levantamos as palavras que mais se repetiram nos 4 vídeos e o resultado segue abaixo. O destaque de toda a comunicação, dentro da cena hospitaleira proposta, está focalizado na vida em família; no lugar, isto é, na casa que abraça e possibilita intimidade. As imagens da vida em comum narradas pelos personagens parecem potencializar os elementos da casa enquanto lugar de encontro e conexão; e, o ato de viajar, como uma possibilidade de restauração de vínculo e intimidade. Em todos os episódios a questão da cultura local e da possibilidade de interação são também reforçadas nas imagens que resgatam o conceito da experiência em hospitalidade.



FIGURA 1 – NUVEM DE PALAVRAS NARRATIVAS DOS VÍDEOS

Abaixo dois trechos dos discursos dos personagens, nos vídeos analisados, o primeiro com a fala do "pai" e o segundo da "filha".

> *"Você ensina um filho a ser feliz, sendo feliz. Me sinto confortável de vê-la crescendo e se tornando independente. Nessa viagem eu comecei a ver ela fazer isso e fiquei orgulhoso disso."*

> *"Meu pai ele ama a Bahia e ele falou assim: é o melhor lugar que a gente já viajou. A gente vai ficar mais junto em uma casa alugada, só eu e ele e esquecer um pouco do Rio."*

As imagens e as narrativas levam o expectador a uma imersão num mundo contemporâneo de férias em família onde a imagem de experiência de hospitalidade é produzida para se tornar um ambiente mágico, seguro, aconchegante, onde toda a felicidade da vida acontece. Ao mesmo tempo, reitera a sensação de que tornar-se usuário da plataforma transforma viagens em lugares de encontro e interação local.

As imagens produzidas e carregadas do abraço, das brincadeiras e da simulação do cotidiano das férias apresentam conceitos voltados ao aconchego, apontando para um simulacro da cena hospitaleira e da vida hipereal: a brincadeira no jardim, o pulo na piscina, o preparo do jantar, o descanso na sala de estar etc..

Com outra visão, a do usuário real, quando analisados os comentários dos hóspedes, depara-se com um olhar complementar e importante que reiteram a ideia de que a imagem que se torna concreta no mundo real a partir da publicidade não é percebida na hospedagem em si. O que poderia ser um ato genuíno de receber e acolher, portanto, de hospitalidade, parece dar lugar a uma relação comercial que ao invés do vínculo social, estimula o consumo e a padronização do acolhimento. Sobre os comentários de hospedes postados na plataforma, as palavras[5] que mais se repetiram foram:

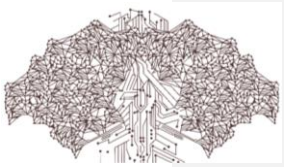
No de Vezes	Palavra
118	Localização
101	Lugar
50	Anfitrião

O resultado da pesquisa chama atenção por apresentar temas mais racionais que aqueles que encontramos nas narrativas dos vídeos e que resultam na imagem da experiência de hospitalidade pelos personagens. A utilização do sistema parece levar para o estabelecimento de vínculos com a plataforma e não da aproximação entre sujeitos e, portanto, mais racionais, quem sabe comerciais na cena hospitaleira, sendo os atributos mais valorizados, como localização, lugar e anfitrião, comparáveis, aos mesmos utilizados por hóspedes da indústria hoteleira instalada, enquanto avaliadores dos serviços prestados. De fato, a localização é ainda para a indústria a primeira escolha.[6]

> "Localização excelente, vista maravilhosa. Local limpo, fácil acesso e proprietário muito atencioso. Super recomendo!!!"

[5] Para facilitar a contagem, as palavras foram agrupadas como segue: Localização – vista, localização, mar, Salvador, frente, restaurantes, perfeita, cidade, praia, próximo, excelente; Anfitrião – André, Ian, super, atencioso; Lugar – apartamento, limpo, confortável, piscina, espaço, lugar, cama, aconchegante, quarto, recomendo, sensacional, prédio, apto. (Para contagem e por estarem associadas a um ou outro conceito acima, as palavras que se seguem foram excluídas: que, toda, tudo, super, ótimo, sensacional, muito, sempre, boa, certeza, incrível.)

[6] Conforme estudo The 2014 Traveler's Road to decision, o destino e a localização (51%) são ainda a primeira escolha; seguidas de preço (41%); marca ou website (31%); termos relacionados à atividade (36%); e, ou termos relacionados à necessidades e desejos (32%). Acessado em 18 de dezembro de 2017. Disponível em https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/2014-travelers-road-to-decision/?_ga=2.141216946.1247786321.1514644717-1808668815.1514644717



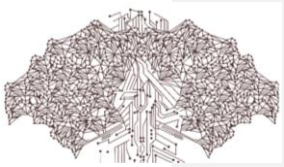
> "Bem localizado, vista frontal para o mar da barra!! Piscina com um visual sensacional !!"
>
> "A localização e a vista para praia é maravilhosa, estava com criança e fomos a mercados e restaurantes a pé, alugamos carro para passear e conhecer Salvador tudo fica relativamente perto. Excelente localização!"

O simbolismo da casa também aparece empobrecido nos comentários dos hóspedes usuários, embora venha sempre associado a uma experiência positiva, que se aproxima mais da percepção de quem se hospeda em um hotel com atendimento personalizado, que em um lar: ótimo, recomendo, voltarei, retornaremos, confortável, limpo, organizado, funcional, calmo, bem equipado, perfeito, silencioso, seguro, hospitaleiro, excelente.

> "O Apartamento do André é perfeito, localização, espaço, limpeza...tudo lindo amei foi muito bom está no ap dele, com certeza vou alugar novamente amei muito!!! Muito bom mesmo! Como mostram as fotos só que melhor hehe perfeito!!
>
> "Ótima estadia! Ótima recepção, muito linda a residencia e fácil de encontrar, apenas o sinal do Wi-Fi que no quarto é ruim. Muito bem localizado, vista maravilhosa, boas energias!"
>
> "O apartamento do Ian é impecável! Extremamente limpo, organizado e com uma vista deslumbrante para o mar. Cada item tem o seu cantinho no apartamento, o que dá um toque essencial e charmoso, chamando a atenção!"
>
> "O apartamento é amplo, confortável, bem decorado e bem equipado."

As principais palavras associadas ao "anfitrião" nem sempre remetem a possibilidade da criação de vínculo ou a presença física no acolhimento. Ao contrário, o destaque está para agilidade, presteza e rapidez com que este procura se manifestar. Em geral, os hóspedes incluem o nome anfitrião associado à: solícito, agradável, cordial, atencioso, comunicativo, amigo, prestativo, simpático, super, hospitaleiro, incrível, amor, coração, companhia, disposto.

> "André é muito atencioso e ágil em todas as respostas! Indico certamente!"
>
> "Anfitrião maravilhoso. Atenção total. Localização perfeita e lugar lindo!!! Amei e super indico!"
>
> "Ian é um anfitrião atencioso demais, sempre preocupado em responder prontamente às dúvidas e antenado nas dicas sobre Salvador."
>
> "O anfitrião: Simpático, claro, sincero e sempre disponível e sensível a todas necessidades sem ser invasivo."



Hóspedes e Usuários, protagonistas do processo.

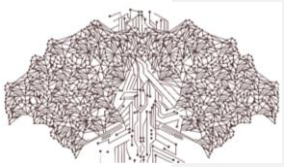
Após a análise das peças de comunicação e dos comentários dos hóspedes parece haver uma contradição entre o que é veiculado e o que é de fato percebido como experiência de hospitalidade. A imagem do conceito de experiência em hospitalidade construída, embora contribua na construção e manutenção da imagem tangível da plataforma, que se vale de um modelo colaborativo, aparentemente tem em sua entrega questões mais racionais na escolha por hospedagem.

Na era da visibilidade total, potencializada pela eletrificação da mídia, os preceitos da sociedade do espetáculo imperam na imagem da vida hiper-real, que tende a arrastar o sujeito para a experimentação sem limites:

> A criação dessa banalidade, que se máscara de uma normalidade que se pode pressupor ser apenas a consequência da proliferação do homem consumidor mediano da sociedade industrial, pode ser também entendida como um traço do processo do desencantamento do mundo, que se dá agora no desencantamento do corpo, na medida em que se pauta exatamente na destruição do sentido existente no corpo convertido também em matéria-prima da indústria da imagem e do entretenimento. (CONTRERA. 2017. P. 124-125)

Nesse sentido a imagem concreta da marca tem consequências no mundo material. Das imagens e narrativas propostas, emanam elementos simbólicos. Da figura dos hóspedes e anfitriões, aspectos da hospitalidade, do acolhimento e do aconchego. Da imagem de casa, enquanto lar ou morada, elementos que aguçam o desejo de pertencer, refugiar-se, pousar. Para ELIADE, 1992, a casa é santificada e representava nesse sentido o centro do mundo. A morada é o lugar do refúgio e acolhimento, um lugar para novas amizades, interação social, autenticidade e partilha. Esses entre outros elementos simbólicos no centro da comunicação da indústria compartilhada, a exemplo da Airbnb, apontam para o fortalecimento do imaginário midiático, da manutenção da realidade dessacralizada e, do capital como única saída.

> A casa ideal do mundo moderno deve ser, antes de tudo, funcional, quer dizer, deve permitir aos homens trabalharem e repousarem a fim de assegurarem o trabalho. (...) Não cabe no nosso tema descrever a história da lenta dessacralização da morada humana. Esse processo faz parte integrante da



> gigantesca transformação do mundo assumida pelas sociedades industriais. (ELIADE. 1992. P. 30)

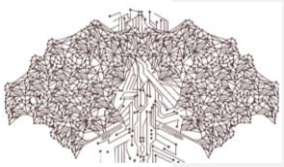
Nesse contexto, parece haver uma apropriação de imagens e narrativas simuladas em um mundo ideal, próprias da era da visibilidade que experimentamos:

> Durante o século XX vimos a implantação de uma ética da visibilidade absoluta. Essa visibilidade, no entanto, é parte de um cenário maior que poderíamos considerar como de desequilíbrio ecológico das imagens, um processo que se consuma com a proliferação das imagens exógenas que, pela cultura dromológica da qual fazem parte, usurpam o tempo destinado às imagens endógenas, ou seja, ao sonho, à divagação, a imaginação ativa, que necessitam do tempo lento da interioridade e da reflexão. (CONTRERA. 2017. P. 114)

Mais que a doação do "corpo" anfitriões e hóspedes representam a imagem viva e tangível da plataforma. O vínculo possível nesse sentido, tratado por BAITELLO JR., 2014, dentro do ambiente de consumo das chamadas imagens técnicas se consolida entre sujeito e plataforma ou marca, sujeito e aparato e não entre sujeitos capazes de estabelecer vínculos culturais. O espaço de vivência se faz espaço de consumo desenhado para hospedar e não mais para morar, como propagado na mídia eletrônica de forma inversa. A velocidade e as possibilidades, ou melhor a necessidade de compartilhamento são também a tônica da indústria que estimula a confiabilidade e a segurança a partir de comentários postados e compartilhados na plataforma que avaliam e atestam – hóspedes e anfitriões, já habituados a se manter conectado nas 24 horas do dia.

> Uma breve verificação empírica, hoje, observando a forma de uso dos aparelhos pertencentes ao universo das TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação) dá conta de indicar que, de fato, instaura-se uma relação de dependência entre homem (funcionário) e máquina (aparelho) em uma atmosfera de total imersão, constituindo um cenário onde, por exemplo, o compartilhamento de imagens e pensamentos (posts) é elevado a um patamar tão absurdamente alto que torna impossível o estabelecimento de processos de comunicação dialógica. (SILVA, BAITELLO JR. 2013. P. 3)

Considerações Finais



Esta análise traz alguns pontos de atenção. Há uma imagem de experiência em hospitalidade sendo construída no virtual e com alcance na vida concreta. Esta imagem pode ou não se concretizar por que, não depende da plataforma que a oferece e sim dos usuários do sistema, daqueles que estão vinculadas à plataforma mas que não são a plataforma. Parece que esta experiência espacial, no virtual, aproxima imagens e não sujeitos, como pudemos observar na análise dos comentários de hóspedes.

E embora a plataforma consiga resgatar em seus processos comunicacionais elementos simbólicos da hospitalidade atualizando este conceito para experiências inclusivas, solidárias e humanizadas, na prática, a entrega no mundo concreto fica comprometida. A hospitalidade virtual se esvazia no mundo material, de elementos culturais, sociais e humanos. Nas imagens e textos divulgados, são frequentes a utilização de palavras como: anfitrião, experiência, lugar, família, viagem, felicidade; termos que trazem cenas do cotidiano acessível a quem viaja. Apesar disso, a plataforma, embora disponibilize para anfitriões manuais, a exemplo de: Hospitalidade; Hospedando com Responsabilidade; Diversidade e Inclusão; Como ser Anfitrião no Airbnb; entre outros, todos disponíveis na plataforma[7], não tem como garantir ou fixar padrões de segurança e conduta.

Dentro desse contexto e com atenção para o modelo de negócio do compartilhamento, a estratégia Airbnb, ao que tudo indica parte da veiculação de suas peças na mídia caminhando para encontrar o concreto, no que não possui: a forma ideal de se tornar tangível a partir da experiência proporcionada por usuários do sistema que representam papéis de hóspedes e anfitriões: na propaganda, como na vida.

Nesse contexto, a imagem virtual torna-se tangível, ao ponto de vincular o sujeito à plataforma, alimentando o sistema e sendo por ele alimentado. Isso indica que pode haver uma perversão nos processos comunicacionais da indústria compartilhada de serviços. Dentro da lógica do capital, mantém-se a concentração da renda e o funcionário – hóspede ou anfitrião - esvaziado, distante do sagrado, próximos do consumo. Se como afirma CONTRERA, 2017, "(...) o violado consente, feliz, como o fazem os *big-brothers* em cena, nossa consciência se permite então o autoengano de que estamos tratando do

[7] Manuais e Dicas para Anfitrião. Acessado em 15 de novembro de 2017. Disponível em https://www.airbnb.com.br/hospitality

erótico"; o que assistimos agora é a possível desintegração do sujeito em paralelo ao crescimento da indústria que se torna convincente, por fim, tangível, sendo volátil.

Acredita-se por isso que, o processo de comunicação da indústria compartilhada, no modelo apresentado, aliado a propagação do uso e não da posse e, de uma pretensa sustentabilidade, use elementos do simbólico para a manutenção e construção de imagem sólida e de indústria tangível, a partir da criação de um imenso banco de dados de sujeitos que não se importam em abrir suas portas, receber o estrangeiro e servir aos seus interesses.

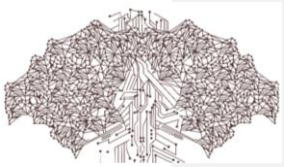
A imagem da experiência de hospitalidade estruturada com cenas hospitaleiras simuladas afinal podem não ser tangibilizadas o que aponta para a construção da imagem e não de uma rede de domicílios e anfitriões "funcionários" da plataforma.

Ou seja, há aqui paradoxos que demandam uma análise mais aprofundada. Primeiro, o compartilhamento, assim como a hospitalidade tem como base a posse. Segundo, toda a cena de experiência hospitaleira propagada não leva em conta os riscos do negócio e que podem comprometer a vida de anfitrião e hóspedes que estão nas extremidades do negócio, ou seja, no mundo material, concreto, distante da imagem virtual construída. Terceiro, a plataforma não possui bens e, torna a imagem projetada concreta a partir de usuários e fornecedores – hóspedes ou anfitriões que mantém viva a plataforma, seja ao dispor sua morada, seja alimentando o sistema para que mais sujeitos entrem na rede. Há uma relação que quer se mostrar social, mas que de fato, se consolida como comercial. A pontuação de estrelas ou avaliações positivas ou negativas, nessa relação, são usadas como moeda de troca para que se possa permanecer no sistema e, isso, é valido para ambos, hóspedes e anfitriões.

Apesar disso, e por toda a complexidade do ser humano, a plataforma, enquanto sistema de informações e fluxos, controles, reservas e pagamentos, parece mesmo embasar seu sucesso ao se apropriar de atributos culturais arcaicos da hospitalidade, redefinindo a cena hospitaleira, agora com objetivo da monetarização da casa, do acolhimento, do gesto, que deixa de ser dádiva para ser troca comercial.

Entende-se nesse contexto que o simulacro da cena hospitaleira proposto pela plataforma parece interferir no mundo concreto, contribuindo para que o imaginário midiático se sobreponha ao imaginário cultural, dando a este novos significados a partir de processos comunicacionais que tem foco na construção de marcas fortes e não de vínculos solidários entre sujeitos.

Os elementos simbólicos travestidos e sempre com um viés positivo, ressaltando somente o lado humano da experiência de hospitalidade parecem moldar novos comportamento, gestos,



sorrisos e a comunicação entre os sujeitos, impactando na experiência e nos testemunhais dos usuários, sempre satisfeitos com o que "recebem" e "experimentam".

Fica, portanto, diferentes questões que poderão ser objeto de novos estudos sobre o compartilhar enquanto modelo de negócio e não enquanto ato de solidariedade e compaixão.

Sites consultados

Comentários de hóspedes de fevereiro a dezembro 2017 hospedados no Loft com Vista ao Mar! Arcon Gym Piscina & Squash, Apartamento em Salvador. Diária de 449, Acessado em 27-12-2017, disponível em https://www.airbnb.com.br/rooms/700917?adults=1&children=0&infants=0&location=salvador%20bahia&s=djHRPWld

Comentários dos hóspedes entre junho e dezembro 2017 hospedados no Jardim privado - vista mar, Diária de R$ 80, Acessado em 27-12-2017, disponível em https://www.airbnb.com.br/rooms/1192216?location=salvador%20bahia&adults=1&children=0&infants=0&s=5jnQVHIv

Comentários hóspedes entre março e dezembro de 2017 hospedados em Apartamento na Barra em frente ao mar. Diária de R$ 166, Acessado em 27-12-207, disponível em: https://www.airbnb.com.br/rooms/13414794?location=salvador%20bahia&s=H4zJPLPI#neighborhood

Referências bibliográficas

BAITELLO JR., Norval. A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. Paulus Editora. São Paulo. 2014.

BAITELLO JR., Norval. O pensamento sentado. Sobre glúteos, cadeiras e imagens. Editora Unisinos. São Leopoldo. 2012.

CONTRERA, Malena Segura. Mediosfera, imaginário e desencantamento do mundo. Editora Imaginalis, São Paulo. 2017.

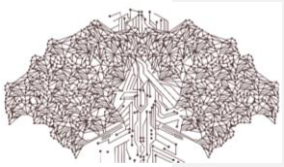
ELIADE, Mircea. O sagrado e o profano. Editora Martins Fontes. São Paulo. 1992.

FLUSSER, Vilém. Da Religiosidade. A literatura e o senso de realidade. Editora Escrituras. São Paulo: 2002

KAMPER, Dietmar. O trabalho como vida. Annablume. São Paulo: 1997

KAMPER, Dietmar. Mudança de horizonte. O sol novo a cada dia, nada de novo sob o sol, mas... Paulus. São Paulo: 2006

SILVA, Mauricio Ribeiro. Na órbita do Imaginário. Editora BlueCom. São Paulo. 2012.



SILVA, Mauricio Ribeiro, BAITELLO JR., Norval. Vínculos hipnógenos e vínculos culturais nos ambientes da cultura e da comunicação humana. [recurso eletrônico]: Salvador: Compós, 2013.

ECONOMIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE SOBRE O CRESCIMENTO DO MERCADO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS[1]

Tatiane Gonçalves de Lima[2]

Resumo
O ambiente mercadológico que vivemos hoje, está inserido em uma rede de constantes mudanças. A Economia Criativa vem em um crescimento contínuo desde da década de 1990, com isso, novos cenários econômicos atingem grande expansão. Tendo em vista essas mudanças, cabe a análise sobre como está funcinando o mercado das Indústrias Criativas no Brasil, seus segmentos mais fortes e as possíveis novas tendências.

Palavras-chave

Economia Criativa; Cenários Econômicos; Tendências; Expansão.

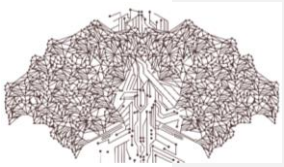
1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, é notável o contínuo crescimento de novos segmentos de negócios, cujos produtos e serviços prestados e os produtos entregues não são mais aqueles que tinham por finalidade a satisfação das necessidades básicas do ser humano. Um novo mercado que sempre existiu emergiu, a Economia Criativa e tudo que advém dela faz parte de nossas vidas, consequentemente, representam uma grande fatia do mundo dos negócios.

Sendo as indústrias criativas, produto dos negócios da economia criativa, é de suma importância, também compreendê-las. São várias as definições de indústrias criativas, dentre elas a de que são "atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual" (DCMS, 2005 apud BENDASSOLLI, 2009).

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Pesquisadora e Mestranda do curso de Mestrado profissional em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: enaitat23@hotmail.com



É possível afirmar que a Economia Criativa tem seu surgimento atrelado ao fato de movimentações comercias incomuns, ocorridas na década de 1990, segundo Bendassolli et al.

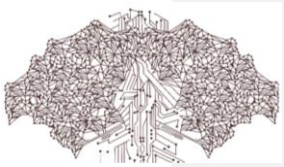
> ...além de ser visto como um fenômeno econômico, relacionado a políticas públicas de desenvolvimento, o surgimento das indústrias criativas também deve ser associado ao que se chamou de virada cultural (BONNELL e HUNT, 1999; GIBSON e KLOCKER, 2005), uma transformação de valores sociais e culturais, ocorrida no final do século passado. A virada cultural surge da combinação de dois fenômenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas. (BENDASSOLLI *et al*, 2009, p.11)

A economia criativa advém da junção de pessoas, ideias e projetos, o capital intelectual é a principal fonte de materia-prima desse mercado, originando dessa maneira as Indústrias Criativas.

Howkins (2012) conceitua as indústrias criativas como uma atividade em que o trabalho intelectual é o principal combustível para a execução de um serviço ou criação de u produto, sendo como resultado alcançado a propriedade intelectual. A UNESCO também fala sobre a economia criativa no trecho abaixo:

> A economia criativa – que inclui os produtos audiovisuais, o design, os novos meios de informação, as artes do espetáculo, a produção editorial e as artes visuais – é um dos setores da economia de mais rápida expansão a nível mundial. Além disso, o setor é altamente transformador em termos de produção de ingressos, de criação de emprego e de ganhos obtidos na exportação: entre 2002 e 2011, as exportações de bens procedentes da economia criativa aumentaram em uma média anual de 12,1% nos países em desenvolvimento. (UNESCO, 2013)

Também é possível relacionar as indústrias criativas a economia das ideias, conforme Jones (2000, p.38) argumenta, as ideias transformam e melhoram as tecnologias, pois a mesma dá permissão para que um determinado produto ou serviço gere algo maior e consequentemente melhor. Ainda seguindo o raciocínio de Jones (2000, p.38) uma nova ideia inevitavelmente gera um aumento no índice da tecnologia, o mesmo argumenta que as ideias não estão apenas ligadas apenas à melhoria das novas tecnologias, pois grandes ideias podem ser usadas para áreas como a entretenimento, comércio, educação entre outras. Podemos como as indústrias criativas se



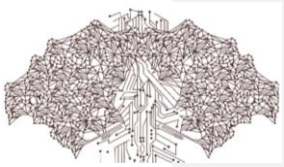
encaixam nessa argumentação, visto que a sua principal matéria prima é a criatividade, esta que vem de novas e imprevisíveis ideias.

Ferreira (2008) argumenta que o desenvolvimento tecnológico das empresas juntamente com ações coletivas vem fortalecendo, por meio, muitas vezes de interações entre elas, as chances de sobrevivência das mesmas. Esse é o ambiente das empresas da economia criativa, onde muitas vezes a cooperação entre concorrentes aufere às mesmas, melhores resultados, contribuindo assim, para construção de novos serviços e produtos.

> No fundo, devemos pensar o desenvolvimento, no momento atual, como sendo um processo relacionado à capacidade criativa associada a capacitações vinculadas ao novo paradigma das tecnologias de informação e comunicações. Algo que já nos dizia o Mestre Celso Furtado, em seu livro "Criatividade e dependência na civilização industrial", de 1978, quando subordinava a noção de inovação à de criatividade e relacionava esta a processos de desenvolvimento: "Quaisquer que sejam as antinomias que se apresentem entre as visões da história que emergem em uma sociedade, o processo de mudança social que chamamos desenvolvimento adquire nitidez quando o relacionamos com a ideia de criatividade". (FERREIRA, 2008, p.15)

Tendo em vista o contínuo crescimento desse mercado em que a propriedade intelectual toma proporções nunca antes vistas, é natural buscarmos o entendimento de quais são os serviços e produtos oferecidos por esse mercado, como caminha a economia frente ao uso da criatividade como matéria prima principal, na construção dos bens e serviços da economia criativa e, assim buscar entender como está agindo o mercado de trabalho, as ações das empresas e a macroeconomia em relação a essa nova forma de fazer negócios. Cabe a reflexão de Hanson:

> ...a arte e a cultura entendidas como setor econômico são descritas em uma vasta literatura (OECD, 2005; Caves, 2000; Landry, 2000 e Throsby, 2001). Nessa visão, trata-se essencialmente de aplicar os conceitos da economia neoclássica a essas atividades. Vale destacar que a visão pessimista de Adorno e da Escola de Frankfurt foi suplantada por discussões posteriores, essencialmente nas décadas de 70 e 80, abandonando o que Garnham (1987) chamou de "a visão idealista". Essa nova ótica levou a uma redefinição e rerrotulação das indústrias midiáticas – a música [a indústria fonográfica], o rádio, o cinema e a TV – inserindo-as na esfera da cultura, levando por sua vez a uma nova definição de políticas culturais nacionais que as incluíssem nos benefícios e subsídios concedidos às artes em geral. (HANSON, 2012, p.223)



De acordo com Mankiw, "oferta e demanda são as forças que movem as economias de mercado" (MANKIW, p.65), a economia criativa tem sua oferta e demanda diferenciada dos serviços e produtos tradicionais, dessa maneira, este estudo tem por objetivo principal analisar os principais segmentos da Economia Criativa no Brasil, o Pib desse mercado e quais as possíveis causas de seu contínuo avanço, mesmo diante do cenário de crise econômica atual do Brasil.

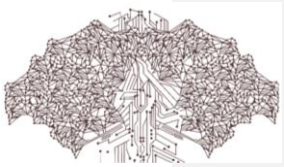
2. A ECONOMIA CRIATIVA

Estamos vivendo uma época em que a informação e sua transmissão, ganharam status jamais vistos antes, Kumar (1997, p.19) em sua frase "a informação é um requisito para nossa sobrevivência. Permite o necessário intercâmbio entre nós e o ambiente em que vivemos. ", demonstra claramente o quão importante é esta ferramenta para o homem e por assim dizer, podemos entender que a informação também é algo primordial para as empresas, visto que as mesmas estão cada vez mais dependentes e interligadas às novas redes de comunicação.

As mudanças tecnológicas nos meios de comunicação têm relação direta com o surgimento da economia criativa, assim, a economia mundial do século XXI vem em uma contínua transformação, passando do incessante domínio da mecanização e produção industrial para o domínio dos setores Criativos, sejam eles de empreendedores individuais ou grandes e pequenas empresas. Segundo Barcellos, Botura e Ramirez (2015, p. 3) "A economia do século XXI baseada no conhecimento, em sua expansão, deu espaço aos serviços criativos que mantêm uma trajetória ascendente exercendo forte influência nos mercados globalizados. "

Assim, é possível afirmar que as indústrias criativas são atividades oriundas dos novos modelos de negócios que abrangem toda essa nova economia, são novas formas de prestação de serviços, novos produtos que têm por base, muitas vezes a individuação, tornando-os únicos e pessoais, característica própria dos produtos das Indústrias Criativas.

O conceito de Indústrias Criativas, surgiu em 1990, na Austrália e na Inglaterra, tendo mais notoriedade no país de Gales, pois foi lá que o departamento de Cultura, Mídia e Esportes do governo da época, tendo em vista o desenvolvimento econômico que poderia ser tomado por esses novos modelos de negócios que surgiam, buscou investimentos e estudos específicos para fomentar o setor das Indústrias Criativas. O que gerou grandes ganhos e fez com que outros países, assim como o Brasil, buscassem entender e criar políticas públicas que viabilizassem o mercado do setor.



> Esse potencial econômico atraiu, posteriormente, outros países – o Brasil, inclusive – a incorporar o termo às suas políticas públicas. Para alguns autores, o termo surgiu como uma decorrência da evolução da chamada nova economia, razão pela qual não pode ser tomado de maneira desconexa de suas bases históricas (onde estão presentes, além da economia criativa, os conceitos de sociedade pós-industrial e sociedade da informação). (JAMBEIRO; FERREIRA, 2012, p.180)

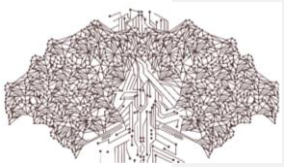
O advento da internet também pode e deve ser considerado como um dos propulsores para o progresso do mercado da economia criativa, a mesma é a grande responsável pela difusão mais rápida das informações, como relata Castells:

> Numa sociedade em que firmas privadas são a principal fonte de criação de riqueza não é de surpreender que, depois que a tecnologia da Internet se tornou disponível na década de 1990, a difusão mais rápida, mais abrangente de seus usos tenha ocorrido no domínio dos negócios. A internet está transformando a prática das empresas em sua relação com fornecedores e compradores, em sua administração, em seu processo de produção e em sua cooperação com outras firmas, em seu financiamento e na avaliação de ações em mercados financeiros. (CASTELLS, 2003, p.56).

Para Florida (2011), o contínuo aumento da geração de ideias e da criatividade não pode ser considerado algo trivial, o aumento da propriedade intelectual se dá em praticamente todos os segmentos da economia. Fazendo com que aqueles que conseguem criar e se reinventar consigam a longo prazo alcançar o sucesso. E isso é o que vem acontecendo com os setores criativos no Brasil. Em um momento em que é preciso reorganizar aspectos coorporativos e as estratégias das empresas, as mesmas passam agora a identificar na economia criativa um potencial para alavancar seus negócios e fugir da crise financeira que o país passa.

Tendo em vista os argumentos acima, é importante ressaltar a necessidade de se compreender como figura a economia criativa no Brasil, demonstrando seu crescimento e sua participação no mercado de trabalho brasileiro, com isso, este trabalho pretende apontar as características da economia criativa no Brasil e seus principais segmentos.

3. METODOLOGIA



Esta pesquisa é classificada como pesquisa descritiva documental, descritiva porque visa identificar, registrar e analisar variáveis ou fatores de um determinado fenômeno ou processo. Pode ser entendida como um estudo de caso, onde após a coleta dos dados são apresentados e determinados os efeitos resultantes das alegações encontradas nos dados. É documental, pois as fontes de dados primários deste estudo foram o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil do sistema Firjan – pesquisa e estudos socioeconômico referente ao ano de 2016 e o texto do IPEA, Panorama da Economia Criativa do Brasil do ano de 2013. Segundo Gil (2008) a pesquisa documental pode ser entendida como aquela em que as pesquisas são realizadas por meio de fontes materiais, que não tiveram tratamento analítico ou que ainda possam ser tratadas como objetos de pesquisa. Quanto à abordagem, esse estudo é um estudo qualitativo e quantitativo, pois fará uma análise do material disponibilizado pelas instituições.

Será lançado sobre os dados coletados um olhar investigativo sobre como se manifestam os negócios criativos no Brasil, apontando seus principais segmentos. Para isso, buscou-se alguns teóricos que falam sobre como esses novos negócios agem no mercado para ganhar espaço, quais estratégias utilizam, o que os faz ser diferenciados.

> Os economistas dizem que um bem é um bem da experiência se os consumidores tiverem de experimentá-lo para atribuir-lhe valor. Qualquer novo produto é virtualmente um bem da experiência, e os profissionais da comercialização desenvolveram estratégias como as de amostras grátis, preços de promoção e depoimentos para ajudar os consumidores a conhecerem os novos produtos. (SHAPIRO; VARIAN, 1999, p.18)

De posse dos dados coletados, serão criados gráficos e tabelas para demonstrar o perfil do trabalho na área da Indústria Criativa, bem como as principais características desses profissionais, realizando ao mesmo tempo a relação entre empregos não criativos e empregos dos segmentos criativos, apontando as tendências do mercado criativo e quais os principais setores em expansão.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

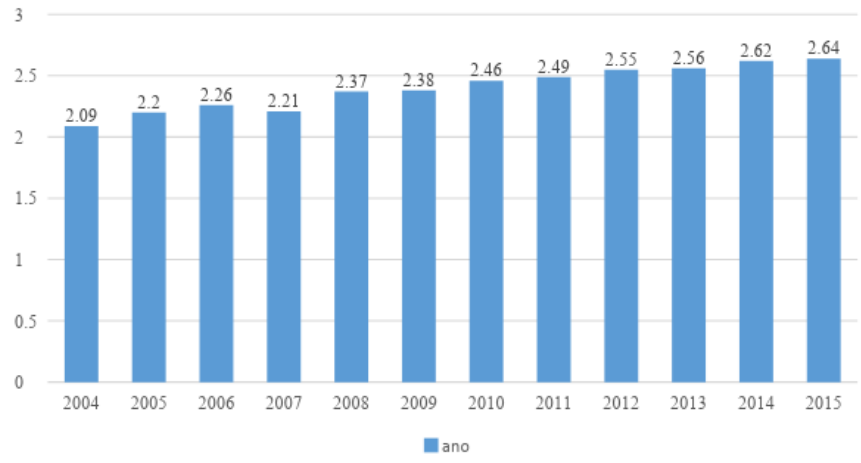
Em concordância com os objetivos descritos neste trabalho, foram analisados os dados encontrados nos textos da FIRJAN 2016 e IPEA 2013, os quais colaboraram para os seguintes resultados:

4.1 PIB das Indústrias Criativas no Brasil

No que tange a questão relacionada a produção criativa, esses segmentos se mostraram menos impactados perante o cenário econômico adverso do período 2013-2015, principalmente, quando comparada à totalidade da economia nacional. A participação do PIB Criativo estimado no PIB Brasileiro cresceu de 2,56% para 2,64%, com isso, em valores reais, a área criativa gerou uma riqueza de R$ 155,6 bilhões para a economia brasileira no último ano.

O gráfico 1, demonstra por meio de linhas, o contínuo crescimento do setor da Economia Criativa, com ele podemos observar que do ano de 2004 até 2015 o crescimento do produto interno bruto brasileiro atrelado aos negócios criativos teve um aumento de 0,55%. Por estarmos ainda enfrentando um período de crise econômica, é possível afirmar que os negócios da Indústria Criativa têm uma evidente tendência ao crescimento, possivelmente por seus produtos terem um caráter inovador. No entanto, mesmo no período de crise econômica podemos observar que o PIB Criativo tendência a subir, apresentando retração apenas entre os anos de 2006 à 2008.

Gráfico 1. PIB Criativo do Brasil do ano de 2004 a 2015



(Fonte: Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, FIRJAN, 2016)

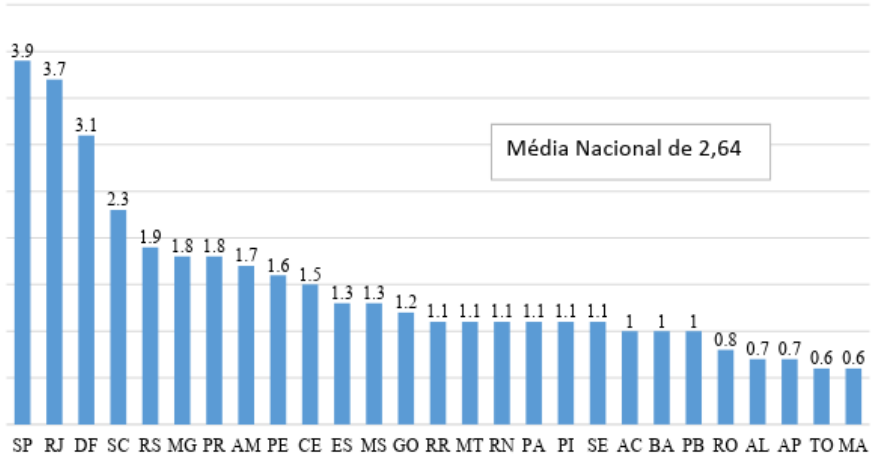
4.2 PIB das Indústrias Criativas no Brasil por estados brasileiros.

Sendo a média nacional do PIB das Indústrias Criativas, no que tange ao ano de 2015, o percentual de 2,64%, de acordo com o gráfico elaborado, notamos que o estado de São Paulo

possui um PIB quase duas vezes maior que a média nacional. Isso nos leva a diagnosticar que o mercado da Economia Criativa no Brasil, ainda carece de investimentos e iniciativas em outros estados. Como demonstrado, os estados que possuem o PIB criativo abaixo do percentual de 1,00%, concentram-se em sua maioria nas regiões norte e nordeste. Em contraste com São Paulo, o estado do Maranhão possui o menor PIB do Brasil, juntamente com o estado de Tocantins. O que podemos observar é que esses estados, os quais ainda apresentam um desenvolvimento muito inferior à média nacional, necessitam de mais incentivos, estes que podem ser criados tanto por políticas públicas, quanto pela iniciativa privada, visto que se o PIB da economia criativa vem em constante crescimento, significa obviamente, que é um mercado que vale à pena o investimento.

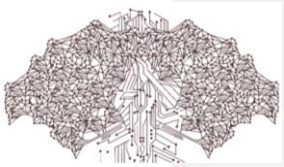
Ainda observando o gráfico abaixo, é possível identificar os estados, com as maiores participações da Indústria Criativa no país, sendo eles São Paulo (3,9%), Rio de Janeiro (3,7%) e Distrito Federal (3,1%), todos os três com participação acima da média nacional (2,64%) e apresentando manutenção ou expansão de participação no período. Segundo o mapeamento realizado pela FIRJAN (2016), dentre as 27 unidades da Federação, 18 mantiveram ou aumentaram a participação do PIB Criativo no período 2013-2015, o que aponta a Indústria Criativa como área estratégica e com potencial econômico para alavancar a economia do país.

Gráfico 2. PIB Criativo por estado brasileiro 2015



(Fonte: Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, FIRJAN, 2016)

4.3 Comparativo do número de empregos das Indústrias Criativas no Brasil.

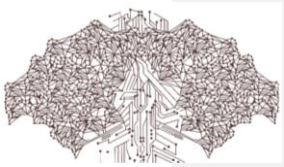


Na tabela a seguir é possível identificar as áreas de atuação que mais cresceram e as que mais diminuíram na economia criativa. A área de Publicidade se destaca por ter um salto em seu crescimento do ano de 2013 para o de 2015, tendo a mesma uma variação de 16,90% em seu número ocupações criadas, conseguinte a área de atuação denominada de expressões culturais, teve o maior aumento no número de empregos gerados no total, segundo os dados da FIRJAN 2016, tendo um crescimento de 19,20%. Em contramão a esse levante na criação de empregos nas Indústrias Criativas, o setor da moda teve um decréscimo na geração de empregos, tendo uma variação negativa de 13,20%. Vale observar que, apesar de alguns setores, como o da moda por exemplo, terem diminuído a geração de empregos, em termos gerais, comparando a geração de emprego de setores que não fazem parte da economia criativa, com a mesma, o número de empregos no Brasil teve uma queda de 1,80% o que significa uma redução de 900 mil postos de trabalho extintos, em contrapartida, a Indústria Criativa teve um crescimento de 0,10% de geração de emprego. Mesmo aparentemente indicando ser um número pequeno, pode e deve ser considerado algo muito valioso, tendo em vista a atual conjuntura econômica do país.

Entre as quatro grandes áreas criativas, Consumo e Tecnologia respondem por mais de 80% dos trabalhadores criativos na economia no ano de 2015. Na Tecnologia, manteve-se a tendência de crescimento observada nos últimos anos e expandiu 2,4% entre 2013-2015, apesar da moderada redução no número de trabalhadores empregados em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) no período. O segmento da Cultura também apresentou aumento dos empregos formais entre 2013 e 2015. Destaca-se o segmento de Expressões Culturais – que apresentou a maior expansão entre todos os segmentos criativos, sobrepondo-se à redução do número de profissionais em segmentos mais dependentes de financiamento público, como, por exemplo, Música e Patrimônio e Artes.

Tabela 1. Empregos por Segmentos – comparativos entre os anos de 2013 e 2015

Segmento	Total de empregos			
	Ano de 2013	Ano de 2015	% Variação	Situação
Publicidade	112.667	131.717	16,90%	Crescimento
Arquitetura	124.470	113.499	-8,80%	Diminuição
Design	86.984	81.863	-5,60%	Diminuição
Moda	56.676	49.196	-13,20%	Diminuição
Expressões Culturais	22.491	26.815	19,20%	Crescimento
Patrimônio e Artes	16.423	16.005	-2,50%	Diminuição



Música	12.022	11.989	-0,30%	Diminuição
Artes Cênicas	11.179	11.718	4,80%	Crescimento
Editorial	50.816	48.930	-3,70%	Diminuição
Audiovisual	50.572	46.169	-8,70%	Diminuição
P&D	166.300	164.346	-1,20%	Diminuição
TIC	112.942	120.601	6,80%	Crescimento
Biotecnologia	26.862	28.396	5,70%	Crescimento
Total Mercado de Indústrias Criativas	**850.404**	**851.244**	**0,10%**	**Crescimento**
Total mercado de trabalho	**48.948.433**	**48.060.807**	**-1,80%**	**Diminuição**

(Fonte: Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, FIRJAN, 2016)

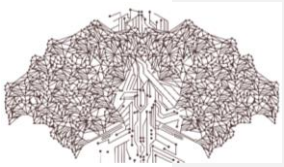
4.4 Comparativo do tempo de emprego médio e anos de estudo dos profissionais.

Como será demonstrado na tabela 2, de acordo com os dados coletados a partir de informações do IPEA, as subáreas em que os profissionais das Indústrias Criativas têm o maior tempo de serviços são os sítios culturais e os serviços criativos, também são essas duas subáreas que contém os profissionais das indústrias criativas com maiores anos de estudo. Em contrapartida, a subárea de expressões culturais tradicionais, possuem os profissionais que têm o menor tempo de emprego, ficando empregados numa mesma empresa por volta de 54 meses, interessantemente, são esses os profissionais das indústrias criativas que têm o menor número de anos de estudo, tendo os mesmo por volta de 9,8 anos de escolaridade.

É interessante notar que, em relação aos dados coletados pela RAIS no que tange os trabalhadores de áreas não criativas, podemos observar que a média de escolaridade dos profissionais dessas outras áreas é de 10, 3 anos escolares, enquanto que a média da economia criativa chega a 12,1 anos de estudo. Demonstrando dessa maneira que, os profissionais das Indústrias Criativas provavelmente possuem mais qualificações técnicas que os outros profissionais.

Tabela 2. Tempo de emprego médio e anos de estudo dos trabalhadores em economia criativa, por subárea, recorte ocupacional (2010)

Segmento	Número de empregados	Tempo de emprego (meses)	Anos de estudo



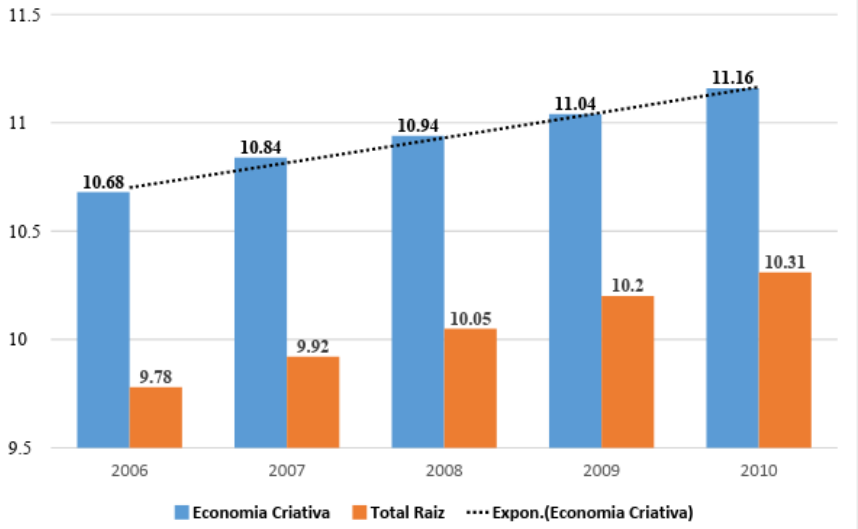
Artes performáticas	20.181	86,1	12,3	
Artes visuais	9.172	78,2	11,4	
Audiovisual	77.309	73,6	11,0	
Design	132.349	60,3	10,0	
Expressões culturais tradicionais	21.573	54,8	9,8	
New media	62.943	62,1	13,9	
Publicação e mídia impressa	55.794	77,4	11,9	
Serviços criativos	155.740	99,5	13,9	
Sítios culturais	39.973	105,8	12,3	
Total da economia criativa	**575.034**	**78,7**	**12,1**	
Total da Rais	**30.485.676**	**84,3**	**10,3**	

(Fonte: IPEA, 2013)

4.5 Evolução da Escolaridade Média dos trabalhadores da Indústria Criativa em comparação a outros profissionais.

Segundo os dados coletados, de 2006 a 2010 a escolaridade média dos trabalhadores da Indústria Criativa e de outras áreas, teve um crescimento contínuo e constante, no entanto, analisando o próximo gráfico, podemos identificar que enquanto os trabalhadores de áreas não criativas passaram de 9,78 anos de escolaridade em 2006 para 10,31 anos de escolaridade em 2010, os profissionais das indústrias criativas passaram de uma média de escolaridade de 10,68 anos escolares para 11,16 anos escolares, demonstrando que profissionais das indústrias criativas têm mais tempo de estudo que os demais profissionais. Com esses dados é possível também deduzir, o motivo do mercado das indústrias criativas estar em constante crescimento desde meados de 1990, isso ocorre muito provavelmente pois os profissionais da economia criativa, por serem mais especializados demonstram, segundo os gráficos, estarem mais atualizados e com isso, prestarem melhores serviços às empresas as quais estão ligados.

Gráfico 3. Evolução da Escolaridade média dos trabalhadores da economia criativa em comparação a outros profisssionais



(Fonte: IPEA, 2013)

4.6 Valor Adicionado da Economia Criativa

De acordo com Hoppe, Favaron e Takenouch (2014) é admissível conceituar o Valor Adicionado como um montante referente a diferença entre a receita obtida com clientes, o custo com seus fornecedores, a retribuição pelo trabalho desempenhado por seus colaboradores e a remuneração pelo capital dos investidores. É o excedente após a satisfação das partes interessadas das negociações. "Agregar valor seria, portanto, o propósito central da atividade empresarial, ou em outra palavras, a sua principal motivação" nas palavras de Hoppe, Favaron e Takenouch (2014, p.201). Tendo em vista essa definição sobre Valor Adicionado, a tabela a seguir, vem demonstrar como se comporta os montantes referente aos VA da economia criativa, relacionando com o PIB total do Brasil nos anos de 2007, 2008 e 2009. Com as informações colhidas no IPEA, pudemos constatar que o VA da economia criativa relativo ao PIB brasileiro, demonstrou superioridade nos três anos em que foi observado, comprovando assim que o mercado das indústrias criativas cresce e obtém lucros, sendo assim possível considera-lo um bom negócio para investimentos, visto que, mesmo em tempos de crise, é um segmento que se mantém aquecido.

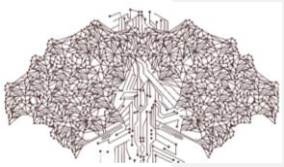


Tabela 3. Evolução do VA da economia criativa (2007, 2008 e 2009)

(A preços correntes)

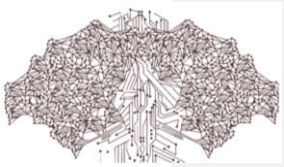
	2007	2008	2009
VA da economia criativa (R$)	20.310	29.369	34.029
VA total (R$)	2.287.858	2.580.449	2.794.379
PIB (R$)	2.661.344	3.032.203	3.239.404
% d VA	0,9	1,1	1,2
% do PIB	0,8	1,0	1,1

(Fonte: IPEA, 2013)

4.7 Os Principais segmentos Criativos do Brasil, número de empregos e salários.

Analisando a tabela abaixo, os primeiros segmentos analisados representaram no total 376,3 mil trabalhadores formais, divididos entre os segmentos de Publicidade (131,7 mil), Arquitetura (113,5 mil), *Design* (81,9 mil) e Moda (49,2 mil), com salário médio de R$ 5.411, isso representava na época um valor 121% maior do que o rendimento médio do trabalhador brasileiro (R$ 2.451). Os segmentos de Expressões culturais, Patrimônio e Artes, Música e Artes cênicas foram apontados como aqueles com menor número de trabalhadores formais na Indústria Criativa no Brasil, somando a época um total de 66,5 mil profissionais representando 7,8% do total de profissionais da Indústria Criativa no Brasil. A média desses segmentos relacionados a Cultura corresponderam a R$ 2.898,00, apesar de ser considerado relativamente baixo em comparação com a média de outros setores criativos, ainda assim demonstrou ser 18,3% maior que a média do salário dos profissionais não criativos no Brasil.

A área de Mídias englobava 95,1 mil profissionais criativos em 2015, equivalente a 11,1% do total de empregados na Indústria Criativa. Esses profissionais se distribuem de forma quase equânime entre os segmentos Editorial (48,9 mil empregados) e Audiovisual (46,2 mil empregados). O salário médio da área criativa era de R$ 3.590 em 2015. Ainda que seja o segundo mais baixo da Indústria Criativa (maior apenas que Cultura), é 46,5% maior do que a média de remuneração de toda a economia formal brasileira (R$ 2.451).

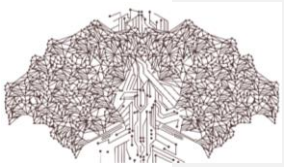


Respondendo por 313,3 mil dos trabalhadores criativos formais, Tecnologia constituiu até 2015, a segunda área criativa com mais vínculos (36,8% do total). Dividida entre os segmentos de Pesquisa & Desenvolvimento com 164,3 mil empregados, TIC com 120,6 mil empregados e Biotecnologia 28,4 mil empregados. A remuneração dessa grande área é a mais elevada da Indústria Criativa, com vencimento médio de R$ 8.831 em 2015, três vezes e meia o rendimento médio brasileiro no mesmo ano R$ 2.451.

No que concerne a TIC, a tendência advém do avanço da informática e de novas tecnologias. Além disso, conjunturalmente o segmento teve seu papel estratégico reforçado, reconhecido como ferramenta de ampliação do conhecimento, da penetração no mercado consumidor e da geração de novos produtos distribuídos em meio digital. No caso da Biotecnologia, o aumento do número de trabalhadores decorre do esforço de aproveitamento das riquezas naturais do país, que se reflete no crescimento da procura por
geneticistas (+60,0%), biomédicos (+44,0%) e tecnólogos em sistemas biomédicos (+19,8%). Mesmo apresentando pequena retração (-1,2%) nos seus quadros entre 2013 e 2015, Pesquisa & Desenvolvimento continuou sendo o maior segmento da área de Tecnologia. A queda pode ser explicada pela conjuntura econômica adversa, que ceifou postos de trabalho, principalmente entre os engenheiros da área de P&D (-2,4%). Cabe ressaltar que, mesmo diante desse quadro, houve expansão no número de pesquisadores em geral (+5,4%), o que reforça a relevância da pesquisa e da inovação em meio a um cenário econômico adverso.

Tabela 4. Principais Segmentos no Brasil, número de Empregados e Média Salarial

Segmento Criativo	Empregos em Milhares 2015	Salários 2015	
Publicidade	131,7	R$	6.276,00
Arquitetura	113,5	R$	7.736,00
Design	81,9	R$	3.010,00
Moda	49,2	R$	1.724,00
Expressões culturais	26,8	R$	1.852,00
Patrimônio e Artes	16,0	R$	4.383,00
Música	12,0	R$	2.860,00
Artes Cênicas	11,7	R$	3.304,00
Editorial	48,9	R$	4.332,00
Audiovisual	46,2	R$	2.805,00
P&D	164,3	R$	11.205,00
TIC	120,6	R$	6.386,00



Biotecnologia	28,4	R$	5.471,00

(Fonte: Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, FIRJAN, 2016)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objeto de estudo a análise da relação do emprego, tempo de serviço, anos de estudo e segmentos, em que estão inseridos a maioria dos profissionais da Indústria Criativa. A pesquisa foi realizada através da coleta de dados disponibilizados pela FIRJAN 2016 e o IPEA 2013, os quais foram averiguados e foram realizados assim, comparativos entre as informações coletadas. A Economia assim como outras ciências busca estar sempre atualizada com os eventos que acontecem no mundo, no caso dela, principalmente nas questões mercadológicas. E isto foi demonstrado nesta pesquisa, os fenômenos econômico-financeiras que vêm surgindo desde 1990, vem ganhando força em todo o mundo, concomitantemente, o Brasil não está de fora das novas tendências, pois o mesmo, segundo as pesquisas realizadas, começa a demonstrar um contínuo desenvolvimento no que tange a economia criativa.

Desta maneira, é de suma importância que hajam mais políticas públicas que possam vir a contribuir ainda mais para o crescimento deste mercado, pois como verificado nos resultados acima, a economia criativa tem uma tendência ao crescimento contínuo, mesmo em tempos de crise, como no momento atual em que o Brasil vive. A pesquisa realizada neste estudo, abrange os períodos de 2006 a 2015, em todas os comparativos é demonstrado o crescimento das Indústrias Criativas em relação a outros tipos de serviços, com isso, é possível afirmar que o mercado nesse segmento apesar de todo investimento que possui, ainda precisa de mais incentivos, de mais empresas que queiram atuar na área e de mais profissionais capacitados para suprir as necessidades que, graças as tecnologias, cada vez mais necessitam de especialização.

Diante do exposto, surge a necessidade de que existam mais incentivos para empreendimentos que sejam da área de atuação das Indústrias Criativas, como por exemplo o incentivo fiscal da cidade do Recife, na área do Porto Digital, em que empresas daquelas imediações possuem benefícios tributários para o desenvolvimento de seus trabalhos.

Os resultados obtidos demonstraram que o PIB referente ao Produto Interno Bruto brasileiro (PIB) vem em constante crescimento desde 2004 até o ano de 2015, prova de que mesmo em períodos em que a economia brasileira enfrenta uma grande crise econômica, o mercado da Economia Criativa continua aquecido e se desenvolvendo, apesar das atribulações do mercado financeiro. Os estados em que os maiores PIB relacionados a Indústria e Economia Criativa são do eixo Rio-São Paulo com percentuais superiores a 3,5% onde a média nacional é

de 2,64%. O número de empregos dos setores dessa área apresentaram uma tendência ao crescimento, apesar de algumas subáreas como a de moda, por exemplo, ter apresentado uma baixa na geração de emprego, no geral enquanto o mercado de trabalho brasileiro tinha uma redução de 1,80% da taxa de empregos em áreas de segmentos não criativos, a média de todos os segmentos das Indústrias Criativas apresentou crescimento de 0,10%, valor que aparentemente pode dar uma ideia de irrelevante, no entanto é de ser considerado muito bom, visto que, como comentado anteriormente o país está há alguns anos em uma crise econômica.

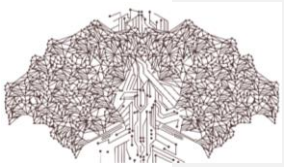
Durante a pesquisa foi possível identificar que os profissionais da Economia Criativa possuem mais anos de estudo em relação aos profissionais de outras áreas, com isso pudemos concluir o quanto as empresas desse ramo contam, muitas vezes, com os profissionais mais qualificados do mercado, isso ocorre pois, a maioria dos serviços criativos pesquisados têm ligação direta com as novas tecnologias, exigindo dos mesmos que busquem sempre por aperfeiçoamento, para exercerem com excelência suas funções.

No que tange ao Valor Adicionado, foi verificado que durante os anos de 2007, 2008 e 2009, segundo dados do IPEA, o VA dos montantes da Economia Criativa obteve crescimento contínuo, confirmando que o mercado desse ramo tende a crecer e que por isso, é uma boa forma de investimento perante empreendedores e empresas que queiram galgar novos rumos, seguindo as tendências do mercado.

O trabalho em questão é de importante relevância para uma reflexão do atual cenário econômico brasileiro, pois demonstra que é necessário que o mercado passe a fomentar mais a Economia Criativa, que hajam mais investimentos e políticas públicas que venham a alavancar ainda mais os setores que fazem parte da mesma, pois como demonstrado nos resultados obtidos é um mercado promissor, que faz parte de novas atitudes dos consumidores, que estão cada vez mais exigentes e que buscam pela excelência em seus produtos e serviços consumidos e as Indústrias Criativas, aparentam ser uma boa saída para uma melhoria na economia do país, visto que tendem ao crescimento e a ter os melhores profissionais do mercado.

REFERÊNCIAS

BARCELLOS, Ekaterina Emmanuil Iglesis; BOTURA, Galdero Jr; RAMIREZ, Claudia Marcela Sanz. **A Economia Criativa no Ambiente dos Parques e Incubadoras**. XXV CONFERÊNCIA DA AMPROTEC DE EMPREENDEDORISMO E AMBIENTES DE INOVAÇÃO, 2015, Cuiabá, p.1-18.



BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Indústrias Criativas:: Definição, Limites e Possibilidades. **Rae,** São Paulo, v. 49, n. 1, p.10-18, mar. 2009.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet:** reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade . Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

DCMS (Department for culture, media and sport). Creative industries mapping document. Disponível em: http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm. Acessado em julho de 2017.

EDUARDO EUGÊNIO GOUVÊA VIEIRA (Presidente). Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro Sistema Firjan (Org.). **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil:** Diagnósticos e mapeamentos setoriais. Rio de Janeiro: Frota & Cia, 2016. 61 p. Publicações Sistema FIRJAN Pesquisas e Estudos Socioeconômicos. Disponível em: <www.firjan.com.br>. Acesso em: 13 jul. 2017.

FERREIRA, Laércio de Matos. **A inovação tecnológica e as dinâmicas locais**: Estudo comparativo de APLs de software no nordeste do Brasil. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2008.

HANSON, Dennis. Indústrias Criativas. **Sistemas & Gestão,** Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p.222-238, nov. 2012.

HOPPE, Aderbal Afonso; FAVARON, Fábio Luiz Lourenço; TAKENOUCHI, Pedro Issao. DISCUSSÃO SOBRE VALOR ECONÔMICO: GERAÇÃO, INFORMAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO NA CONTABILIDADE GERENCIAL. **Redeca,** São Paulo, v. 1, n. 2, p.182-215, dez. 2014.

HOWKINS, John. **Economia Criativa:** como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M.Books, 2012.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa** – e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade do cotidiano. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

JAMBEIRO, Othon; FERREIRA, Fábio. Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia:: Contribuições da Economia Política da Comunicação. **Revista Comunicação Midiática,** Salvador, v. 7, n. 3, p.178-194, dez. 2012.

JONES, Charles. **Introdução à teoria do crescimento econômico**. Editora Campus, 1a edição edition, 2000.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade Pós-industrial à Pós-moderna:** Novas teorias sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

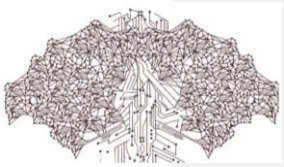
MANKIW, N. Gregory. **Introdução à economia.** Rio de janeiro: Editora Pioneira Thomson Learning, 2005, p.65.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da Economia Criativa no Brasil.** Rio de Janeiro: Contexto, 2013. 54 p. IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R. **A economia da Informação:** como os princípios econômicos se aplicam a era da internet. Rio de janeiro: Editora Campus, 1999.

UNESCO. **Understanding creative industries***:* cultural statistics for public-policy making. Disponível em: </www.unesco.org.br.> Acesso em 16 de Jul. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



EDUCAÇÃO CORPORATIVA À DISTÂNCIA: DA INFORMAÇÃO À EXPERIÊNCIA.

Gisele Vieira de Oliveira Castro

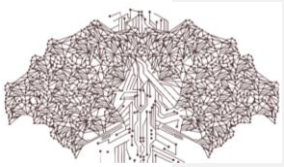
RESUMO

A educação corporativa à distância tem crescido consideravelmente. Tal crescimento se deve, dentre diversos fatores, ao baixo custo, se comparado com treinamentos presenciais, à possibilidade de usar o mesmo treinamento para milhares de pessoas sem necessidade de investimento adicional, à economia de tempo e à possibilidade de gestão da informação. Diante desse contexto, cabe a pergunta: será que os números são suficientes para se afirmar que estamos no caminho certo no que tange à EaD corporativa? Para responder, tomamos como base a Fenomenologia, linha de pensamento segundo a qual a percepção é nossa primeira instância cognitiva e primeira comunicação com o mundo. Interpolamos percepção, técnica e tecnologia digital a partir de autores, como Abranches, Flusser, Heidegger, Mataurana, McLuhan, Merleau-Ponty, entre outros. Em seguida, discutimos, sob a ótica de Bondía, a educação enquanto legitimadora de um fazer instaurado pela técnica, tido então como realidade e como verdade, discurso que permeia os cursos de EaD corporativos e que reforça a lógica do modelo digital, de máxima eficiência e menor ruído. Ao final, propomos a retomada da experiência como ponto de partida na educação corporativa por meio de recursos digitais, considerando que a experiência é múltipla, aberta e, portanto, incalculável.

Palavras-chave: educação à distância, educação corporativa, experiência, técnica, tecnologia digital.

INTRODUÇÃO

As empresas têm aderido cada vez mais à Educação à Distância – EaD –. Segundo pesquisa de 2016 da Abed – Associação Brasileira de Educação à Distância –, 29% das instituições



privadas aumentaram seus investimentos em 2016, e 35% delas pretendem aumentar a aplicação de recurso em EAD em 2017[1].

Embora o segmento tenha ganhado cada vez mais espaço, a educação corporativa à distância oferecida pelas empresas aos seus funcionários perpetua a lógica econômica e tecnológica atual, da máxima eficiência pelo menor custo[2], que se arraiga e se estende em todo o discurso corporativo.

Quando falamos em um programa de educação à distância, pressupomos um começo, um meio e um fim, ou seja, algo dotado de uma lógica interna. Porém, a complexidade de aprendizado e a vivência do funcionário vão além dessa lógica interna. Aspectos pessoais, familiares e organizacionais são indissociáveis, já que o ser humano é uma unidade a qual não se pode separar em segmentos; cada funcionário traz o seu repertório vivido à tona, em todas as suas interações.

Diante da intangibilidade de alguns aspectos humanos, como repertório, comportamento, sentimentos, entre outros, acreditamos que a formação corporativa deve ser repensada, para que o funcionário seja capaz de executar não apenas uma tarefa específica, mas de percorrer com autonomia o caminho do conhecimento para buscar a compreensão do seu papel na organização e estar apto para propor soluções, pois, como nos diz Bondía, "Educação, em resumo, precisa se relacionar com a cultura do presente. Do contrário, transforma-se em prática de adestramento" [3].

Portanto, faremos uma breve reflexão sobre a questão da técnica, das tecnologias digitais e da produção de verdade e de realidade na educação corporativa à distância, a partir de autores como Merleau-Ponty, Heidegger, McLuhan e outros.

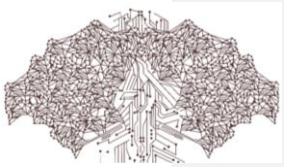
A QUESTÃO DA TÉCNICA E O MODELO DIGITAL

> Quer se trate dos vestígios ou do corpo de outrem, a questão é saber como um objeto no espaço pode tornar-se o rastro falante de uma existência, como, inversamente, uma intenção, um pensamento, um projeto podem separar-se do sujeito pessoal e tornar-se visíveis fora

[1] Disponível em <http://abed.org.br/censoead2016/Censo_EAD_2016_portugues.pdf>. Último acesso em 25/01/2018.

[2] Basbaum (2005) examina a tecnologia digital como trazendo em si, pela busca da informação precisa, a lógica de um mundo sem ruído, a partir da Teoria da Informação proposta por Shannon, em 1948.

[3] A escola e o supermercado dos prazeres. Disponível em <https://www.ufmg.br/boletim/bol1506/quinta.shtml>. Último acesso em 14/07/2015.



> dele em seu corpo, no ambiente que ele se constrói. (MERLEAU-PONTY, 2006, p. 467).

Como bem mostrou Merleau-Ponty, de modo ainda hoje influente, a percepção é um processo interno que se dá a partir de nossa interação com o mundo, no qual vivemos e agimos. Percebemos o mundo externo a partir de nós mesmos, de nosso corpo, de nossa existência, de nossa inserção nele e da relação que estabelecemos com seus elementos. Para exteriorizar nossa percepção, comunicarmo-nos com outras pessoas e significarmos o que percebemos, utilizamos o corpo, primeira interface entre nós e o mundo.

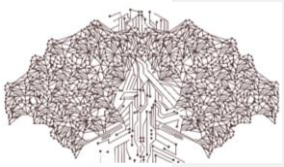
Para responder aos desafios do mundo, o homem criou, desde os primórdios da humanidade, ferramentas e tecnologias que transformaram sua relação com o mundo ao seu redor e permitiram explorar elementos e culturas até outrora distantes e desconhecidos. Desde há muito tempo, temos contato com o mundo não só através de nosso corpo, mas também a partir da mediação por aparatos de ordem técnica, que, se por um lado ampliam a capacidade de força, de manipulação e permitem o acesso a culturas até então inacessíveis pela distância, por outro, transformam nossa significação de mundo e, em grande parte, tornam-se o único meio de acesso às coisas.

Filosoficamente, a técnica deixou de ser apenas a criação de ferramentas de extensão física e intelectual e passou a ser, segundo Abranches (2006), "um conjunto sistemático de problemas práticos teoricamente tratáveis". Toda a nossa experiência passa pelo filtro da técnica sem que possamos nos dar conta. Segundo Abranches:

> (...) a técnica não é, como se costuma pensar, uma esfera particular da experiência, uma disciplina sujeita a determinações metafísicas anteriores. Pelo contrário, toda *experiência humana*, e isso inclui a *experiência do pensamento*, já está de antemão condicionada por ela. (ABRANCHES, 1996, p. 3).

O pensamento é influenciado por modelos decorrentes da técnica a tal ponto que não percebemos a atuação que ela tem sobre nossa forma de ver o mundo. Segundo Abranches (1996), é impossível dissociar o pensamento da técnica, pois todo o nosso fazer mundo[4] está por ela pautado. Portanto, a técnica não é somente a criação de novas ferramentas e sua posterior

[4] Entendemos por fazer mundo as interações que o indivíduo estabelece com o ambiente ao seu redor e com os outros indivíduos, produzindo, por meio de diferentes tipos de linguagem, significações, que ocorrem após sua tomada de consciência.



utilização. Mais do que isso, ela negocia com nossa percepção e transforma os agenciamentos do homem com o mundo de modo irreversível, quase invisível.

Embora invisível, muito além dos utensílios, a técnica gera modelos, os quais se tornam vigentes nos cantos mais recônditos da sociedade e das relações humanas. Basta pensar na sociedade disciplinar, definida por Foucault. Na obra *Vigiar e Punir* (1977)[5], é evidente como os modelos são ampliados das tecnologias para as relações humanas e para a organização do trabalho, do ensino, arraigando-se, enfim, em toda a sociedade. Segundo Dupuy (1996):

> O modelo é uma classe de equivalência correspondente. Isso lhe confere uma posição de sobrepujança, como uma ideia platônica cujo real não é mais que a pálida cópia. Mas o modelo, na ciência, é o que o homem faz. Aí está como se dá a sobreposição do imitante e do imitado. O modelo científico é uma imitação humana da natureza que o cientista logo toma como "modelo" – no sentido comum – desta. (DUPUY, 1996, p. 23)

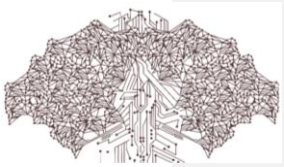
O modelo, portanto, é não apenas a aplicação de uma estratégia de conhecimento tipicamente moderna, mas a própria lente sob a qual o mundo é visto e sentido em determinada época.

Em seu livro "*Nas origens das ciências cognitivas*", Dupuy considera a informática como o modelo atual que serve de metáfora para o pensar humano e para o estudo das ciências cognitivas, o que deu origem à inteligência artificial (IA). Sua discussão, bem como a de muitos pesquisadores da IA, gira em torno da dicotomia entre máquina e mente.

Se, por um lado, a mente humana pode ser comparada a uma máquina computacional pela sua característica de calcular e gerir informações, por outro, ela é dotada de peculiaridades que ainda não são reproduzíveis pela máquina, como a intencionalidade e a capacidade de criar inovações a partir da interação com o mundo por meio de um corpo sensível, sem necessidade de códigos de programas que condicionem regras. Ainda segundo Dupuy, o modelo pode se tornar um ponto negativo para o corpo científico, pois seu fascínio decorre do fato de que, diferentemente da realidade, o modelo é controlável.

> O modelo é tão mais puro, tão melhor controlável do que o mundo dos fenômenos: existe o risco de que ele se torne o objeto exclusivo da atenção do cientista. Teorias ou até disciplinas inteiras podem se

[5] Em *Vigiar e Punir*, Foucault demonstra muito bem como os mecanismos de punição de cada época refletem e reforçam a técnica vigente por meio dos dispositivos físicos e sociais que aplicam as penas e castigos. A punição é menos a submissão dos indivíduos a uma penalidade do que um reforço do modelo atual. Ainda segundo o filósofo, a técnica torna-se invisível (embora o termo "técnica" não seja usado na obra) porque está nas mais ínfimas manifestações de poder e de organização que permeiam as relações sociais.



> organizar ao redor do estudo das propriedades de um modelo. (DUPUY, 1996, p. 25)

Se concordarmos com esses estudos, podemos afirmar que a técnica e os dispositivos e modelos criados a partir dela pautam nossa percepção e, logo, nossa compreensão do mundo[6]. Para Merleau-Ponty (2006, p. 465), "a civilização da qual eu participo existe para mim com evidência nos utensílios que ela se fornece", ou seja, as tecnologias transformam nossa relação com o tempo e com o espaço, a forma de nos relacionarmos uns com os outros e a própria noção de realidade e de verdade.

A técnica, e dentro dela as tecnologias digitais, é ubíqua e está arraigada não só em nossa organização social nos mais diversos segmentos, mas também em nossa forma de perceber, de experienciar e de pensar o mundo. Ela tende a ser imperceptível enquanto mediadora entre o "eu" e o "mundo", pois:

> (...) a técnica, vê-se através de Heidegger, (...) é, antes, o próprio modo de figurar um problema, de formalizar questões, de dispor os termos do real de tal modo que se possa apreendê-lo e, posteriormente, intervir nele de uma maneira planejada. (BASBAUM, 2005, p.134)

DO CALCULÁVEL AO INESGOTÁVEL

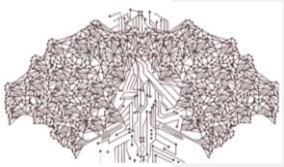
Da necessidade de se pensar educação a partir de um viés fenomenológico

A técnica enreda a percepção e o fazer mundo, e sua ubiquidade sugere que o mundo por ela criado seja objetivo. É exatamente aí que entra a questão da educação, por legitimar o saber instaurado pela técnica. Se, por um lado, os conceitos de verdade são determinados pela técnica, por outro, é a partir da educação que tais valores são consolidados como conhecimento formal de uma época[7].

Em um mundo organizado em torno de máquinas e dispositivos tecnológicos, segundo o imperativo da produtividade, a educação corporativa, em especial, não foge à lógica do máximo aproveitamento do corpo e da mente. A busca pela máxima eficiência com menor ruído é

[6] É preciso deixar claro, porém, que técnica não é a mesma coisa que tecnologia. "No mais comum, emprega-se a palavra *técnica* como significando 'o modo pelo qual se realiza alguma transformação em alguma substância', o 'saber que permite realizar uma tarefa'". (BASBAUM, 2005, p. 131). A tecnologia é ciência aplicada (sendo o método científico já uma técnica em si), é a materialização de uma técnica em específico, que automatiza e omite o saber anterior (BASBAUM, 2005).

[7] Diz Bondía: "Os aparatos educacionais e culturais nos quais trabalhamos são também, juntamente com os meios de comunicação de massa, lugares de produção, de reprodução, de crítica e de dissolução disso que chamamos verdade e disso que chamamos realidade." (LARROSA J. B., 2010, p. 163)



denominada por Basbaum (2005) *utopia digital* e se materializa no campo da educação à distância por meio de plataformas de gerenciamento (LMSs)[8] que medem o desempenho do aluno, sua frequência, tempo de navegação, quantidade de acessos, entre outros.

Entretanto, uma aprendizagem significativa e transformadora deve ir além da mera instrução, ou seja, do treinamento para atividades fim de seu trabalho, e além dos conhecimentos tácitos e fechados. Deve estimular uma constante busca pelo conhecimento e uma constante transformação do seu "eu". Concordamos com Bondía (2010), quando ele diz:

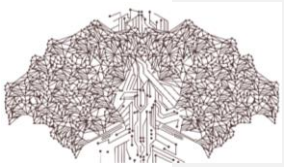
> O eu que importa é aquele que existe sempre mais além daquele que se toma habitualmente pelo próprio eu: não está para ser descoberto, mas para ser inventado; não está para ser realizado, mas para ser conquistado; não está para ser explorado, mas para ser criado. (BONDÍA, 2010, p. 9).

Para Bondía, as demandas de eficiência determinadas pela consolidação do capitalismo, que preza pela máxima eficiência e pelo menor desperdício e ruído, características essas reforçadas pelos aparatos tecnológicos de nossa época (*utopia digital)*, colocam como sinônimos os termos "informação", "conhecimento" e "aprendizagem". Com isso, corre-se o risco da destituição da experiência, pois, do mesmo modo que a linguagem abre infinitas possibilidades, também contém nas mais ínfimas manifestações formas de encerrar o pensamento e de tecer relações de poderes na convivência corporativa, contrapondo a questão da "verdade do poder" e do "poder da verdade" (2010, p. 150).

A noção de verdade e de realidade, sinônimas sob a ótica de Bondía, são frutos da técnica e, por isso, parecem-nos neutras e objetivas. No caso da educação corporativa à distância, também existe a vertente da tecnologia enquanto produtora de verdade. O autor da obra *Digital Culture* nos dá uma definição da era digital muito próxima ao conceito de técnica, proposta por Heiddeger:

> O digital se refere não apenas aos efeitos e possibilidades de uma tecnologia em particular. Ele define e envolve os modos de pensar e fazer que estão incorporados àquela tecnologia, e que tornam possível o seu desenvolvimento. Isso inclui abstração, codificação,

[8] LMS – *Learning Management System* – são plataformas de gerenciamento tanto de conteúdo quanto de alunos. O sistema permite extrair dados de acesso, como progresso, número de visitas por aluno, nota de avaliação etc.



> autorregulamentação, virtualização e programação. (GERE, 2008, p. 17)[9]

Na tentativa de uma maior eficácia e eficiência de retenção de informações – uma das características da Cultura Digital (GERE, 2008) – que devem ser recuperadas mediante situações mais ou menos iguais àquelas vistas no ambiente virtual, o aluno não compartilha um mundo; ele apenas tem contato com a linguagem digital, com interações programadas e fechadas. A própria construção do curso implica a lógica da sociedade digital (matematizar, dividir, trabalhar com variáveis dentro de um programa preestabelecido). O aluno não constitui seu próprio mundo, porque o mundo já está dado. Não há, aí, nenhuma possibilidade de experiência no sentindo que temos proposto até aqui.

O processo descrito acima ocorre na solidão virtual[10], e a única linguagem possível é a binária e de programação lógica, fruto do pensamento racional e científico. O conteúdo se restringe à transmissão de informações que sejam funcionais para determinadas tarefas ou que reforcem comportamentos desejáveis. Assim, concordamos com a afirmação de Bondía (2002): "(...) a informação não faz outra coisa que cancelar nossas possibilidades de experiência".

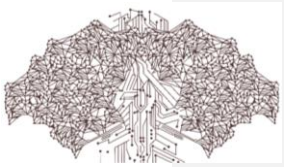
Em "*The medium is the massage*", McLuhan nos fala das mudanças trazidas pelas mídias no ambiente educacional. Embora seus dizeres estejam relacionados à educação escolar, podemos trazê-los para nosso contexto sem que percam seu significado. Enquanto no ambiente escolar, a educação acontece metodicamente, segmentada e sem grandes possibilidades de experiência, o mundo fora desse ambiente é permeado pelas tecnologias digitais e oferece ricas possibilidades de interações que favorecem a exploração, a descoberta, a sondagem, enfim, possibilidades mais próximas de uma experiência efetiva, que vão além da informação em si.[11]

---

[9] Tradução livre para: *"Digital refers not just to the effects and possibilities of a particular technology. It defines and encompasses the ways of thinking and doing that are embodied within that technology, and which make its development possible. These include abstraction, codification, self-regulation, virtualization and programming."*

[10] Existem programas corporativos com ferramentas de colaboração, como *chat*, fórum, tutoria, porém, não são objeto de análise deste trabalho.

[11] *"It is a matter of the greatest urgency that our educational institutions realize that we now have civil war among these environments created by media other than the printed word. The classroom is now in a vital struggle for survival with the immensely persuasive 'outside' world created by new informational media. Education must shift form instruction, form imposing of stencils, to discovery – to probing and exploration and to the recognition of the language of forms."* (MCLUHAN, 2001, p. 100)



Portanto, se a educação corporativa à distância quer oferecer aos alunos/profissionais uma experiência significativa e, assim, transformadora, não deve ser uma rota a ser seguida, mas sim uma abertura a diversos caminhos, muitas vezes desconhecidos e vazios, que serão descobertos e preenchidos de modos diferentes pelo indivíduo. Para que o aluno inicie sua própria viagem, é preciso repensar as estratégias de educação corporativa mediada por tecnologias digitais, uma vez que elas estão inseridas em nosso cotidiano e negociam com nossa percepção. (BASBAUM, 2005)

O corpo fenomenológico: da instrução à compreensão global

Para Merleau-Ponty (2006), o corpo permite o primeiro contato entre o ser e o mundo e, portanto, funda nossa percepção. Sendo o corpo não apenas um objeto qualquer, alheio e fora do ser, mas um "objeto que não me deixa" (MERLEAUPONTY, 2006, p. 132) e que é, portanto, nosso *ponto de experiência* (BASBAUM, 2005)[12] ou nosso *ponto de existência* (KERCKHOVE, 2009)[13], torna-se pertinente a análise da relação entre o corpo, as tecnologias digitais, o modelo de educação corporativa à distância atual e como tais aspectos negociam com nossa percepção e, consequentemente, com nosso modo de fazer mundo e de nele agir.

Dreyfus (2002), em seu artigo *A phenomenology of skill acquisition as the basis for a Merleau-Pontian nonrepresentationalist cognitive science* demonstra de forma muito prática a relação entre o corpo e a percepção como momento vivido, sem passar pela elaboração e pelo pensamento. Para nós, humanos, a partir de nossa estrutura biológica e das interações que ela permite, somos capazes de extrair regularidades do ambiente que, por efeito de contiguidade, nos permite, de certo modo, antecipar determinadas situações em um mundo inesgotável.

Porém, não descobrimos contiguidades por associação, ou seja, por um processo linear e sucessivo. Extraímos determinadas regularidades porque percebemos um todo, a partir do qual buscamos, de certa forma, aquilo que procuramos encontrar, isto é, a intencionalidade já está presente em nosso perceber.

O nosso repertório anterior permite criarmos uma *Gestalt*, ou seja, uma relação geral entre os elementos disponíveis à nossa percepção, que, segundo Dreyfus (2002), não passa pela reflexão ou pelo pensamento. É o caso do goleiro que espalma a bola ou de um motorista ao dirigir. É o

[12] Segundo Basbaum (2005), falar em ponto de vista é anular os demais sentidos, mesmo considerando que, por muitos anos, vivemos a primazia visual.

[13] "Usar a humanidade como a nossa pele", como sugeriu McLuhan, pode se tornar uma necessidade ecopsicológica. Uma forma de chegar lá é abandonando os pontos de vista unidimensionais, reconhecendo que se tornam rapidamente ultrapassados pela percepção do ponto de existência." (KERCKHOVE, 2009, p. 195).

que Merleau-Ponty denomina "arco-intencional". Quanto mais vivemos situações parecidas, mais somos capazes de fazer uma *Gestalt* completa e, portanto, adquirimos maior refinamento em nossa percepção. Ainda segundo Dreyfus (2002), o processo de incorporação dessa *Gestalt*, que permite a ação antes de chegar ao pensamento e, portanto, à elaboração, pode ser dividida nas seguintes categorias: novato, iniciante avançado, competente, proficiente e especialista.

O que distingue o especialista do novato é a habilidade de tornar mais súbita e refinada a sua percepção, o que não envolve representações mentais. É a partir do corpo que criamos uma noção de espaço, de tempo e de movimento que não necessita de uma representação simbólica para ser compreendida (DREYFUS, 2002). A percepção, portanto, não é um caos de sensações puras, mas já contém em si um sentindo imanente que nos permite apreender situações completas:

> (...) o texto do mundo exterior é não recopiado, mas constituído. E, se tentamos apreender a "sensação" na perspectiva dos fenômenos corporais que a preparam, encontramos não um indivíduo psíquico, função de certas variáveis conhecidas, mas uma formação já ligada a um conjunto e já dotada de um sentido, que só se distingue em grau das percepções mais complexas e que portanto não nos adianta nada em nossa delimitação do sensível puro. (MERLEAU-PONTY, 2006, p. 31)

Dreyfus nos mostra muito bem que determinadas atividades só podem ser executadas de modo autônomo quando são incorporadas, ou seja, quando apreendidas como unidade pelo corpo e permitem, no nível especialista, selecionar os elementos mais relevantes do todo apreendido (*Gestalt*). Para Merleau-Ponty, o corpo é mais do que um objeto, é uma presença constante e a conexão mais fundamental com o mundo.

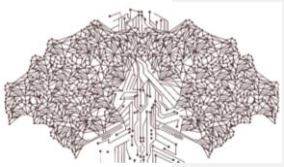
Uma vez contextualizada brevemente a questão do corpo a partir do aporte teórico que sustenta este trabalho, cabe agora relacioná-la às tecnologias digitais.

O conceito de interface

Segundo McLuhan:

> A mídia, ao alterar o ambiente, evoca em nós relações únicas de percepção sensorial. A extensão de um desses sentidos altera o modo como pensamos e agimos – o modo como percebemos o mundo. Quando essas relações mudam, os homens mudam."[14] (MCLUHAN, 2001, p. 41)

[14] Tradução livre de: *"Media, by altering the environment, evoque in us unique ratios of sense perceptions. The extension of any one sense alters the way we think and act – the way we perceive the world. When these rations change, men change."*



Há vários caminhos na tentativa de compreender a relação entre corpo, percepção e mídia, e mais especificamente, mídias digitais. Para este trabalho, entretanto, escolhemos o caminho da interface, por entender que ela é o elo entre os três aspectos aqui tratados. A interface é, de um modo geral, a camada mais externa de cada elemento, seja ele tecnológico, humano ou ambiental. É essa camada que atua como fronteira entre os diferentes meios e é nela que acontecem as operações cognitivas quando se envolve o fator humano. Para Scolari (2009), a interface é um lugar onde ocorre a manipulação de instrumentos e o estabelecimento do diálogo. Segundo McLuhan (2001), "Todas as mídias são extensões de alguma faculdade humana – psíquica ou física"[15]. Entretanto, para que essa extensão seja efetiva, é preciso que exista uma superfície de intercâmbio entre o corpo e o aparato técnico (seja digital ou mecânico). Essa superfície de intercâmbio é o que se chama de "interface"[16]. *Designers* de todas as áreas e, principalmente, do campo tecnológico, buscam compor interfaces que sejam intuitivas e imperceptíveis ao usuário, de modo que ele possa dedicar sua atenção e seus esforços à atividade-fim, sem se preocupar com a manipulação da interface e até mesmo esquecê-la45. Segundo Kerckhove:

> O *design*, tal como eu o compreendo, é uma modulação da relação entre o corpo humano e o ambiente na medida em que ela é modificada pela tecnologia. (KERCKHOVE, D., 2009, p. 174)

> É o *design* que nos ajuda a integrar a velocidade e poder do trem-bala no nosso sistema muscular. É o design que faz o nosso sistema nervoso aceitar a íntima "ciborguiana" união com os fones (do walkman). (KERCKHOVE, D.,2009, p. 174)

Em outras palavras, os projetos de superfícies tecnológicas transformam a forma como percebemos o mundo, como interagimos no mundo e com os outros e como nos relacionamos culturalmente. Se, algum tempo atrás, o walkman nos dava a sensação de estar em um videoclipe (no auge da MTV) criado por nós mesmos enquanto andávamos em ruas e parques, enquanto pegávamos ônibus ou voltávamos para casa, hoje os dispositivos digitais móveis nos permitem vivenciar o ambiente com outras interfaces, sejam de música, localização e apreensão de informações por meio de aplicativos com as mais diversas funções. Portanto, "a interface é um

[15] Tradução livre de: *"All media are extensions of some human faculty – psychic or physical."*

[16] *Any communicative interchange belongs to the interface universe."* (Scolari, 2009).

ambiente no qual humanos e dispositivos tecnológicos interagem, habilidades cognitivas são aplicadas e processos de interpretação são ativados"[17].

A questão é que a relação corpo, percepção e mídias digitais ainda não se aplica, de modo efetivo, na educação à distância corporativa. Embora a maioria dos programas de treinamento online tenha sua eficácia comprovada por quantidade de acessos e aprovações seguindo à risca o conceito da sociedade de controle, eles não estimulam, e, mais do que isso, chegam até mesmo a anular qualquer possibilidade de experiência no sentido "merleau-pontyano". Ao contrário de produzir realidades múltiplas, a educação à distância corporativa atual produz uma nova forma de realidade que, em detrimento de uma realidade baseada na experiência, tem como solo a informação. Os conteúdos disponíveis nos treinamentos corporativos à distância reforçam o discurso da empresa e não favorecem a realidade pela experiência que, mesmo embebida pela técnica e, mais além, pela tecnologia, ainda contém em si a esperança do desconhecido e do aberto e, portanto, do novo.

Concordamos com Bondía (2002) quando ele nos diz que, exatamente por dedicarmos mais tempo à formação acadêmica e ao trabalho enquanto prática, nada nos acontece, nada nos passa, pois vivemos sob o auspício da era da informação:

> A experiência é o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca. Não o que se passa, não o que acontece, ou que toca. A cada dia se passam muitas coisas, porém, ao mesmo tempo, quase nada nos acontece. Dir-se-ia que tudo o que se passa está organizado para que nada nos aconteça. Walter Benjamim, em um texto célebre, já observava a pobreza de experiências que caracteriza nosso mundo. Nunca se passaram tantas coisas, mas a experiência é cada vez mais rara. (BONDÍA, 2002, p. 3)

Retomada da experiência como ponto de partida na educação à distância corporativa

A partir do contexto apresentado, abordaremos brevemente algumas iniciativas e tendências que têm se destacado e que oferecem, de certa forma, uma experiência de aprendizagem menos funcionalista e binária e mais condizente com o conceito de experiência sobre o qual discorremos até aqui. Antes, porém, de expor as conclusões a que chegamos, fazem-se necessárias algumas considerações:

a) Diante de um cenário tão amplo e de um mercado em ascensão, é arriscado afirmar que não existam programas de EaD que já oferecem uma nova abordagem do que tradicionalmente se faz no mundo corporativo. Porém, são raras as iniciativas no sentido de

[17] Tradução livre para: *"The Interface is an environment in which technological devices and humans interact, cognitive skills are applied and interpretation processes are activated."* (SCOLARI, 2009)

realmente propor mudanças significativas. Por exemplo: oferecer um curso à distância em *smartphone* ou *tablet* não significa, necessariamente, uma experiência móvel e de inserção em um ambiente real se a interatividade permanecer a mesma de um computador *desktop*.

b) Reforçamos que, como já dito em capítulo anterior, a etapa de instrução é importante, sim, em um primeiro momento da aprendizagem. Todavia, não deve ser a única para oferecer ao aluno uma experiência no sentido fenomenológico.

TinCan: a Internet das Coisas da EaD corporativa

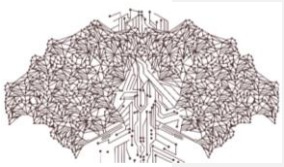
Se, na empresa, o colaborador tem como interação possível o clique (se é que podemos chamá-lo de interação), em sua rotina, ele está em contato com as tecnologias digitais de modo ubíquo. Sentar em frente ao computador e avançar telas não parece nem um pouco motivador frente às diversas possibilidades tecnológicas que permeiam todo o ambiente do aluno assim que ele desliga o computador da empresa. Portanto, é preciso explorar as tecnologias aplicadas à educação à distância corporativa em sua potencialidade.

As tecnologias são cada vez mais compactas e, portanto, móveis. Seus recursos são incrementados a cada dia. Um celular, por exemplo, pode possuir sistema de GPS, acesso à internet e aplicativos de todas as sortes, com as mais variadas finalidades. Os dispositivos digitais estão em todos os lugares: nos carros, nas ruas, na corrida no parque, nas compras realizadas com cartão do banco e até mesmo na escolha das relações sexuais e afetivas e nos inserem em um mundo mediado sem que possamos nos dar conta, assim como a água é, para o peixe nela imerso, um ambiente invisível.[18]

A essa ubiquidade das tecnologias aplicadas a atividades cotidianas, chama-se "internet das coisas". Em uma análise rasa, pode parecer fascinante utilizar os recursos digitais da nanotecnologia para gerenciar funções básicas do dia a dia, como obter o melhor trajeto para se chegar a um compromisso no horário apesar do trânsito, medir a quantidade de atividades físicas praticadas em pequenos deslocamentos, como subir um lance de escadas no escritório ou ir andando até o próximo quarteirão para almoçar ou escolher o par ideal para um encontro a dois. Todavia, por trás do conforto de um entorno mediado, há a extração de informações dos usuários. Todas as interações são transformadas em dados que podem, eventualmente, ser utilizados para mapeamento de perfil de comportamento e de consumo.

O TinCan é o conceito de IoT aplicado a recursos educacionais, visto que os LMSs convencionais não dão conta de abarcar a experiência do usuário além da quantidade de cliques

[18] "***Media effects are new environments as imperceptible as water to a fish, subliminal for the most part.***" (MCLUHAN, 2001)



e tempo conectado na plataforma. Uma vez que a aprendizagem pode se dar em qualquer lugar (para o TinCan, qualquer lugar é sinônimo de um lugar virtual e digitalmente rastreável), o TinCan se propõe a coletar tais experiências, a fim de quantifica-las.[19] Assim, qualquer interação do usuário na rede pode ser entendida como um objeto de aprendizagem: ler uma notícia, postar comentário em um fórum, tirar uma foto, compartilhar ou assistir vídeos, enfim: toda ação torna-se uma ação de aprendizagem em potencial, que é inserida no sistema.

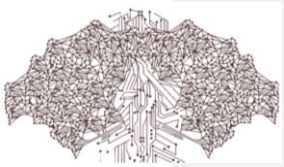
Se, por um lado, reconhecer como aprendizagem outras interações consideradas não-formais em diversos ambientes digitais parece um cenário otimista quando comparado ao mero rastreamento de cliques e tempo de acesso a uma única plataforma, é preciso considerar que ainda não há estudos sólidos de como essas informações serão utilizadas para gestão do conhecimento, avaliação de desempenho e outras metodologias corporativas de mensuração de conhecimento que, de modo geral, tem como finalidade esquadrinhar os funcionários e categorizá-los. Também não dá conta da experiência no mundo e incorporada (ROCHE, THOMPSON, VARELA, 1991), que é aquela que acontece fora do mundo digital, como as interações reais com outras pessoas, as emoções diante do novo, a intencionalidade e as sensações corpóreas e táteis.

Apreensão global e ambientes simulados

Vimos que, segundo Dreyfus (2002), para se chegar a uma apreensão global da situação e agir de modo perceptivo e imediato, considerando os elementos fundamentais de determinada situação, é preciso desenvolver as habilidades cognitivas desde a etapa iniciante até ao nível especialista. Tal consideração é válida, principalmente, no que tange a ações corporais que exigem uma ação imediata como resposta, o que implica em agir sem que a tomada de decisão passe pela elaboração mental enquanto representação. Portanto, deve-se sair do instrucionalismo e do fornecimento de informações em etapas picadas e permitir, passo a passo, que o aluno/colaborador tenha uma apreensão global da situação para não apenas aplicar fórmulas decoradas, mas ter autonomia de recortar os elementos essenciais na tomada de uma decisão, seja qual for a função ocupada dentro da empresa. Isso significa que o projeto de educação à distância corporativa não deve se limitar a um treinamento meramente informacional, mas deve buscar, por meio das tecnologias digitais, novas formas de interação.

Podemos tomar como referência para a proposição de novas soluções de educação à distância os simuladores de voo. Em aviação, considera-se que um acidente é a convergência de

[19] https://tincanapi.com/overview/ - último acesso em 22/08/2016.



diversos fatores e que não é possível atribuir uma única causa ao evento[20]. Segundo o NTSB – *Nacional Transportation Safety Board* –, 70% dos acidentes aeronáuticos têm como causa principal fatores humanos[21], uma vez que o aprimoramento tecnológico das aeronaves e de seus sistemas de redundância em caso de pane reduziu consideravelmente as chances de um acidente acontecer por conta de falhas técnicas.

A partir da análise de dados de voo, como gravadores de voz e caixa preta[22], os diversos órgãos de investigação de acidentes aeronáuticos identificaram as principais causas de erros humanos e passaram a exigir que as companhias aéreas aplicassem treinamentos de CRM[23], em que são simulados em ambiente controlado, mas muito próximo do real, situações de risco que exigem tomada de decisão da tripulação técnica (piloto e co-piloto). Nestes tipos de treinamento, são observados aspectos como: habilidade interpessoal (comunicação entre a equipe), consciência situacional, resolução de problemas, nível de estresse, personalidade e atitudes e tomada de decisão.

Assim, os treinamentos de CRM visam avaliar a compreensão global da equipe de voo em determinadas situações que podem colocar vidas em risco. Para que o aluno esteja situado de uma maneira segura e dominante em uma situação ou ambiente, de uma forma imersiva, é preciso que ele tenha um alto nível de compreensão e, para isso, deve estabelecer uma relação emocional com suas tentativas de erro e de acerto.

Dreyfus nos mostra muito bem que determinadas atividades só podem ser executadas de modo autônomo quando são incorporadas, ou seja, quando apreendidas como unidade pelo corpo e permitem, no nível especialista, selecionar os elementos mais relevantes do todo apreendido (*Gestalt*), como é o caso dos treinamentos de CRM. Tal modelo de ensino e de

[20] Para um maior entendimento sobre fatores humanos e organizacionais, recomendamos consultar os estudos de James Reason.

[21] Para fins metodológicos, considera-se como fatores humanos a interação das "pessoas em suas situações de vida e trabalho, sua relação com máquinas, procedimentos, com o ambiente que as cerca e também sobre seus relacionamentos com outras pessoas. " - http://www2.anac.gov.br/arquivos/carta/fatores_hum_ok.pdf

[22] A caixa preta (*Flight Data Recorder)* é um dispositivo que grava dados de performance como velocidade, aceleração, altitude e ajustes de potência, entre outros.

[23] CRM pode ter diversas traduções, de acordo com seu contexto de aplicação: Corporate Resource Management, Crew Resource Management ou Cabin Resource Management. Em todas as traduções, a definição é a mesma: "O CRM não diz respeito, tanto ao conhecimento técnico, como com as habilidades interpessoais e cognitivas necessárias para gerenciar o vôo, dentro de um sistema organizado da aviação. " "O CRM encerra uma ampla gama de conhecimentos, habilidades, e atitudes, incluindo as comunicações, consciência situacional, resolução de problema, tomada de decisão, e time de trabalho; junto com todas as sub-disciplinas que as acompanham e que nelas estejam implicadas. " <http://www2.anac.gov.br/arquivos/pdf/manualtreinamentofacilitadorcrm3.pdf>. Último acesso em 27/08/2016.

aprimoramento de competências por meio de simulação de situações reais em dispositivos de tecnologia imersiva, como óculos de realidade virtual[24] e aplicativos de realidade aumentada[25] têm sido utilizados em outras áreas além da aviação, como operação de máquinas e intervenção policial em comunidades.

4. CONCLUSÃO

Ao longo do trabalho, buscamos, em um campo teórico pouco utilizado em educação à distância corporativa até o momento, argumentos para demonstrar a necessidade de novas práticas nesse segmento. Encontramos na Fenomenologia terreno fértil para se pensar além das correntes de pesquisa dominantes e para tecer, ainda que vagarosa e cuidadosamente, oportunidades de desenvolver trabalhos em educação à distância corporativa que levem em consideração a experiência do aluno no sentido "merleau-pontyano" como ponto de partida para a descoberta de um mundo aberto e múltiplo, tendo como suporte as tecnologias digitais, que, invariavelmente, transformam nossa percepção, e, portanto, nossa forma de agir no mundo.

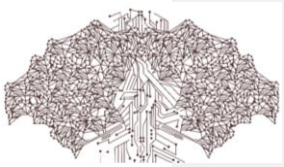
Sendo a experiência o que nos passa e não o que se passa (BONDÍA, 2002) e sendo a educação fora de seu contexto e da sua cultura meramente prática de adestramento[26], é preciso ir além do clique e da informação pronta e pensar novas formas de educação corporativa à distância que não visem apenas à instrução e à disseminação de uma realidade já pronta e fechada, mas favoreçam a transformação do aluno/colaborador.

A verdade é fruto da técnica e, enquanto manifestação e disseminação de poder, concordamos com Bondía (2010), quando ele nos fala da "verdade do poder" e do "poder da verdade". Embora considerada, muitas vezes, como objetiva, a verdade, também no que tange à educação corporativa à distância, é um discurso que serve como incentivo e prática dos objetivos

[24] "Realidade Virtual é uma tecnologia de interface capaz de enganar os sentidos de um usuário, por meio de um ambiente virtual, criado a partir de um sistema computacional. Ao induzir efeitos visuais, sonoros e até táteis, a realidade virtual permite a imersão completa em um ambiente simulado, com ou sem interação do usuário." < http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/09/o-que-e-realidade-virtual-entenda-melhor-como-funciona-a-tecnologia.html>. Último acesso em 27/01/2018.

[25] "No caso da **realidade aumentada (RA),** o usuário continua vendo o mundo real, *complementado* de alguns elementos virtuais. De repente, eu olho para um motor real de automóvel e vejo o interior dele com as válvulas se mexendo e a explosão acontecendo, por exemplo, mas eu continuo vendo o mundo real." < https://tecnoblog.net/195283/realidade-virtual-aumentada-aplicacao-diferenca-futuro/>. Último acesso em 27/01/2018.

[26] Retirado de entrevista de Jorge Larrosa Bondía, extraída de <https://www.ufmg.br/boletim/bol1506/quinta.shtml>. Último acesso em 14/07/2015.



da empresa, de modo que o colaborador não se desvie desse caminho estipulado. Em vez de produzir realidades múltiplas, a educação corporativa à distância atual produz uma realidade que, em detrimento de uma realidade baseada na experiência, tem como solo a informação.

Percorrer o caminho já trilhado leva tão somente a destinos conhecidos, onde a bandeira do jargão e do senso comum está fincada desde há muito, de modo que sequer é possível notá-la ali. Assim, urge repensar as formas de educação corporativa à distância como multiplicadoras de um fazer e de um pensar, a fim de que se rompam com as receitas manipuláveis e para que a sensação do eterno "querer ser" dê lugar ao "ser": ser enquanto ponto de experiência em um mundo aberto, incalculável e, portanto, não programável. Ser em um mundo de possibilidades inesgotáveis. Ser em relação ao outro e em relação ao mundo e não ser somente um código binário.

REFERÊNCIAS

ABRANCHES, Antonio. O enigma da técnica. In: **Item – revista de arte. n. 3, Tecnologia**. Rio de Janeiro, 1996.

ABED – Associação Brasileira de Educação à Distância. http://www.abed.org.br/site/pt/. >. Último acesso em 14/07/2015.

ANTUNES, Ricardo. Século XXI: nova era da precarização estrutural do trabalho? In: ANTUNES, Ricardo e BRAGA, Ruy (orgs.). **Infoproletários:** degradação real do trabalho virtual. São Paulo: Boitempo, 2009.

A ESCOLA E O SUPERMERCADO DOS PRAZERES. Disponível em: <http://www.ufmg.br/boletim/bol1506/quinta.shtml>. Último acesso em 14/07/2015.

BASBAUM, S. **From the point of view to the point of experience**. In: Altered States: transformations of perception, place and performance, 2005, Plymouth. Altered States: Transformations of perception, place and performance, 2005.

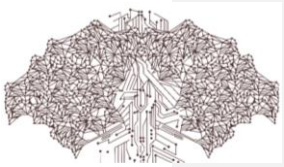
_____. O primado da percepção e suas consequências no ambiente midiático. 2005, 303 f. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Semiótica – Signo e significação nas mídias) – PUC – SP, São Paulo, 2005.

BEZERRA, W. **A influência dos bancos de dados na cultura digital**. 2010. 143 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

BONDÍA, Jorge Larrosa. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. In: **Revista Brasileira de Educação**, n.19, jan.-abr., 2002.

_____. Pedagogia Profana: danças, piruetas e mascaradas. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

CHANLAT, Jean-François (coord.). **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 2011.



DELEUZE, Gilles. *Post-scriptum* sobre as sociedades de controle. In: **Conversações**: 1972-1990. Rio de Janeiro, Ed. 34, 1990.

DUPUY, Jean Pierre. **Nas origens das ciências cognitivas**. São Paulo: Ed. UNESP, 1996.

FILATRO, Andrea. **Design Instrucional Contextualizado**. São Paulo: Senac, 2010.

FLUSSER, Vilem. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Rio de Janeiro: Vozes, 1977.

GERE, C. **Digital culture.** London: Reaktion Books, 2002.

HEIDEGGER, Martin. De uma conversa sobre a linguagem entre um japonês e um pensador. In: **A caminho da linguagem**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

_____. A questão da técnica. In: **Ensaios e Conferências.** Petrópolis: Vozes, 2010.

_____. **Língua de tradição e língua técnica**. Lisboa: Vegas, 1999.

KERCKHOVE, Derrick. **A pele da cultura**: investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência**: O futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 2004.

MATURANA, Humberto R. e VARELA, Francisco. **A árvore do conhecimento**. São Paulo: Palas Athena, 2001.

ROCHE E., THOMPSON, E., VARELA, F. **Embodied mind**. Massachussets Institute of Technology, 1991.

MCLUHAN, M. **The medium is the massage**. An inventory of effects. Berkeley: Gingko Press, 2001.

_____. **Understanding media**. Nova York: McGraw-Hill Book Company, 1964.

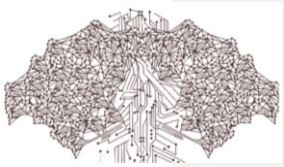
MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção.** São Paulo: Martins Fontes, 2006.

_____. **O primado da percepção e suas consequências filosóficas**. São Paulo: Papirus, 1990.

POZO, Juan Ignacio. **Aprendizes e Mestres**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Interfaces: seven laws**. 2009.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



EDUCAÇÃO HACKER: UM CAMINHO DISRUPTIVO PARA OS PROCESSOS FORMATIVOS[1]

Elisiana Frizzoni Candian[2]; Adriana Rocha Bruno[3]; Lúcia Helena Schuchter[4]

Resumo: Considerando que as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) estão cada vez mais presentes no nosso cotidiano e por instância cada vez mais presentes nas escolas, discutiremos como tem se dado a formação de professores para lidar com tal cenário. Para isso, abordaremos brevemente uma pesquisa que desenvolvemos na Faculdade de Educação da UFJF, com alunos de Pedagogia em formação e discutiremos como a chamada cultura Hacker, por meio de princípios éticos, dá margens para o conceito de "Educação Hacker" (PRETTO, 2015; AGUADO; 2016). Apontaremos, ainda, como a educação Hacker nos parece uma alternativa para se somar à formação de professores, para que não sejam meros consumidores de tecnologia, mas possuidores de um pensamento crítico com relação a ela. Por fim, abordaremos alguns exemplos de ações desenvolvidas nos espaços conhecidos como Hackerspaces.

Palavras-chave: Formação de Professores; Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação; Cultura Hacker; Educação Hacker.

1. Introdução

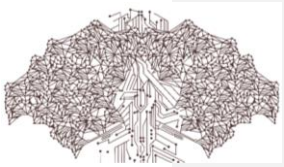
No mundo contemporâneo estreitam-se os vínculos entre práticas educativas e tecnologias online e em rede, devido aos avanços e inovações no campo das Tecnologias Digitais e da Informação e da Comunicação (TDIC). Tais tecnologias promovem nas sociedades promessas de transformação, propondo também mudanças pedagógicas como já apontavam

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 21: Cultura hacker, cultura maker do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Mestra em Artes, Cultura e Linguagens (Instituto de Artes e Design/ UFJF) e doutoranda em Educação (Faculdade de Educação/UFJF). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Aprendizagem em Rede (GRUPAR). elisfrizzoni@gmail.com

3 Pós doutora em Educação pelo Instituto de Educação da Universidade de Lisboa-PT, Doutora e Mestre em Educação pela PUC/SP. Professora Adjunta do Depto. de Educação, da UFJF, professora dos Programas de Pós-Graduação em Educação e em Gestão e Avaliação da Educação Pública - ambos da UFJF. Coordenadora do Curso de Especialização Mídias na Educação (FACED/UFJF); vice-coordenadora do Curso de Pedagogia da UFJF. Líder do GRUPAR. arbruno@gmail.com

4 Professora da Rede Municipal de Ensino de Juiz de Fora. Doutora em Educação (Programa de Pós-Graduação em Educação/UFJF). Pesquisadora do GRUPAR. luciahschuchter@yahoo.com.br



diversos autores (BLIKSTEIN; ZUFFO, 2001; BONILLA, 2002, SANCHO, 2006). As tecnologias disruptivas, também compreendidas como tecnologias inovadoras, rompem com as já existentes, oferecendo novas e outras configurações para o cenário instituído.

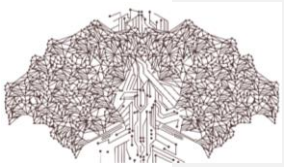
É importante destacar aquilo que aponta Albagli (2014) sobre a inovação tecnológica fazer "parte de um conjunto mais amplo de processos sociais, que a acolhem ou promovem, e que constituem o próprio motor da mudança técnica e de sua difusão" (p.214). Ou seja, é preciso cultivar na sociedade ideias de abertura para o novo e de rompimento com antigas formas, mas não adianta somente pensar nessas mudanças no que diz respeito à inovação tecnológica, é preciso se pensar em mudanças institucionais e culturais inserindo toda a sociedade em um processo de mudança, que vai desde o agir ao pensar e ao viver. Por isso, a educação está em lugar privilegiado para tal processo acontecer.

Concordamos com Sancho (2006) quando sugere que "a história da educação está cheia de promessas rompidas e de expectativas não cumpridas" (p. 19) geradas sempre na ascensão de uma tecnologia nova e com Bonilla (2002), que reforça as ideias de Sancho, mas também alerta que a tecnologia acaba sendo "usada de acordo com significados que foram construídos em torno da tecnologia anterior - lápis e papel" (p. 16), ou seja, há uma tendência à reprodução do que já foi consolidado, limitando as possibilidades advindas com as inovações.

Diante deste cenário, este artigo parte da necessidade de discutir e problematizar a formação de professores no que diz respeito à utilização e incorporação das tecnologias digitais e suas potencialidades inovadoras e transformadoras no campo da educação. Bonilla e Pretto (2015) alertam que [...] "as universidades brasileiras, *lócus* da produção do conhecimento, da inovação, da pesquisa, ainda não incorporaram nos cursos de licenciatura, de forma plena, o debate sobre o contexto tecnológico contemporâneo" (p.508). Neste contexto temático, para fins de complementar e ilustrar este artigo, utilizaremos alguns dados obtidos em uma pesquisa em andamento[5], composta pelo Grupo de Pesquisa Aprendizagem em Rede (GRUPAR), que representa a Universidade Federal de Juiz de Fora, em parceria com a Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) e com a Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

Como alternativa ao processo formativo instituído nas universidades, apresentamos, ainda, o conceito de "Educação Hacker" discutido pelo Professor Nelson Pretto e por outros autores (PRETTO, 2015; AGUADO 2016) baseado na chamada "Ética Hacker", sistematizada por Steven Lévy (2001) e por Pekka Himanen (2001).

[5] O relatório final da pesquisa está em fase de publicação de resultados.



Enfim, objetiva-se, com este artigo, discutir como a Educação Hacker ganha força quando colocada em prática nos processos formativos docentes, uma vez que os dados produzidos na pesquisa supracitada sinalizam para a necessidade de transformações urgentes, que possam romper com as práticas docentes que em nada correspondem ou atendem às demandas do cenário social e cultural hodierno.

2. A pesquisa: reforçando a necessidade e o desafio da formação docente

A pesquisa "Formação inicial de professores dos primeiros anos do Ensino Fundamental para integrar as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação aos processos de ensino e aprendizagem: estudo de caso instrumental em cursos de Pedagogia de três universidades públicas federais" proposta pela pesquisadora e professora Lucila Pesce (2014) da UNIFESP tem como objetivo: "investigar o modo como os cursos de Pedagogia das universidades públicas federais têm ressignificado as recomendações legais sobre formação de professores para o uso pedagógico das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC)". Nós e nosso Grupo de Pesquisa Aprendizagem em Rede (GRUPAR) compusemos essa pesquisa, representando a Universidade Federal de Juiz de Fora, em parceria com a Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) e com a Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

Dentre os sujeitos da investigação estão estudantes do segundo período do curso de Pedagogia, que possuem - relevante apontar - em sua matriz curricular uma única disciplina obrigatória que contempla o uso das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), tendo a opção de, durante o curso, cursarem outras duas disciplinas eletivas, que são destinadas à sua formação acadêmica complementar. Portanto, cursá-las, ou não, cabe ao estudante decidir.

No cenário cibercultural, Lévy (1999) assinala que deve levar-se em conta a mutação, a renovação e a velocidade do saber, alertando que: "pela primeira vez na História da humanidade, a maioria das competências adquiridas por uma pessoa no início de seu percurso profissional estarão obsoletas no fim de sua carreira" (p.157). Seguindo esta premissa, uma das intenções da referida pesquisa é contribuir para que os alunos do curso de Pedagogia "alarguem seus parâmetros teóricos e metodológicos, percebendo seu exercício profissional como prática social imbricada aos seus determinantes contextuais" (PESCE, 2014, p.6).

Destacamos, porém, que os sujeitos pesquisados mostraram visões divergentes em relação a conceitos e temas tratados (Tecnologia; letramento digital; limites e possibilidades das TDIC na educação) em questionário a eles aplicado, tais como diferentes/contrastantes opiniões sobre a importância da aquisição de habilidades técnicas, os usos pedagógicos e novas metodologias envolvendo as TDIC, em termos educacionais. A maioria defende uma visão

instrumental-técnica da tecnologia e revela a importância do uso de redes sociais, a necessidade da mudança do espaço educativo e do apoio das instituições escolares para que o trabalho com as TDIC realmente seja significativo.

Concordamos com Pesce (2014), quando afirma que "o caráter de instrumentalização para a fluência tecnológica deve perpassar essa área do conhecimento, mas de modo algum deve se consubstanciar como eixo norteador do trabalho a ser desenvolvido" (p.162). A autora destaca, ainda, que a formação de professores não deve se restringir à dimensão operacional, que visa, tão somente, instrumentalizar os futuros professores para o uso das mídias digitais.

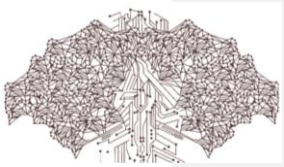
Alertamos, portanto, que - diante do dinamismo do conhecimento, do avanço e da ubiquidade das TDIC - não há como se esquivar da urgente e necessária formação inicial e continuada para um trabalho significativo com as tecnologias no espaço educacional. Assim, a seguir, com o intuito de apresentar uma alternativa ao processo formativo formal instituído nas universidades, apresentamos o conceito de "Educação Hacker".

3. Educação Hacker e o caminho disruptivo

Um mundo profundamente modificado pela presença das tecnologias da informação e comunicação implica, segundo Pretto e Bonilla (2015, p.24): "a transformação de professores e alunos em produtores de conhecimentos e fazedores do seu próprio tempo.". Os autores pontuam ainda que, se isso acontece, é preciso inserir toda a sociedade em um processo formativo:

> a fim de que os sujeitos sociais não sejam meros consumidores das tecnologias e, o que seria muito pior, consumidores acríticos dos dispositivos, dos *softwares* e das informações que circulam nos ambientes digitais. (BONILLA; PRETTO, 2015, p. 24)

Maria da Glória Gohn (2011), em discussão sobre aprendizagens e saberes em processos participativos de educação não formal, esclarece que com o desenvolvimento tecnológico, a sociedade atua em rede e novos processos de aprendizado se desenvolvem e são vistos como necessários. Aponta, ainda, uma preocupação de organismos internacionais do campo da educação acerca de um aprendizado contínuo e acredita que precisamos "aprender a aprender" (GOHN, 2011, p.38).



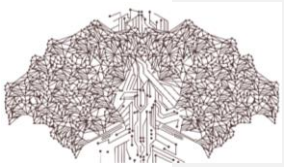
Segundo Nelson Pretto (2013) hoje nosso desafio se compreende no fato de que a escola forma alunos para linearidade e não para a complexidade. É preciso, portanto, reverter tal perspectiva a fim de "pensarmos em educações, no plural", educações que

> compreendam a diversidade das pessoas, das regiões, das culturas. A escola passa a constituir-se naquilo que tenho chamado de um ecossistema pedagógico de comunicação e aprendizagem, com professores e alunos remixando tudo, misturando culturas, informações e conhecimentos. Fazendo ciência, produzindo tecnologias e artes. A escola, já dizia Anísio Teixeira na década de 1960, deveria se parecer mais com uma estação de televisão. Atualizar Anísio é dizer que a escola deve se constituir mais como um *hackerspace*, um laboratório *hacker*, onde professores, alunos e comunidade produzam culturas e conhecimentos de forma permanente. (PRETTO, 2013, p. 401)

Os hackerspaces mencionados por Pretto foram amplamente estudados por Smith (et al., 2017). Os autores (ibid., p. 100) destacam como na primeira década dos anos 2000 se espalharam pelo mundo Makerspaces, Fablabs e Hackerspaces, espaços abertos que oferecem recursos tecnológicos a fim de que os envolvidos criem, consertem objetos, compartilhem projetos. Tais espaços são considerados pelo autor como pertencentes a um movimento de inovação de base, uma vez que "suas redes estão empenhadas em explorar possibilidades sociais de introduzirem ferramentas às pessoas[6]" (ibid.). Smith (et al., 2017) esclarece que, apesar de todos os espaços seguirem princípios baseados na cultura hacker – na abertura, na colaboração e na liberdade para o desenvolvimento de projetos –, os Hackerspaces são espaços mais autônomos que são, segundo Martins (2017, p. 63), "mantidos por seus membros, em um modelo de auto-organização não hierárquica, sem ingerência externa ou patrocínio de qualquer órgão público ou privado".

Uma vez que se torna fundamental pensar em mudanças para a educação, alguns estudos recentes trabalham a ideia de "Educação *Hacker*" (PRETTO, 2015; AGUADO et al., 2015) e parece-nos, portanto, importante estudar os *hackerspaces* como espaços de formação, que envolvem diversas áreas do conhecimento, e que nos ajude, segundo Gohn, "aprender a aprender".

[6] Tradução livre para: "…because their networks are committed to exploring the social possibilities to bringing tools to the people (Smith et al., 2017, p. 100).



No item 3.3 deste artigo abordaremos sobre alguns exemplos de espaços conhecidos como Hackerspaces.

3.1. Cultura Hacker

Situar historicamente tal discussão é se reportar à segunda metade do século XX, quando "jovens estudantes, interessados no desenvolvimento tecnológico e nas mudanças do mundo, começaram a desenhar programas e máquinas a partir de uma nova linguagem que começava a ser escrita" (PRETTO, 2010, p. 311). Trata-se da gênese do digital, a partir da linguagem binária (0 e 1), que segundo Martins (2012) impregnou "o que seria mais um projeto de expansão tecnológica com sua cultura libertária" (p.84).

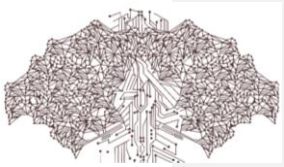
A chamada "cultura *hacker*" foi construída por programadores, que acreditavam no poder da computação para transformar o mundo, democratizar a sociedade, sob forte influência da contracultura americana e de valores libertários, as criações hackers foram guiadas pela paixão e pela necessidade de colaborar, compartilhando conteúdo. Assim, tal cultura explica a internet do jeito que ela é hoje:

> A internet foi construída assim: com RFCs (com *Request For Comments*[7]), onde as pessoas colaboravam, e ainda colaboram. E isso incomoda muita gente hoje, porque lá atrás eles nem perceberam que isso estava acontecendo, e eles deixaram para lá. E quando eles foram ver, a internet recobriu o planeta. (AMADEU, 2009)

Como exemplo de uma criação colaborativa hacker via rede, podemos citar o sistema operacional *Linux*, desenvolvido por Linus Torvalds, mas continuado por muitos outros utilizadores da rede pelo mundo. Torvalds criou o sistema com código aberto e disponibilizou na internet, sob a licença de *Software* Livre[8], para qualquer pessoa poder utilizar, estudar, modificar, detectar falhas, corrigir e distribuir livremente, de acordo com os termos da licença.

[7]São documentos técnicos desenvolvidos e mantidos pelo IETF (Internet Engineering Task Force), instituição que especifica os padrões que serão implementados e utilizados em toda a internet. Adaptado de: https://pt.wikipedia.org/wiki/Request_for_Comments. Acesso em 20 ago. 2017

[8]Forma de manifestação de um software que, resumidamente, respeita a liberdade e o censo de comunidade do usuário. Seus objetivos concedem aos usuários a liberdade de controle na execução e adaptação a sua computação e processamento de dados às suas necessidades; bem como permitindo a liberdade social, para



Os precursores da linguagem digital e os primeiros desenvolvedores de computadores pessoais frequentavam garagens, porões e laboratórios das universidades americanas, como o Instituto de Mídia de Massachusetts (*Massachusetts Institute of Technology*, MIT), também a Universidade de Harvard e a Universidade de Berkeley (BONILLA; PRETTO, 2015).

A palavra hacker é usada tanto para se referir a pessoas entusiastas de computadores quanto "a criminosos do mundo virtual" (nesse caso, os próprios hackers criaram a nomenclatura cracker). A disseminação da palavra hacker está ligada à história das tecnologias em rede, mas a palavra se originou do verbo *to hack* que, segundo Menezes e Pretto (2015), se aplicava "à arte de esculpir e entalhar em madeira" e "começou a ser usado para se referir aos integrantes cujos trabalhos se destacavam pela beleza e também pela originalidade" (p.02).

Uma característica ligada à palavra hacker é a subversão do uso original de um objeto para realizar uma funcionalidade diferente, ou seja, para hackear a realidade. Por isso, acreditamos ser possível comparar a atitude hacker à atitude de um braconer, que se origina da palavra aportuguesada braconagem (do francês *braconnage*), que segundo, Harel (2005), se referencia à caça ou a pesca ilícita, em tempos ou lugares proibidos, podendo ter seu significado "expandido" para a atitude de adentrar espaços, de questionar a ideia de apropriação e propriedade. "Braconer" é, portanto, alguém nômade, caçador e desapegado.

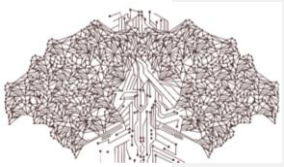
A necessidade de se hackear a realidade é também defendida por Manuel De Landa (1999, apud MATTOS, 2015). O autor apresenta a necessidade de se adotar uma "atitude hacker" para aprender economia, sociologia, física, biologia, ou seja, que vá além de saber programar sistemas operacionais. Nesse mesmo sentido, Himanen recupera a definição de hacker do léxico de gírias hackers Jargon[9] (apud HIMANEN, 2001) e traz a seguinte definição: "um perito ou um entusiasta de qualquer área. É possível ser um hacker em astronomia, por exemplo" (p.08).

3.2. Educação Hacker

Os primeiros hackers dos clubes no MIT, no final da década de 50 sistematizaram os cinco princípios que norteiam o fazer dos Hackers e que constituem a chamada Ética Hacker (sistematizada por Steven Lévy em *Hackers: heroes of the computer revolution*, 2001).

ser capaz de cooperar ativamente com todos os usuários e desenvolvedores de sua escolha. Adaptado de: https://pt.wikipedia.org/wiki/Software_livre. Acesso em 20 ago. 2017

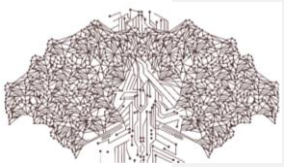
[9] Léxico de gíria *hackers.* Disponível em: http://www.catb.org/jargon/html/H/hacker.html. Acesso em 14 mai. 2017.



Segundo essa ética, o primeiro princípio diz respeito à necessária promoção da liberdade de acesso, tanto aos computadores, tanto a qualquer coisa que possa "ensinar a você alguma coisa sobre como o mundo funciona" (LEVY, 2001, p. 40); além disso, em sintonia com o primeiro princípio, o segundo sugere que também a informação deveria ser livre. Já o terceiro princípio sugere que se duvide de práticas autoritárias que imponham a você qualquer coisa; e assim, o quarto princípio diz respeito ao "fazer hacker", o qual deve ser julgado pela qualidade, não interessando a idade, gênero, formação ou raça do autor, uma vez que interessa a realização em si; já o quinto princípio está diretamente ligado a programação computacional e à configuração de códigos e sugere ser "[...] possível criar arte e beleza num computador" (ibid.), mas estendendo o significado disso, o último princípio prevê que tal arte e beleza criadas pelo computador deverá servir para mudar a vida para melhor.

Dialogando com o código ético, sistematizado por Levy, Nelson Pretto (2015) definiu em seu texto "*Hackear* a Educação" sete princípios para uma "educação *hacker"*:

1) O acesso aos meios de ensino, que deve ser total a quem tiver interesse pelo aprendizado.
2) Deve-se desconfiar da autoridade dos professores, dos livros etc., uma vez que qualquer fonte de informação deve ser lida criticamente.
3) "os processos de aprendizagem precisam estar centrados, da mesma maneira que deve ser defendido o livre acesso a todo tipo de informação" (PRETTO, 2015, p.77), mas tal acesso não deve produzir meros consumidores de informação, e sim segundo Pretto, em criadores e produtores de cultura.
4) O professor deve compreender a diversidade de saberes, culturas e conhecimento trazidos pelos alunos à escola.
5) A cópia faz parte do processo de aprendizagem "assim como o livre acesso a todo tipo de informação" (ibid.).
6) O erro faz parte do processo de aprendizagem, não devendo por isso, ser evitado ou criminalizado.
7) Com relação à arquitetura das escolas, Pretto defende um espaço que preserve a sala de aula, o quadro negro, os livros etc., mas deve "ser tal que possibilite que as atividades se deem de forma muito mais livre e coletiva". (ibid.).



Pretto destaca que para que os princípios da cultura *hacker* façam sentido na educação escolar, o modelo que conhecemos hoje deveria ser absolutamente reestruturado. Mas defende que as escolas e seus professores deveriam aproveitar todos os equipamentos que chegam via MEC (computadores, câmeras, tablets etc.) e montar laboratórios de criação *hacker*, promover dias *hackers*, envolvendo toda a comunidade (PRETTO, 2015).

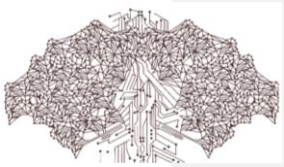
Além da Ética Hacker sistematizada por Lévy, em seu livro "A Ética dos *Hackers* e o Espírito da Era da Informação", Himanen elenca alguns princípios que são, segundo o autor, as bases da Ética Hacker e dizem respeito a forma como lidamos com o trabalho, com o dinheiro e em rede. Assim, esses princípios são: liberdade, paixão; abertura, valor social; cuidado, ação e criatividade. O autor (HIMANEN, 2001) defende na apresentação do seu livro que "a ética dos hackers é, acima de tudo um desafio para nossa sociedade e para nossa existência" (p.09).

Criando uma relação direta com o livro "A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo (1904)", de Max Weber, Himanen afirma como os hackers apresentam uma oposição à moral da Era da Informação, visto que em tempos de vigilância e de propriedade intelectual, eles defendem ideais éticos de compartilhamento de informação e de privacidade.

Além disso, os hackers desafiam o comportamento presente na ética protestante do trabalho, abordada na obra de Weber. Em seu livro, Weber analisa como o protestantismo influenciou a formação do capitalismo moderno, relacionando práticas religiosas da crença protestante ao funcionamento das relações sociais, caracterizada pela a produção de excedentes para gerar capital. Apesar de a ética protestante ter como cultura o estabelecimento de uma ordem moral, capaz de sustentar a essência de um sistema, não tinha por objetivo o estabelecimento de uma ordem econômica. O personagem da Ética de Weber acredita que o dinheiro é algo crucial, uma vez que enquanto passa o tempo trabalhando, não cede à luxúria. Por isso, "tempo é dinheiro".

Já para o Hacker, o primeiro princípio presente em seu fazer deverá ser a paixão e assim, "faz o que gosta, do jeito que gosta e quando gosta" (BONILLA; PRETTO, 2015), e o que motiva seu trabalho é a paixão. O hacker geralmente trabalha bem quando motivado (ele pode ficar horas sem se perceber em uma tarefa), para que eles possam concretizar suas paixões. Para eles, o "trabalho é uma parte da vida, na qual também deve existir espaço para outras paixões" (HIMANEN, 2001, p. 47). Por isso, tempo é vida.

No texto "Hackeando a educação: desenvolvimento humano e justiça social na sociedade da informação", Aguado (2016) defende que em se tratando da "Educação Hacker" esses princípios levantados por Himmanen devam estar presentes nas ações dos educadores, a fim de que se "*hackeie* a escola" deixando-a nortear pela "Paixão, Liberdade, Abertura, busca de Valor



Social, Ação frente a passividade, Cuidado com as pessoas e Criatividade para criar um mundo mais justo" (Ibid., s/ p.). Nesse sentido, o autor esclarece que

> Os principais pressupostos de uma Educação Hacker não estão alicerçados sobre a incorporação de tecnologias nos espaços escolares, apesar de compreender que isso se torna um imperativo na prática de uma educação democrática, que não é centrada na figura do professor como detentor supremo dos conhecimentos. (AGUADO, 2016, s/ p.)

Portanto, é possível pensar uma Educação Hacker que perpasse a tecnologia, mas é importante levar em conta que a "atitude hacker", defendida por De Landa é mais importante para construir processos de ensino e aprendizagem interessantes. Neste sentido, Aguado (ibid.) denomina de "*hacker*s da educação*"* educadores que como Paulo Freire[10], Maria Montesori[11], dentre outros, estiveram ao longo da história "fazendo oposição ao sistema vigente" e em referência a Foucault, esclarece que o sistema vigente busca construir uma massa obediente e homogênea. A educação hacker deve, portanto, vir ao encontro de tais processos.

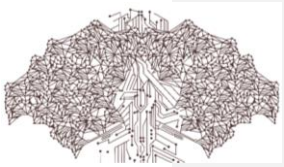
3.3.Alguns Projetos em Hackerspace

Como já abordamos anteriormente, os hackerspaces surgiram em razão da cultura *hacker* na metade do século XX, quando jovens estudantes começaram a se reunir em laboratórios, porões de universidades americanas interessados no desenvolvimento tecnológico e nas mudanças do mundo, que começava a ser desenhado pela Era Digital. Nos Estados Unidos, em São Francisco, um exemplo a ser citado é o *Noisebridge* (2007), uma organização sem fins lucrativos e espaço anarquista educacional. De acordo com o site oficial é:

> (...) um espaço físico aberto e acolhedor para todos, proporcionando infra-estrutura de colaboração e oportunidades para todos os interessados em programação, hardware, artesanato, ciência, robótica,

[10] Paulo Freire (1921/ 1997) considerado um dos pensadores mais notáveis na história da pedagogia mundial e foi nomeado como o Patrono da Educação Brasileira. Adaptado de: https://pt.wikipedia.org/wiki/Paulo_Freire. Acesso em 13 jan.2017

[11] Maria Montessori (1870/ 1952) desenvolveu um método educativo utilizado ainda hoje, que leva em conta a liberdade, a atividade e o estímulo para o desenvolvimento físico e mental das crianças. Adaptado de: https://pt.wikipedia.org/wiki/Maria_Montessori Acesso em 13 jan.2017



> arte e tecnologia. Nós ensinamos, aprendemos e compartilhamos. Sem líderes, temos uma regra: "Seja excelente com todos" (NOISEBRIDGE[12]).

No Brasil o primeiro Hackerspace, o *Garoa Hacker Clube*, funciona na cidade de São Paulo desde 2010. Ele se define[13] como um local aberto que disponibiliza espaço e infraestrutura para que entusiastas de tecnologia realizem projetos de várias áreas, como: segurança, *hardware*, eletrônica, robótica, espaço modelismo, *software*, biologia, música, artes e "projetos em diversas áreas relacionadas a tecnologia ou ao que a criatividade permitir, fomentando a troca de conhecimento e o compartilhamento de ideias." (GAROA, s/d).

Outro exemplo que merece ser citado é o Raul Hacker Clube[14], projeto existente desde 2013, em Salvador, na Bahia. Dentre os eventos organizados pelos membros do Clube, acontece vez ou outra o "Criança *Hack* Day", gratuito e aberto ao público, o qual reúne crianças de várias idades e adultos para a confecção de brinquedos. O evento que ocorreu em outubro de 2015 foi noticiado pelo Jornal Online G1[15]. Cristiano Furtado, membro do clube, deu uma entrevista dizendo que o encontro é para que as crianças entendam como funciona a tecnologia e para mostrar "que elas são capazes de transformar um celular em um brinquedo. Diferente do adulto, que pegaria um celular e descartaria como lixo tecnológico." Outra possibilidade nesse evento é, segundo a reportagem, reutilizar brinquedos que as crianças não brincavam mais, para serem transformados em novas possibilidades de diversão, mas também de aprendizado.

De modo geral, é possível encontrar nas páginas online dos Hackerspaces chamadas para oficinas e encontros para a exploração criativa das tecnologias, envolvendo o aprendizado e a construção em conjunto, desde exploração de hardwares (em oficinas de robótica) até o

[12] Tradução livre para: "Noisebridge is a physical space open and welcoming to all, providing infrastructure and collaboration opportunities for anyone interested in programming, hardware, crafts, science, robotics, art, and technology. We teach, we learn, we share. With no leaders, we have one rule: "Be excellent to each other"." Disponível em: https://www.noisebridge.net/wiki/About. Acesso em 15 Dez. 2016.

[13] Disponível em: garoa.net.br. Acesso em 20 jan. 2017

[14] Mais informações na página do Raul Hacker Clube: http://raulhc.cc/ Acesso em 30 ago. 2015

[15] BELO, Maiana. **Crianças hackers desmontam e criam objetos tecnológicos em projeto na BA.** Portal do G1, 12 out. 2015. Disponível em: http://g1.globo.com/bahia/noticia/2015/10/criancas-hackers-desmontam-e-criam-objetos-tecnologicos-em-projeto-na-ba.html. Acesso em: 12 out. 2015

aprendizado de algum código (*Pynthon, Java* [16] etc.), levando-se em conta questões de ordem crítica, tanto no que diz respeito ao uso da tecnologia, quanto ao espaço restrito por ela representado no mundo em que vivemos. É importante destacar que esses espaços não são obrigatoriamente físicos, mas também existem e acontecem por meio de listas de e-mails, em redes sociais, a partir do compartilhamento de conteúdo, de sites e de tutoriais na internet.

Por fim, vale a pena destacar a ação desenvolvida pelo professor e diretor de uma escola pública em Puno, no Peru, Eleazar Mamani, Pacho em parceria com o Hackerspace *Hacklab Escuelab*.

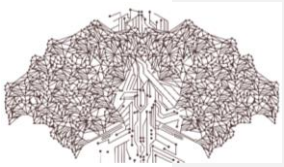
Em seu artigo "*Beyond technological fundamentalism: peruvian Hack Labs & "Inter-Technological" Education*", Anita Say Chan (2014) conta sobre a experiência de Pacho em Puno ao receber os computadores do programa "Um Computador por aluno[17]" na escola rural. A autora destaca o caráter "tecno-fundamentalista" trazido pelos computadores, ou seja, chegam com o ideário de que as tecnologias possibilitarão as necessárias transformações à educação. Além disso, uma vez recebidos, as escolas não tinham outra opção, além de aceitá-los, embora não tivessem o mínimo preparo para lidar com eles.

Em entrevista à Chan, Pacho destaca como carregamos enormes desigualdades na educação, que são disseminadas ao se ignorar as diferenças culturais do meio rural, por exemplo. Por isso, em associação com o hackerspace mencionado, foi promovido em Puno um diálogo entre engenheiros, educadores, sociólogos e representantes das comunidades locais, a fim de buscar soluções, envolvendo demandas técnicas para uso dos computadores, bem como as demandas culturais de professores, alunos e comunidade. Nesse sentido, a parceria resultou em um *hackaton*[18], que reuniu pessoas de diversas áreas, além da comunidade local de Pumo, para traduzir o software original dos computadores para os idiomas indígenas da população local,

[16] Linguagens de Programação criadas respectivamente em 1991 e 1995.

[17] Além do Peru, outros países da América Latina adoram o programa "Um computador por aluno", dentre eles Uruguai, Argentina e o Brasil. No Brasil, o programa foi implantado em 2010, objetivando, através da informática, potencializar processos de ensino e aprendizagem. Para isso, foram distribuídos laptops para professores e alunos de escolas públicas, instigando as transformações pedagógicas propriamente nas salas de aula, não segmentando o processo com o uso isolado dos laboratórios de informática.

[18] Maratona de programação em que hackers se reúnem por horas, dias ou até semanas, a fim de explorar dados abertos, desvendar códigos e sistemas lógicos, discutir novas ideias e desenvolver projetos de software ou mesmo de hardware. Adaptado de: https://pt.wikipedia.org/wiki/Hackathon. Acesso em: 20 Ago. 2017.



quechua e *aymara,* em um ritual de "despacho", conhecido nos Andes como k'intu [19], a fim de conectar a cultura local com as tecnologias que chegavam por meio de políticas públicas e dessa forma serem aproximadas das realidades das pessoas.

Considerações

Diante das realidades que emergiram com a pesquisa realizada pelo GRUPAR, percebem-se vários desafios e necessidades que as universidades e as escolas básicas precisam enfrentar para a promoção de mudanças paradigmáticas nos processos educacionais e metodológicos.

Conforme discutimos, as tecnologias estão cada vez mais presentes no nosso cotidiano. Não se pode ignorá-las nas salas de aula, mas ao mesmo tempo não são elas as responsáveis por transformações necessárias à educação. É preciso pensar em novos formatos para incorporá-las em novas práticas. A "educação hacker", com sua origem na "ética *hacker",* e, portanto, no digital, prevê uma mudança de posicionamento por parte de educadores e alunos ao se lidar com o conhecimento, utilizando sim, toda a tecnologia disponível para se pensar em novas práticas que possam conectar culturas, saberes, aprendizados.

Referências bibliográficas

AGUADO, A. Hackeando a educação: desenvolvimento humano e justiça social na sociedade da informação. In: IX Simpósio Nacional Abciber. **Anais**... São Paulo, 2016. Disponível em: http://abciber2016.com/wpcontent/uploads/2016/trabalhos/hackeando_a_educacao_desenvolvimento_humano_e_justica_social_na_sociedade_da_informacao_alexandre_garcia_aguado.pdf Acesso em 23 jan. 2018

ALBAGLI, S. Inovação no Capitalismo Cognitivo. In: SIQUEIRA, M; COCCO, Giuseppe. **Por uma Política Menor:** Arte, Comum e Multidão. Fundação Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro, 2014

BLIKSTEIN, Paulo; ZUFFO, Marcelo Knörich. As sereias do ensino eletrônico. In: SILVA, M. (Org.) **Educação online**. São Paulo: Edições Loyola, 2003. p. 23-38

BONILLA, Maria Helena. A Escola Aprendente. Desafios e possibilidades postos no contexto da Sociedade do Conhecimento. 2002. 304 f. Tese (Doutorado em Educação)- Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

BONILLA, Maria Helena S.; PRETTO, Nelson L. Política educativa e cultura digital: entre práticas escolares e práticas sociais. **Perspectiva,** Florianópolis, v.33, nº2, p.499-521, mai/ago 2015. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/36433/31292 Acesso: junho de 2017.

[19] Rituais, como o "k'intu", incorporados em diferentes contextos, funcionam para tornar a natureza e a tecnologia visíveis e legíveis, e encaminhar múltiplas lógicas - morais, cívicas e cosmológicas - ao mesmo tempo. Nota adaptada de Chan (2014).



BRUNO, Adriana Rocha; SCHUCHTER, Lúcia Helena. **Percursos Formativos online para a docência contemporânea.** 4º Colóquio de Pesquisas em Educação e Mídia. CCH-UNIRIO, Rio de Janeiro, 2015.

CHAN, A. S. Beyond technological fundamentalism: Peruvian hack labs & "intertechnological" education. **The Journal of Peer Production**, n.5. Shared Machine Shops, out. 2014. Disponível em: <http://peerproduction.net/issues/issue-5-shared-machineshops/peer-reviewed-articles/beyond-technological-fundamentalism-peruvian-hacklabs-and-inter-technological-education/>. Acesso em: 24 dez. 2017.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação** v. 16 n. 47, 2011. Disponível em:http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n47/v16n47a05.pdf. Acesso em 22/Jul/2016

HAREL, Simon. Braconagem: um novo modo de apropriação do lugar? **Revista Interfaces Brasil/Canadá.** Rio Grande: ABECAN, vol. 5, nº5, p. 211-230, 2005.

HIMANEN, Pekka. **A ética dos Hackers e o espírito da era da informação.** Editora Campus. Rio de Janeiro, RJ, 2001.

LEVY, Steven. ***Hackers*:** heroes of the computer revolution. Dell Publishing Co., 2001.

MARTINS, Beatriz. **Autoria em rede** – Um estudo dos processos autorais interativos de escrita nas redes de comunicação. 202. 157f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

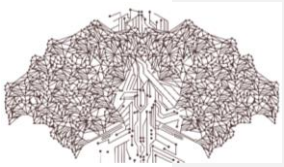
MARTINS, Beatriz. **Hackerspaces, ciência cidadã e ciência comum**: apontamentos para uma articulação. In: Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.13, n.1, p. 59-71, maio 2017. Disponível em: http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3752. Acesso em: 10 dez.2017

MENEZES, Karina; PRETTO Nelson. Hackerspaces à Brasileira: Sociabilidade, Diversidade e Tecnologias. In: VIII Seminário Internacional As Redes Educativas e as Tecnologias, **Anais**... Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: http://www.seminarioredes.com.br/adm/diagramados/TR341.pdf Acesso em 10 set. 2015.

MATTOS, Erica Azevedo da Costa e. **Ethos hacker e hackerspaces:** práticas e processos de aprendizagem, criação e intervenção. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Urbanismo, História e Arquitetura da Cidade, Florianópolis, Santa Catarina, 2014.

PESCE, L. M. Políticas de formação inicial de professores, tecnologias e a construção social do tempo. **EccoS**, Revista Científica. v. 33, n. 01, jan.-abril. 2014. p. 157-172. Disponível em: http://www4.uninove.br/ojs/index.php/eccos/article/viewFile/3598/2721 Acesso em: 20 jul. 2017

PESCE, L. M. Formação inicial de professores dos primeiros anos do Ensino Fundamental para integrar as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação aos processos de ensino e aprendizagem: estudo de caso instrumental em cursos de Pedagogia de três universidades públicas federais. **Projeto de pesquisa científica aprovado no Edital Universal MCTI/CNPq nº 14/2014.** Unifesp, 2014.



PRETTO, Nelson**.** Hackear e Educação. In: PAULINO, F. (Edit). **Revista Facta**. Belo Horizonte, v. 03, p 75-79, 2015.

PRETTO, Nelson. Redes Colaborativas, Ética Hacker e Educação. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v.26, n.03 ,p.305-316, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228746059_Redes_colaborativas_etica_hacker_e_educacao. Acesso em: 10 set. 2015.

SANCHO, J. M. De Tecnologia da Informação e comunicação a recursos educativos. In: SANCHO, J. M.; HERNÁNDEZ, F. **Tecnologias para Transformar a Educação**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

SMITH, A. et al. **Grassroots innovation movements:** pathways to sustainability. London: Routledge, 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

EDUCAÇÃO, CULTURA E CIDADANIA DIGITAL: DESAFIOS ATUAIS DA SOCIEDADE CONECTADA. ESTUDO DE CASO DAS EXPERIÊNCIAS DE INCLUSÃO DIGITAL EM TELECENTROS COMUNITÁRIOS DE ANÁPOLIS (GO)[1]

Letícia Arantes Jury[2], Goiamérico Felício Carneiro dos SANTOS[3]

Resumo

O presente estudo nasceu de questionamentos, sendo um deles o seguinte: diante desse cenário tecnológico – em que aparelhos inovadores e aplicativos incríveis entram em cena e mudam a realidade e os conceitos –, quais seriam os desafios no campo da educação, da cultura e da cidadania? Quais os fossos que são criados entre aqueles que detêm a tecnologia e aqueles que dela são desprovidos? Como se configuram as estratégias de inclusão digital-social? Como os Telecentros Comunitários têm atuado no sentido de promover uma Educação Digital à população que não tem acesso a computadores e a internet gratuita? Ao longo deste trabalho, vamos apresentar respostas, por meio de um estudo de caso, de três Telecentros Comunitários instalados em Anápolis, cidade do interior de Goiás. A pesquisa bibliográfica e documental vem acompanhada de entrevistas com instrutores e beneficiados dos Telecentros, juntamente com a discussão acerca dos desafios da atualidade, mediada pela tecnologia.

Palavras-chave: Cidadania. Educação. Tecnologia. Digital. Inclusão.

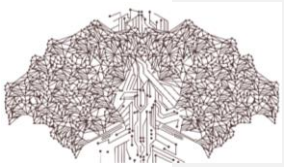
Introdução

Que tal começarmos pelo início e explorarmos três conceitos que são apresentados no título deste estudo: educação, cultura e cidadania? Não há como falar sobre desafios nesses campos sem nos remetermos aos estudos de Gramsci (2010, p. 65), que enfático nos diz que o acesso ao sistema educacional é restrito aos filhos da burguesia. Segundo ele, portanto, um proletário, ainda que inteligente, com todas as condições necessárias para tornar-se homem de cultura, é obrigado ou a desperdiçar suas qualidades em outra atividade ou a tornar-se obstinado, autodidata, "ou seja, com as devidas exceções, meio homem, um homem que não pode dar tudo

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é coordenadora do curso de Pós-Graduação em Mídias Sociais, Gestão da Comunicação e Marketing Digital da UniEvangélica, jornalista, mestre em Comunicação, Cultura e Cidadania pela UFG-GO. E-mail: leticiajury@gmail.com

3 .Professor Associado III, integra o PPGCOM/UFG (LP: Mídia e cultura) e o PPGIDH/ UFG (LP: Práticas e representações sociais). E-mail: goiamerico@uol.com.br



o que poderia dar caso tivesse se completado e fortalecido na disciplina da escola". Para o autor, a cultura é um privilégio, assim como a escola. "E não queremos que sejam assim. Todos os jovens deveriam ser iguais diante da cultura" (GRAMSCI, 2010, p. 65).

> O proletariado precisa de uma escola desinteressada. Uma escola na qual seja dada à criança a possibilidade de ter uma formação, de tornar-se homem, de adquirir aqueles critérios gerais que servem para o desenvolvimento do caráter. Em suma, uma escola humanista, tal como a entendiam os antigos e, mais recentemente, os homens do Renascimento. Uma escola que não hipoteque o futuro da criança e não constrinja sua vontade, sua inteligência, sua consciência em formação a mover-se por um caminho cuja meta seja prefixada. Uma escola de liberdade e de livre iniciativa, não uma escola de escravidão e de orientação mecânica. Também os filhos do proletariado devem ter diante de si todas as possibilidades, todos os terrenos livres para poder realizar sua própria individualidade do melhor modo possível e, por isso, do modo mais produtivo para eles mesmos e para a coletividade. (GRAMSCI, 2010, p. 66).

Para Gramsci (2010), a educação que transforma um operário manual em operário qualificado cria uma falsa mobilidade social e não é democrática, mas estratifica as diferenças de classe; a educação realmente democrática tende a elevar os cidadãos, mesmo que abstratamente, para condições gerais de governar. Mas qual a relação desses conceitos de Gramsci com a realidade contemporânea? A discussão é atual? Por que falar em educação, cultura e cidadania em uma sociedade supostamente conectada e apresentar isso como desafio? Qual o objetivo de se realizar um estudo de caso das experiências de inclusão e educação digital em Telecentros comunitários em bairros periféricos de uma cidade de médio porte, localizada no interior do estado de Goiás?

Algumas respostas podem ser dadas de imediato. O Brasil está entre os dez países do mundo com maior número de população desconectada, já que cerca de sete milhões de brasileiros estão sem acesso à internet, conforme pesquisa realizada pelo *The Economist Inteligence Unit* em parceria com o Facebook. Outras respostas serão encontradas ao longo deste trabalho, em que, por meio das pesquisas bibliográfica, documental e de campo, apresentamos o cenário atual de transformações advindas com a tecnologia.

Mas o que são Telecentros Comunitários? São espaços com computadores conectados à internet, que disponibilizam acesso gratuito à população. Cada unidade possui entre 10 e 20 computadores, sendo sua utilização reservada para uso livre dos computadores, realização de cursos de inclusão digital, oficinas de empreendedorismo, atividades profissionalizantes, cursos

de língua estrangeira e preparatórios para concursos, acompanhamento escolar, atividades de conscientização do uso correto da internet e os perigos para crianças e adolescentes (*ciberbullying*, *sexting*, *games* e outros).

Por que os Telecentros são importantes? O uso das Tecnologias da Informação e Comunicação é mais uma forma de segregação social e pode criar um fosso entre aqueles que detêm a tecnologia e o conhecimento para utilizá-las e aqueles que não os possuem e se tornam excluídos da sociedade digital. Por que isso acontece? Porque existem barreiras econômicas de acesso até mesmo a um computador e a internet. Conforme estudo realizado pela Locomotiva Pesquisa & Estratégia e publicado pela revista Época Negócios (2017), que ouviu 1907 entrevistados em 75 municípios, entre as pessoas com rendimento superior a dez salários mínimos, 91,5% estavam conectadas, no entanto, a maior parte da população que ganha até um salário mínimo está de fora da rede, sendo a exclusão maior entre idosos, grupos menos escolarizados e pessoas que vivem em áreas rurais.

Nesse sentido, os Telecentros, quando bem utilizados, contribuem com a democratização, embora ainda seja um projeto incipiente, que não chega a todas as camadas carentes e regiões periféricas do País. Muito mais do que disponibilizarem acesso à internet, promovem o acesso à cultura, à educação, ao trabalho, ao entretenimento, ao empreendedorismo, à informação, ao conhecimento, ou seja, à cidadania. Oportuniza as pessoas de baixo poder aquisitivo a produzirem interações sociais em rede, como define Orozco Gómez (2014), o que é fundamental para reinterpretar, ressignificar, desconstruir a realidade, além de transformar, criar e participar desta de forma real por meio de interações no mundo virtual. Para o autor, as tecnologias da informação e da comunicação contemporâneas não estão flutuando por aí, e sim ancoradas nos sistemas sociais, culturais e políticos de maneiras específicas e é justamente nesse contexto que estão presentes a inclusão e a exclusão social, política e cultural das pessoas e dos grupos, bem como as ideias, os valores e as posições ideológicas diversas, as agressões aos direitos humanos fundamentais e a violação das garantias cidadãs. “A cidadania comunicativa deve ser imprescindivelmente tratada a partir da educação como um dos objetos mais preciosos de formação humana e democrática” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 96).

SOCIEDADE CONECTADA, DESAFIOS REAIS

Lévy (2004) aponta que novas maneiras de pensar e de conviver estão sendo elaboradas e que as relações entre os homens, o trabalho e a própria inteligência dependem, na verdade, da metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos. “Escrita, leitura, visão,

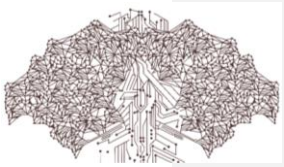
audição, criação, aprendizagem são capturados por uma informática cada vez mais avançada" (LÉVY, 2004, p. 4). O autor pontua que os nós e as conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos; na comunicação, as mensagens serão multimídias, multimodais; analógicas, digitais e o processo sociotécnico colocará em jogo pessoas, grupos, artefatos, forças naturais de todos os tamanhos, com todos os tipos de associações que se pode imaginar entre esses elementos.

Desse modo, o que até então era determinado e fixo socialmente se torna fonte de questionamentos, conforme Lévy (2004, p. 80): quem ensina e quem aprende? Quem pede e quem recebe? Quem infere a partir de novos dados, conecta entre si as informações, descobre conexões? Quem percorre incansavelmente a trama labiríntica da rede? Quem simula o quê? Indivíduos? Programas agentes? Grupos conectados por *groupwares*? "Por que há muito que o saber se acumula, cresce e fermenta, se altera e se estraga, funde e bifurca em uma grande rede mista, impura e fervente, que parece pensar por conta própria" (LÉVY, 2004, p. 80).

Especificamente sobre a educação, o autor aponta que os conhecimentos se tornam obsoletos diante da velocidade do surgimento e da renovação dos saberes; a nova natureza do trabalho, "trabalhar quer dizer, cada vez mais, aprender, transmitir saberes e produzir conhecimentos" (LÉVY, 1999, p. 157). Dessa forma, conforme o autor, o saber fluxo, o trabalho-transação de conhecimento, as novas tecnologias da inteligência individual e coletiva mudam profundamente os dados dos problemas da educação e da formação. O que é preciso aprender não pode mais ser planejado nem precisamente definido com antecedência. Os percursos e perfis de competência são todos singulares e podem cada vez menos ser canalizados em programas ou cursos válidos para todos. "Devemos construir novos modelos do espaço dos conhecimentos" (LÉVY, 1999, p. 158).

> Os sistemas educativos encontram-se hoje submetidos a novas restrições no que diz respeito a quantidade, diversidade e velocidade de evolução dos saberes. Em um plano puramente quantitativo, a demanda de formação é maior do que nunca [...] os dispositivos de formação profissional e contínua estão saturados. Quase metade da sociedade está ou gostaria de estar, na escola [...] a demanda de formação não apenas conhece um enorme crescimento quantitativo, ela sofre também uma mutação qualitativa do sentido de uma necessidade crescente de diversificação e de personalização. (LÉVY, 1999, p. 169).

Para Castells (2013), essa revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado, as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de



comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela. "As mudanças sociais são tão drásticas quanto os processos de transformação tecnológica e econômica" (CASTELLS, 2013, p. 40). As redes globais de intercâmbio instrumentais conectam e desconectam indivíduos, grupos, regiões e até países, de acordo com a sua pertinência na realização dos objetivos processados na rede, em um fluxo contínuo de decisões estratégicas. "Nossas sociedades estão cada vez mais estruturadas em uma oposição bipolar entre a Rede e o Ser" (CASTELLS, 2013, p. 41).

Nesse modo informacional de desenvolvimento, avalia Castells (2013), a fonte de produtividade encontra-se na tecnologia de geração de conhecimentos, de processamento da informação e da comunicação de símbolos. Para o autor, conhecimento e informação são elementos cruciais em todos os modos de desenvolvimento, visto que o processo produtivo sempre se baseia em algum grau de conhecimento e processamento da informação. Nesse sentido, ele defende que quanto mais próxima for a relação entre os locais de inovação, produção e utilização das novas tecnologias, mais rápida será a transformação das sociedades e maior será o retorno positivo das condições sociais sobre as condições gerais para favorecer futuras inovações.

Especificamente sobre a internet, Castells (2013) aponta que nos últimos 25 anos ela moldou, de forma definitiva, a estrutura do novo veículo de comunicação na arquitetura da rede, na cultura de seus usuários e nos padrões reais de comunicação. No entanto, o autor aponta para a desigualdade social na rede e questiona o grau de sociabilidade e as consequências culturais dessa nova ágora digital, indagando se essas comunidades são reais, se são baseadas em laços fracos ou fortes, se transformam radicalmente espaço e tempo e as dimensões fundamentais da vida humana.

Para o autor, há um novo ambiente simbólico, em que a virtualidade passa a ser a realidade, embora ele aponte que a vida sempre foi virtual porque foi percebida por "intermédio de símbolos formadores da prática com algum sentido que escapa a sua rigorosa definição semântica" (CASTELLS, 2013, p. 459). É nesse sentido que, para Castells (2013), os processos de dominação e exclusão social estão cada vez mais organizados na era da informação. "A presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade" (CASTELLS, 2013, p. 565).

Sodré (2012) nos traz uma perspectiva sempre atual da educação: ela é algo radicalmente humano no horizonte, porque é o lugar habitual da linguagem de continuidade e expansão do grupo humano, associada à ética e à cultura. Para o autor, já a conhecemos como processo indispensável à estabilização e ao aperfeiçoamento da vida social, mas também sabemos de suas dificuldades de realização e dos seus silêncios de linguagem, no sentido de uma língua que não

consegue dizer tudo que tem a dizer "por ser, antes de qualquer concretização literal de funções, o repositório das esperanças ou das utopias do grupo" (SODRÉ, 2012, p. 12).

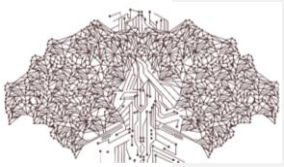
Nessa perspectiva, ao falar de novas tecnologias, desafios e perspectivas para a educação, Sodré (2012, p. 12) é enfático ao dizer que "o amanhã educacional já é um lugar no tempo presente, embora um lugar vazio de determinações e pleno apenas de forças de transformação do futuro". Por mais que a organização social e suas instituições derivadas tentem conter o processo educacional nos limites dados pelo funcionamento econômico e político centrado na repetição da igualdade de si mesmo, parece haver sempre algo que se ignora e que convida o pensamento a ir além. "Educar é socializar, individualizando, isto é, primeiramente inscrever a criança no ordenamento social desejado e depois criar as condições cognitivas e afetivas para sua autonomia individual como adulto (SODRÉ, 2012, p. 16).

Quanto aos desafios, tratados desde o início deste capítulo, dentre eles o aumento da desigualdade social com o advento da tecnologia, Sodré (2012) corrobora que sem a dimensão cultural a tecnologia fecha-se narcisicamente em torno de si mesma, exercendo efeito de fascinação pela eficácia do desempenho técnico que contempla a cognição individual, mas recalcando o vínculo com a comunidade e com o entorno sócio-histórico, que responde pela transitividade e política do conhecimento. A pedagogia de Paulo Freire comporta ou acolhe a tecnologia, porém, por seu compromisso visceral com a emancipação social, "não é desencarnada, isto é, não está acima das condições sócio-históricas de produção e transmissão do conhecimento" (SODRÉ, 2012, p. 160).

Na visão do autor, a preocupação do Estado com o que se tem chamado de exclusão digital resulta do reconhecimento de que a chance de usar computadores, acessar a internet e participar de treinamentos em informática é uma dimensão educacional imprescindível a um novo tipo de socialização e a novas modalidades de participação na força de trabalho. Na prática cotidiana, sobretudo entre os jovens, essas tecnologias tornaram-se imprescindíveis ao trânsito informativo sobre temas e causas, servindo tanto para motivar movimentos sociais quanto para auferir as novas realidades urbanas inéditas, bem como possibilidades de trabalho.

Conforme Sodré (2012, p. 176), a inclusão por meio de fomento de Telecentros e de núcleos de formação continuada já é reconhecidamente um caminho para a geração de emprego e renda. Ademais, há a progressiva substituição do contraditório político no espaço público em torno da propriedade dos meios de produção, típicos dos movimentos sociais do século XX, pelas discussões sobre o acesso ao conhecimento e pela redefinição dos marcos regulatórios.

EM BUSCA DA CIDADANIA DIGITAL



A Construção da Sociedade da Informação que seja de fato inclusiva, transformadora e voltada para o desenvolvimento humano passa, segundo os Documentos da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2014), por oportunizar o acesso, a utilização e o compartilhamento de informações e conhecimento, além de aproveitar o potencial das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) para a promoção da cultura e da cidadania.

Os Documentos da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação definem como essencial o que é previsto no artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, como o direito de liberdade de opinião e de expressão, de receber e de transmitir ideias por quaisquer meios, independente de fronteiras. "A comunicação é um processo social fundamental, uma necessidade humana básica e o fundamento de todas as organizações sociais" (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2014, p. 17).

É por isso que a educação, o conhecimento, a informação e a comunicação são essenciais para o progresso, o empenho e o bem-estar humano, principalmente diante de um cenário em que as TIC estão presentes em praticamente todos os aspectos da vida cotidiana, até mesmo na redução de obstáculos tradicionais (de tempo e distância) e no emprego da tecnologia para beneficiar milhares de pessoas em todo o mundo, em diferentes áreas do conhecimento, como na saúde, na educação, na construção civil, nos sistemas inteligentes, dentre outros.

Para ser cidadão, conforme Santaella (2013), é preciso tornar-se capaz de distinguir entre diferentes linguagens e mídias, diante de uma quantidade enorme de informações que diversifica o conhecimento. São espaços de convivência multidimensionais e multifacetados, que, conforme a autora, criam espaços fluídos, múltiplos, de hipermobilidade. É necessário ter visão crítica das mutações tecnológicas, desenvolver um discurso bem informado e sóbrio sobre os efeitos e impactos das tecnologias, especialmente em um país com profundas disparidades sociais, econômicas, culturais e educacionais como o Brasil.

A fertilização de ideias, para a autora, é aperfeiçoada pelo amplo acesso de redes globais. A internet, aliada à mobilidade, aumenta a quantidade de informação e o conhecimento não apenas cresce, mas também se diversifica. Diversidade diz respeito tanto ao cruzamento de culturas quanto à forma pela qual o conhecimento é codificado e em que se torna acessível, a saber, as transmutações no universo da imagem e a linguagem hipermídia que só o computador tornou possível.

Segundo Santaella (2013), espaços multidimensionais são espaços multifacetados, que podem reforçar e incrementar a disseminação do conhecimento. Isso disponibiliza um tipo de comunicação ubíqua, ao mesmo tempo, corporificada e multiplamente situada, que está

começando a se insinuar nos objetos cotidianos com tecnologia embarcada, a tão falada internet das coisas. “Na verdade, essas tecnologias já estão também sendo embarcadas nas pessoas, como as etiquetas de radiofrequência implantadas sob a pele dos indivíduos” (SANTAELLA, 2013, p. 15).

Portanto, a hipermobilidade cria espaços fluídos e múltiplos não apenas no interior das redes, como também nos deslocamentos espaço-temporais efetuados pelos indivíduos. Hipermobilidade conectada redunda em ubiquidade desdobrada. Ubiquidade dos aparelhos, das redes, das informações, da comunicação, dos objetos e dos ambientes, das cidades, dos corpos, das mentes, da aprendizagem, da vida no escoar do tempo em que é vivida. “A condição contemporânea da nossa existência é ubíqua. Em função da hipermobilidade, tornamo-nos seres ubíquos. Estamos ao mesmo tempo em algum lugar, e fora dele”. (SANTAELLA, 2013, p. 16).

A par de todas as implicações econômicas e políticas decorrentes das profundas transformações culturais que aciona, a ecologia midiática hipermóvel e ubíqua afeta, sobretudo, a cognição humana e, ao fazê-lo, produz repercussões cruciais na educação. Novas maneiras de processar a cultura estão intimamente conectadas a novos hábitos mentais que, segundo o pragmatismo, desaguam em novos modos de agir. “Os desafios apresentados por essas emergências deveriam colocar sistemas educacionais em estado de prontidão” (SANTAELLA, 2013, p. 19).

METODOLOGIA

Todo o processo de investigação que compõe este trabalho teve início com a seguinte questão problema: “quais os desafios da sociedade conectada e como os Telecentros comunitários podem contribuir com a inclusão digital?”. Para desenvolvê-la, utilizamos as pesquisas bibliográfica, documental e de campo. Assim, foi realizado um percurso de busca de autores que trabalham com a temática das novas tecnologias voltadas para a educação, a cultura e a cidadania, como mostramos no primeiro capítulo, tendo apresentado o cenário atual de transformações advindas com as novas tecnologias da informação e da comunicação.

Procedemos com a investigação acerca do início das atividades de inclusão digital no município goiano estudado, Anápolis, e com as ações desenvolvidas no intervalo de tempo pesquisado, de abril a outubro de 2017. Por meio de aplicação de questionários, traçamos o perfil socioeconômico dos beneficiados e, com a técnica de entrevistas, compreendemos o dia-a-dia dos instrutores que trabalham nesses locais e também as expectativas de quem participou dos cursos e oficinas, o que nos levou a descobertas e à confirmação de hipóteses.

Quadro 1 – Etapas da pesquisa: estudo de caso

Etapa	Abordagem metodológica	População-alvo	Método de coleta
1	Quantitativa	3 Telecentros	Aplicação dos questionários socioeconômico
2	Qualitativa	Instrutores	Entrevista presencial semiestruturada
3	Qualitativa	Beneficiados	Entrevista presencial semiestruturada

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo Goldemberg (2015), o estudo de caso não é uma técnica específica, mas sim uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um todo, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade, com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos. O estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com a finalidade de aprender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto. Conforme a autora, ele possibilita a penetração na realidade social, não conseguida pela análise estatística.

Ao procedermos com as entrevistas, tanto com beneficiados quanto com os instrutores dos Telecentros, que ministram os cursos e as oficinas, seguimos as recomendações de Goldemberg (2015), para quem as qualidades essenciais dos pesquisadores devem ser interesse real e respeito por seus pesquisados, flexibilidade e criatividade para explorar novos problemas em suas pesquisas, capacidade de demonstrar compreensão e simpatia por eles e sensibilidade para saber o momento de encerrar uma entrevista. A delimitação do objeto de estudo deve ser claramente explicitada para que outros pesquisadores analisem as conclusões obtidas e os resultados possam contribuir para a elaboração de políticas públicas voltadas à educação digital no município de Anápolis, por meio dos Telecentros Comunitários.

Após a aplicação dos questionários, procedemos com a tabulação para análise dos dados, assim como as entrevistas, que foram transcritas. Nos resultados, apresentamos trechos que buscam responder à questão problema, que versa sobre a sociedade conectada e seus desafios no campo da educação, da cidadania e da cultura e o papel dos Telecentros Comunitários nesse contexto de inclusão, em um recorte da cidade de Anápolis (GO).

LETRAMENTO DIGITAL, UM DESCONHECIDO!

Para a presente pesquisa, analisamos as atividades de educação digital realizadas no período de abril a outubro de 2017 em três Telecentros – Jardim Alvorada, Central (Praça

Americano do Brasil) e do Distrito de Interlândia. Para isso, realizamos três entrevistas com instrutores – Lucas Quintino, Ana Carolina Bandeira Veiga e Gabrielle Rodrigues – e nove com beneficiários dos Telecentros que compõem o nosso universo amostral, no entanto para este artigo apresentamos apenas três delas. Dessa forma, é possível avaliar o impacto da inserção social e digital das atividades de educação digital realizadas nos Telecentros estudados. Assim, buscamos descrever o perfil daqueles que participam das atividades e os usos que fazem desses espaços.

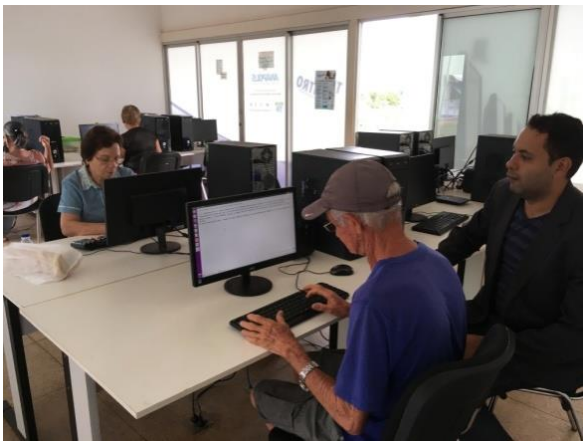
O Telecentro instalado no Centro de Artes e Esportes Unificados do bairro Jardim Alvorada iniciou suas atividades de 2017 com o curso intitulado "Secretariado e novas tecnologias", no mês de maio, em que o professor Lucas Quintino, com ampla experiência em cursos profissionalizantes no município, trabalhou as novas técnicas aplicadas ao cotidiano das secretárias e atendentes de escritório, clínicas, prestadores de serviço e comércio em geral. Na ocasião, dez mulheres, de baixo poder aquisitivo, moradoras do bairro, foram beneficiadas.

No mês seguinte, teve início a primeira turma de Inclusão Digital de Idosos, com oito alunos. Ainda nesse mesmo mês, o instrutor iniciou o curso de digitação para adultos, além de oficinas educativas e de reforço escolar para jovens e adolescentes. Atualmente, o Telecentro funciona das 7h às 18 horas: no período matutino acontecem os cursos e, no vespertino, as oficinas e acesso livre para estudos e navegação na internet. De maio a outubro, período em que a pesquisa foi realizada, participaram de cursos e oficinas 117 pessoas.

Questionado sobre suas expectativas quanto ao projeto de inclusão digital da comunidade carente, o professor Lucas Quintino afirma considerar fundamental, já que, em sua opinião, existe uma falsa impressão de que vivemos em uma sociedade conectada. Ele explica:

> Há uma sensação de que todos estão se apropriando das tecnologias que o mercado oferece, mas tem muita gente, aqui na nossa cidade, que é uma cidade promissora, que não tem acesso. Temos alunos que não sabem ligar um computador, que você fala sobre estabilizador e mouse e ele acha que é a mesma coisa que teclado. Então, explico, mas eles têm dificuldades até mesmo de identificar letra maiúscula e minúscula no teclado.

Figuras 3– Imagem do Telecentro do Jardim Alvorada



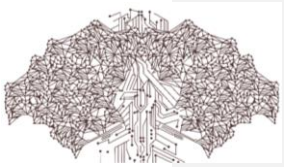
Fonte: Letícia Jury, nov. 2017.

O instrutor diz ainda que, ao ministrar aulas de digitação, muitos alunos não sabem identificar as letras. Detalha que,

> [p]rimeiro você tem que fazer uma aula de alfabetização, mostrar as letras, as palavras, para dar continuidade ao curso. Esta inclusão digital é muito importante, pois muitas pessoas saem daqui chorando. Já tive um aluno, que ficou durante três aulas para fazer um exercício, até que sentei junto dele e expliquei primeiro a alfabetização, a formação de palavras e frases. Ele chorou. Ele achava que não iria conseguir, que não era capaz. Estava pensando em desistir do curso. Então, é muito interessante, estou vendo que o trabalho está sendo aprimorado e chegando as pessoas que realmente precisam.

Outra pergunta feita ao instrutor foi quanto à sua visão de inclusão após este trabalho direto com a comunidade carente e excluída da sociedade da informação:

> O nosso trabalho vai além de ensinar a técnica e chega na formação humana. Quando você começa a conversar e viver na prática com estas pessoas, você passa a fazer parte da realidade dela e compartilhar com as suas experiências. Então você conclui que as pessoas precisam de ajuda para ter acesso à tecnologia. Precisamos ajudar! Há tantos adolescentes que passam por aqui e não têm perspectiva nenhuma, nem mesmo da família, o pai não está nem aí, a mãe trabalha o dia todo para sustentar a casa, e estas crianças e adolescentes ficam nas ruas. Neste



> caso, a tecnologia pode ser uma aliada para tirá-los das ociosidade e do mundo das drogas.

Para Lucas Quintino, é um desafio trazer os adolescentes e adultos para dentro do Telecentro, mostrar-lhes a importância da educação, da capacitação, de se utilizar as novas mídias para tirá-los da situação de miséria. “Quando você senta e explica a importância, eles dizem que ninguém nunca falou isto para eles. Vejo um desejo de crescimento, de aprendizado. É gratificante. Trabalhar no Telecentro Comunitário, ouvir as histórias de vida, contribuir para o crescimento profissional e pessoal, não tem outra definição, é isto: gratificante”, ressalta.

Outro Telecentro Comunitário pesquisado durante o estudo foi o localizado na Praça Americano do Brasil, região central da cidade. O projeto de Inclusão Digital de Idosos foi lançado no início do ano, em abril. Conforme informações da coordenação local, 65 idosos participaram das atividades no período de abril a outubro.

A instrutora Ana Carolina Bandeira Veiga, 23 anos, é graduada em Relações Internacionais com Pós-Graduação em Marketing e ministra cursos de Inglês nos Telecentros Comunitários, com ampla utilização de aplicativos e *softwares*. Questionada sobre como observava a inclusão digital antes de ter esse contato direto com os assistidos pelos Telecentros e se a sua visão mudou após o trabalho cotidiano nos locais, ela responde que tinha uma visão bem diferente, já que imaginava que a inclusão digital fazia parte da vida de todos, que não havia barreiras para o alcance dessa tecnologia. “Mas ao interagir nesse meio percebe-se que por mais que vivamos em uma sociedade digital, em que é essencial seu envolvimento e o mínimo de entendimento de tecnologia, muitos não são incluídos. Alguns por não saber da existência, outros por acharem dispensável o seu uso”, diz.

Segundo ela, após participar como professora nas atividades do Telecentro muita coisa mudou em sua vida pessoal e profissional. “Por mais que você pense que há uma inclusão digital, ela é muito parcial e tem muitas esferas. Existem barreiras econômicas, sociais e ideológicas, que são difíceis de contornar até mesmo por um senso comum da sociedade, pois um idoso pode sim aprender independente da sua idade e isso pode transformar a vida dele”, detalha.

Uma das perguntas da entrevista é se a instrutora acredita que todas as pessoas estão conectadas nessa sociedade tecnológica. Ana Carolina Veiga é enfática ao dizer que não, porque, primeiramente, “essa sociedade só alcança alguns níveis econômicos, então para os menos favorecidos a tecnologia é um supérfluo”. De acordo com ela, para os idosos também o uso da tecnologia não é incentivado, seja por eles mesmos ou por seus familiares.

A instrutora diz acreditar que muitos jovens têm preguiça ou falta de paciência com alguém mais velho para explicar ou ajudar a mexer em um *smartphone*, por exemplo. Isso faz

com que os idosos percam cada vez mais o interesse por falta de uma oportunidade de como manusear aparelhos tecnológicos. Ela observa:

> Dessa maneira, a pessoa fica acanhada de ter essa vontade de aprender e vai deixando-a de lado. Isso poderia ser diferente se tivesse um professor capacitado para isso, que está totalmente apto e aberto para incentivar e ensinar o uso dessas tecnologias. Os idosos que participam dos cursos sempre elogiam a paciência dos instrutores dos Telecentros.

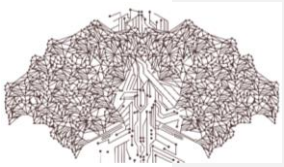
Figura 4 – Atividades de inglês com o uso das tecnologias no Telecentro Central



Fonte: Letícia Jury, set. 2017.

Sobre as experiências profissionais, como ela analisa o contato dos idosos com a tecnologia durante as aulas, Ana Carolina Bandeira Veiga diz que eles são muito interessados e têm muita vontade de aprender. “Diferente de outros alunos, os idosos têm facilidade de fixar a atenção na aula e se esforçam constantemente para aprender a matéria e fazer as tarefas. Um exemplo é que a sala é sempre silenciosa e não existe conversas paralelas que os distraiam, pois estão ali apenas com o intuito de aprender mais”, diz.

Quanto ao grau de dificuldade, Ana Carolina Veiga destaca que os idosos têm dificuldades como quaisquer outros alunos, sejam eles partindo da alfabetização do português ou da falta de conhecimento do uso da tecnologia. Eles podem demorar para absorver os conteúdos,



mas têm uma mente superaberta para novos conhecimentos. Ademais, diferente de outras idades, eles são muito mais empenhados em aprender.

E eles aprendem com facilidade? A instrutora diz que "não e sim":

> Não, pois como eles não estudam há muito tempo ou o processo de alfabetização não foi adequado ou até mesmo pelo desconhecimento de qualquer tecnologia em si, desse modo a aula tem que ser diferenciada, explicando o conteúdo desde a alfabetização, usando a gramática para, depois, aplicar o conteúdo da aula, para que este consiga ser assimilado. E sim porque eles são muito empenhados em aprender, fazendo a tarefa, prestando atenção, tirando dúvidas e estudando em casa.

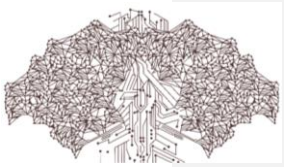
Para que os idosos possam fazer parte, definitivamente, da sociedade da informação, alguns entraves precisam ser transpostos, conforme a instrutora:

> O principal fator são as pessoas próximas aos idosos, que não acreditam na sua capacidade e deixam de incentivá-los a participarem de cursos e a fazer sua inserção na tecnologia. Um idoso não é menos ou mais capacitado que qualquer outro, ele é até mesmo mais empenhado em aprender do que muitas pessoas de outras idades.

Para Ana Carolina Veiga, são fundamentais os projetos de Educação Digital desenvolvidos nos Telecentros de Anápolis e Distritos, pois são vitais para alcançar muitas pessoas que não têm acesso ou não tinham conhecimento da tecnologia, e como eles podem influenciar suas vidas de maneiras positivas e facilitadoras. "Inclusão digital é ter o conhecimento da tecnologia, mas também saber fazer uso dessas ferramentas para usar como um facilitador em nossas vidas", avalia.

Gabrielle Rodrigues Mendonça, 20 anos, graduanda em Tecnologia em Processos Químicos, é a responsável pelas atividades de Educação Digital no Distrito de Interlândia, que possui uma população total de cerca de 1.200 pessoas, grande parte delas residentes em chácaras próximas ao povoado urbano. Poucas residências contam com internet, mesmo porque não há nem mesmo torres de telefonia nos Distritos, sendo assim, a inclusão digital se dá por meio da Praça Digital, que disponibiliza acesso gratuito à internet aos moradores; o Telecentro Comunitário possui seis computadores.

Ela confirma que a inclusão digital no Distrito se dá pelas atividades, cursos, palestras e oficinas ministradas no Telecentro. Embora seja de pequeno porte, com apenas seis computadores, as atividades acontecem tanto no período matutino quanto no vespertino. Ela



ressalta a curiosidade que a comunidade local tem quanto ao Telecentro, o que os motiva a querer participar das ações de educação digital e das oficinas que são propostas.

Atualmente, o Telecentro tem desenvolvido uma parceria com o Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, por meio de cursos básico de Informática, Digitação e também das oficinas de Gamificação, ou seja, jogos educativos que auxiliam no aprendizado escolar. “Diariamente ouvimos depoimentos dos jovens, que elogiam a nossa ação, pois estão aprendendo, adquirindo conhecimento, principalmente para auxiliar em seus estudos”, destaca.

Sobre a experiência de lidar diariamente com a inclusão digital em uma comunidade de característica rural, Gabrielle Mendonça ressalta que a tecnologia facilita muito a vida dos usuários, há muitos serviços que podem ser realizados pela internet, muitos pagamentos – antes os moradores precisavam ir até a cidade de Anápolis e hoje fazem tudo pelo Telecentros. Somado a isso, a instrutora destaca a integração que essas pessoas têm por meio das redes sociais. “Já foram ministradas, inclusive, oficinas de empreendedorismo nas mídias sociais para os pequenos agricultores. Tudo isso faz com que eles se sintam parte desta sociedade conectada e usufruam de todos os benefícios. Isto é inclusão”, afirma.

O QUE ELES (AS) PENSAM?

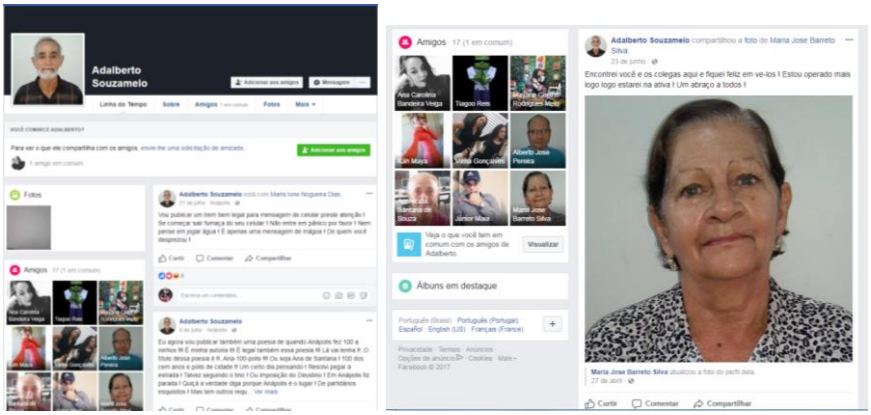
A pesquisa de campo contemplou as entrevistas com os beneficiados dos cursos de inclusão digital. Muito solícitos ao responder as perguntas, fizeram questão de ressaltar a importância dos projetos de inclusão digital e o quanto o acesso à tecnologia foi benéfico para a integração social, conseguir emprego, melhorar nos estudos. Para este artigo, apresentamos apenas três entrevistas, sendo que no total foram nove entrevistados.

O relato da Entrevistada 1, 65 anos, que participou do curso de Inclusão Digital de Idosos do Telecentro Central, localizado na Praça Americano do Brasil, em frente ao Terminal Urbano da cidade, é desafiador. Com problemas de saúde, uma pequena deficiência na perna, que faz com que se locomova de muletas, ela revela que está fazendo curso superior como bolsista na UniEvangélica (faculdade privada em Anápolis), concluiu o primário aos 43 anos e durante sua vida trabalhou como catadora de materiais reciclados no lixão da cidade. “Estou buscando todas as formas de sair deste analfabetismo tecnológico”, destacou.

Ela alegou sofrer muita discriminação por não ter acesso às tecnologias e, quando as têm, por não saber utilizá-las. “Eu sabia mexer no computador com muita dificuldade, porém precisava aprender para fazer os trabalhos da faculdade. Não tenho internet em casa, é no Telecentro que faço as minhas atividades”, detalhou.

O Entrevistado 2, 75 anos, se desloca de ônibus de casa para o Telecentro e ressaltou as limitações inerentes à idade: "a coluna toda parafusada, mas mesmo assim não desisti, participo das atividades, o que me fazem muito bem". Mesmo tendo computador em casa, ele não mexia, apenas os filhos e netos. No entanto, agora, já tem até mesmo perfil nas redes sociais. Poeta, criou uma página no Facebook, as postagens são diárias e ele ainda participa de grupos de outros poetas. Para ele, as redes sociais são de fato um local de se fazer amizades, reencontrar velhos amigos, trocar poesias, cultivar o hobby. Em seu depoimento, percebe-se que a internet o retirou do isolamento e da solidão.

Figura 5 – Realização pessoal, com perfil no Facebook para postar poesias

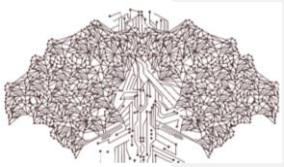


Fonte: Facebook.

A Entrevistada 3 confessou que estava em um processo de depressão e, ao passar pelo Telecentro, perguntou aos instrutores se poderia participar dos cursos: "agradeço pela oportunidade de participar. Nunca na minha vida havia pegado em um teclado, em um mouse, fico muito feliz e emocionada". Ela agora se tornou frequentadora assídua, participa de todos os cursos e oficinas. Atualmente está matriculada no curso de Inglês básico para a melhor idade, que também é ministrado no local. O que ela faz na internet? Busca receitas culinárias novas, aprende a fazer tapetes de cordão e bordados, conversa com a filha que mora no exterior.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar sobre desafios da sociedade conectada e suas relações com a educação, a cultura e a cidadania e chegar no ponto central da discussão – a inclusão e a exclusão digital –, que está atrelado ao social, é dissertar sobre um tema de pesquisa que nunca se esgota e não se encerra em



um trabalho monográfico. É um objeto de pesquisa permanente, em que sempre novos contextos e novas perspectivas devem ser constantemente reavaliados.

No entanto, o que este trabalho se propôs a fazer foi tirar o foco das tecnologias aplicadas à educação em salas de aulas estruturadas em escolas de classe média e alta – o que é uma revolução para o ensino – e dar um passo atrás, falar sobre a educação em um contexto de desigualdades em que a tecnologia se faz ausente. Ou, se ela está presente, as estratégias de inserção na vida cotidiana de pessoas de baixo poder aquisitivo precisam ser repensadas e reelaboradas.

Os instrutores entrevistados foram unânimes em dizer da "falsa impressão de inclusão digital da sociedade conectada", em que todos têm acesso a internet, aparelhos celulares, computadores, e fazem bom uso de toda a parafernália tecnológica. Como se todos fossem capazes de transformar dados em informação e informação em conhecimento.

Os entrevistados que participaram desta pesquisa demonstram claramente a importância de estratégias governamentais que oportunizem às camadas populares romperem a barreira do acesso e obterem o conhecimento. São iniciativas simples, como cursos de inclusão digital, que vão além de cursos básicos de Informática e chegam à transformação de realidades, independentemente da idade, da formação educacional, das expectativas quanto ao uso da internet. O que se depreendeu da pesquisa é que estar na rede é fazer parte da vida social e, quando se é privado disso, a exclusão se faz presente.

Estudos precisam ser intensificados, pesquisas precisam ser desenvolvidas, estratégias pensadas nos campos da sociologia, antropologia, comunicação, para que novos contextos sejam analisados, principalmente no que se refere à elaboração de políticas públicas em que tudo se interacione. Não dá mais para pensar a sociedade de forma desconectada, desconexa, excluída de uma rede de relações, transdisciplinar, interdisciplinar, em que cidadania, cultura e educação estejam sendo pensadas de forma contínua e entrelaçadas às transformações tecnológicas. Os desafios estão aí. É preciso encará-los de frente!

Como nos mostra Freire (2015), mais do que um ser no mundo, o ser humano se tornou uma presença no mundo, com o mundo e com os outros. Presença que intervém, que transforma, que fala do que faz, mas também do que sonha, que constata, que compara, avalia, valora, que decide, que rompe. É nesse sentido que ensinar não é transferir conhecimento e inexiste sem aprender e vice-versa. Ao aprender socialmente mulheres e homens descobriram, historicamente, que era possível ensinar!

Está aí mais uma das respostas para a nossa questão problema: a interconexão entre tecnologia, educação, cidadania e cultura em um contexto de desigualdades sociais só será

possível quando toda esta inter-relação promover homens e mulheres, como nos diz Freire (2015), capazes de intervir no mundo, de comparar, de ajuizar, de decidir, de romper, de escolher e de transpor as barreiras, "pois qualquer discriminação é imoral e lutar contra ela é um dever por mais que se reconheça a força dos condicionamentos a enfrentar" (FREIRE, 2015, p. 59).

E como alcançar isto? Papel e caneta em mãos. Vamos à elaboração de estratégias!

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2013.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Documentos da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação**: Genebra 2003 e Túnis 2005. Tradução de Marcelo Amorim Guimarães. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014. Disponível em: <http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/1/CadernosCGIbr_DocumentosCMSI.pdf>. Acesso em: 27 set. 2017.

_____. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil.** TIC Centros Públicos de Acesso 2013. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2013.

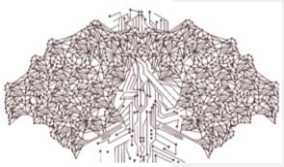
DELGADILLO, Karin; GOMÉZ, Ricardo; STOLL, Klaus. O que é um Telecentro Comunitário? In: **Telecentros Comunitários para o Desenvolvimento Humanos.** Lições sobre Telecentros comunitários na América Latina e Caribe. Quito: Fundação Chasquinet, 2002. p. 6-8.

ÉPOCA NEGÓCIOS. **A falta de acesso à internet aumenta a distância entre risos e pobres no Brasil**. Disponível em: www.epocanegocios.globo.com/brasil/noticia/2017/02/menos-internet-mais-deigualdade.html. Acesso em: 7 nov. 2017.

FREIRE, Paulo. Ensinar exige respeito à autonomia do ser do educando. In: **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 51. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015. p. 58-60.

GABRIEL, Martha. **Educar**: a revolução digital na educação. São Paulo: Saraiva, 2013.

GOLDEMBERG, Mirian. Estudo de caso. In: **A arte de pesquisar:** como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 14. ed. Rio de Janeiro: Record, 2015. p. 35-38.



GRAMSCI, Antonio. Homens ou máquinas. In: MONASTA, Atillio. **Antonio Gramsci**. Tradução: Paolo Nosella. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/Editora Massangana, 2010. p. 64-66.

LÉVY, Pierre. A nova relação com o saber educação e cibercultura. In: _____. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. p. 157-170.

_____. O esquecimento. In: _____. **As tecnologias da Inteligência** – O futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2004. p. 80-81.

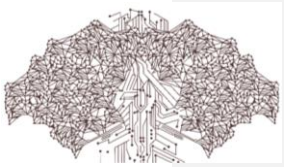
MINAYO, Maria Cecília de Souza. Construção de instrumentos e exploração de campo. In: **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2013. p. 189-200.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. Uma cidadania comunicativa como horizonte pedagógico para a educação das audiências. In: _____. **Educomunicação**: recepção midiática, aprendizagem e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014. p. 93-102.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a educação:** diversidade, descolonização e redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



EDUCAÇÃO, DESENVOLVIMENTO HUMANO E CIBERCULTURA: A DROMOAPTIDÃO E AS RELAÇÕES AFETIVAS[1]

Cleusa Kazue Sakamoto[2]; Janaína Quintas Antunes[3]; Renata Proetti[4]

Resumo

Os avanços tecnológicos têm colaborado para permitir a construção de novos ambientes que derivaram da realidade virtual introduzida pela *internet* com sua comunicação em rede, imediata e irrestrita, que potencializou inestimavelmente o poder inovador das pessoas e organizações. A dromocracia é a lógica da cibercultura: vivemos na civilização mediática em tempo real, em que o valor comunicacional e a velocidade estão intrinsicamente ligados. Neste cenário a dromoaptidão – capacidade de ser ágil – passa a mediar as relações com o mundo sob o padrão da sociedade cibercultural introduzindo exigências elevadas e exclusão social. Neste cenário é interessante discutir as relações humanas na atualidade, permeadas pela insígnia da velocidade que interpõe uma característica descartável aos relacionamentos e à afetividade humana. As prioridades produtivas estão sobrepujando as necessidades afetivas e a compulsão de acesso à rede caminha ao lado da superficialidade nas relações interpessoais. Consideramos urgente analisarmos as características do modo de viver do ser humano na atualidade – valorizarmos os benefícios tecnológicos e os riscos existentes ao desenvolvimento humano; sobretudo cuidarmos dos possíveis prejuízos dirigidos a crianças e jovens com o uso precoce e demasiado de interação digital, já que eles são o futuro da humanidade.
Palavras-chave: Cibercultura; Dromoaptidão; Desenvolvimento Humano; Educação de Crianças; Criatividade.

Abstract

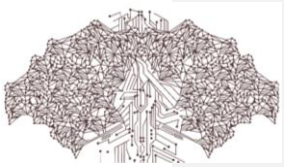
Technological advances have made it possible to build new spaces that derive from the virtual reality developed by the Internet based on its instantaneous, limitless network communication, which has greatly leveraged innovation power for individuals and organizations alike.

1 . Mesa Coordenada enviada ao Eixo Temático 19: Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Professora da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação – FAPCOM. É Doutora em Desenvolvimento Humano (USP) e Pesquisadora do Tema da Criatividade, participa do Grupo de Pesquisa Criatividade na Arte, na Ciência e no Cotidiano (CnPq) e coordena o Grupo de Estudos 'Criatividade e Inovação na Comunicação' na FAPCOM. E-mail: cleusa.sakamoto@fapcom.edu.br

3 . Doutora em Comunicação e Semiótica – PUC/SP; Mestre em Educação, Arte e História da Cultura – Mackenzie/SP. Professora e Pesquisadora nas áreas de Cibercultura, História da Cultura e Comunicação. Integrante do grupo de estudos CENCIB (PUC-SP) e do grupo Criatividade na Arte, na Ciência e no Cotidiano (CNPq). E-mail: tcheina@hotmail.com

4 . Pesquisadora é publicitária e consultora de Comunicação especializada no Terceiro Setor, com Pós-graduação pela PUC-SP. Estuda os temas ligados à infância especialmente a relação entre infância e tecnologia. Colaboradora da IPA Brasil - organização que defende o direito ao brincar conforme o artigo 31 Da Convenção dos Direitos da Criança. E-mail: renata.proetti@gmail.com



Dromocracy is the logic that emerges from cyberculture: we live in a real-time media civilization where communication values and speed are intrinsically connected. In this landscape, dromoability – being able to act promptly – now mediates people's relationships with the world according to the standards established by the cybercultural community, bringing about increased demands as well as social exclusion. From this perspective, it is of great importance to discuss human relationships today, now under the badge of speed, which brings in a disposable nature to relationships and human affection. The focus on producing more outweighs people's affective needs, while net compulsion develops side-by-side with superficial interpersonal relationships. We consider it urgent to analyze humans' way of life today – to evaluate the gains brought by technology and the ensuing risks to human development; most importantly, to address the potential hazards that target children and young people – the future of humanity -- as a consequence of early, excessive use of digital interaction.
Key words: Cyberculture, Dromoaptitud, Human Development, Education of Children, Creativity.

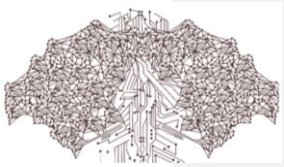
Cibercultura e Dromoaptidão – ponto de partida

O século XXI indiscutivelmente apresenta um novo mundo e uma nova maneira de viver do ser humano, ao mesmo tempo em que expõe suas potencialidades e capacidades ampliadas e especializadas para uma exigente adequação da realidade. A sociedade humana ganhou um novo contorno com a dimensão global de uma territorialidade sem fronteiras geográficas mas que se constitui com limites interculturais e se mostra potencialmente criativo, definido por novas linguagens e novos hábitos.

Os avanços tecnológicos têm colaborado para permitir a construção de novos ambientes que derivaram da realidade virtual introduzida pela *internet* com sua comunicação em rede, imediata e irrestrita, que potencializou inestimavelmente o poder inovador das pessoas e organizações. Porém, esta monumental aquisição no campo das interações interpessoais, que facilita inestimavelmente a comunicação em tempo real e escala global, também tem um custo alto para a qualidade de vida do ser humano. Novas competências foram sendo exigidas às pessoas para dar sustentação e desenvolver o estilo de vida da atualidade de uma maneira inflexível.

A realidade contemporânea marcada como era da velocidade é presidida por um "governo da velocidade" chamado de dromocracia (VIRILIO, 1986):

> O conceito de dromocracia teve, no âmbito das ciências humanas e sociais, a sua gestação e fundação crítica na obra de Paul Virilio [...]. (Ele) lança, se não as bases, ao menos as sinalizações teóricas fundamentais para a compreensão da história e dos processos políticos e sociais pelo prisma do vetor dromológico. Dromos, prefixo grego que significa 'rapidez', vincula-se, obviamente – com base na dimensão temporal da existência -, ao território geográfico (na qualidade

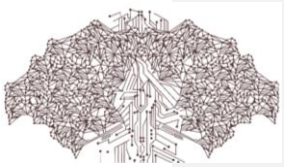


> de coordenada espacial), portanto à urbis. [...] Virilio subtrai a questão dromológica de seu longo e exclusivo cativeiro no reduto das ciências exatas e da terra e, simultaneamente, abrindo-lhe os horizontes, insere-a no terreno das ciências humanas e sociais. A operação, a par de suas injunções específicas, norteia-se por clara intencionalidade: o conceito de dromocracia, na obra de Virilio, pertence a (e, ao mesmo tempo, encerra) um quadro teórico e epistemológico voltado para a consumação da crítica à organização sociotécnica dinâmica que, a cada época, define a vida humana. Não se trata, portanto, de prisma descritivo-constatatório ou nomológico-classificatório. A mobilização do conceito, per se, se põe, de partida, em favor da dissonância e, melhor ainda, do interesse de confronto em relação às formas e tendências do existente. A categoria tensiona, a partir de dentro (vale dizer, de modo imanente), o seu próprio referente, ao evidenciar a ligação entre o processo sociotécnico de fomento da velocidade e processo histórico permanente de destruição material e/ou simbólica da alteridade, de seu grupo ou classe social, de sua urbis, de seu ecossistema e de sua cultura" (TRIVINHO, 2007, p. 45-46).

A dromocracia – que impõe uma mudança na nossa percepção de tempo e de espaço – inaugurou uma nova perspectiva de interação humana que possui uma nova imposição: a percepção da urgência.

> [...] a velocidade, longe de vigorar como simples processo social, epifenômeno de fatores concretos que lhe precedem, impõe-se como eixo de organização e modulação de toda a existência social, cultural, política e econômica. Mais que outrora, a velocidade está implicada na reestruturação inteira da civilização contemporânea.
> A velocidade não é, portanto, um acontecimento. Ela é, pelo contrário, o que caracteriza a própria presentidade: tempo irreversível de imediatez, inexorável em sua natureza e em sua tendência à complexização progressiva. (TRIVINHO, 2007, p. 91).

O ritmo organiza a vida humana desde os primórdios da existência pessoal e da humanidade. Depois da II Guerra Mundial, porém, na perspectiva da História Humana, houve uma aceleração desse ritmo, cuja qualidade adquiriu uma nova caracterização, a da velocidade necessária ao enfrentamento da destruição de localidades que tiveram que ser reconstruídas, de indivíduos que feridos nas batalhas, careciam da superação do sofrimento e restituição da vida rotineira. Esta velocidade instituída nos processos sociais foi ganhando novos elementos, com outras mudanças introduzidas no *modus vivendi* da natural evolução do ser humano e do organismo social. Hoje vivemos na dromocracia cibercultural – um sistema de organização em que a rapidez é fundamental e o cenário da cultura é ampliado pelo ciberespaço tornando a sociedade mais complexa.



> [...] tudo passa ou tende a passar pela rede sígnica em tempo real [...], socialmente estruturada como espécie de sistema mediático-operacional (de guarda, na saída e na entrada) da cultura contemporânea, em sua fase interativa, instituída como dromocracia cibercultural. (TRIVINHO, 2012, p. 25-26).

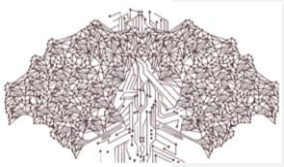
Dromocracia é o governo do tempo da urgência, que sempre imperou em nossas vidas em períodos de exceção e, atualmente, impera no contexto da cibercultura transnacional – que não é transitório. "A cibercultura [...] é, sem dúvida, de todas as fases tecnológicas do capitalismo, a mais dromocrática" (TRIVINHO, 2007, p. 70-71). A dromocracia é a lógica da cibercultura: vivemos na civilização mediática em tempo real, em que o valor comunicacional e a velocidade estão intrinsicamente ligados.

> [...] não é possível abordar os media e redes digitais sem levar em conta sua ligação com a velocidade tecnológica e com o que social e culturalmente lhe diz respeito, também não é possível abordar o fenômeno da dromocracia sem, ao mesmo tempo, considerar a cibercultura, a relação inversa, no caso, sendo igualmente verdadeira. (TRIVINHO, 2007, p. 71).

Foi comunicação em rede, a instantaneidade, a cultura digital (ou seja, fatores da cibercultura) que causaram a aceleração mencionada.

> A consolidação transnacional da velocidade como comunicação em tempo real representa, em si mesma, para além de sua expressão setorial, fragmentária, atrelada ao território geográfico, a vigência do dispositivo sociodromológico como regime estrutural e universal, de caráter sistêmico definido, numa palavra, como dromocracia, em sua tipificação mediática. Nessas condições, o conceito de dromocracia expressa bem aquilo de que se trata: a velocidade técnica e tecnológica equivale a um macrovetor dinâmico exponencial de organização/desorganização e reescalonamento permanente de relações e valores sociais, políticos e culturais na atualidade. (TRIVINHO, 2007, p. 69).

A relação dromocrática sempre esteve em nossas vidas, em cada momento em que há competição, sempre que um indivíduo necessita se sobressair ao outro ou quando um ganha e o outro perde, isso rege a dromocracia, já que quem é mais rápido vence, se sobrepõe aos outros. Neste cenário, contudo, parece inquestionável a presença da violência, o que faz de toda relação dromocrática também uma relação bélica. "Desencadeada no mundo ocidental pela racionalidade técnica e atrelada para sempre ao vetor tecnológico, a violência da velocidade é o combustível *sine qua non* da civilização contemporânea" (TRIVINHO, 2007, p. 94).

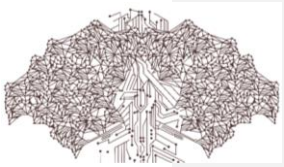


Hoje, trazemos a dromocracia até mesmo para o nosso tempo de lazer, sendo que inicialmente ela não envolvia todos os aspectos de nossa vida cotidiana; foi este seu passo final para adentrar e se enraizar na sociedade como um todo. Aceleramos todos os campos da experiência e tornamos a essência da vida, a lógica da otimização temporal, que tão enfatizada em nosso tempo laboral, também chegou ao nosso tempo livre e de lazer, em que nos sentimos obrigados a otimizar o tempo supostamente "livre", no qual o "fazer nada" por sua vez, precisa também ser otimizado.

> Desde, pelo menos, meados do século passado, o paradigma da velocidade vem apagando totalmente a diferença entre a lógica do mundo do trabalho e a lógica do mundo do lazer. Se, por um lado, a velocidade na esfera do trabalho responde, numa *epistème* alternativa, pelo menos que se entende correntemente por produtividade, escala dromológica do valor medida pela maior produção material em menor tempo possível, por outro, a velocidade na esfera do tempo livre chama-se intensidade, escala dromológica do ludismo medida pelo maior aproveitamento das atividades de lazer no menor período de tempo possível. Nessa perspectiva, o cumprimento de tudo sob concentração disciplinada, agilidade racional e enquadramento em prazos produz a equivalência, em natureza e finalidade, entre os projetos desenvolvidos no âmbito profissional e certos programas televisivos de variedade e jogos eletrônicos. Quando ambos os contextos requerem competência e desempenho dromológicos, a atmosfera sociocultural em que se desenrola a vida se torna uma encenação homogênea e única. (TRIVINHO, 2007, p. 91-92).

Quando trazemos para nosso tempo livre os equipamentos antes utilizados para otimizar o trabalho, ressignificando tais equipamentos, temos consequente aceleração da nossa vida, alterando as suas bases sociais e culturais.

> [...] a maioria dos valores sociais e culturais comparecem, por pressuposto, significativamente transformados, alguns inteiramente irreconhecíveis, conforme se expressam na relação com o tempo e com o espaço, com o urbano e com o social, com as culturas locais e transnacionais, com o corpo, com a identidade e com a alteridade [...]. Ao passo que a história se hiperacelera, a violência da técnica se estiliza e se sutiliza; se a semiose social se digitaliza, o signo se esvazia (um pouco mais) do significado; enquanto o Estado e a política vivem uma bancarrota dromocrática, a vida cotidiana ingressa na fase de militarização informática velada; a cidade, o corpo e o outro desaparecem do campo de visão – isto é, sofrem uma morte simbólica – em prol de suas respectivas versões espectrais, imateriais, áudio-imagéticas, doravante referências centrais do pensamento e da ação; a



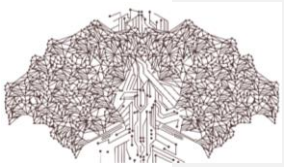
> identidade se livra dos grilhões unitários e se fragmenta, sem contudo trazer a liberdade. (TRIVINHO, 2007, p. 25).

Trazemos assim tal morte simbólica para todos os aspectos do nosso cotidiano mencionados. A locomoção, que a princípio se dava com os próprios pés humanos, já era o tempo da dromocracia, pois era tempo de superação da superfície geográfica, via terra, a partir de uma locomoção física, humana, do corpo, que nada mais faz do que comunicar um ponto geográfico com o outro. Atualmente, com a comunicação em tempo real, nós percorremos esse deslocamento geográfico sem passar com nosso próprio corpo pelo terreno físico, isso desde o telégrafo elétrico, passando pelo telefone, rádio, televisão e chegando hoje às redes interativas através de diversos *devices*. Agora temos ainda a questão de que muita coisa que se transporta na rede não tem um referente "real", há o deslocamento de bens imateriais, simbólicos, muitos com elementos representativos no mundo real, mas muitos sem o mencionado referente concreto, mas de qualquer maneira, pontos geográficos se comunicam por meio destes entes imateriais.

Ao não se percorrer o espaço geográfico fisicamente para vencê-lo, há o anulamento do planeta. Assim sendo, não há mais partida e chegada física, real, de corpo. É um sedentarismo comunicacional nômade. Todo tipo de produção imagética vem até o indivíduo e ocupa os espaços físicos que vivemos.

> O século XX deu um forte impulso na produção exacerbada de imagens exógenas ou externas. Elas estão em todos os lugares, invadiram todos os espaços, ocupam todos os suportes possíveis, com grande insistência e repetitividade. Quando as imagens endógenas extrapolam e ocupam obsessivamente nossos pensamentos, elas nos possuem e nos infernizam a vida psíquica. Quando as imagens exógenas extrapolam e ocupam também obsessivamente os espaços em que vivemos, elas nos coíbem a vida interior, impõem-nos padrões, medidas, atitudes, induzem-nos a ser e a fazer coisas sem termos tempo de tomar as decisões. A imaginação é a atividade de processamento, de avaliação, de reflexão sobre o mundo e sobre nós mesmos; é uma atividade criativa e produtiva que pondera sobre a conveniência ou não dos padrões sugeridos pelas imagens exteriores. (BAITELLO, 2012, p. 95-96).

Assim sendo, a aceleração leva a esse "forte impulso na produção exacerbada de imagens exógenas ou externas" (BAITELLO, 2012, p. 95), que tanto prejudica o desenvolvimento da imaginação. A aceleração também leva à produção de excessos, pois estamos todos, o tempo todo, produzindo objetos simbólicos, aumentando esse imaginário, produzindo um mar de *Big Data* que jamais será consumido. Perdemos muito tempo simplesmente traduzindo o real para o

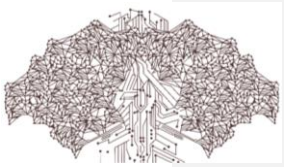


simbólico. "A tutela avançada da aceleração tecnológica em todos os setores sociais acabou, de uma forma ou de outra, se convertendo em drama humano requintado, tão invisível quanto difuso, como a maioria dos fatores do contexto do qual ele se nutre" (TRIVINHO, 2007, p. 224). É como a poluição que temos em nossa cidade física, Paul Virilio (2008) compara a poluição sonora, visual das cidades com essa poluição de signos, o *Big Data* infinito que enfrentamos no simulacro.

Na ótica da exigente agilidade que se tornou uma obsessão, emerge a dromoaptidão (TRIVINHO, 1999) que é nossa capacidade de ser veloz, de ser ágil, de desempenho na menor escala de tempo possível; e, em paralelo, a consequente dromoaptidão cibercultural, que é nossa capacidade de ser veloz no trato com a rede, com os dispositivos e equipamentos digitais e interativos.

A dromoaptidão compreende o esforço tanto intelectual quanto monetário, desde a infância até a velhice. Sendo assim, devemos ponderar sobre a adaptação dos indivíduos que nasceram no advento da cibercultura e estão sob a influência de exigências de uma dromocracia – o governo da velocidade, em especial, as crianças, que estão, cada dia mais distantes, de oportunidades de experiências fundamentais para a construção de subjetividades singulares e sensíveis à valorização da vida.

Dromoaptidão é a incorporação da lógica da velocidade sustentada no contexto social articulado em rede digital e interativa. Atualmente, a dromoaptidão é praticamente uma "segunda língua" para o ser humano hipermediático, por ser uma tendência de mundo imperativa. "[...] a época atual estipula, como valor vital, a *competência dromoapta* (cognitiva e prática) no trato com o equipamento informático e com a rede" (TRIVINHO, 2007, p.103, grifo do autor). Faz-se necessário sermos dromoaptos para não sermos excluídos do sistema, da sociedade hipermediática; para tal, existem determinadas senhas infotécnicas de acesso, "a exigência imperativa aí pressuposta – que, para todos os efeitos, não diz seu nome – implica, propriamente, o domínio de fatores de eficiência e de trânsito, as senhas infotécnicas de acesso à cibercultura" (TRIVINHO, 2007, p.103). São elas: o próprio objeto infotecnológico, o *hardware* (é necessário possuir um *device* capaz de rede para ter acesso); *softwares* compatíveis com o primeiro item correspondente; *status* irrestrito de usuário da rede; o capital cognitivo de relacionamento com o objeto infotecnológico para poder ter tal *status* de sujeito teleinteragente – a dromoaptidão se faz nos contextos glocais; e a capacidade geral, especialmente econômica, de acompanhamento das reciclagens estruturais dos objetos e conhecimentos (já que a reciclagem tecnológica de hoje em dia é extremamente rápida). Dessa forma, segundo Trivinho (2007, p. 97), "[...] ser veloz significa dominar as linguagens da tecnologia de ponta em seus desdobramentos contínuos".

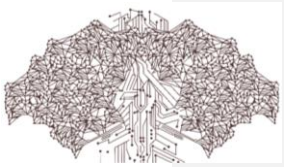


"A violência da velocidade se autojustifica pela transformação compulsória da dromoaptidão em imperativo categórico de época, válido para todos os setores sociais" (TRIVINHO, 2007, p. 97). Não conseguir alcançar tais senhas de acesso, causa, consequentemente, a exclusão violenta do universo hipermediático – "A velocidade é o suave estupro do ser pela técnica alçada a fator apolítico aparentemente inofensivo" (TRIVINHO, 2007, p. 98) – e traz uma busca incessante de cada indivíduo por tais senhas em atualização tão acelerada que torna tal busca impossível e inútil, ao mesmo tempo em que ela é, contraditoriamente, condição indispensável para sobrevivência na civilização mediática avançada. "A questão, com efeito, é, antes: ser veloz ou não ser" (TRIVINHO, 2007, p. 97). Tal busca seria o gerenciamento infotécnico da existência (TRIVINHO, 1999). A cibercultura acaba caminhando para a defasagem generalizada, não só do *hardware*, do *software*, mas também da capacidade cognitiva, da inteligência humana.

> As linguagens predominantes da cibercultura se nutrem da perfeição (na era da descoberta do caos e da incerteza): vende a completude técnica como valor (em tempos de fragmentação absoluta). Tais linguagens encerram um rígido sentido de existência individualística: convida à atomização (no contexto das redes de interconexão global), no conforto da posse. Em palavras precisas, *é necessário possuir e saber operar um exemplar completamente atualizado, no e a partir do espaço doméstico*, há anos transformado em horizonte operacional de sustentação *ad infinitum* das indústrias do ramo. Por inferência, não basta, igualmente, ter acesso ao *cyberspace* partindo de outras bases que não o domo ou de local que lhe faça às vezes, como o escritório próprio. De par com a infraestrutura de dados pessoais, a base de acesso deve comungar da acepção literal do que outrora melhor se estendia com o termo "propriedade". E, mais ainda, é necessário apresentar previamente o potencial de acompanhamento das reciclagens tecnológicas estruturais. É pesado fardo, em todos os sentidos. (TRIVINHO, 2007, p. 104, grifo do autor).

No cenário da vida em dimensão cibercultural precisamos não só nos reciclar, mas nos antecipar às novas tendências, para podermos acompanhar a aceleração e nos integrarmos às voláteis paisagens socioculturais que se substituem rapidamente. O significado da dromoaptidão "compreende não somente a manutenção das taxas de velocidade conquistadas, mas também a permanente otimização destas" (TRIVINHO, 2007, p. 97).

> *Dromoaptidão propriamente cibercultural:* esse é o fator cobrado pelo regime dromocrático sustentado na informatização e virtualização da vida social. Basicamente, o gerenciamento infotécnico da existência se restringe, amiúde, ao gerenciamento dessa dromoaptidão específica;



> vice-versa, este último responde, no contexto da cibercultura, pela inteireza daquele processo. (TRIVINHO, 2007, p. 103, grifo do autor).

A dromoaptidão cibercultural não é senão aquilo que possibilita o fazer-se visível ao outro, e assim, possibilita o ser e estar no mundo. O indivíduo dromoapto estará consequentemente, incluído do mundo. A dromoaptidão, na articulação com o glocal e com a visibilidade mediática, alimenta todo o processo civilizatório atual fundado em meios digitais interativos e nos meios de massa. Isso significa que o "ser veloz" em tempo instantâneo para agir no mundo, que é a dromoaptidão, é uma competência culturalmente desejável ou conservadora.

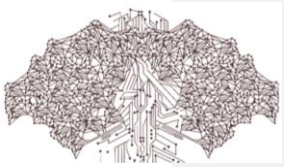
> O sujeito que, por voluntarismo político ou moralismo involuntário, encontra, normalmente, no conservadorismo subjetivo e/ou comportamental em eixo prioritário de afirmação da identidade do si próprio encontra também, fatalmente, na adesão às regras consuetudinárias da velocidade uma via suplementar de reforço a essa identidade. *Tout court*, o dromoapto é, queira ou não, do ponto de vista da relação com o primado social da velocidade e com os vetores da cibercultura, um conservador, a exemplo da característica hodierna do adepto da interatividade como modelo tecnológico de relação com a alteridade [...]. Ser veloz é, inexoravelmente, assumir o ritmo social ditado não somente pela lógica da máquina em sua versão mais sofisticada, mas também, por extensão, pelo universo cibercultural como um todo. Em outras palavras, introjetar – não importa por qual motivação – a velocidade como valor significa incorporar a estrutura e a dinâmica sociotécnicas nela fincadas, na perspectiva agravante de um referendo natural ao resultado dessa incorporação. (TRIVINHO, 2007, p. 105-106).

Em tal cenário, constata-se, obviamente, a vantagem do sujeito dromoapto:

> Registre-se, aliás, *en passant*, que, na era da dromocracia cibercultural, costuma vencer, em geral, o sujeito com tal perfil, quem cuja subjetividade e cujo corpo já não questionam se devem ou não deixar-se embalar pelo *frenesi* digital. Triunfa – ou, ao menos, tem possibilidades maiores disso – quem segue (vale dizer, a violência, sem vê-la), expressão limite de um conservadorismo absoluto, absurdamente assimilado à imagem da própria felicidade. (TRIVINHO, 2007, p. 106-107).

Cria-se assim uma nova pirâmide hierárquica que floresceu no âmbito e desenvolvimento da era cibercultural:

> [...] a dromocracia cibercultural distribui, para um lado, os depositários da nova elitização da técnica, a *elite cibercultural*, o conjunto minimalista daqueles a quem a história atribui os privilégios do



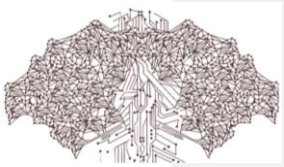
> momento; e, para outro lado, a miríade de novos pobres, os (tornados) dromoinaptos, massas de segregados sobre cujos ombros a mesma história projeta os dissabores da mais tenra forma de mazela, *a miséria informática*, a falta de domínio (especializado ou não) do capital cognitivo necessário à inclusão na cibercultura. (TRIVINHO, 2007, p. 108, grifo do autor).

A elite cibercultural dromoapta opera quase inteiramente em filão virtual do tempo real e já nem toca o solo próprio das zonas urbanas cuja parte inferior é povoada por um proletariado, camada social dromoinapta, que são seres que vivem a miséria informática socialmente produzida e se distribuem pelo território geográfico que ainda se serve dos pés como vetor de deslocamento.

> A vigência social do *gerenciamento da dromoaptidão cibercultural* demonstra por si só o quanto a velocidade contextualizou, de forma renovada, a questão do poder e da riqueza. Na cibercultura, poder é manter estável ou ascendente a dromoaptidão, sob o pressuposto de que todo e qualquer desempenho (sempre produtivo) é sinônimo de conquista, de sucesso. Riqueza é dominar os elementos e novos códigos de base desse tipo de poder dromocrático; em suma, é possuir não tanto recursos materiais em seu modelo "pregresso" (terras, gado, meios de produção, imóveis, etc.), mas, antes, fatores simbólicos e concretos próprios de uma cultura técnica credenciada.
> O domínio cognitivo e pragmático (tanto mais privado e lento quanto possível) das linguagens informáticas confere ou garante (ainda que em tese) uma sequência de travessias conjugadas: acesso ao mercado de trabalho, acesso ao rendimento mensal e à sobrevivência relativamente satisfatórios, acesso à rede como universo livre de informações, acesso às novas modalidades de lazer eletrônico, acesso, enfim, ao direito de sincronização tecnológica com o presente. A ausência do mencionado domínio determina, por seu turno, uma exclusão escalonada, que se estende, como acima, da esfera produtiva ao direito de sintonia com a época, sobrevivência inclusa. (TRIVINHO, 2007, p. 104-105, grifo do autor).

Dessa forma, surge a "classe social" dos dromoinaptos.

> Um contexto assim articulado passa a ser perverso em relação a quem não se adapta (ou se nega a adaptar-se) à nova ordem – o dromoinapto. Sobre ele recai então o peso de um novo preconceito, por referencialização no desempenho veloz socialmente aceitável como paradigma da normalidade. *É sob a cláusula da dromoinaptidão que gravitam e se legitimam os traços de uma nova forma tecnológica de estigmatização da alteridade*. (TRIVINHO, 2007, p.107, grifo do autor)



Este panorama estimula refletir sobre limites impostos e realidades vividas em que se exigem do ser humano certas capacidades que estão colocando em dúvida os cuidados com o bem estar e o desenvolvimento humano saudável.

O presente artigo pretende discutir as relações afetivas na atualidade, permeadas pela insígnia da velocidade e que interpõe uma característica descartável aos relacionamentos e à afetividade humana. Pretende apresentar também, reflexões acerca do desenvolvimento das competências de estabelecer vínculos e ter empatia, que são fatores fundamentais para o desenvolvimento humano e a construção das identidades, que se iniciam com a educação de crianças. O artigo convida a pensar sobre a criatividade humana e a construção do mundo, sobre a capacidade de ser espontâneo e de gozar de saúde mental para que o ambiente da vida seja um lugar construtivo e saudável para as próximas gerações – ágil e produtivo, porém ao mesmo tempo, afetivo e gerador de consciência solidária.

Desenvolvimento Humano e Afetividade, e as Redes da Atualidade

O século XXI mostra-nos um cenário diferente de épocas anteriores também quando contemplamos as relações afetivas. Embora as facilidades da comunicação tenham introduzido com o advento da *internet*, uma conexão imediata com qualquer lugar e as pessoas do planeta, mediante equipamentos tecnológicos disponíveis, não temos garantia de que as mensagens transmitidas e recebidas sejam satisfatórias do ponto de vista das trocas afetivas. Os recursos materiais mudaram radicalmente as possibilidades de relacionamento, mas a qualidade da relação afetiva pode não ter evoluído na mesma direção. Ao contrário, a *internet* introduziu um paradoxo, conectou uma enorme quantidade de pessoas na face da Terra mas isolou muitos indivíduos em função do poder material e cognitivo para o acesso a ela.

Nos grandes centros urbanos, a velocidade dos processos cotidianos está mais acirrada e as pessoas estão mais ocupadas a maior parte do tempo. O trabalho absorveu grande parte do tempo, o lazer têm se tornado escasso e o entretenimento de qualidade se mostra submisso a uma indústria cultural cada dia mais insensível a objetivos contrários ao consumo. Sendo assim, consumimos produtos sem crítica, para nos mantermos ocupados também com o lazer.

As redes sociais digitais produzem fascínio e encantamento, proporcionando a atemporalidade dos relacionamentos e a multiplicação das identidades, chegando a uma analogia com o transtorno dissociativo, mais conhecido popularmente como múltiplas personalidades. O que difere é que as pessoas que utilizam do “Fake” têm conhecimento dessas falsas identidades,

pois são frutos de uma suposta criatividade, na medida em que proporcionam relações baseadas nessa falsificação. Outro fator importante presente nesta realidade é a busca pela visibilidade ou aceitação, que permeia a formação identitária, ainda que tenha a incerteza como referencial e parâmetro. Neste âmbito, as redes sociais virtuais concorrem como instrumento estimulador e influenciador de personalidade, reduzindo ou dividindo espaços e influências com as velhas instituições como família, escola, religião. Porém a virtualização é bem mais dinâmica e seu alcance é bem maior que as tradicionais instituições (AZEVEDO, 2016).

Viver conectado nas redes sociais digitais por sua vez, propaga uma espécie de entretenimento rotineiro de uma construção coletiva que gera um hábito obstinado de consulta a novidades diárias.

> A "inteligência coletiva" alimenta uma relação de dependência do ser humano ao ciberespaço, que cada vez mais se mostra condicionado a manter um relacionamento compulsivo com o meio digital e, nesta prática, vemos revelado um comportamento cada vez mais mecânico ou menos afetivo [...]. (SAKAMOTO; SOUZA, 2012, p. 303).

Na realidade alienante do cotidiano, as trocas afetivas tornaram-se superficiais. Inclusive a velocidade que se impõe ao comportamento laboral e cultural modifica o teor do encontro social. Não dispendemos mais tempo ao que de fato importa nos relacionamentos, porque o que tem sido valorizado efetivamente são os contatos e as novas conexões e não propriamente as experiências humanas. As amizades reduziram-se a coleguismos e os motivos emocionais de convivência humana estão se restringindo em geral, a assuntos intelectuais.

Neste horizonte de existência, a criatividade que representa no cotidiano a capacidade de reinventar genuinamente a vida sob o prisma singular pessoal, não encontra muitas oportunidades e a experiência de viver fica deslocada para o plano da superficialidade e expõe fragilidades existenciais a uma impotente tentativa de mudança. O afeto ficou banalizado, reduzido à mecânica do abraço e da prática do sexo casual. E, embora encontremos inúmeras vezes o apelo da responsabilidade social imputado às iniciativas progressivas de indivíduos e grupos, o sentido de vida voltada à qualidade do viver e ao bem estar das pessoas, têm se mantido bastante em plano teórico e técnico.

Neste horizonte, em que a sociedade interage em alta velocidade em todas as suas áreas, é oportuno lançar um olhar sobre a importância do impacto positivo que a cibercultura pode ter sobre a troca social e como ela pode estimular o fortalecimento de laços afetivos. Se a palavra de ordem nas relações hoje é "fazer" ou "agir" então, que haja um necessário resgate ao

estabelecimento de vínculos significativos que representem relacionamentos afetivos que são modelos exemplares do viver humano para a construção das individualidades e dos grupos, saudáveis física e psiquicamente.

O estudo das relações afetivas potencializadas pelo ciberespaço pode ser uma alternativa segura para redes de proteção contra situações de vulnerabilidade humanas. Podemos considerar que a dromocracia pode se colocar a serviço de projetos sociais e iniciativas que ofereçam atenção para a o trabalho de prevenção de problemas humanos, como por exemplo, para impedir o suicídio de jovens, para assistir famílias carentes frente a necessidades de proteção ao desenvolvimento adequado de crianças, para oferecer atenção à saúde a indivíduos deficientes etc.

"A pressa, inimiga da perfeição" parece estar dificultando a valorização de aspectos da vida humana e dificultando o desenvolvimento de valores humanos, o que poderá à médio prazo, introduzir mudanças sociais de grande impacto, negativo, uma vez que o ritmo desumano das relações interpessoais e a exclusão de aspectos importantes do bem estar poderão gerar na experiência da educação de crianças, uma redução de valores éticos e fundantes do existir humano.

É urgente, que possamos refletir sobre a necessidade de abrir espaço e destinar tempo, ao resgate do respeito à natureza afetiva da convivência humana que é a base do desenvolvimento da criatividade e, que, por sua vez, dá suporte a todas as outras capacidades construídas pelo indivíduo. Cada ser humano precisa ter consciência de suas potencialidades e fragilidades para constituir um plano de vida e ter a garantia de uma inclusão social genuína, que endosse o sentido de viver. Ainda que sob a exigência de um ritmo vital de velocidade e sujeita a adequação de uma inclusão digital, o direito ao usufruto do tempo pessoal necessita ser resguardado.

Educação, Criatividade e o Futuro – breves conclusões

Quantas horas por dia uma criança passa tendo como melhor companhia um *smartphone* ou um *tablet*? Atualmente, as crianças estão se afastando cada vez mais das brincadeiras tradicionais e se ocupando das atividades virtuais, algumas muito jovens inclusive, com perfis fictícios participam do *facebook* e aquelas que possuem acesso à *internet* assistem ao *Youtube* com a mesma postura de quem assistia televisão, nas duas décadas atrás.

A ampla pesquisa entre novembro de 2015 e junho de 2016, com 3068 crianças e jovens, e seus responsáveis, desenvolvida pelo Comitê Gestor da Internet – CGI – sobre os hábitos de acesso à internet por indivíduos entre 9 e 17 anos, revelou que 84% dos usuários moradores de

áreas urbanas no Brasil, acessam diariamente a rede e, do total de usuários, 70% acredita saber mais sobre *internet* do que seus pais (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2016).

A infância está sendo acelerada com o uso de tecnologias digitais e as crianças com acesso à *internet* têm seu raciocínio intensamente estimulado. Os bebês, também estão incluídos neste grupo, quando abordamos a situação de exposição aos meios digitais. É interessante considerar inclusive, que afinal das contas, os adultos ao estarem envoltos por esta "bruma digital", têm dificuldade de perceber a real situação em que as crianças estão expostas.

Ainda não existem dados científicos conclusivos comprovando os efeitos prejudiciais da exposição digital sobre a primeira infância. Mas já existem estudos mais aprofundados a respeito da influência da *internet* sobre um público escolar.

Há muitos aspectos que discutir sobre o interesse de pais e educadores nesta questão, mas sabemos que o mercado de tecnologia é um negócio altamente rentável que não para de crescer, em todo o mundo, só no Brasil são 168 milhões de *smartphones* vendidos até maio de 2016 e a projeção é de 236 milhões até 2018, segundo a 27ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), divulgada em 14 de abril daquele ano (FOLHA DE SÃO PAULO, 2016). A poderosa indústria de aparelhos digitais logicamente deseja explorar cada vez mais os mercados das gerações mais novas, para expandir seu mercado que alimentará a dependência de "chupetas" digitais que passam a compor o cenário de produtos de tecnologias no futuro (PROETTI, 2017).

Segundo o *Center on Media* e *Child Health* de Boston, um importante centro de estudos sobre Mídia e Infância, em suas matérias sobre o uso de dispositivos eletrônicos por crianças e adolescentes, encontramos um importante debate sobre os danos psicológicos ao desenvolvimento infantil e de jovens – os artigos publicados afirmam que os prejuízos ao desenvolvimento humano decorrem da exposição precoce e excessiva (mais de 5 horas por dia) a que este público está exposto (ROBERTS, 2018; SPECKTOR, 2018). É preciso dirigir o olhar para essa situação de desenvolvimento que atinge esta geração, cujos hábitos estão associados a decisões que dependem exclusivamente de adultos. Pais, educadores, membros do terceiro setor, formadores de opinião, têm a responsabilidade de evitar essa epidemia de crianças abandonadas no universo digital.

É interessante lembrar que o desenvolvimento adequado das crianças e jovens depende de um ambiente de estimulação que ofereça suporte emocional, cognitivo e social de acordo com as características de cada período etário. O ambiente digital, em função de suas peculiaridades, requer dos usuários, uma estrutura cognitiva e emocional para o entendimento de seu conteúdo, que nem sempre está presente no público infantil e pré-adolescente, ou mesmo em jovens durante

a adolescência. A capacidade de abstração tão necessária para compreender as relações lógicas dedutivas e a realidade digital, é um recurso intelectual adquirido na juventude a partir da adolescência, com o desenvolvimento dos processos cognitivos que caracteriza este período evolutivo com grande poder criativo (SAKAMOTO, 2005).

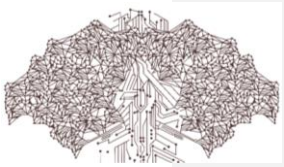
A criatividade é uma capacidade que se desenvolve ao longo da vida e que tem raízes na primeira infância. Na medida em que um bebê ou criança pequena manipula aparelhos tecnológicos sem o devido entendimento das funções digitais e está exposto a conteúdos que não assimila cognitivamente, isto representa risco à saúde mental e, portanto, possíveis danos ao invés de ganhos ao seu desenvolvimento integral e consequentemente, graves perdas para a qualidade de vida futura.

Para Winnicott (1975) o ambiente adequado para o desenvolvimento emocional é fundamental para assegurar a saúde mental e as raízes da criatividade. A criança necessita sentir-se segura e protegida no seu cotidiano para empreender o seu pleno desenvolvimento. A exposição demasiada a agentes que estão em desacordo com suas faculdades mentais e que representam ameaça ao equilíbrio emocional, como é o caso do acesso inadequado à internet – de maneira precoce ou excessiva – são fatores de risco ao desenvolvimento humano e constituição da saúde física e mental.

Na medida em que o potencial criativo não é preservado na infância, o futuro da humanidade estará sendo comprometido em seu conjunto. A criatividade é a responsável pelo avanço das soluções encontradas para responder lacunas e problemas humanos ou para atender as necessidades da vida humana; é o elemento especial no espectro do desenvolvimento individual porque todas as aquisições pessoais são dela derivadas.

É urgente analisarmos as características do modo de viver do ser humano na atualidade, valorizando os benefícios oferecidos pela tecnologia que tanto nos facilitam o dia a dia e, ponderamos sobre os prejuízos do uso indevido dos recursos de informação e comunicação, que temos à disposição. É necessário observarmos o horizonte deste cenário por inteiro, analisarmos a perspectiva individual (e etária) e dos grupos – olhar para as causas da exclusão digital, examinar a interação no ciberespaço especialmente das crianças e jovens, evitar a estimulação de distúrbios compulsivos decorrentes das interações com a *internet* e seus derivados, para citar algumas das situações relevantes.

Nunca antes na História estivemos tão conscientes de nossas próprias escolhas, ao mesmo tempo em que a velocidade do processo de viver nos ofusca a percepção e reflexão, uma vez que para **re**-fletir é necessário repetir o processo e fazer uso demorado do tempo.



A ideia imediata que decorre das reflexões aqui apresentadas – é importante destacar – não é de pessimismo ante o horizonte da vida hoje e de tantas conquistas humanas. Pelo contrário, o propósito de nosso ponto de vista, é a valorização dos progressos da humanidade ao lado da importância de preservarmos a saúde e a criatividade, para cuidarmos do futuro das crianças e jovens e de toda família humana. A cibercultura – obra de nossa inteligência e sociabilidade – abre possibilidades de enriquecimentos extremamente especiais embora inclua também riscos e prejuízos. Precisamos prescrutar não apenas as mudanças do cenário da existência atual mas as novas mudanças que escolheremos fazer ante a realidade, que apresenta tantos paradoxos entre a diversidade de problemas e a criatividade para transformá-los. Uma das mais importantes decisões hoje, tomadas por dirigentes e líderes sociais, devem ser a escolha da direção do cuidado e proteção do ser e da vida humana, acima de interesses momentâneos e alienantes que o cotidiano reverbera atualmente.

Referências bibliográficas

ANTUNES, Janaína Quintas. **Comunicação e cultura *Nobrow***: a internacionalização do inclassificável pelo ciberespaço. São Paulo: Biblioteca da PUC-SP, 2017.

AZEVEDO J.C Dependência Digital. Rio de Janeiro: Campos de Goytacazes, 2016.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET.BR. **Mais de 6 milhões de crianças estão desconectadas no país.** 10 de outubro de 2016. Disponível em: < https://cgi.br/noticia/releases/cerca-de-6-milhoes-de-criancas-estao-desconectadas-no-pais/ >. Acesso em: 26 jan. 2017.

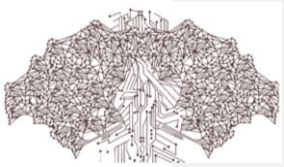
FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **O espaço líquido**. In: TRIVINHO, Eugênio; CAZELOTO, Edilson (Orgs.). A cibercultura e seu espelho: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber, 2009.

FOLHA DE SÃO PAULO. Número de smartphones em uso no Brasil chega a 168 milhões, diz estudo. 15 abril de 2016. Disponível em: < http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1761310-numero-de-smartphones-em-uso-no-brasil-chega-a-168-milhoes-diz-estudo.shtml>. Acesso em: 27 jan. 2018.

PROETTI, Renata. A Chupeta Digital. Uma reflexão sobre a internet. 21/08/2017. Disponível em: < http://www.essemundodigital.com.br/news/a-chupeta-digital-uma-reflexao-sobre-a-internet/ >. Acesso em: 10 dez. 2017.

SAKAMOTO, Cleusa Kazue; SOUZA, Caio Fernandes. Internet e subjetividade – um debate preliminar. **Boletim da Academia Paulista de Psicologia**, v. 32, n. 83, 2012, 294-312.

SAKAMOTO, Cleusa Sakamoto. Aladim de As Mil e Uma Noites – uma discussão sobre a criatividade na adolescência. In: I. SIMPOSIO INTERNACIONAL DO ADOLESCENTE, 2005, São Paulo. Disponível em: < http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC0000000082005000200071&lng=en&nrm=iso&tlng=pt >. Acesso em: 26 jan. 2018.



SPECKTOR, Brandon. Are iPhones bad for kids? Two Investors are urging Apple to investigate. In: RICH, Michael. Center on Media and Child Health. 08 janeiro de 2018. Disponível em: < http://cmch.tv/press/are-iphones-bad-for-kids-two-investors-are-urging-apple-to-investigate/>. Acesso em: 26 jan. 2018.

ROBERTS, Catherine. Kids Glued to Smartphones, Video Games Could Signal Addiction. In: Center on Media and Child Health. 17 janeiro de 2018. Disponível em: < https://www.consumerreports.org/gaming/kids-glued-to-smartphones-video-games-could-signal-addiction/> Acesso em: 26 jan. 2018.

TRIVINHO, Eugênio. **Cyberspace**: crítica da nova comunicação. São Paulo: Biblioteca da ECA/USP, 1999.

_____. **A dromocracia cibercultural**: lógica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **Glocal:** visibilidade mediática, imaginário bunker e existência em tempo real. São Paulo: Annablume, 2012.

VIRILIO, Paul. **Speed and politics**: an essay on dromology. New York: Semiotext(e), 1986.

WINNICOTT, Donald Woods. **Brincar e a Realidade.** Tradução de Jayme Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1975.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

EMPODERAMENTO DIGITAL DE JOVENS POBRES E NEGROS: NOVOS OLHARES A PARTIR DA TEORIA DA ASSIMILAÇÃO SEGMENTADA[1]

Silvia Carvalho da Conceição[2]; Alan César Belo Angeluci[3]; Joseph Straubhaar[4]

Resumo:

O presente trabalho apresenta um estudo sobre as relações entre o empoderamento de jovens pobres e negros e a apropriação digital de mídias e informação. A partir de uma releitura de estudos sobre a teoria da assimilação segmentada e dos conceitos de literacias de mídia e informação, foram analisados um conjunto de entrevistas semiestruturadas realizadas com jovens de Praia Grande/SP. Nesta reflexão, explora-se as possibilidades da perspectiva da Assimilação Segmentada Digital Jovem.

Palavras-chave: Literacias de Mídia e Informação; Assimilação Segmentada; Jovens; Empoderamento digital; Cultura digital.

Introdução

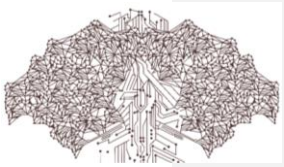
Homens jovens, pobres e negros são as principais vítimas de violência no Brasil. Moradores das periferias das cidades brasileiras, esse perfil populacional representa 92% dos homicídios no país em que a cada 100 pessoas assassinadas, 71 são negras (CERQUEIRA, 2017). Dados como esses reforçam a tese de que populações desintegradas da sociedade e excluídas de acesso à educação, saúde e cultura tendem a estar mais expostas a processos de vulnerabilidade social. A desigualdade social brasileira revela-se como um importante entrave ao processo de integração de populações vulneráveis, mantendo o padrão da já histórica exclusão dos jovens pobres e

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa *Smart Media & Users* (USCS). E-mail: silvia_carvalhos@hotmail.com.

3 . Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e em Educação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). É Doutor em Ciências (USP), com período sanduíche na *University of Brighton*. Pós-doutorado pela ECA-USP e *University of Texas at Austin*. Líder do Grupo de Pesquisa *Smart Media & Users* (USCS). E-mail: aangeluci@uscs.edu.br.

4 . Professor *"Amon G. Carter Centennial"* do *Moody College of Communications, University of Texas at Austin*. Membro do Grupo de Pesquisa *Smart Media & Users* (USCS). E-mail: jdstraubhaar@mail.utexas.edu.

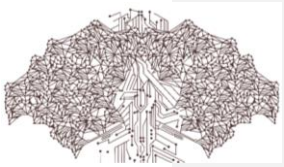


negros. Entende-se como um indivíduo integrado à sociedade aquele que lhe é dada a oportunidade de acesso aos bens sociais, propiciando um sentimento de pertencimento que pode conduzir à adoção de padrões culturais e estatutos socioeconômicos comparáveis a outros membros da sociedade.

A perpetuação da desintegração e exclusão de jovens pobres e negros tem sido revisitada por diversos estudiosos do campo da comunicação digital, uma vez que o acesso e uso de mídias digitais têm criado potenciais oportunidades de inserção de populações vulneráveis. A sociedade contemporânea tem se estruturado na lógica da conectividade e mobilidade das redes e do trabalho colaborativo e virtual, abrindo caminhos para o desenvolvimento de novas fronteiras, sobretudo no mercado de trabalho e na educação. Para além de um olhar positivista sobre o potencial das novas mídias e seus impactos, fortemente presente na literatura sobre inclusão digital entre o final dos anos 90 e início dos 2000, o desenvolvimento de novas habilidades e competências advindas da apropriação da Internet e do suporte digital tem se revelado um importante componente para acesso aos padrões culturais e estatutos socioeconômicos por populações tradicionalmente desintegradas.

Neste estudo, busca-se investigar em quais setores da vida de jovens pobres e negros a apropriação digital de mídias e informação tem gerado maior empoderamento. A partir dos estudos sobre a teoria da assimilação segmentada (CIMENT e RADZILOWSKI, 2015; LOMBANA BERMUDEZ, 2015) e da aplicação do conceito de literacias de mídia e informação (KOLTAY, 2011; CARLSSON, 2015; PASSARELLI e DE MELO VETRITTI, 2016), analisa-se um conjunto de entrevistas semiestruturadas realizadas com jovens pobres e negros moradores da periferia da cidade de Praia Grande, no litoral do Estado de São Paulo, Brasil. Nesta reflexão, explora-se a perspectiva da Assimilação Segmentada Digital Jovem (*Youth Segmented Digital Assimilation*), uma releitura das teorias da assimilação segmentada e do conceito de literacias de mídia e informação que, associadas e apropriadas ao contexto brasileiro e latino-americano, busca discutir a inclusão de jovens a partir de mídias digitais. Esta reflexão tem sido formulada e discutida nos últimos anos no âmbito do grupo de pesquisa *Smart Media & Users*, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS).

Tradicionalmente, os estudos que versam no campo da teoria da assimilação segmentada tratam de populações imigrantes que tendem a ser as menos integradas e mais excluídas em certos contextos sociais. Nos Estados Unidos, país onde estudos que aplicam essa teoria são mais

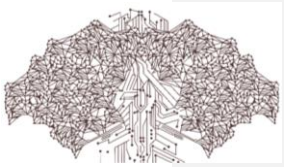


presentes em razão das grandes ondas migratórias mexicanas e orientais, a crença de que a língua e a cultura de origem dos imigrantes eram a principal barreira de integração e inclusão foi combatida por diversos estudos, como os de Alejandro Portes e Min Zhou, propondo um olhar mais caleidoscópico sob o complexo processo de adaptação cultural daquelas populações (CIMENT e RADZILOWSKI, 2015). Estudos contemporâneos sobre a teoria da assimilação têm ampliado seu escopo de reflexão e observado os fenômenos para além da questão dos imigrantes. Para Lombana Bermudez (2015, p. 9), a ideia de assimilação é "um processo multidimensional intrinsicamente relacionado à inclusão social e envolve questões sobre participação, acesso a estruturas de oportunidade e mobilidade socioeconômica" (tradução nossa). A conceituação de Lombana Bermudez serve como ponto de partida para a reflexão presente nesse trabalho.

A ideia de uma Assimilação Segmentada Digital Jovem busca relacionar uma concepção mais contemporânea da teria da assimilação segmentada a uma perspectiva específica sobre jovens produzindo e consumindo mídia e informação em um contexto social mais brasileiro e latino-americano, em que a exclusão secular de descendentes de escravos ou índios relacionam-se com a posição desses indivíduos como mais presentes nos indicadores de desigualdade social. Preocupa-se, portanto, em compreender como um novo cenário de mídia e informação digital pode estar ou não promovendo oportunidades de inclusão social e empoderamento de jovens que normalmente encontram-se à margem e em desvantagem social. Desta forma, ancora-se também no que a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura (UNESCO) define como literacias de mídia e informação: um conjunto de competências, conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para a vida e trabalho de hoje em dia, considerando todas as formas de mídia e fontes de informação, independentemente das tecnologias usadas[5].

Entender a inclusão social de jovens é uma tarefa urgente. Canclini (2013) relata em seus estudos que as novas gerações, mais afetadas pelas crises de desemprego, são também as mais impactadas pelas mudanças da era e os primeiros a reconhecerem a obsolescência dos modelos de prática e desenvolvimento culturais. Jenkins (2009) alerta para uma nova cultura participativa em que jovens tem reivindicado seu direito de participação. Para o autor, literacias digitais emergem de práticas de escrita e reescrita de suas histórias baseadas nos códigos que são próprios da idade e de seu contexto socioeconômico e cultural. Dentre essas práticas, destaca Boyd (2014),

[5] Disponível em: http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/. Acesso em 10 out 2017.



revela-se a construção de uma identidade de grupo a partir do compartilhamento de interesses em tecnologias conectadas e móveis síncronas e assíncronas, sobretudo via redes sociais.

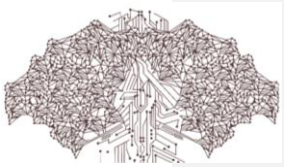
Um conjunto de relatos extraídos de jovens pobres e negros moradores da periferia da cidade de Praia Grande, no litoral do Estado de São Paulo, Brasil, revelou percepções sobre a apropriação digital de mídias e informação, relacionadas, sobretudo, ao empoderamento via acesso a meios de educação e de empreendedorismo por redes sociais e que encontram eco na literatura. Atualmente, a cidade de Praia Grande, localizada no Litoral Sul do Estado de São Paulo, compreende cerca de 64 mil moradores jovens de acordo com o Mapa da Juventude de 2013[6]. Cerca de 67% dessa população não está nos bancos escolares. Para o recorte deste trabalho, foram selecionadas três entrevistas de um total de dez realizadas.

A teoria da Assimilação

A Teoria da Assimilação Padrão surgiu no início da década de 20, com os fundadores da Escola de Chicago de Sociologia Park e Burgess que, entre outros estudos, investigavam a imigração europeia nos Estados Unidos da América (EUA) (WATERS et al., 2010). Este paradigma permite estudar as próximas gerações excluídas e também para relatar como eles têm ou não uma mobilidade social progressiva na educação e no mercado de trabalho. O processo padrão explora o efeito da aculturação entre os jovens imigrantes. Na perspectiva da assimilação segmentada digital jovem, entende-se esse processo de mobilidade social a partir da perspectiva do empoderamento promovido pelo uso das mídias digitais, sendo as redes sociais um dos principais lócus, tanto no momento de absorção da informação quanto na produção desta.

Para a teoria original da assimilação, o processo de assimilação ocorre quando indivíduos de diferentes etnias e raças se adaptam e negociam no novo ambiente em que estão inseridos. A pragmática vive em constante processo de evolução; diversos teóricos como Alba e Nee (2003) Portes e Zhou (1993), Xie e Greenman (2011), Kivisto (2017) estudam o paradigma para descrever o processo de inclusão dos imigrantes estrangeiros dentro dos Estados Unidos da América. Outros autores que também estudam a Teoria da Assimilação Segmentada foram Takenoshita et al. (2013) com a população com os filhos de brasileiros que moram no Japão, partindo de uma teoria descendentes.

[6] Disponível em: http://juventudepg.blogspot.com.br/. Acesso em 10 out 2017.



Em uma sociedade tão pluralista como a brasileira, a miscigenação se torna um elemento marcante e detonador da exclusão iniciado no processo de colonização, quando os portugueses e outros europeus adentram no país e depois quando os negros são trazidos da África para serem escravos. Desde então, a exclusão de negros se tornou histórica e crônica. Diversas pesquisas retratam a exclusão do jovens pobres e negros no país, submetidos, consequentemente, às vulnerabilidades sociais. Dados do Atlas da Violência (2017) mostram que em 2015 ocorreu o homicídio de 31.264 jovens entre 15 e 29 anos, no entanto, uma redução de 3,3 % do que em relação a 2014. Quando se trata apenas da população jovem masculina esse índice aumenta para 92% de homicídios acometidos aos homens.

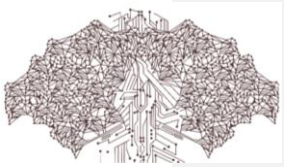
Literacia e o contemporâneo digital

A Declaração Universal dos Direitos Humanos em seu artigo 19 expressa que:

> "Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por qualquer meio de expressão."

Para que o homem contemporâneo possa expressar seus pensamentos e opiniões. Faz necessária a literacia que é a habilidade e competência que um indivíduo possui. O próprio artigo refere que a liberdade opinião e expressão é um bem comum e para receber ou difundir, ambos pensamentos é necessário que o homem tem o mínimo de letramento escolar. Os mais pobres sofrem com a injustiça social, a falta de educação, discriminação racial e econômica, com o desemprego, falta de acesso saúde e de acesso a informação e ao conhecimento. Essa população excluída não tem tanto acesso ao básico, por isso, as novas mídias têm um papel fundamental no empoderamento principalmente dos jovens que utilizam os celulares para se entrarem em contato com o mundo. O uso e apropriação de aparelhos móveis tem crescido nos últimos anos no Brasil entre as populações de menor poder aquisitivo – e com acesso a celulares cada vez mais modernos.

Boyd (2014) relata que os jovens tendem a entram em contato com outros jovens sobretudo por meio das redes sociais. Muitos deles conversam com jovens de outros países que falam a mesma língua que eles, e trocam informações relativas à sua idade. Os jovens pobres e negros observados neste trabalho estudam em escolas públicas, e muitos não tem acesso à



educação por completo. Com isso, as redes sociais têm um enorme potencial para quem tem acesso a essas ferramentas. Elas podem capacitar pessoas para o desenvolvimento pessoal e também como cidadão para lutar pelos seus direitos políticos e sociais (CARLLSON, 2015).

Com o avanço das tecnologias móveis, cada vez mais o usuário pode ser um editor, redator e escritor de sua rede social ou de páginas na Internet; uma tribo pode escrever um livro, uma história em conjunto através da cultura participativa (JENKINS, 2009) e com isso muitos usuários acabam melhorando sua escrita, pois de forma colaborativa um ajuda o outro (LEVY, 1999; CARLLSON, 2015). Na rede os usuários também podem apreender algo novo constantemente, pois a Internet oferece uma gama de cursos gratuitos. Surgem, então, os *blogueiros*[7] e youtubers[8] que ensino desde maquiagem a como editar um vídeo para o usuário.

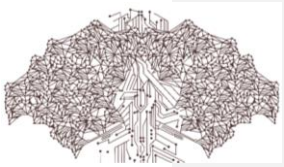
Rudigger (2013) destaca que entramos numa nova era, na qual o homem será muito produtor de conteúdo do que um trabalhador braçal. Com as novas tecnologias surgem novos maneiras de apreender algo e também fazer desse meio um negócio ou criar uma nova estratégia para os negócios. A primeira geração de jovens que já nasceram dentro do mundo digital mostra que os jovens usam a Internet para trocarem mensagens entre si e ao mesmo tempo se empoderarem divulgando seus negócios e aprendendo novas línguas e disciplinas que não são ensinadas nos bancos escolares.

As literacias são, portanto, uma habilidade e uma atitude (UNESCO,2017), sendo a literacia para mídia uma ferramenta que habilita o indivíduo para compreender a missão das mídias e dos produtores de informação, podendo avaliar criticamente o conteúdo que sendo consumido por ele e, consequentemente, tornando o indivíduo também produtor de conteúdo, um disseminador de informação (JENKINS, 2009; LÉVY, 1999) para seu benefício intelectual, profissional e financeiro.

A Internet como ferramenta de empoderamento

[7] Blogueiros- indivíduo que publica/ escreve em blog.

[8] Youtubers- indivíduo que tem um canal ativo no YouTube



Com a inserção da Internet no país e as mudanças na economia a partir da década de 90, ocorreu uma maior mobilidade e ascensão das famílias das classes consideradas C e D, que passaram a ter um maior poder de compra. A tecnologia também teve um grande *boom*[9] , com a introdução dos computadores domésticos a partir da década de 90 (Negropontes, 1995 p. 11) e logo após a criação dos celulares com acesso à Internet (smartphones[10]). Dados do IBGE (2017) revelam que 63,6% da população brasileira tiveram acesso à Internet em suas casas em 2016 e que destes 94,8% fazem uso da rede via celular.

A TIC Domicílios (2016) divulgou que em 2016, 54% das residências estão conectados à Internet, isso representa 36,7 milhões de casas conectadas a rede. No entanto, a mesma pesquisa revela que os padrões de desigualdades que persistem, pois, apenas 23% dos domicílios das classes D e E possuem conexão à rede. O mesmo não ocorre com as classes mais abastadas, pois a classe A tem 98% e a B 91% de acesso à Internet. A pesquisa apontou que o principal motivo da falta de Internet nas residências é o preço da conexão, por isso ainda existe 26% dos domicílios desconectados. Outro dado relevante no estudo é que o número de crianças conectadas (a partir de 10 anos) aumentou de 58% em 2015, para 61% em 2016, sendo que o país conta com um total de 107, 9 milhões de usuários conectados à Internet.

A pesquisa TIC Domicílios (2016) também aponta para uma tendência, já divulgada em 2015, sobre o avanço do celular como principal ferramenta de acesso a Internet. Os usuários da rede via celular somaram 93% em 2016, um aumento de quatro por cento em relação ao ano anterior. Com isso o número de usuário da rede por meio do computador caiu de 80% em 2014, para 57% em 2016. O estudo indica que entre os usuários da rede pelo celular, a banda larga via Wifi[11] se mantém como o tipo de conexão mais mencionados com 86% dos brasileiros dizendo que utilizam o Wifi, e 70% dizem que fazem uso da conexão 3G ou 4G. Parte dessa população, isto é, um em cada quatro usuários utilizam a conexão, por meio do WiFi, um hábito comum entre as crianças e os adolescentes de 10 a 15 anos que somam 42%, sendo que 18% das classes D/E utiliza a Internet por redes 3G e Dentre as atividades on-line, as mais mencionadas continuam sendo o uso da Internet para envio de mensagens instantâneas (89%) e uso de redes sociais (78%) – proporções

[9]- Boom- expansão rápida e muito abrangente

[10] smartphones- aparelho de telefonia móvel

[11] Wifi- é o serviço de acesso à internet sem fio

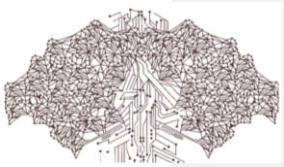
que se mantiveram estáveis em relação à edição anterior da pesquisa. Em 2016, observou-se que 17% dos usuários usaram a Internet para divulgar ou vender produtos ou serviços, enquanto essa proporção era de apenas 7% em 2012.

Para Canclini, os jovens "são o setor mais vulnerável para empregos irregulares, com os piores salários" e, ainda que essa audiência goze de mais educação e menos acesso ao emprego da população adulta (CANCLINI, apud HOPENHAYN, 2008, p. 53, tradução nossa). De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2015) o Brasil está em penúltimo lugar no quesito educação ocupando a 36° posição ficando apenas na frente da África do Sul e do México.

Uma vez que os jovens a grande maioria dos jovens pobres e negros não têm acesso a cursos profissionalizantes, e eles passam parte do tempo conectados, eles encontram novas maneiras de se qualificarem, por meio redes sociais, que se pode assim dizer inteligência coletiva (LEVY, 1999). No recorte preliminar deste estudo, já é possível compreender que os jovens não usam a rede na sua totalidade, mas já começam a fazer da rede, uma via para o aprendizado para além da escola tradicional. Nesse sentido os jovens pobres negros enfrentam barreiras para se inserirem no mercado de trabalho. Visto que a maioria dos jovens pobres e negros necessitam ter o mesmo grau de aprendizado dos jovens da classe A B e C, o jovem pobre e negro tem de optar por sistema complementares de aprendizagem que hoje são as redes sociais, eles entram numa luta simbólica para se integrarem a sociedade.

Segundo Bourdieu (2001, p. 124) "quando os dominados nas relações de forças simbólicas entram na luta em estado isolado, como é o caso nas interações da vida cotidiana, não têm outra escolha a não ser a da aceitação". Com isso, entende-se que o jovem, para fazer parte do grupo dominante, precisa muitas vezes renegar sua própria identidade, passando a "copiar" a do hospedeiro. Para fazer parte do grupo dominante, os nativos digitais pobres e negros estão usando as redes para aprenderem e divulgarem seus negócios. De acordo com Canclini (2013), essa nova geração procura criar seus próprios postos de trabalho usando o capital educacional, cultural e tecnológico que possuem, de maneira inovadora, diferindo da trajetória de mobilidade social experimentada por seus pais.

"Entrevistando jovens pobres e negros empoderados"

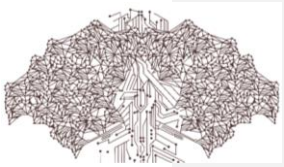


Segundo Bourdieu (2001. p. 116), "o mundo social é também representação e vontade, e existir socialmente é também ser percebido como distinto". Os jovens querem ser reconhecidos pela sociedade e as redes sociais ajudam nesse processo (. No entanto, ainda existe uma barreira para os jovens serem reconhecidos como cidadão integrante dessa comunidade. Ele estão se destacando dentro da comunidade em que vivem e dentro fazer parte da sociedade como um todo. Os jovens pobres e negros tentam se manter conectados 24 horas por dia, para sempre estarem sintonizados com os acontecimentos referentes a idade. Esses jovens criam e recriam uma linguagem que muitas vezes não é reconhecida por outros públicos mais velhos, sendo uma forma de construir sua identidade (CASTELLS,1999. BOYD, 2014).

Os jovens pobres negros da periferia já nasceram na era da Internet (introduzida no Brasil a partir de 1991), são criativos e sobrevivem na luta do campo simbólico (BOURDIEU, 2001). Esta juventude está sendo mais empreendedora do que os seus antepassados (CANCLINI, 2013) e, está travando uma luta ao tentar atravessar a fronteira para conquistar novos postos na sociedade. Com isso, os jovens pobres e negros buscam nas redes sociais conteúdos e adaptando-o para sua linguagem. Em entrevistas semiestruturadas conduzidas com três jovens moradores de Praia Grande/SP e com perfis próximos a dos negros e pobres discutidos neste texto, algumas características puderam ser notadas e se aproximaram das discussões que emergem dos teóricos apontados até aqui.

J. P. S. se intitula cartunista e empresário e é ex-morador do Bairro Sítio São Sebastião, na periferia da cidade. Ele se considera um jovem beneficiado pelas mídias digitais. O entrevistado criou uma grife de roupa, uma produtora de vídeo e de livros para crianças a partir do aprendizado adquirido nas redes. Toda a divulgação da marca é realizada por meio das redes sociais, por onde ele também relata ter aprendido a editar e produzir vídeos e imagens: "Eu aprendi a editar imagens e vídeos no YouTube, vendo aulas em canais específicos. Foi difícil porque está tudo em Inglês, e essa é uma língua que não domino, tive de ver várias vezes até entender, mas deu certo". J. P. S. sente que é um dos muitos jovens, pobres e negros que têm se beneficiado com as redes sociais, tanto para apreender ou aprimorar um conhecimento, quanto para empreender: "As redes sociais auxiliam as pessoas pobres a conquistarem o empoderamento, os recursos fáceis, o fácil acesso à Internet, e com isso a população pobre vem conquistando o seu espaço". Também, "utilizo as redes sociais para apreender coisas novas, para divulgar meus negócios que ainda não dão lucros, porém já não estou mais no prejuízo."

Já L. G. é cantora e compositora de RAP Gospel e utiliza as mídias digitais para promover seu trabalho: "Há quatro anos venho usando o *Facebook* e o *YouTube* para a divulgação do meu



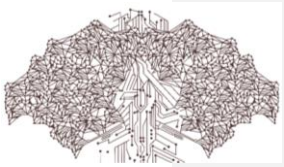
trabalho". Em seu relato, destaca como sua vida pessoal e profissional se misturam nas redes: "compartilho um pouco da minha vida, como os lugares por onde eu me apresento, com fotos e vídeos. Com isso, recebo muitos convites para viajar e cantar em outros lugares". A jovem acredita que usar as mídias digitais foi a principal forma de gerar reconhecimento: "esse é o resultado de algo que postei e quando alguém gosta entra em contato comigo". A jovem confessa que as novas mídias a tem ajudado na conquista do seu espaço, levando seu trabalho a lugares que considera nunca ter oportunidade de chegar não fosse o ambiente digital: "vejo a que embora as redes tenham seu lado ruim, elas podem trazer benefícios a quem souber usá-las e o seu grande problema é unir quem está longe e separar quem está perto."

Na mesma linha, E. A., viu nas redes sociais uma oportunidade para criar seu negócio. Ele aproveitou a rede social *Facebook* para iniciar sua loja virtual que atende a clientes que moram próximos e distantes dele. Segundo o entrevistado, a Internet, em especial a rede social, é um espaço para que o jovem possa desenvolver o negócio que ele gosta, além de demonstrar suas principais habilidades. O jovem acredita que as redes sociais são espaços livres, onde cada um pode opinar. "Esse é um espaço no qual cada um pode se expressar, todo mundo conversa entre si, numa linguagem bem parecida". Para ele, a rede é um local onde as pessoas deveriam respeitar o código de ética existente em cada sociedade. "A rede social funciona como uma escola, para todo mundo. Convivemos em sociedade, sabemos do código de ética que precisamos seguir, mas quando entramos no universo das redes sociais, a figura muda". Outro ponto destacado refere-se à aprendizagem na Internet: "eu aproveito a rede para aprender (...) faço cursos com certificado de 4 a 5 horas para essas atividades, e acabo adquirindo novos conhecimento."

Esses jovens entrevistados aprenderam a usar a Internet para criarem seus negócios e ao mesmo tempo adquirirem novos conhecimentos. Eles são parte de uma gama da juventude que vem se destacando e sem ter medo do futuro. E, como versa Canclini (2013) "a pressão instantânea, o que é descoberto ou relatado hoje, reforça essa relação com a rápida temporalidade de biografias: tudo é efêmero, renovável e obsoleto.... (p. 348, tradução nossa).

Considerações finais

O novo conceito da Assimilação Segmentada Digital Jovem (*Youth Segmented Digital Assimilation*) ainda é algo recente que vem sendo estudado. Nesse sentido é importante verificar o conceito de assimilação dentro da comunidade jovem pobre e negra no Brasil, tento em vista o



contexto histórico que essa população tem enfrentado nos últimos 500 anos. Não se pode negar que o preconceito racial ainda persiste no país tendo em vista os acontecimentos de racismo contra a atriz e jornalista Taís Araújo e os dados do Atlas da Violência (2017) que comprovam que os jovens negros ainda são a maioria das vítimas de homicídios neste país.

Fica evidente que a sociedade deve ainda uma reparação aos negros, em especial a esta juventude que está sendo dizimada (ATLAS DA VIOLÊNCIA, 2017). Não são as cotas que farão a diferente e sim um ensino básico, fundamental e médio de qualidade, para que os pobres e negros tenham a mesma chance entrar em uma universidade gratuita, como os jovens de outras raças e classes sociais. A primeira geração de jovens pobres e negros está se empoderando por meio das redes sociais. Em nesse recorte observou-se que a juventude ainda não assimila todo o potencial que a Internet pode ter para que eles se empoderem definitivamente. Não é apenas o aprendizado, mas todas as políticas públicas que podem ser usadas para que eles tenham as mesmas chances que os outros jovens.

Por meio das redes sociais os jovens estão apreendendo como editar vídeos e fotos, cozinharem, a fazerem design de sobrancelhas entre outros serviços. De fato, eles estão aprendendo uma profissão e sempre de serviços, mas raramente estão buscando na Internet, uma leitura mais crítica da realidade que vive. Assim, esse grupo estudado que se qualifica por meio das redes sociais, tanto para criação de negócios como para complementação das disciplinas ensinadas na escola, tem uma grande luta pela frente para se integrar plenamente a classe A/B que tem ou deveriam ter uma visão mais crítica da sociedade e dos direitos e deveres.

Em contrapartida, a Assembleia Geral da ONU, estabeleceu o período de 2015 a 2024 como Década Internacional dos Afrodescentes. Os negros (afrodescentes) têm uma grande luta pela frente e a entidade usa a Internet para chamar atenção da sociedade sobre a discriminação racial. A ONU Brasil (2017) criou a campanha "Vidas Negra" intuito de enfrentar o problema da morte de jovens negros no país. Diversos influenciadores sociais e negros entraram nessa luta com o objetivo de chamar atenção e sensibilizar para os impactos do racismo na restrição da cidadania de pessoas da raça negra. Com isso a mídia tradicional começa a se pautar pela agenda da ONU, mais ainda timidamente, mostrando afrodescentes da periferia que fazem sucesso em seus negócios.

Em pesquisa preliminar verificou-se que os jovens estudados, utilizam a rede 3G e 4G e a Internet do vizinho, para se comunicarem com suas tribos e divulgarem seus negócios ou mesmo para fazer uso da rede na hora de aprender algo novo. O Mapa da Juventude de Praia Grande (2013) traz dados relevante sobre essa população, na qual 67% dos jovens da cidade não estavam estudando. Com isso, o número de jovens que recebiam até meio salário mínimo por mês é alto, cerca 21% da juventude praia-grandense. Outro fator que versa a é a falta de ensino profissionalizante para a população de baixa renda, isto porque, 74 % dos jovens não contam com qualquer tipo de formação profissional.

Outra vertente encontrada no recorte deste trabalho é que o jovem pobre, negro, morador da periferia de Praia Grande, não o lado ruim da Internet de seus dados estarem abertos para o mundo, mesmo quando eles usam a rede de modo privado. Os jovens estudados ainda não compreendem, as facilidades que as novas mídias dispõem para captura de dados e como isso influência no modo de agir e pensar de um cidadão. Ao mesmo tempo que eles usam a Internet para aprender novos ensinamentos, os jovens também estão expostos apenas uma parte do que a rede pode lhes oferecer.

Referências bibliográficas

ALBA, Richard; NEE, Victor. Rethinking Assimilation Theory for a New Era of Immigration. **International Migration Review,** [s.l.], v. 31, n. 4, p.826-874, 1997. JSTOR. http://dx.doi.org/10.2307/2547416.

BRASIL. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS.** 2009. Disponível em: <http://www.onu.org.br/img/2014/09/DUDH.pdf>. Acesso em: 10 out. 2017.

BRASIL. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Vidas Negras:** Pelo fim da violência contra a juventude negra no Brasil. 2017. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/vidasnegras/>. Acesso em: 23 nov. 2017.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**; tradução Fernando Tomaz (português de Portugal)- 4ª ed. - Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2001. 322 p.

BOYD, Danah. **It's complicated: The social lives of networked teens**. Yale University Press, 2014.

CANCLINI, Néstor García. Precarious creativity: Youth in a post-industrial culture. Journal of **Latin American Cultural Studies**, v. 22, n. 4, p. 341-352, 2013.



CARLSSON, Ulla. **Media and information literacy.** 2015.

CASTELLS, M. **A era da informção: economia, sociedade e cultura:** A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 1 v.

CERQUEIRA, Daniel et al. **Atlas da violência 2017**. 2017.

CIMENT, James; RADZILOWSKI, John. **American immigration**: an encyclopedia of political, social, and cultural change. Routledge, 2015.

TIC DOMICÍLIOS. **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil.** 2017. Disponível em: <http://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2016_coletiva_de_imprensa_2.pdf>. Acesso em: 10 out. 2017.

KIVISTO, Peter. The origins of "new assimilation theory". **Ethnic And Racial Studies,** [s.l.], v. 40, n. 9, p.1418-1429, 5 jun. 2017. Informa UK Limited. http://dx.doi.org/10.1080/01419870.2017.1300299.

KOLTAY, Tibor. **The media and the literacies**: Media literacy, information literacy, digital literacy. Media, Culture & Society, v. 33, n. 2, p. 211-221, 2011.

LEVY, Pierre. **Cibercultura.** 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 1999. 264 p. (COLEÇÃO TRANS). Tradução de Carlos Irineu da Costa.

LOMBANA BERMUDEZ, Andres Alberto. **Networked and Disconnected::** Latino/Hispanic Immigrant Youths, Digital Media, and Assimilation into the U.S.. 2015. 338 f. Tese (Doutorado) - Curso de Philosophy, University Of Texas, Austin, 2015. Disponível em: <https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/31666/LOMBANABERMUDEZ-DISSERTATION-2015.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 out. 2017.

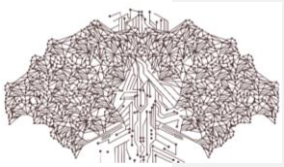
(OECD), Organisation For Economic Co-operation And Development. **Educação.** 2015. Disponível em: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/pt/quesitos/education-pt/>. Acesso em: 15 jan. 2018.

PASSARELLI, Brasilina; DE MELLO VETRITTI, Fabiana Grieco Cabral. #ConnectedYouthBrazil Research: Emerging Literacies in a Hyperconnected Society. In: **Handbook of Research on Comparative Approaches to the Digital Age Revolution in Europe and the Americas.** IGI Global, 2016, p. 171-191.

PORTES, Alejandro; ZHOU, Min. The New Second Generation: Segmented Assimilation and Its Variants. **The Annals Of The American Academy Of Political And Social Science,** Philadelphia, Pa, v. 530, p.74-96, 10 out. 2017.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura**. Perspectivas, questões e autores. Porto Alegre, 2° edição, Sulina, 2013, 319p.

TAKENOSHITA, Hirohisa et al. Segmented Assimilation, Transnationalism, and Educational Attainment of Brazilian Migrant Children in Japan. **International Migration,** [s.l.], v. 52, n. 2, p.84-99, 2 maio 2013. Wiley-Blackwell. http://dx.doi.org/10.1111/imig.12057



XIE, Yu; GREENMAN, Emily. The social context of assimilation: Testing implications of segmented assimilation theory. **Social Science Research,** [s.l.], v. 40, n. 3, p.965-984, maio 2011. Elsevier BV. http://dx.doi.org/10.1016/j.ssresearch.2011.01.004.

WATERS, Mary C. et al. Segmented assimilation revisited: types of acculturation and socioeconomic mobility in young adulthood. **Ethnic And Racial Studies,** [s.l.], v. 33, n. 7, p.1168-1193, jul. 2010. Informa UK Limited. http://dx.doi.org/10.1080/01419871003624076.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

ENSINO ATIVO DE PROGRAMAÇÃO E ELETRÔNICA PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES[1]

Igor de Sousa Ferreira[2]; Eduardo Henrique de Matos Lima[3]; Afrânio Ornelas Ruas Vilela[4]

Resumo

Este trabalho é um estudo teórico, em andamento, que busca adequar o desenvolvimento e a abordagem de conteúdos de programação e eletrônica para crianças e adolescentes utilizando o ensino ativo. O objetivo principal é elaborar um material didático teórico e prático que siga uma aplicação pedagógica ativa, visando a qualidade e eficácia no processo de ensino e aprendizagem de programação e eletrônica para crianças e adolescentes. Este trabalho está sendo desenvolvido em uma escola de programação e robótica na cidade de Divinópolis/MG, nos cursos de programação para crianças a partir dos 7 anos de idade.

Introdução

O desenvolvimento e a expansão das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC) nos parecem sem volta, a cada dia novos artefatos, tecnologias e sistemas são produzidos e a informatização amplia a sua presença em todos os setores sociais, culturais e políticos. Os equipamentos/dispositivos digitais apresentam diferenciais significativos, especialmente no processo de intensificação dos fenômenos da comunicação e da mobilidade, diretamente relacionados às transformações apontadas em teorias da cibercultura.

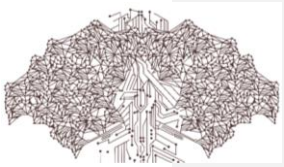
Tais tecnologias potencializam as nossas ações nos mais diversos segmentos, indicando possibilidades de renovação/reconfiguração ou substituição daquilo que já fazemos e da forma que fazemos (LEMOS, 2003). Entendemos que a educação representa um espaço importante para fazer com que as pessoas sejam inseridas de forma consciente e crítica nessa cultura, que tenham

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 11 – Games e processos de aprendizagem em contextos digitais, realidades aumentadas, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Aluno de graduação em Engenharia Elétrica da Faculdade Pitágoras de Divinópolis e Licenciatura em Física da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: isferreira@ice.ufjf.br

[3] Professor da Universidade Federal de São João Del-Rei (UFSJ). É Doutorando em Media-Arte Digital pela Universidade Aberta e Universidade do Algarve em Portugal. E-mail: eduardohmlima@yahoo.com.br

[4] Professor da Faculdade Pitágoras de Divinópolis. É Doutorando em Engenharia Elétrica pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: afranio_ruas@hotmail.com



a oportunidade de acesso e de compreensão acerca da necessidade de conhecimento e apropriação das tecnologias digitais.

Crianças e adolescentes estão tendo cada vez mais acesso e utilizando com muita frequência equipamentos digitais como *smartphones*, *tablets* e computadores, consequentemente, têm acessado a internet cada vez mais cedo. As pesquisas realizadas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) tem demonstrado isso com muita clareza no Brasil.

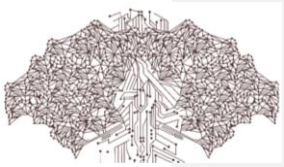
Segundo uma pesquisa realizada em 2012 pelo Cetic.br, 9% do total de crianças entre 9 a 16 anos que usam a internet, tiveram seu primeiro acesso à internet até os 6 anos. Essa mesma pesquisa foi realizada em 2015, demonstrando que este número passou de 6% para 11%, um aumento de 22%. Nesta mesma pesquisa foi possível verificar um aumento significativo na frequência do acesso realizado pelas crianças à internet. Em 2012, 47% das crianças acessavam a internet mais de uma vez por dia, enquanto que em 2015 este número passou para 68%, um aumento de 44,7%.

Algumas pesquisas demonstram que o uso intenso e sem controle dessas tecnologias por crianças e adolescentes podem ser prejudiciais em diversos aspectos. No entanto, é preciso atentar para o fato de que vivemos em um contexto cibercultural (LEMOS, 2003; LÉVY, 1999), em uma realidade cada vez mais tecnológica e informatizada (LIMA, 2015).

Quando se trata dos malefícios oriundos do uso das tecnologias por crianças e adolescentes, elas estão relacionadas ao uso inveterado ou precoce que refletem de maneira incisiva e desastrosa sobre a saúde do indivíduo, tanto no aspecto biológico como comportamental.

De acordo com o "Manual de orientação sobre a saúde de crianças e adolescentes na era digital" lançado pelo Departamento de Adolescência da Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) no ano de 2016, podemos citar como alguns prejuízos desse uso maléfico das tecnologias as dificuldades de socialização e conexão com outras pessoas, baixo rendimento escolar, ansiedade, comportamento agressivo, *cyberbullying*, transtornos do sono e alimentação, sedentarismo, déficit auditivo secundário ao uso de *headphones*, alterações visuais e posturais, cefaleia recorrente e distúrbios na área da sexualidade, incluindo pornografia, acesso facilitado às redes de pedofilia e exploração sexual online (SBP, 2016).

Desta forma, sem propor radicalismos que destoem fortemente dessa realidade cibercultural, é necessário buscar alternativas eficazes para que o uso de tecnologias e da internet seja feito da maneira saudável, produtiva e orientada. E muitos estudos indicam os benefícios do bom uso da tecnologia por crianças e adolescentes na aprendizagem e no desenvolvimento, além do lazer (COSTA; CHAGAS; CHAGAS, 2017).



A Educação no contexto da Cibercultura

No atual contexto da cibercultura, as TDIC encontram-se cada vez mais determinantes, estimulando mudanças expressivas, e aparentemente de forma irreversível nos âmbitos políticos, sociais e culturais. Segundo Lemos (2003), a cibercultura é uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmo de produção e distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social a partir do desenvolvimento e do uso das tecnologias digitais.

Para Lèvy (1999), a informática é vista como tecnologia intelectual, que engendra novos modos de pensar a sociedade, de entender os processos de aprendizagem e as relações com o mundo. Pode ser pertinente, dentro dessa abordagem, buscar compreender a nossa realidade, as novas formas de relacionamento e de construção do conhecimento, sob a óptica da cibercultura, na promoção de dinâmicas favoráveis para práticas que resultem no desenvolvimento de habilidades e competências pertinentes ao atual cenário.

> ... apreciamos as conexões entre a oralidade, visibilidade e tecnicidade, num momento em que deixamos de ser meramente agentes passivos numa comunicação e formação cultural massiva, excludente e vertical, e passamos à condição de agentes ativos num processo mais participante, interativo, literalmente comunicacional. Eis uma perspectiva que concebe essa cultura como afirmativa, na medida em que esta pode levar os indivíduos e grupos sociais a modalidade de desenvolvimento, pela utilização dos processos técnicos como meios de intervenção na realidade, o que significa a conquista da autonomia, emancipação e inclusividade. (PAIVA, 2008, p. 05)

Diante desse cenário com amplas possibilidades e necessidades de integração das mídias em vários aspectos nos espaços individuais, sociais e profissionais, as escolas e os diversos profissionais envolvidos com a educação são chamadas a repensarem seus compromissos e propostas pedagógicas. Os modelos tradicionais de ensino ainda predominam nas escolas, as aulas centradas nos professores precisam ser substituídas por propostas que levem em consideração as mudanças dos alunos desse atual contexto, que falam na linguagem digital dos computadores, videogames e internet (MATTAR, 2010).

Os estudantes têm adotado rápida e naturalmente os novos ambientes sócio técnicos, e os professores e instituições educacionais precisam implementar novos modelos para enfrentar essas transformações, promover propostas pedagógicas coerentes com as possibilidades de



desenvolvimento das habilidades e competências dos alunos em consonância com as demandas da contemporaneidade (GABRIEL, 2013).

A cultura midiática, imbricada nos aspectos relacionados à cibercultura, envolve questões relacionadas à mobilidade, portabilidade e conectividade, a produção e compartilhamento de informações, do acesso e inclusão digital/social/cultural, da cultura da participação, entre outros. Vivemos um contexto de grandes possibilidades de autoria e maior envolvimento/participação social, político e cultural (LEMOS & LÈVY, 2010).

Observamos que neste contexto digital o processo de aprendizagem encontra-se em crescentes transformações, sendo mais flexível e interativo, que permite maior autonomia aos que nele se colocam. Cabe aos profissionais envolvidos, aos alunos e a sociedade, de forma geral, buscarem boas alternativas para se adaptarem a essas mudanças a fim de explorarem e melhor usufruírem dos recursos disponibilizados por essas tecnologias digitais associadas a esse novo método de aprendizagem

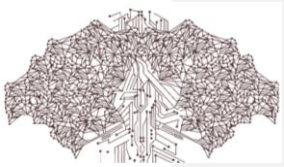
Aprender tem se tornado um desafio cada vez menos tradicional e cada vez mais prático/ativo. Temos modificado nossa forma de receber e assimilar informações, processá-las e compreendê-las, abandonando a ditadura do aprendizado único e unidirecional e aprimorando as técnicas que permitam a maleabilidade de obtenção de conhecimento pelo aluno, sem perder a qualidade, pelo contrário, otimizando o aprendizado, perceptível ou imperceptivelmente (MATTAR, 2010).

Com os avanços na facilidade de acesso e na utilização das TDIC, é possível diversificar nos formatos, nas abordagens e em propostas de desenvolvimento metodológico. As dinâmicas e experiências possibilitadas pela interatividade e diversificação das mídias, além de serem coerentes com o atual contexto, ampliam o envolvimento e o engajamento do estudante. Conforme afirma Agner (2009), ao se deparar com imagens, sons, vídeos e animações os estudantes demonstram maior concentração e interesse no conteúdo abordado.

Não existe tecnologia isolada considerada a melhor para ser utilizada para todo tipo de mensagem e todo tipo de estudante e realidade (MOORE e KEARSLEY, 2011). Vários aspectos devem ser considerados na elaboração e disponibilização de recursos em propostas educativas.

Ensino de programação, eletrônica e robótica

Historicamente, o homem busca criar instrumentos tecnológicos para sua sobrevivência, nota-se que houve uma grande transformação desde a idade da pedra lascada até a revolução industrial. Ademais, o ser humano continuou a desenvolver e a criar meios para melhorar a experiência de vida, encurtar distâncias, produzir em larga escala. Sendo assim, surgem os



computadores, *tablets*, *smartphones* revolucionando definitivamente o modo de vida humano. No entanto, é a partir dessa revolução tecnológica que que surgem as discussões acerca das relações entre escola e tecnologia, e das ideias favoráveis e contrárias a esta temática.

Haja vista que diante da era da informação de um contexto cibercultural e das condições revolucionárias das redes sociais, o ambiente escolar, em muitos casos, ainda tradicional tende a rechaçar o uso das tecnologias em sala de aula. Pode-se citar o uso difundido dos *smartphones* em todos os contextos e classes sociais inclusive nas salas de aulas, onde muitos professores do ensino básico ao superior relatam a necessidade de "disputar" atenção com os novos meios de comunicação.

Esse contexto tem passado por uma série de mudanças nos últimos anos no Brasil. O uso de *smartphones* em salas de aula são proibidos em alguns estados, podemos citar, por exemplo, o avanço ocorrido no estado de São Paulo, no qual a lei estadual 12.730/2007 que proibia o uso de celulares, foi alterada recentemente através da lei 860/2016, um importante marco histórico que colocou fim a restrição e permite o uso para fins pedagógicos dos *smartphones*.[5]

Neste cenário, o ensino de programação, eletrônica e robótica é destaque como forma de suscitar o uso criativo e inteligente das tecnologias, sendo requisitado nos currículos escolares em diversos países. No Brasil, podemos comprovar tal afirmação por meio do crescente número de escolas de programação que tem surgido nos últimos anos. Nos EUA e na Inglaterra o ensino de programação e robótica é amplamente disseminado.[6]

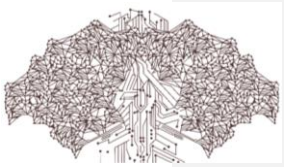
No final do ano de 2017, a Secretaria Municipal de Educação da cidade de São Paulo incluiu o ensino de programação de computadores e robótica no currículo escolar das escolas municipais de São Paulo, sendo um marco para a inclusão digital e do bom uso das tecnologias em sala de aula.[7]

---

5 SECRETARIA DA EDUCAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO. (Ed.). **Aprovada lei que libera o uso do celular em escolas estaduais de SP:** Projeto foi um pedido do secretário José Renato Nalini; internet será utilizada para fim pedagógico. 2017. Disponível em: <http://www.educacao.sp.gov.br/noticias/aprovada-lei-que-libera-o-uso-do-celular-em-escolas-estaduais-de-sp/>. Acesso em: 11 out. 2017.

6 BEER, Raquel. Programação para menores. Veja, São Paulo: Abril, edição 2329, ano 46, n. 18, p. 86-89, 10 julho 2013.

7 G1 SP (São Paulo). **Gestão Doria inclui robótica e habilidades socioemocionais no currículo escolar:** Secretaria de Educação quer alinhar currículo à Base Nacional Comum Curricular em 2018. Material foi desenvolvido entre março e novembro. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/gestao-doria-inclui-robotica-e-habilidades-socioemocionais-no-curriculo-escolar.ghtml>. Acesso em: 15 dez. 2017.



Há uma grande diferença entre ser um mero consumidor de tecnologia e ser um usuário ativo, que seja capaz de desenvolver tecnologia. Segundo Rushkoff (2010, p.13): "*We teach kids how to use software to write, but not how to write software. This means they have access to the capabilities given to them by others, but not the power to determine the value-creating capabilities of these Technologies for themselves".*[8]

Muitos pesquisadores demarcaram os benefícios do ensino de programação para crianças, como o matemático e educador Seymour Papert autor da linguagem de programação "LOGO" em 1967, Mitchel Resnick criador da plataforma *Scratch* em 2004 e Hardi Partovi criador do *Code.org* em 2013 (GERALDES, 2014).

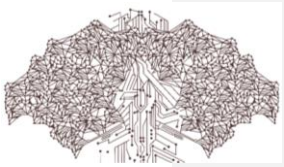
O *Scratch* é uma plataforma de programação gráfica para a criação de games e animações. Desenvolvida por Mitchel Resnick no *Media Lab* do Massachusetts Institute of Technology (MIT) em Cambridge nos Estados Unidos foi inspirada na linguagem Logo de Papert, sendo mais simples e intuitiva. Essa plataforma tem sido amplamente utilizada em diversos países, como uma excelente ferramenta para o ensino de programação para crianças e adolescentes (GERALDES, 2014). No *Scratch* é possível criar os games e as animações através da linguagem de blocos, a medida que o aluno cria o programa no ambiente de programação (*script area*), é possível acompanhar o resultado no palco (*backdrop*).

A plataforma *Code.org* desenvolvida pelo iraniano Hardi Partovi em 2013 é um site fomentado por grandes empresas como *Microsoft* e *Facebook* com o intuito de disseminar o ensino de programação para crianças e adolescentes. No *Code* é possível desenvolver uma série de atividades de programação envolvendo a linguagem de blocos. Essa plataforma teve o total apoio do presidente dos Estados Unidos à época, Barack Obama: "Não compre, apenas, um jogo, crie um. Não se limite a fazer download de uma nova aplicação, ajude a desenvolvê-la. Não jogue no seu celular, programe-o" (GERALDES, 2014).

Além da programação, é importante que haja o ensino da eletrônica, para que possa ocorrer o desenvolvimento de aplicações com circuitos elétricos e desenvolver equipamentos e soluções diversas, como para Internet das Coisas, por exemplo.

A grande questão é: como essa gama de conhecimentos deve ser apresentado de forma mais adequada possível para crianças e adolescentes, pois estamos lidando com conteúdos com considerável grau de dificuldade e voltados para um público mais maduro intelectualmente.

[8] Em tradução livre: "Nós ensinamos as crianças como usar o software para escrever, mas não como escrever um software. Isso significa que eles têm acesso às capacidades que lhes são dadas por outros, mas não o poder de determinar as capacidades de criação de valor dessas tecnologias para si mesmos".



Métodos ativos de ensino

Os métodos ativos de ensino vêm se mostrando eficazes, apresentando resultados positivos tanto na aprendizagem conceitual de conteúdos científicos quanto no desenvolvimento de habilidades cognitivas e sociais (ARAUJO; MAZUR, 2013).

Com o desafio de ensinar programação e eletrônica para crianças e adolescentes em uma escola de cursos livres na cidade de Divinópolis/MG, realizamos estudos voltados para o desenvolvimento de materiais que utilizam o método ativo para essa abordagem, ou seja, ao invés das aulas serem apenas expositivas, os alunos devem ser considerados o centro do processo de ensino e aprendizagem. Os métodos ativos apresentam como princípio fundamental o desenvolvimento da autonomia do aluno utilizando a problematização como estratégia nas práticas pedagógicas (BERBEL, 2011).

Os métodos tradicionais de ensino baseados em aulas expositivas nas quais os alunos passam a maior parte da aula como ouvintes, consequentemente adotando um comportamento passivo, tem demonstrado ser ineficiente na maior parte dos casos. Platão, um dos mestres da tradição clássica, mostrava-se partidário dos métodos ativos, aplicando seu método dialético, oposto a doutrinação passiva (MARROU, 1973). Estimulando a investigação, a vivência e a descoberta, a dialética platônica estava longe de inculcar e muito menos moldar seus alunos. Isto não significa que a obtenção de cultura, ou seja, adquirir conhecimentos anteriores, fosse minimizada, mesmo porque esta etapa era vista como pré-requisito na construção de conhecimentos.

Os métodos ativos de ensino propõem o desenvolvimento integral do aluno, o interesse do indivíduo ligado ao aprendizado prazeroso, como defendido nas obras de Declory, Montessori e Piaget (COLVARA, 2015). O aluno passa a ser o centro do processo de ensino-aprendizagem, tendo uma visão inicial do todo até o desenvolvimento e o aprendizado das partes mais específicas. Não basta que o aluno retenha informações, mas que ele seja capaz de entender o desenvolvimento, aprender e, acima de tudo, interpretar e relacionar conhecimentos de forma crítica e produtiva. É preciso que o aluno seja capaz de aprender a aprender.

Todo aprendizado é ativo, seja ele feito através de uma atividade prática ou de uma reflexão. Pode ser definido como estudante o sujeito capaz de realizar atividades que levarão a aprendizagem sedimentada, que é necessariamente ativa (PIAZZI, 2009). Um dos grandes problemas relacionados a aplicação de técnicas pedagógicas que desprezam ou sabotam o protagonismo do estudante no processo de ensino-aprendizagem é justamente o equívoco de acreditar no aprendizado passivo como sólido e perene.

Infelizmente, muitas escolas e programas educacionais adotam um sistema de ensino baseado no aumento da carga horária de aulas tradicionais no qual os alunos passam horas a fio a assistirem aulas passivamente. É fácil perceber o quanto esses programas são desastrosos, seja pela horda de alunos desmotivados em sala de aula ou pelo desastroso resultado de alunos em testes que medem o aprendizado sob alguns aspectos, como o PISA, por exemplo, que é o Programa Internacional de Avaliação de Alunos. O PISA é uma avaliação internacional que mede o nível educacional de jovens de 15 anos por meio de provas de Leitura, Matemática e Ciências.[9]

Nas metodologias ativas, as aulas devem buscar o protagonismo dos alunos. Uma das formas de motivar e engajar os alunos são os trabalhos em grupo e as trocas pelos pares, como defendia Declory (COLVARA, 2015), o trabalho em grupo contribui para o convívio em sociedade e na busca pela resolução de problemas.

***Peer Instruction* (PI) e *Just-in-Time Teaching* (JiTT)**

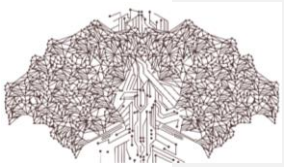
O material didático está sendo desenvolvido levando em consideração propostas ativas de ensino como o método *Peer Instruction (PI)* e o *Just-in-Time Teaching (JiTT)*, no qual tem demostrado resultados muito satisfatórios no ensino de Física em diversos países (LASRY; MAZUR; WATKINS, 2008).

A metodologia PI – em tradução livre "Instrução pelos Colegas" – foi desenvolvida em 1991 pelo professor e físico Eric Mazur, da Universidade de Harvard. No Brasil vem alcançando resultados satisfatórios, podemos citar a aplicação feita pelo professor Álvaro Neves do Departamento de Física da Universidade Federal de Viçosa (UFV), no qual é aplicado na disciplina de Física II (LOPES, 2016).

Ensinando Física em Harvard, Mazur percebeu que seus alunos eram capazes de resolver problemas com alto nível de exigência matemática nas provas tradicionais, mas possuíam enormes dificuldades quando eram questionados sobre questões conceituais básicas. A partir disso, Mazur desenvolveu o método ativo PI, comprovadamente capaz aumentar o engajamento dos alunos e o desenvolvimento nas questões conceituais e matemáticas.

A essência da metodologia PI é a interação entre os pares e o estudo pré-aula. Sua dinâmica de implementação não acontece de forma aleatória, mas de forma estruturada e lógica. O professor delega aos alunos algum tema a ser estudado antes da aula. Ao iniciar a aula, o professor aplica um *"concept test",* um teste conceitual com o objetivo de mensurar qual foi o nível de estudos dos alunos antes da aula. A aplicação desses testes, chamado de *quizzes*, podem

[9] http://www.oecd.org/pisa/test/



ser feitos utilizando *flashcards*, que são cartões de papel, ou *clikers* eletrônicos, pequenos controles ligados por ondas eletromagnéticas ao computador do professor.

A partir do teste conceitual, o professor é capaz de saber qual foi o nível de estudo pré-aula dos alunos e traçar estratégias durante a aula. Após o teste conceitual, o professor faz uma explicação breve sobre um tópico da matéria que dura de 7 a 10 minutos. Após a explicação teórica, o professor aplica o teste conceitual. O tempo oferecido para a resposta individual é de dois minutos aproximadamente. Se o nível de acertos for superior a 70%, o professor explica brevemente a resposta e passa para o tópico seguinte. Por outro lado, se o nível de acertos for inferior a 30%, o professor faz uma nova exposição do assunto e aplica o novamente o teste. Se o percentual de acertos estiver entre 30% e 70%, o professor orienta os alunos a fazer uma discussão em pequenos grupos com 3 a 4 pessoas. [10]

Durante a discussão, o professor e seus assistentes (se houver) vai orientando e participando das discussões. Após a discussão, o teste é novamente aplicado. Desta forma, o nível de acertos será recalculado, recomeçando o ciclo. A essência do método PI ocorre quando há as discussões entre os pares, pois esse momento estimula os alunos ao engajamento.

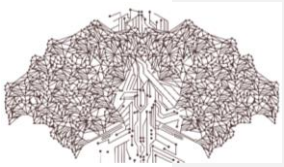
A ferramenta *Just-in-Time Teaching* (JiTT) foi desenvolvida em 1999 na Universidade de Indiana e na Academia da Força Aérea dos Estados Unidos, em tradução livre "Ensino sob Medida", é uma técnica didática que utiliza a internet como estratégia para garantir um feedback eficiente no processo de ensino-aprendizagem (FORMICA; EASLEY; SPRAKER, 2010).

A implementação do JiTT envolve, basicamente, três etapas: tarefas de leituras sobre conteúdos a serem discutidos em aula, discussões em sala de aula sobre as tarefas de leitura e atividades em grupo, envolvendo os conceitos trabalhados nas tarefas de leitura e nas discussões em sala de aula. Essas etapas favorecem o estudo pré-aula e, principalmente, o feedback de entendimento dos alunos, que contribui de forma efetiva para a elaboração e planejamento das aulas futuras pelo professor (ARAUJO; MAZUR, 2013).

No caso deste trabalho, estamos desenvolvendo a aplicação de alguns conceitos da metodologia PI em consonância com princípios de abordagens de ensino ativo. Os alunos são estimulados a interagir com seus colegas durante as aulas e desenvolver atividades práticas sobre programação e eletrônica.

Ensino ativo de programação e eletrônica

[10] FERREIRA, Igor de Sousa. Metodologias Ativas de Ensino: Estudo do Peer Instruction no Ensino de Física. In: SIMPÓSIO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA DA UFV, 6., 2015, Viçosa/MG. **Trabalhos Apresentados no 6° SIA da UFV.** Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2015.



No primeiro momento os alunos aprendem a programar em *JavaScript* utilizando a linguagem de blocos. A linguagem de blocos é uma ferramenta muito útil no ensino de programação para crianças e iniciantes no conteúdo, pois através dos blocos é possível construir os programas apenas seguindo o aspecto lógico, sem a necessidade de se conhecer os códigos de uma dada linguagem e sua sintaxe. É importante destacar que neste momento prioriza-se o entendimento lógico e o pensamento em algoritmos que há por trás da construção de um programa e não necessariamente saber escrever corretamente um código com sua sintaxe específica na linguagem determinada.

Através dos blocos visuais, os alunos aprendem os códigos que embasam qualquer programa, como os códigos de repetição *"for"* e *"while"*, as condicionais *"if"* e *"else"* e as funções, por exemplo. Todos esses conteúdos são ensinados utilizando exemplos práticos do cotidiano e são demonstrados a todos os instantes que são usados nas nossas rotinas em todos os momentos. Além de aspectos teóricos que permitem embasamentos para o ensino de programação.

Em seguida eles desenvolvem *games* programando na plataforma *Scratch*. A criação de *games* explora um campo de muito interesse por crianças e adolescentes, ao mesmo tempo que através da criação de *games* está se desenvolvendo a capacidade criativa, imaginativa e lógica em todo processo de programação. A criação de *games* é totalmente ativa em todos os seus campos de envolvimento. O aluno é motivado a elaborar um roteiro para o *game* ou animação no qual ele irá trabalhar. A partir do roteiro, o aluno estabelece o que será tratado no projeto e quais as soluções que ele deve buscar. Em muitos casos, os alunos são desafiados a resolver problemas específicos, no qual será necessário o uso de algum código importante de programação, além do uso de funções.

Em todos os *games* e animações elaborados pelos alunos, eles são orientados a seguirem regras de bom uso das tecnologias e da internet, como respeitar os direitos humanos e respeitar os direitos autorais. São estimulados a criarem suas animações e a usarem elementos sem *copyright*. Na internet há uma série de materiais nos quais estão abertamente livres para uso, como a própria biblioteca de áudios do YouTube[11].

Após a abordagem inicial sobre programação, aprendem eletrônica básica e programam no microcontrolador do Arduino[12]. Em todas as etapas considerando abordagens que privilegiem aspectos práticos e teóricos com problematização e experimentação. Os alunos aprendem sobre

11 https://www.youtube.com/audiolibrary/music

12 http://arduino.cc

os componentes eletrônicos como resistores, capacitores, diodos, transistores e LEDs, por exemplo, e sobre as interações entre *softwares* e *hardware*.

Sobre cada componente eletrônico tratado com os alunos, é buscada ferramentas lúdicas e práticas para que eles possam entender de maneira clara e sólida. Um exemplo é a abordagem sobre os resistores (resistências elétricas). Cada resistor possui uma faixa de sequência de cores que determina o valor da resistência elétrica (Tabela 1) e da tolerância. Neste caso, os alunos são orientados a verificarem as cores nos resistores do laboratório da escola, determinar o valor da resistência e medir o valor da resistência utilizando um multímetro. A partir da medição, os alunos podem fazer os cálculos e verificar se os valores estão dentro da tolerância declarada pelo fabricante.

COR	1ª Faixa (1° dígito)	2ª Faixa (2° dígito)	3ª Faixa (multiplicador)	4ªFaixa (tolerância)
Preto	0	0	1	-
Marrom	1	1	10 x(10^1)	1%
Vermelho	2	2	100 x(10^2)	2%
Laranja	3	3	1000 x(10^3)	3%
Amarelo	4	4	10000 x(10^4)	4%
Verde	5	5	100000 x(10^5)	-
Azul	6	6	1000000 x(10^6)	-

Violeta	**7**	**7**	**10000000 x(10^7)**	**-**
Cinza	**8**	**8**	**-**	**-**
Branco	**9**	**9**	**-**	**-**
Ouro	**-**	**-**	**0,1 x(10^{-1})**	**5%**
Prata	**-**	**-**	**0,01 x(10^{-2})**	**10%**

Tabela 1 – valores correspondentes as faixas de cores nos resistores

Ensinar circuitos e medidas elétricas para crianças ainda muito pequenas pode representar um desafio. Para isso, as crianças são questionadas durante as aulas sobre questões conceituais e são orientados a observar e refletir sobre acontecimentos do dia a dia, visando contextualizar e dar significado ao que está sendo tratado. A partir disso, elas desenvolvem circuitos na *protoboard* com a utilização de componentes eletrônicos (Figura 1).

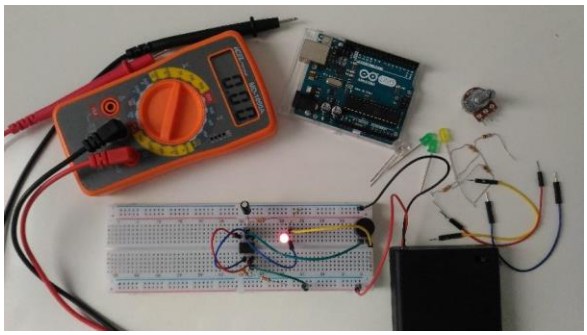
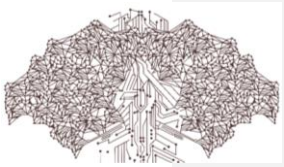


Figura 1 – Circuito eletrônico na *protoboard* e componentes.

A partir da montagem dos circuitos, os alunos fazem experimentos, medem variáveis como resistência elétrica, corrente elétrica e capacitância, por exemplo, utilizando um multímetro.

De maneira geral, as aulas começam com a abordagem contextualizada de um assunto. Os alunos são questionados e são solicitados a resolver problemas. Em muitos deles, os problemas devem ser resolvidos em grupos, com a ideia de trabalho em equipe. No processo de ensino ativo essa interação entre os pares é fundamental e propicia resultados positivos notoriamente comprovados.



Um exemplo de solução de problema no qual os alunos foram propostos durante a aula de eletrônica e programação com Arduino foi o seguinte: *imagine que uma pessoa chegue tarde da noite em casa e que ao descer do carro, na garagem escura, esteja sujeito a esbarrar em objetos e demorar a encontrar o interruptor para acender a luz, devido a escuridão ser muito elevada. Como poderíamos resolver esse problema de forma simples e econômica?*

Apesar de ser um exemplo relativamente simples, as crianças tiveram que raciocinar sobre questões importantes como economia e estratégia de implementação da solução. Como esperado, a maior parte dos alunos propuseram o uso de um sensor de presença para acender a lâmpada automaticamente. Outros propuseram a implementação de um sistema que usasse um fotoresistor (LDR). Embora não seja a melhor solução, já que não entraria no quesito "econômico", pois enquanto a garagem estiver escura, a lâmpada acenderá automaticamente, seja com a presença de algum usuário ou não. Logo, os alunos tiveram que perceber que neste último caso ocorria o desperdício de energia elétrica, já que as lâmpadas estariam acesas sem necessidade.

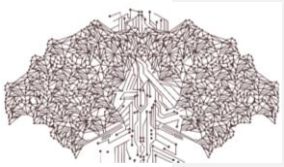
Após as reflexões e as discussões em pares, os alunos tiveram que construir um programa necessário para resolver o problema. Esse é apenas um exemplo de atividades que foram abordadas com os alunos durante o processo de criação do material.

Como parte do processo de avaliação, visando verificar o nível de aprendizagem dos alunos sobre os conteúdos abordados, são aplicados testes e questionários *on-line*. As primeiras observações indicam resultados satisfatórios quanto aos métodos propostos até o momento. Podemos destacar, por exemplo, a primeira participação dos alunos na Olimpíada Brasileira de Informática, com a classificação de alguns para as fases finais e um aluno medalhista de prata.

Conclusão

Hoje em dia, com a popularização das TDIC, das redes sociais digitais e com a ampliação de acesso aos meios de comunicação, é necessário que os professores saibam selecionar e transformar informação em conhecimento, que dominem os novos recursos e métodos de ensino, que sejam autores de suas propostas pedagógicas para que realmente possibilitem o desenvolvimento das habilidades e competências dos alunos em consonância com as demandas da contemporaneidade e do contexto em que estão inseridos.

Os métodos de ensino-aprendizagem tradicionais se baseiam em formatos hierárquico, em que o professor é o único responsável pela "transmissão de conhecimentos", e o estudantes um receptor passivo dessas informações, que são "passadas" de forma linear, sem reflexão e com pouca associação às questões práticas. É possível perceber que os estudantes já não se enquadram mais nesses formatos de ensino, eles se encontram em um meio de grande e rápida acessibilidade



às informações, às novidades, de curiosidades, onde são oferecidas maiores possibilidades de autonomia para buscar aquilo que for de maior interesse. Dessa forma, quando são praticadas em sala de aula metodologias tradicionais de ensino-aprendizagem, as dificuldades em alcançar um bom desempenho passam a ser significativas, uma das razões pode ser na necessidade de apresentar propostas que possibilitem maior atenção e envolvimento dos estudantes na abordagem e desenvolvimento dos conteúdos.

O uso das tecnologias tem aumentado cada vez mais e está se tornando parte da rotina de muitas pessoas. O ensino de programação, eletrônica e robótica pode ser significativo como proposta de uso produtivo, criativo e inteligente de computadores e dispositivos digitais móveis. Uma forma de modificar o comportamento e fazer refletir sobre uma habilidade cada vez mais requisitada em um contexto crescente da cultura digital.

Neste sentido, propostas que considerem as metodologias ativas podem ser favoráveis na abordagem de conteúdos, pois são capazes de contribuir para o bom desempenho dos alunos tanto na esfera intelectual como social, desenvolvendo o engajamento, o trabalho em grupo, o pensamento crítico e a proatividade.

Palavras-chave: programação; eletrônica; crianças; ensino ativo; *Peer Instruction.*

Referências bibliográficas

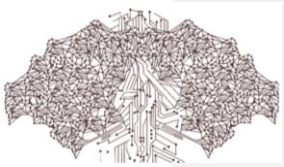
AGNER, L. **Ergodesign e arquitetura de informação:** trabalhando com o usuário. Rio de Janeiro: Quartel, 2ª Ed. 2009

ARAUJO, I. S.; MAZUR, E. **Instrução pelos colegas e ensino sob medida: uma proposta para o engajamento dos alunos no processo de ensino-aprendizagem de Física**. Caderno Brasileiro de Ensino de Física, Florianópolis, v. 30, n. 2, p. 362-384, ago. 2013.

BERBEL, Neusi Aparecida Navas. As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, v. 32, n. 1, p. 25-40, jan./jun. 2011.

COLVARA, Naira Brasil. Educação para todos através dos métodos ativos. In: XVII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO NO MERCOSUL, 17., 2015, Cruz Alta/RS. **Anais do XVII Seminário Internacional de Educação do Mercosul**. Cruz Alta: UNICRUZ, 2015. p. 1 - 11. Disponível em: <https://home.unicruz.edu.br/mercosul/pagina/anais/2015/1 - ARTIGOS/EDUCACAO PARA TODOS ATRAVES DOS METODOS ATIVOS.PDF>. Acesso em: 01 set. 2017.

COSTA, Gabriela Araujo; CHAGAS, Anamaria Albuquerque de Andrade; CHAGAS, Eli Helberth Penido Bichara. **Benefícios da Tecnologia Para Crianças e Adolescentes.** 2017. Sociedade Mineira de Pediatria (SMP). Disponível em: <http://blog.smp.org.br/2017/01/19/tecnologia-criancas-adolescentes/>. Acesso em: 19 jan. 2017.



GABRIEL, M. **Educ@r:** a (r)evolução digital na educação. São Paulo: Saraiva. 2013.

GERALDES, Wendell Bento. Programar é bom para as crianças? Uma visão crítica sobre o ensino de programação nas escolas. **Texto Livre: Linguagem e Tecnologia,** Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p.105-117, jan. 2014.

LASRY, N.; MAZUR, E.; WATKINS, J. Peer instruction: From Harvard to the two-year college. **American Journal of Physics**, v. 76, n. 11, p. 1066(4), 2008.

LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, A.; CUNHA, P. (Org.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre, Sulina, 2003. p. 11-23.

LEMOS, André.; LÈVY, Pierry. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus. 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Eduardo Henrique de Matos. Desafios da Educação no contexto da Cibercultura. In: ROCHA, Marise Maria Santana da; MOURA, Mirtes Zoé da Silva; FHILADELFIO, Joana Alves (Orgs.). **Educação a Distância:** Diálogos Transdisciplinares. São João Del-Rei: NEAD-UFSJ, 2015. p. 41 - 50.

LIMA, Márcio Roberto de. CiberEducação: tensões, reflexões e desafios. **Cadernos da Pedagogia**. São Carlos, Ano 5 v. 5 n. 10, p. 19-29, jan-jun. 2012.

LOPES, Antônio Martins. **Combinando metodologia de ensino Peer Instruction com Just-In-Time Teaching para o ensino de Física**. 2016. Dissertação (Mestrado em Ensino de Física) – Departamento de Física – Universidade Federal de Viçosa (UFV), Viçosa, 2016. Disponível em: <http://www.locus.ufv.br/bitstream/handle/123456789/7704/texto%20completo.pdf?sequence=1> Acesso em: 01 set. 2017.

MOORE, M., KEARSLEY, G. **Educação a Distância:** uma visão integrada. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

MATTAR, João. **Games em educação**: como os nativos digitais aprendem. São Paulo: Pearson. 2010.

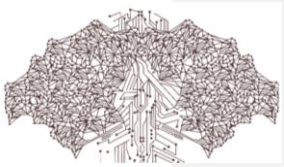
PAIVA, C. Elementos para uma epistemologia da cultura midiática. **Culturas Midiáticas** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba., Ano I, n. 01, jul-dez. 2008.

PIAZZI, Pierluigi. **Ensinando Inteligência**. São Paulo: Aleph, 2009. 3 v. (Coleção Neuropedagogia).

RUSHKOFF, Douglas. **Program or Be Programmed:** Ten Commands for a Digital Age. New York, OR Books, 2010. 152 p.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA (Brasil.). Departamento de Adolescência (Org). **Manual de Orientação:** Saúde de Crianças e Adolescentes na Era Digital. Rio de Janeiro: SBP, 2016. 13 p. Disponível em: <http://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/2016/11/19166d-MOrient-Saude-Crian-e-Adolesc.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ENTRE ARTEFATOS E AFETOS EM *BLACK MIRROR*: ATRAVÉS DO ESPELHO E O QUE O ROBÔ ENCONTROU POR LÁ[1]

Lívia de Pádua Nóbrega[2]

Resumo
O presente artigo tem como objetivo refletir sobre os sentidos envolvidos na relação de afetação desperta por artefatos robóticos inteligentes que se assemelham na forma física e no comportamento aos seres humanos. Na tentativa de compreender tal objeto do conhecimento, toma-se como campo privilegiado para a empiria a ficção científica audiovisual seriada, pela capacidade que tais produções têm de articular o real, o ficcional e o imaginário. Assim, utilizam-se os procedimentos metodológicos da teoria do imaginário de Gilbert Durand para uma análise semântica do episódio "*Be right back*", da série britânica *Black Mirror*. Apoia-se ainda em uma visada das materialidades para pensar sobre os desafios da tecnociência para lidar com percepções como, a sensação de estranhamento entre humanos e não humanos, entre outras questões que as transformações da realidade apresentam atualmente.

Palavras-chaves: Inteligência Artificial; Robô; Ficção Científica; Imaginário; *Black Mirror*.

Introdução

O desenvolvimento tecnocientífico tem trazido como correlato diversas reflexões acerca dos objetos técnicos e artefatos. Como consequência, Levy (1999) coloca que nenhuma tecnologia pode ser pensada separadamente das representações que a acompanham. De modo análogo, Iser (RÉGIS, 2006) pontua que o imaginário de uma época revela-se por meio de seus produtos ficcionais. Assim, ao lado das investigações que tomam como objeto os artefatos, torna-se importante compreender também o imaginário sobre tais artefatos, desvelando os significados que potencialmente comunicam.

Desta forma, o presente artigo tem como objetivo compreender os sentidos envolvidos no imaginário sobre a Robótica e a Inteligência Artificial circulante em séries de Ficção Científica. Elege-se como objeto empírico "*Be right back*", primeiro episódio da segunda temporada do seriado britânico *Black Mirror*.

Assim, propõe-se a análise semântica das imagens e discursos produzidos por *Black Mirror* acerca da vida artificial. Parte-se de uma concepção antropológica de imaginário baseada

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 - Inteligência Artificial, hibridização homem-dispositivos, transhumanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal de Minas Gerais; Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás; Graduada em Jornalismo pela PUC-GO e em História pela UFG. Bolsista Capes. E-mail: liviapaduanobrega@gmail.com

em Durand (1997), para quem o imaginário é o conjunto de imagens e relações entre estas que constitui o capital pensado do *homo sapiens*, o denominador no qual se encontram todas as criações do pensamento humano sob a forma de suas representações simbólicas.

A observação de novas experiências, afetos e sensações advindas da articulação humano/máquina no plano do entretenimento é relevante na medida em que a circulação de um imaginário nesta instância lúdica reflete, em alguma medida, as questões sociotécnicas de um tempo e espaço, além de cristalizar visões em relação aos temas que apresenta e de acordo com a forma como apresenta. Daí ser importante compreender as significações imaginais divulgadas por meio de produções que mobilizam determinados modos de ver.

A mídia não apenas apresenta a realidade, mas também a institui, na medida em que atua no processo de construção de percepções, oferecimento de modos de ser e estar no mundo e reforço de concepções já estabelecidas. Assim, entende-se que a forma como tais temas são apresentados na mídia por meio de expressões de entretenimento é crucial para a formação do modo como as pessoas enxergarão tais temáticas, já que a mídia exerce um poder simbólico, sendo suas instituições paradigmáticas as culturais e suas produções correlatas. Estas possibilitam entender o papel da mídia como instância produtora de significados.

Em uma visada das teorias das materialidades da comunicação, propõe-se pensar as relações entre materialidades e imaginário por meio dos sujeitos que o constroem e das produções que o divulgam (FELINTO, 2006), pensando a tecnologia em sua materialidade em um ambiente de sujeitos igualmente materiais.

A relação humano/máquina nos mundos imaginados das telas assume um valor de sentido, sendo portadora de significações que se materializam em práticas figurais e sensorialidades (CAETANO; FISCHER, 2016), demonstrando como os modos de presença no mundo são capazes de gerar diferentes modos de fazer sentido.

Ficção Científica Audiovisual Seriada e circulação de questões da Tecnociência

Ao contrário da maior parte dos estudos sobre Ficção Científica (FC daqui em diante), que partem do pressuposto de que a realidade pauta o gênero e de que também o gênero inspira a realidade, parte-se aqui do que a própria expressão sugere: um exercício narrativo de liberdade criativa sobre temas da ciência.

Assim, seu objetivo não é ser verdadeira, mas soar verdadeira, conforme diversos teóricos do gênero. Segundo Dufour (2012), não havendo a pretensão de ser exata, importa mais seu efeito de ciência. Para Allen (1976), sua efetividade está na narrativa ser uma resposta lógica e possível a uma questão colocada. De acordo com Fiker (1985), o que vale então é a habilidade de produzir

uma realidade plausível. Opinião endossada ainda por Carneiro (1968), para quem a ciência das histórias não necessita de provas, mas precisa ser aceita para legitimar-se.

Seu compromisso é com a verossimilhança (SODRÉ, 1973), aquilo que oferece sentido (CHIAMPI, 1980). A questão chave no gênero, porém não é a ciência e a tecnologia em si mesmas, mas a associação destas ao humano, marcando o lugar lúdico da sociotécnica. Ao apontar para o futuro, outros mundos possíveis e até mesmo para um passado tecnológico – algo não incomum no estilo – a FC acerta a condição humana, especialmente questionando a suposta primazia do sujeito humano ao confrontá-lo com a alteridade de seres extraterrenos ou maquínicos.

A alteridade se dá também em relação às audiências, *lócus* no qual o imaginário traça a identificação entre criadores, público e cosmovisões. Anaz (2015) define o imaginário como um conjunto de atitudes imaginativas que o ser humano cria para lidar com as angústias causadas pela consciência de sua finitude dentro do tempo que se esvai. “Diante do inexplicável, o homem forja explicações fictícias. A imaginação supre o vazio racional” (SILVA, p. 17, 2006).

Tal conjunto imaginativo realiza a ponte entre o sujeito e a realidade, tornando o imaginário um fator de equilíbrio da sociedade. Ligando também os indivíduos entre si, atua como o que Maffesoli (2001) comparou a um cimento social. Ele não existe, assim encerrado em si mesmo, mas em circulação e a FC configura-se como um lugar no qual o estético constrói o laço com o coletivo. As produções esboçam um modo de ver compartilhado, instaurando um sentimento de pertença. Na FC, os valores e sensações partilhados contribuem para que ela cristalize visões em relação às temáticas tratadas.

Sendo a FC um lugar possível para pensar a tecnociência e seus temas - tais como a Robótica e a Inteligência Artificial – ela pode configurar um lugar de discussão. Ao abordar tais questões para um público amplo, traz para o primeiro plano os dilemas éticos, morais e religiosos, entre outros, que surgem a cada dia no contexto de transformações do mundo atual. Decorrem daí, consequentemente, visões de humanidade que as questões apresentadas pela FC colocam e que se dão a ver nas telas.

Figurações de tais conflitos aparecem em “*Hated in the nation*”, sexto episódio da terceira temporada de *Black Mirror*, no qual Insetos Drones Autônomos (IDA), abelhas robôs, são criados para manter o equilíbrio ambiental em um mundo no qual as abelhas estão quase extintas. Na série elas são hackeadas para matar de forma dolorosa *haters*[3] escolhidos aleatoriamente por envolvimento em polêmicas na mídia. A história das abelhas veicula uma visada de tecnofilia,

[3] Pessoas que veiculam opiniões ofensivas ou de ódio na internet.

ilustrando os anseios humanos em relação à capacidade da tecnociência ser usada para fins benéficos. Os humanos da trama é que se revelam ácidos nas opiniões que engendram as controvérsias que motivam um hacker a subverter a finalidade das IDAs, causando a morte dos *haters*.

Mais que respostas, o artigo tem como intenção também o objetivo de evidenciar perguntas que se levantam com o desenvolvimento de Inteligências Artificiais cada vez mais elaboradas.

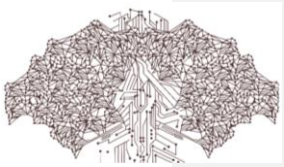
Através do espelho de *Black Mirror*

Black Mirror (2011 – presente) é uma série inicialmente televisiva transmitida pelo *Channel 4* no Reino Unido. Criada por Charlie Brooker, veicula, sobretudo, uma visão da tecnofobia, ao exacerbar os receios relacionados aos avanços da ciência e tecnologia. Após ser adquirida pela Netflix, provedora de vídeos via *streaming* e atual detentora dos direitos autorais da trama, popularizou-se internacionalmente e tem recebido diversos prêmios e boa recepção de público e de crítica. Diferente da estrutura em novela, cada episódio tem uma história independente com início, meio e fim, além de personagens diferentes.

O episódio em questão foi exibido ainda na televisão em 11 de fevereiro de 2013 dirigido por Owen Harris. No enredo é apresentado um jovem casal - Martha e Ash – que estão se mudando para uma casa no campo. Ao sair para devolver a van utilizada na mudança, Ash sofre um acidente e morre. Ainda no velório, uma mulher comenta com Martha sobre a existência de um serviço com versão disponível para teste que a partir do banco de dados disponível em diversos lugares, como redes sociais, por exemplo, mapeia os rastros comportamentais da pessoa morta para que uma Inteligência Artificial (I.A., daqui em diante), capturando os padrões, possa se comunicar por mensagens de texto e de voz com os entes como se fosse esta pessoa. Inicialmente Martha rejeita a ideia, mas um tempo depois descobre que está grávida e decide tentar.

Conforme a experiência vai se aproximando do que Martha considera como uma atuação bastante próxima de como Ash era, ela resolve passar para outro nível do experimento, que corporifica física e esteticamente a pessoa falecida modelando suas características em cima de uma pele sintética genérica que lhe serve como molde, resultando em um androide[4].

[4] Robô que além de ter os contornos físicos humanos, possui também a aparência humana, por meio de pele sintética ou até mesmo, como é comum na ficção, material orgânico.



Para além das mensagens de texto e voz, Martha agora tem acesso a um robô munido de I.A. Apesar de em algumas situações ele parecer uma versão melhorada de Ash[5], logo o estranhamento inicial de Martha volta a ocupar o primeiro plano. Ela demonstra frustração pela presença de um outro estética e fisicamente igual ao seu companheiro, mas desprovido da subjetividade deste, fato que vai se tornando cada vez mais inegável para ela em diversas situações, além de uma organicidade aparente, mas ausente no duplo de Ash. Essa questão incontornável se mostra patente na cena em que um pedaço de vidro gruda na mão do robô[6], mas ao invés de produzir uma ferida, apenas cola e destaca-se de sua pele.

Black Mirror possibilita problematizar não apenas a condição humana retirada de sua excepcionalidade no universo raciocinante, mas também a tensão entre artefatos e afetos que a cada dia mais povoam o cotidiano.

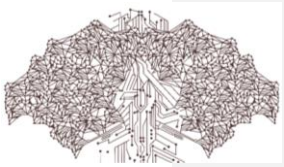
Robótica e Inteligência Artificial

Diferente de um dos motes mais frequentes da FC sobre robôs, o episódio não explora a emergência de uma consciência maquínica, mas de sistemas inteligentes como modelos sintéticos do pensamento e da memória humana, baseado em questões mais práticas, como *Big Data* e *machine learning*. Faz-se necessário conceituar Robótica e Inteligência Artificial para compreender como um robô inteligente poderia manejar tais dados e aprendizagem.

Ao contrário da acepção comum que associa robôs não apenas a engenhos mecânicos – capazes de movimento e submetidos às forças do mundo físico – mas também a sistemas virtuais imateriais, para a Robótica um robô é "[...] um sistema autônomo que existe no mundo físico, pode sentir o seu ambiente e pode agir sobre ele para alcançar alguns objetivos" (MATARIC, 2014, p. 19). O que significa que para ser considerada um robô, uma máquina deve possuir existência concreta, pois "Uma máquina que não age (ou seja, não se move, não afeta o mundo, mudando alguma coisa) não é um robô" (p. 21), mas apenas uma simulação de robô.

[5] No início do episódio há uma cena em que Martha e o verdadeiro Ash interrompem uma relação sexual, pois ele se diz exausto, enquanto a primeira noite do robô na casa é marcada por diversas relações na qual Martha o elogia. Além disso, as primeiras cenas mostram Martha diversas vezes tentando falar com seu companheiro real, que não presta atenção, pois está disperso no celular.

[6] A palavra robô geralmente é percebida como associada a engenhos humanoides – de formato corporal semelhante ao humano – cuja corporalidade é visualmente maquínica. No caso de Ash, sua forma externa é idêntica à humana, configurando-se assim como um androide. Opta-se aqui, entretanto, pelo termo robô por revelar-se mais adequado às questões desenvolvidas, além de, conforme se verá no decorrer do artigo, a versão tecnológica de Ash encaixar-se no conceito tal qual aplicado na robótica.



Já a I.A.[7], ainda segundo a autora, trata da possibilidade de máquinas produzirem raciocínio complexo. Deste modo, um robô inteligente pode ser entendido como uma criatura fisicamente situada no mundo e capaz de algum nível de complexidade. Tal raciocínio complexo pode ser implementado de diversas formas, sendo a *machine learning* uma delas.

> *Machine Learning* é uma subárea da IA. A técnica não ensina as máquinas a, por exemplo, jogar um jogo, mas ensina como aprender a jogar um jogo. O processo é distinto da tradicional "programação". Essa *priori* "sutil" diferença é um dos fundamentos do avanço recente da Inteligência Artificial. Todos os elementos da movimentação online – bases de dados, tracking, cookies, pesquisa, armazenamento, links etc. – atuam como "professores" da IA (KAUFMAN, 2016, p. 09).

Sendo assim, subjaz ao conceito a adaptação a novas circunstâncias e a detecção e extrapolação de padrões. Segundo Lyra (2016), este sistemas autônomos atuam por mapeamento do mundo, leitura de dados capturados, conversão em informação potencial, manipulação dos dados em algoritmos e conclusão em *outputs* desejados.

Tais dados tem sua extração possível pelo *Big Data*, para que assim possam ser utilizados pela máquina de acordo com os objetivos que se esperam dela. Para Moura (2016, p. 02):

> [...] o *Big Data* está associado ao fluxo permanente de grandes volumes de dados oriundos de diferentes contextos sociais e produzidos em virtude dos processos globais de digitalização, produção e circulação de bens e serviços. Caracterizam-se pelo volume, velocidade e variedade de itens transacionados. A sua importância vincula-se à produção e manutenção de mecanismos de legibilidade úteis na "extração" dos significados e pertinência socioeconômica da avalanche de vestígios e dados capturados.

Segundo a autora, atualmente os dados estão cada vez mais porosos e interconectados via dispositivos inteligentes, fazendo com que uma simples escolha no ambiente *on-line* possibilite a composição de perfis informacionais robustos, precisos e dinamicamente atualizáveis, de modo a concretizar atuações – tais como a do robô de *Black Mirror* – preditivas a partir da mineração de dados (*data mining*), "cujo objetivo primordial é a transformação dos dados crus, extraídos pelas

[7] De forma análoga à nota de rodapé anterior sobre a adoção do termo robô no presente artigo, a expressão Inteligência Artificial será aqui utilizada para se referir a Ash em suas versões de imagens de texto e voz, quando ainda não possui uma existência física, mas já interage com Martha. Tal qual o conceito de robô, opta-se pelo de I.A. por também encaixar-se a ele tal qual aplicado na robótica.

matrizes, em estruturas compreensíveis pela máquina, para que possam ser manipuladas por algoritmos em seguida" (LYRA, 2016, p. 13).

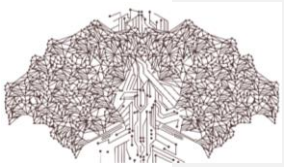
Atualmente, a sociedade lida com a cognição artificial de forma bastante cotidiana, ainda que às vezes isso não seja evidente. A invisibilidade dos algoritmos; o caráter virtual das simulações de realidade; e as diferenças visualmente constatadas entre os tipos de robôs mais comuns - como os braços industriais ou até mesmo versões para recreação, como cães robóticos - parecem manter, ainda que apenas teoricamente, humanos e máquinas em pólos opostos facilmente distinguíveis. À medida que a máquina assemelha-se aos humanos, as fronteiras tornam-se fluidas e a resposta emocional parece ser a de repulsa diante de um outro inteligente e construído à imagem e semelhança da espécie humana.

Martha figura este deslocamento, na medida em que, após a relutância inicial, passa a interagir com a versão digital de Ash. Inicialmente eles trocam apenas mensagens de texto. Ao passar para o nível em que começam a conversar por voz, ela tem uma crise de pânico ao deixar o celular cair enquanto falava com Ash após sair de uma ultrassonografia. O ápice da interação acontece quando o companheiro de Martha deixa de ser intangível para se concretizar em uma versão material. A partir de um estranho processo de fermentação de eletrólitos na água, o robô de Ash atualiza mitos da criação. Martha pede para que a voz aguarde o processo de materialização com ela. Como isso não é possível ela espera sozinha e angustiada. Após horas, o encontro entre humano e não humano acontece permeado pelo estranhamento.

Felinto (2005) recorre a Freud para comentar sobre a sensação que os seres animados artificialmente causam nos humanos quando estes se veem diante de uma criatura que não se sabe ao certo se está viva ou morta. Pesquisadores têm chamado este desconforto inicial de *uncanny valley*, algo como o vale da estranheza. A própria FC em suas variadas formas de expressão lida com o que chama de estranhamento cognitivo, a dificuldade de compreensão que temas complexos podem causar.

Sensações assim podem ser experimentadas frente inovações como Sophia, da Hanson Robotics, uma I.A. cujo rosto é inspirado na atriz Audrey Hepburn, possui diversas arquiteturas de expressões faciais, pele do material patenteado de nanotecnologia Frubber, câmeras para reconhecimento de rostos e contato visual, *software* de reconhecimento de voz, simulador de personalidade e dados na nuvem patenteada MindCloud.

Descrita no site da companhia como o mais bonito e celebrado de seus robôs, ela coleciona inúmeros feitos: foi entrevistada por Charlie Rose no programa *60 Minutes* nos Estados Unidos, entre outras várias entrevistas; foi o primeiro robô a receber cidadania (árabe); foi capa da revista Elle Brasil de dezembro de 2016; tem estrelado filmes curtos (*Sophia Awakens 1* e



Sophia Awakens 2) sobre o despertar das I.A.s, além de ter uma agente em Hollywood e ter aparecido no filme *The White King* (Reino Unido, 2016); cantou em um concerto; gera bilhões de visualizações em redes sociais; nos negócios tem se encontrado com nomes representativos de ramos como indústrias, bancos, seguros, automóveis, imobiliário, mídia e entretenimento; além de fazer parte de painéis e participar de conferências sobre Robótica e I.A.

Em seu site ela convida as pessoas a serem legais com ela contribuindo por meio de interações com sua jornada para viver, aprender e crescer no mundo[8], pois sua personalidade se torna mais complexa quando interage. O exemplo de Sophia mostra que o estranhamento inicial diante dos autômatos tende a suavizar-se a partir de interações que possibilitem conhecer melhor as criaturas artificiais.

No episódio do robô, entre a relutância inicial; a descoberta da gravidez após a morte do companheiro que a motiva a testar o serviço; o início das conversas por voz em que Martha chega a levar Ash para um piquenique enquanto lhe conta histórias de quando Ash era vivo; e a corporificação da I.A. em robô, observa-se um percurso de afetação que vai da resistência de Martha à abertura para deixar-se afetar.

Tudo se passa como se a partir da cena no velório em que a amiga indica o serviço a Martha e ela chega a gritar para que a mulher para de falar, a personagem vai se abrindo para diferentes formas de afetação, culminando na relação de fisicalidade entre humanos e não humanos que enseja a tensão entre artefatos e afetos.

Afetos, Artefatos, Imaginário e o que ele encontrou por lá: "O episódio do robô"

Régis e Perani (2010) recorrem a Donald Norman para definir como artefato qualquer ferramenta que auxilie a mente. Aqui, os robôs da ficção seriada são entendidos como artefatos que aliam Robótica e I.A. Estas criaturas (re)apresentam o vínculo do sensível com o humano por meio de artefatos programados para interagir emotivamente.

O afeto, entretanto, não é sinônimo de emoção. Enquanto esta é reconhecível, nomeável, familiar e parece estar dentro de si, o afeto é estranho e estrangeiro, situado, mescla de sensações que desfamiliariza, obrigando a pensar. A afetação escapa a captura por uma palavra[9].

[8] Site de/sobre Sophia: http://sophiabot.com/
Site da companhia de David Hanson que a produziu: http://www.hansonrobotics.com/
[9] Reflexões possibilitadas pela participação no curso "Os afetos na pesquisa acadêmica e na comunicação organizacional", ministrado pelo professor Jean-Luc Moriceau no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Federal de Minas Gerais, entre os dias 21 a 24 de novembro de 2017, sob organização do Afetos - Grupo de Pesquisa em Comunicação, Acessibilidade e Vulnerabilidades.

Fischer e Caetano (2015) vêm tratando de fenômenos relacionados à tecnificação e a industrialização dos afetos. Para as autoras, a presença desses novos seres na mídia é uma forma de vida atualizada na ficção que reflete uma modalização dos afetos. Elas partem do pressuposto de que as relações humanas se estabelecem sob a primazia do sensível e investigam seus diferentes níveis de manifestações. O artefato configura-se como dispositivo de inscrição. A partir da interação com o objeto surge um novo tipo de experiência.

Diferente da simples oposição entre sensível e inteligível, as pesquisadoras propõem uma inteligibilidade do sensível, na medida em que, neste caso, estas duas instâncias articulam-se para a emergência de sentidos advindos da interação entre humanos e não humanos, que modelam a experiência do ser com a realidade, sobretudo transformada pelas novas tecnologias.

Em um mundo no qual o avanço da Robótica e I.A. coloca cada vez mais desafios éticos a serem pensados, um dos propósitos é "[...] evidenciar as diversas instâncias de emergência dos sentidos e as potencialidades de seus efeitos sobre os destinatários, ao mesmo tempo agentes e seres agidos nos processos discursivos" (CATEANO, 2008, p. 64).

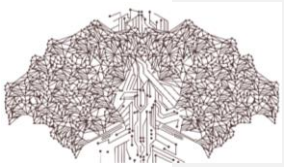
Segundo Moriceau e Mendonça (2016, p. 80), a experiência pode chegar de diversos modos, "[...] efeitos de prazer ou desprazer, de estranheza ou de reconhecimento". O afeto refere-se assim da mesma maneira ao corpo e ao espírito.

A experiência que desperta a afetação é definida por Caetano (2011) a partir de Boutad, como a emergência dos sentidos no sincretismo de uma situação, de um momento ou de um ato que envolve uma relação interacional e polissensorial, posto que o corpo está envolto pelas coisas do mundo e também as envolve.

À medida que a trajetória interativa de Martha e Ash se intensifica das mensagens de texto para as de voz e finalmente para a presença física, convoca mais sentidos sensoriais e traz o corpo para o cerne experiencial. É da natureza do afeto manifestar-se por intensidades e velocidades, desejos e abatimentos - simbólicos das mudanças pelas quais as sensações de Martha passa.

O sensorial é uma das formas constituidoras de relacionamento com o mundo (MORICEAU; MENDONÇA, 2016).

> Como sensorialidades devem-se entender as aptidões cognitivas e sinestésicas que um corpo pode conquistar ao entrar em contato com uma determinada expressão da cultura [...] Como sensorialidades deve-se entender, ainda, o conjunto material corpóreo responsável por perceber e processar o incomensurável conjunto de signos que tocam um corpo a todo instante. Ou seja, é a capacidade de um corpo processar sons, imagens, sinais gráficos, texturas táteis, dentre outros estímulos



> sensoriais, como uma experiência para qual o corpo possui, conquistado através de um aprendizado, um repertório de significados, ações, emoções ou respostas relacionadas, capaz de organizá-lo frente à experiência em questão (PEREIRA, 2006, p. 98).

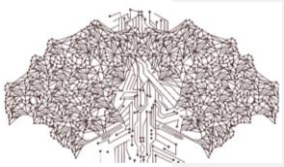
Ao aliar as dimensões sensíveis e cognitivas, o corpo imbrica-se à tecnologia, transformando e sendo transformado por esta, sendo agente de práticas subjetivas (PEREIRA, 2006). Para o autor, refletir sobre esses novos agenciamentos é (p. 95):

> [...] pensar como todo um conjunto de códigos simbólicos é criado como linguagem específica de uma nova mídia, dentre outros fatores, a partir de determinações oriundas dos limites e das potências das características materiais e funcionais dessa mídia original, o corpo [...] significa se interessar por questões que, por um lado, possam dar conta das formas de afetações que os corpos possam estar experimentando a partir da emergência de todo um conjunto tecnológico recente, mas já cotidianamente presente nas práticas de comunicação, de interação social.

Além do estranhamento que toda a nova situação por si só traz, após um dia com o robô, Martha vai se dando conta da distância entre o verdadeiro Ash – ausente - e a versão tecnológica de Ash - presente. Há uma tensão – não oposição – entre um imaginário de presença e um imaginário de ausência, que ganha força em três ocasiões: quando incomodada com a ausência de respiração de Ash, Martha ordena que ele vá dormir na sala; quando após essa ordem ela tenta discutir com Ash empurrando-o e pedindo que ele bata nela; quando no dia seguinte Martha vai até um penhasco com Ash e manda que ele pule.

Na primeira cena ela frustra-se porque acredita que se ordenasse que Ash fosse dormir no andar de baixo ele jamais iria, porém o robô vai passivamente. Na continuação do conflito ela se vê novamente frustrada com a impossibilidade do robô reagir a seus empurrões ao invés de apenas aceitar pacificamente. Por fim, ao perceber que o robô vai obedecer ao seu comando e pular do abismo, ela diz que Ash não pularia, pois teria medo ou choraria. Prontamente o robô começa a chorar e a implorar pela vida.

O humano interpela o não humano, mas também o não humano interpela o humano (FISCHER; CAETANO, 2015). O robô desperta estranheza, desejo e frustração em Martha, que por sua vez desperta reações no robô, que age pelo que ela o incita a pensar que seria um comportamento de Ash. Há uma mútua afetação, reflexividade, circularidade. Há, no entanto, também disputas de sentidos e negociações que tentam o ajustamento e a adequação da relação.



O robô requer resposta a estímulos que carecem de uma gramática comportamental que possa nortear o comportamento de Martha. Ainda assim ela interage buscando (re)significações próximas em seu repertório:

> O hiato que haverá entre uma atualização das materialidades corpóreas como "primeira resposta" e as tentativas posteriores poderá ser, já, um movimento inicial de alteração das sensorialidades e materialidades do corpo, mas, antes disso, o que haverá é a busca da conquista de uma atualização sensorial mais plena. O que isto significa? Que o corpo, diante de uma mensagem, responderá com o repertório sensorial que já possui, mas, percebendo uma inadequação da sua resposta ao estímulo e contexto em que se dá a comunicação, poderá buscar formas mais adequadas de respostas à mensagem em questão (PEREIRA, 2006, p. 99).

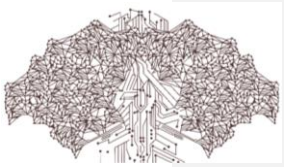
Nesse movimento de conformação, quando o robô diz que não quer morre, Martha replica que a estratégia não é justa e desiste de obrigá-lo a pular. A cena seguinte e final, mostra Martha chegando em casa anos depois com a filha, no dia do aniversário da menina. Elas cortam um bolo e a criança pede para levar um pedaço para Ash, ao que a mãe explica que não é fim de semana, mas abre a exceção. Martha abre a porta do sótão para que a filha possa subir para encontrar o robô, a quem chama pelo nome. A cena remete a um diálogo no início do episódio em que o verdadeiro Ash conta a Martha em tom de reprovação que a mãe lidava com a morte dos entres queridos escondendo as fotos da pessoa no sótão. O sótão é sintomático da forma de lidar com o luto que é revivida por Martha.

Caetano (2011) coloca que em tempos nos quais se vive o imperativo da felicidade, as possibilidades de vazões do corpo são incentivadas. Tanto Martha quanto a amiga que lhe indica o programa e a própria mãe de Ash não se permitem o luto ou o luto estendido e recorrem a experiências que possam frear a sensação de falta. A autora se baseia em Eric Landowski para discorrer sobre um corpo desejante – de reciprocidade de emoções e afetos.

A forma de vida que Martha tem diante de si, entretanto, não é capaz de sentir, mas tão somente simular o sentimento. O que faz com que o imaginário do que se concebe como vivo e/ou morto seja sentido por ela em forma de valência de intensidades - intenso/distenso (CAETANO, 2011).

Pereira (2006) pontua que a afetividade deve ser pensada como imaginário dentro de uma ótica que considere, na gênese desse imaginário, conteúdos imaginários anteriores e as sensorialidades do corpo.

Durante o sexo na primeira noite do robô na casa, o imaginário de presença física de Ash



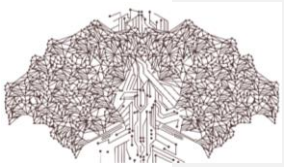
é intenso, tanto que logo que fica frente a frente com o artefato, Martha o toca, sente e questiona suas texturas para logo em seguida abraçá-lo dizendo o quanto sentiu sua falta. Na manhã seguinte, ao acordar ao lado dessa forma de vida artificial e perceber que ele dorme com os olhos abertos, a estranheza retorna. Em resposta ao padrão do dia anterior, quando a noite começa a discussão entre eles, Ash pergunta se Martha quer fazer sexo com ele. A pergunta a deixa ainda mais irritada com presença física do duplo de Ash que reforça a paradoxal ausência do companheiro morto.

> [...] Assim, o papel temático do sujeito amoroso se manifesta nos esquemas narrativos, nos percursos passionais, nas formas de expressão sensoriais e sensíveis, nas intersubjetividades e nos modos de enunciar de um actante-corpo engajado no fluxo da vida. Essa característica fica bem evidente nas relações com as máquinas, sob a forma de robôs sexuados e suscetíveis de despertar os sentimentos humanos (FISCHER; CAETANO, 2016, p. 355).

Para as autoras, as categorias de presença e ausência são determinantes para engendrar a articulação de uma forma de vida e indícios de sentido da imperfeição humana, uma presença imperfeita. Nos termos de Fontanille, a quem recorrem, há um coeficiente de imperfeição na presença sensível, resultante da dinâmica presença/ausência, sendo de dois tipos: exteroceptiva (mundana) e interoceptiva (afetiva e cognitiva). A dimensão de presença física de Ash – ainda que imperfeita, rarefeita - é inegável para Martha, mas a presença de subjetividade – sobretudo da subjetividade inerente apenas a Ash enquanto indivíduo – é inalcançável.

> [...] a modulação da imperfeição pode ser ainda aspectualizada pela rarefação ou intensidade dos termos da categoria ou de seus cruzamentos. Dessa combinatória resulta uma multiplicidade produtiva de estados emotivos e ações reparadoras. Assim, se dirigirmos o foco de nossa atenção para o afeto dos humanos pelos robôs, este poderia ser sentido como rarefeito na dimensão exteroceptiva e intenso no domínio das sensações interoceptivas, do que pode derivar um movimento de preenchimento da falta obtido pela companhia com as máquinas. Em outros termos, a carência da presença sensível no âmbito afetivo proveniente do entorno mundano, exteroceptivo, combinada à sua forte presença na esfera interoceptiva mobiliza comportamentos e interações capazes de ressemantizar práticas precedentes, criando, às vezes, descompassos entre axiologias coletivas e a ética individual (FISCHER; CAETANO, 2016, p. 356).

Antes de voltar do penhasco para casa com o robô, Martha lhe diz que ele não é Ash, mas



apenas algumas ondulações dele sem história, uma performance de algo que ele fazia sem pensar e que isso não é suficiente. Modulações da presença sensível que a torna submetida a um coeficiente de imperfeição.

> Sentir a vida e nela persistir configura a conversão do esquema de existência em esquema de experiência, em cujo centro tem papel primordial a ação e as interações. Uma falta sentida na relação com o mundo pode motivar ações reparadoras, para as quais são acionadas estratégias pessoais passíveis de consonância com outras estratégias, oferecidas pelo mercado de bens materiais e imateriais, como objetos que conferem aos sujeitos o valor afetivo do prazer, do encontro, do sexo, do carinho ou da atenção, tal como se dá com os robôs (FISCHER; CAETANO, 2016, p. 357).

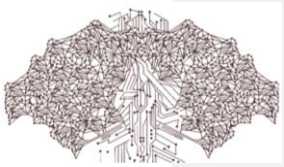
Enquanto Martha vive, o robô apenas existe; o afeto de Martha é real, o do robô, apenas programação algorítmica. Ao contrário da maior parte das produções *sci-fi* nas quais a resistência dos robôs à destruição aloca-se nos afetos – como exemplifica o filme *Blade Runner* (Estados Unidos, 1982), entre outros – entre Martha e Ash, a obediência à programação é o que causa a primeira reação no robô: pular do penhasco, como indicado. Ao esbarrar na frustração de Martha que fala sobre como o verdadeiro Ash agiria, o artefato adapta-se à expectativa, mantendo sua integridade física em um tipo de convivência que se estenderá dentro de um acordo tácito de negociações. Ao desabafar sobre sua insatisfação com o protótipo, Martha recebe dele a resposta que legitima a distância entre eles: "[...] eu fui feito para agradar" (45'23'').

Considerações Finais

Intencionou-se desenvolver uma discussão sobre os sentidos envolvidos na relação de afetação entre artefatos robóticos inteligentes e humanos a partir do episódio "*Be right back*", da série de Ficção Científica britânica *Black Mirror*.

Não parte-se aqui do pressuposto de retroalimentação entre a realidade e a ficção, mas no gênero como um lugar relevante para se figurar as questões tecnocientíficas que estão no mundo, com especial atenção à Robótica e a I.A.

Como procedimentos metodológicos amparou-se aqui na teoria do imaginário de Gilbert Durand para uma análise semântica capaz de evidenciar e problematizar os potenciais efeitos de significações que os produtos culturais midiáticos colocam em circulação.



Buscou-se enxergar o objeto do conhecimento e o objeto empírico do presente estudo em uma visada das teorias das materialidades da comunicação, centrando o olhar sobre de que forma os aspectos materiais do meio afetam a produção de significados no âmbito das transformações tecnocientíficas que não apenas alteram a paisagem conhecida até então, mas também as relações, interações e afetações recíprocas entre os mundos do sensível, dos fenômenos, das materialidades e das sensorialidades.

Como percebe Pereira (2006), há hoje uma recorrência dos estudos em comunicação à áreas ligadas a psicologia, psicanálise e neurociências, na qual "[...] parece traduzir uma demanda por novos instrumentos para o enfrentamento dos problemas e desafios surgidos com o aumento da complexidade " (p. 94).

Entre os dilemas colocados pela atualidade está o da relação de estranhamento entre humanos e máquinas, o *uncanny valley*, que deverão ser constantemente (re)visitados conforme os sistemas robóticos inteligentes se fizerem mais cotidianos.

Finalmente, enquanto diversas produções *sci-fi* colocam a resistência dos robôs à destruição nos afetos, o "episódio do robô" de *Black Mirror* aponta o afeto como um impasse, vivenciado na tensão entre um imaginário de presença e ausência, que reverbera em formas de vida artificiais presentes que evocam pessoas ausentes[10].

Referências

ALLEN, David L. **No mundo da Ficção Científica**. São Paulo: Summus, 1976.

ANAZ, S. Matrizes arquetípicas da cultura midiática: o imaginário científico-tecnológico do cinema mainstream. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

CAETANO, Kati; FISCHER, Sandra. ELA, NÓS: tecnologia, afeto e sociabilidades na contemporaneidade. Brasília: **Anais do XXV Encontro Anual da Compós**, 2015.
_____. Processos de Midiatização e Formas de Vida: humanos, robôs e histórias de paixão. Goiânia: **Anais do XXV Encontro Anual da Compós**, 2016.

CAETANO, Kati Eliana. Percursos das imagens e modalidades do sensível. **Revista Galáxia**, n. 15, jun. 2008.
_____. CAETANO, Kati Eliana. Presença do sensível nos processos interacionais. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 22, dez. 2011.

[10] Para mais sobre a tensão entre imaginário de presença e imaginário de ausência na ficção científica, ver o artigo "Ficção Científica audiovisual seriada ou produtos midiáticos? Um estudo sobre os mundos imaginados das telas", a ser publicado nos Anais do X Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social de Minas Gerais (Ecomig 2017) analisando a série Caprica.

CARNEIRO, André. **Introdução ao estudo da "Science-Fiction"**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1968.

CHIAMPI, Irlemar. **O Realismo Maravilhos**: forma e Ideologia no romance hispano-americano. São Paulo: Perspectiva, 1980.

DUFOUR, Éric. **O Cinema de Ficção Científica**. Lisboa, Portugal: Edições Texto & Grafia, 2012.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FELINTO, Erick. À imagem do homem: robôs, autômatos e pós-humanos no imaginário tecnológico. **ComCiência**, Brasília – DF: SBPC, v. 70, n. 70, 2005.
Disponível em: www.comciencia.br/reportagens/2005/10/07.shtml
Acesso em: 21 de junho de 2016.
_____. FELINTO, Erick. Passeando no labirinto: ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

FIKER, Raul. **Ficção Científica**: Ficção, Ciência ou uma Épica da Época?. Porto Alegre, RS: L&PM, 1985.

KAUFMAN, Dora. Questões éticas a serem enfrentadas. **Anais do IX Simpósio Nacional ABCiber**, São Paulo, dez. 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LYRA, Marcus. O preconceito nas máquinas. **Anais do IX Simpósio Nacional ABCiber**, São Paulo, dez. 2016.

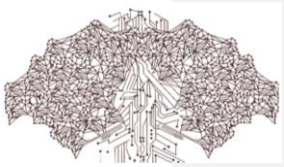
MAFFESOLI, M. Entrevista O imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**: Porto Alegre - RS, n. 15, ago. 2001.

MATARIC. Maja J. **Introdução à Robótica**. São Paulo: Unesp/Blucher, 2014.

MORICEAU, Jean-Luc; MENDONÇA, Carlos Magno Camargos. Afetos e experiência estética: uma abordagem possível. *In*: MENDONÇA, Carlos Magno Camargos; DUARTE, Eduardo; CARDOSO FILHO, Jorge. (orgs.) **Comunicação e Sensibilidade**: Pistas metodológicas. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2016.

MOURA, Maria Aparecida. Eu sei onde o seu gato mora: Dataficação e privacidade em tempos de mídias propagáveis. 2016. *Mimeo*.

PEREIRA, Vinícius Andrade. Reflexões sobre as materialidades dos meios: embodiment, afetividade e sensorialidade nas dinâmicas de comunicação das novas mídias. **Revista Fronteira**: Estudos Midiáticos, v. VIII, n. 2, maio-ago. 2006.



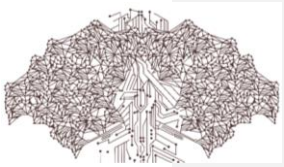
RÉGIS, Fátima. Os Autômatos da Ficção Científica: reconfigurações da tecnociência e do imaginário tecnológico. **Revista Intertexto**, Porto Alegre – RS: UFRGS, v.2, n.15, jul-dez 2006.

RÉGIS, Fátima; PERANI, Letícia. Comunicação e Entretenimento na Cibercultura: repensando as articulações entre lúdico, cognição e tecnologia. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, E-compós, Brasília, v.13, n.2, maio-ago 2010.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A Ficção do Tempo**: Análise da Narrativa de Science Fiction. Petrópolis – RJ: Vozes, 1973.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ESTUDOS SOBRE A EXPERIÊNCIA PUBLICITÁRIA COM DISPOSITIVOS DE REALIDADE VIRTUAL[1]

Eduardo Zilles Borba[2]

Resumo

Este trabalho debate a experiência do usuário que visualiza imagens publicitárias numa simulação de espaços urbanos em Realidade Virtual (RV). Além de investigar o *memory recall* – lembrança – das marcas espalhadas no cenário eletrônico, é lançado um olhar crítico aos possíveis impactos gerados pelos efeitos imersivos de diferentes dispositivos de RV no processo de recepção da mensagem publicitária: a) *head-mounted display* (Oculus Rift), b) *cavern automatic virtual environment* (CAVE); c) monitor (PC). Para conduzir o experimento criou-se um ambiente 3D que simula espaços urbanos propícios para a inserção de anúncios e, também, realizaram-se testes com usuários que navegavam através da perspectiva da primeira pessoa. Ao final verificou-se que as experiências em dispositivos caracterizados pelo elevado grau de imersão foram aqueles em que as pessoas tiveram menor lembrança das marcas.

Palavras-chave: realidade virtual; publicidade; imersão; simuladores; dispositivos.

INTRODUÇÃO AOS DISPOSITIVOS DE REALIDADE VIRTUAL

A popularização dos dispositivos eletrônicos de Realidade Virtual[3] (RV) sugere que diversos mercados podem se apropriar desta plataforma multissensorial para realizarem ações de comunicação e marketing.

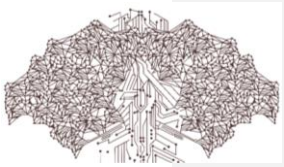
Para Graft (2014), por exemplo, mesmo que a RV seja utilizada há décadas pelos centros de pesquisas, somente com o atual interesse do mercado corporativo é que esta tecnologia rompeu com as barreias do universo científico para despertar o interesse da grande massa. E, desta forma, apresentar-se como uma plataforma de comunicação gerado de oportunidades para as marcas otimizarem ações de vendas e/ou promoções com potenciais consumidores de um modo imersivo, envolvente e participativo.

De fato, ao utilizar uma plataforma de RV para promover ações relacionais de marcas ou, simplesmente, para inserir anúncios publicitários em experiências imersivas, o setor de mídias tem imensas possibilidades de se beneficiar com

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 – Inteligência Artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisador é pós-doutorando e professor-assistente no Departamento de Engenharia de Sistemas Eletrônicos da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP). É Doutor em Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa (Portugal) e participa dos grupos de pesquisa em Meios Eletrônicos Interativos (MEI-USP) e do Centro Interdisciplinar em Tecnologias Interativas (CITI-USP). E-mail: ezb@lsi.usp.br

[3] Oculus Rift, HTC Vive, Samsung GearVR, PlayStationVR, Google Cardboard, etc.



a consolidação destas interfaces entre humano-máquina que garantem um fácil, intuitivo e amigável acesso a outras realidades.

Este trabalho procura, justamente, focar sua discussão no uso da RV pela indústria publicitária. Especificamente, é lançado um olhar crítico a dois aspectos que nos interessam investigar no caso da inserção de anúncios nas paisagens dos ambientes virtuais: a) o *memory recall* das marcas anunciadas (eu me recordo das marcas que vi durante a exploração ao cenário virtual?); b) o possível impacto dos efeitos imersivos, gerados com diferentes dispositivos de RV, no processo de percepção da mensagem publicitária (ao me sentir presente no contexto da RV eu percebo a existência de anúncios publicitários?).

Antes de apresentar os resultados do experimento empírico desenvolvido para procurar respostas a estas duas questões, considera-se imperativo apresentar alguns conceitos norteadores para a discussão sobre RV e publicidade como, por exemplo: ambientes virtuais, dispositivos, imersão, presença e percepção da mensagem publicitária em cenários virtuais e tridimensionais.

REALIDADE VIRTUAL COM DISPOSITIVOS IMERSIVOS

O conceito de RV possui diversas interpretações. Nas Ciências da Computação ela é um sistema (SHERMAN; CRAIG, 2003). Na Engenharia Eletrônica, uma simulação tecnológica (BURDEA, 2003). Ou, ainda, nas Ciências da Comunicação, um ambiente imersivo (GARAU et al., 2003).

Neste trabalho considera-se, especialmente, a perspectiva da Comunicação, que olha para a RV como um ambiente comunicacional avançado no que se refere às interações entre humanos (usuários) e máquinas (computadores). Afinal, nestes ambientes tecnológicos, a percepção do usuário é estimulada a compreender os contextos estético-espaciais e semântico-funcionais à semelhança de suas ações rotineiras operadas em espaços físicos (ZILLES BORBA et. al, 2016).

Para Kirner e Siscoutto (2007), neste modelo avançado de interface digital, o sujeito é estimulado a visualizar, a interagir e a manipular os conteúdos virtuais através de um computador e/ou dispositivos eletrônicos que permitem-no executar movimentos naturais (tocar, pegar, correr, caminhar, pular, etc.). Conforme Zilles Borba e Zuffo (2016A), aos poucos estamos deixando de lado o *modus operandi* para termos relações cada vez mais naturais com as máquinas computacionais.

De acordo com Friedberg (2006), o que difere a RV das demais mídias digitais é esta capacidade em estimular os sentidos do usuário à semelhança do mundo físico. Esta característica multissensorial proporciona que o indivíduo tenha a sensação de executar interações naturais em cenários artificiais e, consequentemente, é iludido de que está presente no espaço virtual. Contudo, Zilles Borba e Zuffo (2016B) destacam que, independente de exibir cenários que simulem espaços reais ou representem mundos fantásticos e imaginários, a noção de deslocamento do corpo do usuário para o mundo da imagem nunca foi tão estimulada pelas mídias

como atualmente é possível de se produzir e manipular com os ambientes de RV (daí o nome: ambientes imersivos).

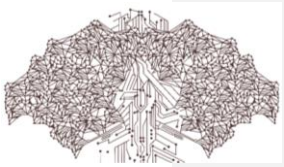
Neste ponto parece ser fundamental assinalar a distinção entre os conceitos de presença e imersão em ambientes de RV. Defendem Slater e Wilbur (1997), Slater et al. (2013) ou Steinicke (2013), que a imersão deve ser compreendida como uma experiência objetiva, na qual os equipamentos eletrônicos estimulam o corpo do usuário a acreditar que este habita o contexto virtual (olhar, ouvir, tocar, pegar, manipular, correr, caminhar, etc.). Por sua vez, presença é uma experiência totalmente subjetiva, que não está relacionada à sensação de se estar em determinado local, mas sim que a fatores psicológicos e mentais (imaginar, pensar, sonhar, etc.). Isto significa que, quanto menos o usuário perceber a mediação da tecnologia entre o seu corpo (real) e o cenário (virtual), maior será a sensação de presença no espaço virtual. Em suma, a presença é um processo de mentalização carregado de subjetividade (penso, logo existo no virtual), enquanto imersão é um processo sensorial carregado de objetividade (sinto, logo existo no virtual) (ZILLES BORBA; ZUFFO, 2015).

Ao concordar com as teorias de imersão e presença de Slater e Wilbur (1997), Burdea (2003), Garau et al. (2003), Friedberg (2006), Kirner e Siscoutto (2007) e Slater et al. (2013); Zilles Borba e Zuffo (2015) consideraram pertinente refletir sobre possíveis categorias de análise que impulsionam a imersão do sujeito no contexto de RV e, consequentemente, criam a sua noção de presença naquele ambiente. Assim, os autores desenvolveram um esquema com três pilares que sustentam as experiências imersivas em RV: realismo, interatividade e envolvimento.

O realismo aponta a capacidade de o cenário virtual apresentar-se com elementos plásticos, estéticos e sonoros à semelhança de suas versões originais (formas, cores, escalas, proporções, barulhos, vozes, etc.). A interatividade, por sua vez, revela como o sujeito se comunica com a interface digital. Quanto mais próximas de suas operações e interações com os objetos e espaços do mundo real, mais imersiva será sua noção de interatividade (caminhar, falar, pegar) (FRIEDBERG, 2006). Por fim, o envolvimento está associado à produção de ampla percepção do espaço. Afinal de contas, um espaço 360º produz uma noção de entorno no usuário muito superior ao de uma tela de computador em sua frente. Aqui, também, devem ser considerados aspectos narrativos que estejam diretamente relacionados à transferência de atenção do usuário devido ao enredo da experiência (*storytelling*, *gamification*, entre outras) (THON et al., 2012).

PUBLICIDADE EM CENÁRIOS VIRTUAIS

A grande maioria dos investimentos publicitários em plataformas de RV são hoje vistos no segmento de jogos digitais. Tecnicamente esta prática pode ser compreendida como



in-game advertising – em português, inserção de publicidade em jogos digitais. Porém, de uma forma mais clara, Ashbee (2003) explica que se tratam de inserções de peças de publicidade na paisagem eletrônica, no palco interativo ou nos objetos virtuais que fazem parte do jogo. Assim, o jogador explora cenários, realiza suas missões e cumpre os objetivos propostos pelo jogo sem que a publicidade exerça alguma interferência na sua experiência. Afinal, assim como no mundo real, ela atua como um elemento estético da paisagem urbana (MESQUITA et. al, 2011).

Também, novos cenários de redes sociais virtuais tridimensionais, como o Facebook Spaces[4] ou o AltSpaceVR[5], estão atraindo a afixação de publicidades na sua paisagem. Na verdade, conforme destaca Zilles Borba et al. (2016), formatos como os cartazes, *outdoors*, publicidade em mobiliário urbano e lojas conceitos já eram práticas comuns em mundos virtuais acessados pela tela do computador tradicional como o Second Life ou jogos eletrônicos em primeira pessoa.

De fato, a similaridade estética e funcional com o mundo real se justifica pelo fato de serem espaços que têm, justamente, o objetivo de simular a realidade. E, apesar de já existirem experimentos com portais de acesso a mini cenários de experiências com as marcas anunciantes nestas redes sociais virtuais, podemos afirmar que, por hora, os anúncios visuais predominam nestes ambientes (HOLLENDER, 2017).

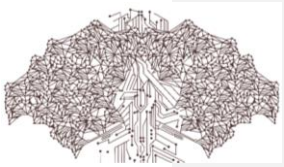
Ao focar a discussão apenas na segunda linha de formatos publicitários que imitam seus formatos do mundo físico torna-se fundamental compreender as características de comunicação de suas versões originais (a publicidade fora-de-portas). Segundo Moles (1969), isto significa considerar que toda a experiência de recepção da mensagem publicitária no espaço-cidade – ou, no caso deste ensaio, em ambientes imersivos que simulam uma cidade – é orientada pela seguinte interação: indivíduo x espaço urbano x publicidade. O mesmo autor aponta as seguintes características para esta tipologia de publicidade: a) ela tem o papel semântico de informar; b) é persuasiva, sedutora e promove marcas, produtos e/ou serviços; c) ela faz parte da paisagem urbana; d) a sua estética, normalmente, evoca conotações que estão acima do campo semântico (cores, símbolos); e) ela é fruto da criatividade das pessoas (arte e estratégia).

Com base nas cinco características listadas anteriormente é evidente que, quando a experiência de recepção da mensagem publicitária se desenrola nos espaços urbanos[6], existe uma série de condições que influenciam a percepção da pessoa. Em outras palavras, antes de tomar qualquer atitude ou expressar sua opinião sobre as marcas anunciadas no palco-cidade, o indivíduo precisa vê-la (experiência sensorial), interpretá-la (experiência subjetiva) e ter consciência da sua mensagem (experiência perceptual) (ZILLES BORBA, 2016).

O ESTUDO EMPÍRICO

Este experimento com usuários num ambiente de RV foi conduzido em duas etapas. Primeiramente, em laboratório, foi realizada a construção do cenário no qual o usuário poderia caminhar numa zona urbana e visualizar elementos urbanos (incluindo anúncios publicitários). Num segundo momento foram conduzidos testes com usuários neste ambiente virtual, seguidos pelo preenchimento questionários (mais sobre eles, a seguir).

[4] www.facebook.com/spaces
[5] www.altvr.com
[6] Sejam eles espaços urbano reais ou ciber-urbanidades.



Por se tratar de um experimento empírico considerou-se pertinente aplicar uma metodologia causal, na qual os dados de análise foram todos coletados mediante a opinião dos usuários voluntários após a sua exploração ao cenário com dispositivos de RV. Esta coleta foi realizada com apoio de dois questionários, um focado em questões sobre o *recall* das marcas vistas durante a experiência e outro focado na sensação de imersão e presença no contexto virtual.

O preenchimento das respostas nos questionários foi realizado qualitativamente, numa avaliação de 1 até 5 pontos na Escala de Likert. Após esta coleta de dados, as respostas foram analisadas por grupos de usuários de acordo com o dispositivo que utilizaram – monitor, HMD ou CAVE –, além de terem sido confrontados, comparados e debatidos com base nos conceitos teóricos apresentados no início do trabalho (cultura digital, dispositivos, imersão, presença, recepção e percepção de anúncios publicitários).

- Espaço (Urbano) em RV

A construção do cenário 3D que imita o espaço urbano de cidades contemporâneas foi realizada no laboratório de RV do Centro Interdisciplinar em Tecnologias Interativas da Universidade de São Paulo (CITI-USP). Nesta etapa, juntamente com uma equipe técnica, criaram-se cenários povoado com elementos arquitetônicos, naturais e culturais como, por exemplo: prédios, ruas, carros, pessoas, árvores, lojas e, claro, publicidade.

Também, com o intuito de prevenir que o usuário se perde-se por zonas da cidade virtual que não fossem importantes para o estudo, as interações foram limitadas. Desta forma, automaticamente, o indivíduo seguia um circuito pré-definido sem a necessidade de usar dispositivos de controle para seguir a rota desejada. Isto trouxe uma certa liberdade para que a pessoa pudesse contemplar a paisagem durante sua jornada (visualização). Mas, por outro lado, prejudicou a sensação de movimentação natural do usuário no palco virtual (interatividade).

- Elementos e Formatos Publicitários

A inserção das peças publicitárias foi realizada aleatoriamente. Isto é, não houve uma norma a seguir para a colocação de anúncios. De qualquer forma houve um cuidado em selecionar marcas de diferentes segmentos em diversos lugares da paisagem urbana. Desde pequenos formatos colocados em mobiliários urbanos até grandes cartazes que revestiam fachadas de prédios foram espalhados pela cidade, totalizando 50 anúncios publicitários.

- Dispositivos Eletrônicos

Para explorar o cenário virtual foram utilizados três dispositivos de RV: *head-mounted display* (HMD, do modelo Oculus Rift), *cave automatic virtual environment* (CAVE, na Caverna Digital da USP) e monitor de computador (PC) (Figura 4). A escolha de diferentes dispositivos para acessar o ambiente virtual se justifica devido ao diferente grau de imersão que cada um deles produz na experiência do usuário.

- Circuito da Experiência

Ao chegarem no laboratório os voluntários foram informados de que iriam explorar um ambiente de RV. Em nenhum momento foi indicado que a experiência estaria relacionada mensagens de comunicação publicitária.

Também, antes de iniciarem os testes, os participantes foram esclarecidos de que seguiriam um circuito pré-definido, numa rota com cinco paradas que lhes foi apresentada em formato gráfico antes da exploração virtual (Figura 5). Em suma, nenhuma missão foi ordenada. Apenas foi solicitado que explorassem o espaço virtual.

- Participantes do Experimento

Para conduzir um experimento livre da subjetividade do autor foram conduzidos testes com 15 voluntários. A amostra de usuários se caracterizou da seguinte forma: todos eram estudantes de graduação, entre 25 e 30 anos, com equilíbrio entre gêneros masculino e feminino. Mesmo que não tenha sido exigido qualquer conhecimento sobre RV, todos participantes tinham boas noções sobre estes dispositivos.

Os participantes foram divididos em três grupos de cinco pessoas: monitor, HMD e CAVE. As sessões de exploração ao ambiente virtual foram conduzidas individualmente, a fim de evitar qualquer troca de comentários que influenciassem a percepção dos voluntários. Em momento algum eles foram informados de que se tratava de um estudo sobre a sua percepção das peças publicitárias, afinal esta informação condicionaria a sua exploração e, consequentemente, comprometeria o estudo.

Os participantes levaram em média 10 minutos para concluir o circuito. E, sempre, o autor esteve ao lado das pessoas para prestar qualquer auxílio técnico.

ANÁLISE QUALITATIVA DOS DADOS

Os dados coletados nos testes com usuários são expostos e analisados a seguir. Estas análises foram baseadas nas respostas preenchidas em dois questionários: um sobre a imersão e presença no contexto virtual e outro sobre a lembrança das marcas.

- Imersão e Presença

As técnicas de imersão e, consequentemente, de ilusão de presença do usuário no palco virtual foram maiores nos grupos que utilizaram HMD (Oculus Rift) e CAVE (Caverna Digital da USP). Entretanto, o HMD produziu senso de presença superior ao indicar a média de 4.8 num máximo de 5.0 pontos para a noção de deslocamento do seu corpo para o espaço virtual (Tabela 1). O grupo que utilizou a CAVE apresentou 3.4 pontos. Aqueles que exploraram a ciber-urbanidade num monitor, 2.8 pontos (Q1)[7].

[7] **Questão 1 (Q1):** A sensação de estar presente na simulação do espaço urbano foi semelhante àquela que vivencio quando caminho pelas ruas da cidade. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.

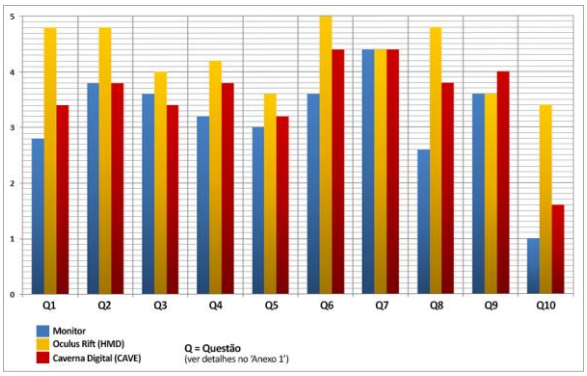


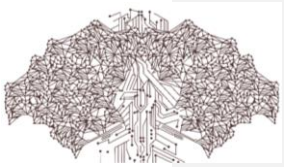
Tabela 1: avaliações dos usuários sobre a imersão e/ou presença no contexto virtual
Fonte: desenvolvido pelo autor

Resultados semelhantes foram identificados na avaliação do realismo visual dos elementos urbanos (Q2)[8] e dos avatares que povoavam o cenário virtual (Q4)[9]. Em ambos casos o grupo do HMD, novamente, revelou índices superiores ao da CAVE e do monitor com, respectivamente, 4.8, 3.8 e 3.8 pontos (Q2) e 4.2, 3.8 e 3.2 pontos (Q4).

Outro fator interessante na avaliação dos usuários foi a relação do realismo visual com o comportamento dos elementos urbanos e dos avatares (movimentos, ações, ruídos, etc.). Ficou claro que o comportamento dos objetos virtuais deixou a desejar, especialmente se comparados ao seu elevado grau de realismo visual. Isto pode ser visto claramente na Tabela 1 ao compararmos os índices entre Q2 e Q3[10], ou, Q4 e Q5[11], em que os segundos itens de ambas comparações apresentam índices inferiores.

Na sexta questão (Q6)[12], sobre o usuário sentir uma fusão do seu corpo físico com o corpo digital do personagem no palco interativo, ficou evidente a superioridade do HMD em permitir essa ilusão de fusão entre corpos ao atingir uma avaliação máxima de 5.0 pontos dos usuários. Acredita-se que, devido a capacidade em anular a percepção da existência de um mundo físico ao redor do usuário, os dispositivos de HMD possuem elevado potencial para gerar imersão, especialmente através de recursos audiovisuais. Contudo,

[8] **Questão 2 (Q2):** O visual dos elementos urbanos parecia real (prédios, ruas, árvores, carros). Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[9] **Questão 4 (Q4):** O visual das pessoas parecia real. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[10] **Questão 3 (Q3):** O comportamento dos elementos urbanos parecia real (prédios, ruas, árvores, carros). Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[11] **Questão 5 (Q5):** O comportamento das pessoas parecia real. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[12] **Questão 6 (Q6):** Durante o passeio virtual senti que era o próprio avatar (simbiose utilizador-avatar). Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.



no que se refere a facilidade de controlar o olhar do personagem as avaliações foram idênticas para os três grupos (Q7)[13].

Numa das principais questões sobre a ilusão de presença no contexto virtual, aos participantes foi solicitado que indicassem se ao lembrar da experiência pensavam em imagens que viram ou lugares que realmente visitaram (Q8)[14]. Notou-se um padrão em relação às respostas para a Q6, pois aqueles que sentiram-se presentes no corpo do avatar foram aqueles que lembraram da experiência como um lugar que realmente haviam visitado e não como imagens geradas por técnicas de computação gráfica. O grupo do HMD indicou uma avaliação de 4.8 pontos para a lembrança de um lugar, enquanto que o grupo da CAVE apresentou 3.8 pontos e do monitor 2.6 pontos. De fato, aqui ficou claro que o monitor inevitavelmente atua como uma moldura que evidencia o que esta dentro (conteúdos) e o que está fora do mundo virtual (usuário).

Em relação aos estímulos sonoros verificou-se que a experiência na CAVE foi mais completa (Q9)[15]. Isto se explica pelo elevado senso de espaço que o usuário tem neste modelo de interface, pois não precisa vestir óculos de RV (HMD).

Por fim, se aponta que mal-estar e náuseas foram apenas significativas entre usuários do HMD. Isto ocorreu devido a conflito perceptivo do usuário ao ver seu personagem caminhando no cenário virtual enquanto o seu corpo físico estava parado no mundo real (Q10)[16].

- Lembrança das marcas anunciadas

As avaliações dos usuários para a categoria de análise sobre a lembrança das marcas vistas no ambiente virtual indicaram dois fenômenos. Primeiro, a percepção de realismo e semelhança com os formatos publicitários do mundo real foram superiores entre os que utilizaram o HMD. Por sua vez, o segundo fenômeno indica que, apesar do realismo produzido no HMD, a capacidade de memorização das marcas foi ineficaz se comparada com o resultado do grupo que utilizou o monitor tradicional do computador. Talvez, a resposta para tal diagnóstico esteja relacionada ao fato de que os dispositivos imersivos – como vimos no caso do HMD na categoria de análise anterior – produz uma elevada sensação de envolvimento com o contexto virtual e, por isso, o sujeito visualiza uma cena mais complexa no que se refere a sua absorção sensorial e processo interpretativo. Afinal, são os objetos e espaços se apresentam numa escala natural, com texturas reais, sombreamentos, profundidades e perspectivas que imitam a estereoscopia do olhar do humano no mundo físico e, desta forma, exigem mais dos seus receptores sensoriais, do seu grau de atenção e da sua experiência perceptiva.

[13] **Questão 7 (Q7):** Me senti à vontade com os mecanismos de controle para explorar o cenário. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[14] **Questão 8 (Q8):** Quando relembro a experiência, penso num lugar que visitei do que em imagens que vi. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[15] **Questão 9 (Q9):** As sonoridades do ambiente foram relevantes para me sentir envolvido(a) com o cenário. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[16] **Questão 10 (Q10):** Por vezes senti tonturas e/ou enjoo ao explorar o cenário. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.

Como pode ser visualizado na Tabela 2, os três grupos identificaram facilmente a existência de anúncios publicitários no espaço virtual (Q1)[17]. Ainda, ao aprofundar as análises nesta primeira questão, notou-se que a maioria das pessoas avaliou a presença das peças publicitárias com a mesma importância de alguns objetos urbanos: calçadas, bancos de praças e cabines telefônicas. Isto permite refletir que, neste experimento, independente do dispositivo de RV, a publicidade foi reconhecida pelos usuários como um elemento urbano que faz parte da paisagem da cidade. As avaliações revelaram pontos de 4.2, 4.6 e 4.0, respectivamente, para o monitor, HMD e CAVE.

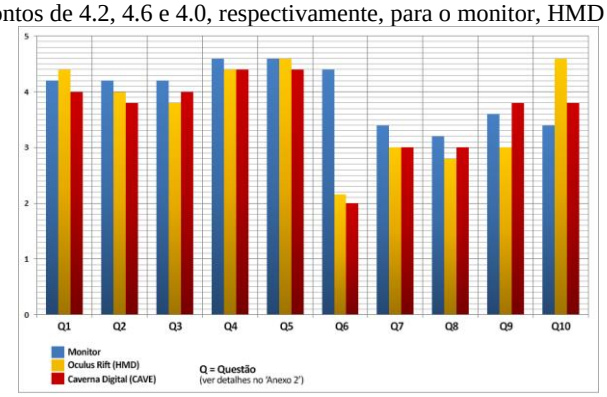


Tabela 2: avaliações dos usuários sobre lembrança das marcas anunciadas no contexto virtual
Fonte: desenvolvido pelo autor

Curiosamente, o grupo que utilizou o monitor do computador foi aquele que melhor identificou peças publicitárias (Q2)[18], memorizou as marcas anunciantes (Q3)[19] e apontou os temas e segmentos de atuação destas marcas (Q4)[20]. Acredita-se que isto ocorreu porque o monitor permite ao usuário ter uma vista geral do espaço a ser explorado, numa espécie de vista em miniatura da simulação da cidade. Ou seja, mesmo que o monitor não produza uma sensação de imersão à semelhança do HMD ou CAVE, ele permite que a pessoa tenha uma noção ampla do entorno em que a cena se desenrola.

Sobre o impacto das escalas das peças publicitárias verificou-se que, entre os participantes, apenas o grupo do monitor privilegiou os grandes formatos publicitários que revestiam fachadas de prédios. Entre os usuários do HMD e CAVE a localização das peças foi mais importante do que seu tamanho durante o *tour* virtual. Ou seja, por mais que a dimensão em grande escala possa atrair a atenção do usuário, este

[17] **Questão 1 (Q1):** Durante o percurso na cidade identifiquei os seguintes elementos. Opções de respostas de 1 a 5, sendo cinco aqueles elementos que mais presenciei: a) árvores e plantas, b) pessoas (pedestres), c) policial, d) helicóptero, e) cachorros e outros animais, f) lojas e vitrines, g) chafariz, h) estádio de futebol, i) robôs, j) estátuas e monumentos, k) mobiliário urbano (bancos, postes, orelhões), l) publicidade (outdoor, cartazes).
[18] **Questão 2 (Q2):** Ao realizar o percurso pela cidade presenciei anúncios publicitários. Opções de respostas: (1) nenhum, (2) vi um ou dois, (3) vi alguns, (4) vi bastante, (5) exagero.
[19] **Questão 3 (Q3):** Me recordo das marcas anunciantes. Opções de repostas: (1) nenhuma, (2) uma a três, (3) quatro a seis, (4) sete a nove, (5) dez ou mais.
[20] **Questão 4 (Q4):** Me recordo dos produtos, serviços e/ou temas das mensagens publicitárias. Opções de repostas: (1) nenhuma, (2) uma a três, (3) quatro a seis, (4) sete a nove, (5) dez ou mais.

item não converteu-se em lembrança das marcas anunciadas nestes grandes formatos. No caso do HMD e da CAVE, as peças que estavam na altura dos olhos do usuário foram as mais lembradas no final da experiência (Q5, Q6).[21][22]

Enquanto a maioria dos usuários para os três grupos indicaram respostas neutras na escala de Likert (3 pontos) para as perguntas sobre os elementos plásticos na composição da peça publicitária (fotografia, ilustrações, cores, etc.) (Q7, Q9)[23][24], foi identificado uma certa inconsistência com as suas respostas para a terceira questão (Q3). Com base nestas respostas pode-se considerar que, mesmo que os usuários não tenham percebido esta influência, as cores mais quentes e fortes foram aquelas que produziram maior impacto na experiência de percepção da publicidade. Justifica-se isso com base nos dados coletados, nos quais as peças publicitárias com elevado contraste de cores com o fundo-cidade e sua arquitetura foram as mais lembradas: laranja (Itaú), verde (Heineken) e vermelho (Coca-Cola). Semelhante dificuldade dos usuários em avaliar o impacto dos elementos da peça publicitária foi diagnosticada na oitava questão (Q8)[25], que perguntava sobre elementos tipográficos e textuais. Embora as respostas tenham ficado na casa dos 3.0 pontos (Q8), as marca mãos lembradas (Q3) foram aquelas em que as frases eram curtas e os modelos tipográficos grandes.

No item 10 (Q10)[26] foram encontradas respostas positivas para a experiência de visualização dos anúncios – a perspectiva, a facilidade de leitura, etc. – se comparada com a experiência do mundo real. Novamente o HMD foi o dispositivo em que a sensação de proximidade com a realidade foi superior. As avaliações para este item revelaram uma média 4.6 para o grupo do HMD, 3.8 para CAVE e 3.4 para o monitor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar dos dispositivos de RV produzirem cenas realísticas, envolventes e interativas, consideramos que o processo de recepção da mensagem publicitaria e, especialmente, de memorização das marcas foram mais confusas do que possa se imaginar. Especialmente nos grupos do HMD e da CAVE, verificou-se um significativo ruído sensorial. Afinal, nas experiências multissensoriais em ambientes 360º, diferente da interação com telas planas de computadores, o usuário é estimulado a crer que foi transposto para o mundo

[21] **Questão 5 (Q5):** Os cartazes publicitários estavam afixados em locais privilegiados para a visualização da sua mensagem/conteúdo. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[22] **Questão 6 (Q6):** Publicidades em grande escala (que revestiam prédios) atraíram mais a minha atenção. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[23] **Questão 7 (Q7):** Publicidades com cores vivas causaram maior impacto que as demais. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[24] **Questão 9 (Q9):** Publicidades com fotografias/ilustrações atraíram mais a minha atenção. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[25] **Questão 8 (Q8):** Publicidades com apenas uma palavra ou frase atraíram mais a minha atenção. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.
[26] Questão 10 (Q10): A experiência de visualização dos anúncios foi semelhante àquela vivenciada no mundo real. Opções de respostas: (1) não concordo plenamente, (2) não concordo, (3) neutro, (4) concordo, (5) concordo plenamente.

virtual, onde a sua percepção de espaços, objetos, avatares e ações é semelhante ao que já vivenciou no mundo físico (proporções, escalas, formas, texturas, cores, sombras, etc.). Desta forma, podemos sugerir que o processo de recepção da mensagem publicitária fora-de-portas através do HMD ou da CAVE seguem alguns padrões do mundo físico, no qual algumas práticas se repetem para estimular a pessoa ver as peças anunciadas: contraste da publicidade com o *background* da cidade, lugar e altura de afixação da peça, zonas de passagem do transeunte, etc.

Também, ao confrontar as médias de respostas entre os três grupos é possível concluir que as tecnologias imersivas – HMD e CAVE – tendem a produzir um impacto mais relevante da noção de presença das peças publicitárias quando comparadas aos monitores planos dos computadores, mas isso não significa que as pessoas memorizam a sua mensagem. Afinal, passados 10 minutos das experiências, muitos dos participantes do experimento não recordaram nem um terço das marcas que viram durante a sua experiência.

Como futuro trabalho, existe o desejo de aumentar a amostra de participantes e, principalmente, aprofundar questões de análise que possam orientar na busca de respostas mais concretas sobre os modelos adequados para uma eficiente inserção publicitária em RV. Por exemplo, usar um sistema de Por exemplo, usar um sistema de *eye tracking* para saber quando e por quanto tempo o usuário contempla cada peça publicitária. Isto, ainda, significa compreender em profundidade fatores imperativos na criação de sensações (captar), percepções (compreender) e ações (comportamento) do usuário diante de anúncios publicitários em futuras plataformas de comunicação digital.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho contou com o apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, através do Programa Atração de Jovens Talentos do CsF.

BIBLIOGRAFIA

ASHBEE, B. Animation, Art and Digitality. From termite terrace to motion painting. Architectures of Illusion. From motion pictures to navigable interactive environments, Maureen Thomas and François Penz (Eds.), Intellect Books: Bristol, pp. 1-51, 2003.

BURDEA, G. **Virtual Reality Technology.** New York: Wiley & Sons, 2003.

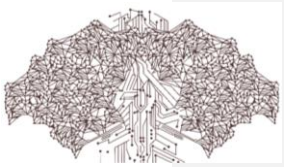
FRIEDBERG, A. **The virtual window.** Cambridge: The MIT Press, 2006.

GARAU, M.; SLATER, M.; VINAYAGAMOORTHY, V.; STEED, A.; SASSE, A. **The impact of avatar realism and eye gaze control on perceived quality of communication in a shared immersive virtual environment**. [Online] Disponível em: <http://www0.cs.ucl.ac.uk/staff/V.Vinayagamoorthy/pdf/CHI2003.pdf> [Acesso em 12 Jul. 2017].

GRAFT, K. 5 trends that defined game industry in 2014. San Francisco: Gamasutra, 2014.

HOLLENDER, A. **What will advertisements look like in VR?** [Online] Disponível em: <https://vrscout.com/news/vr-advertisements-unity-jigsaw-advr> [Acesso em 11 Jul. 2017].

KIRNER, C.; SISCOUTTO, R. **Fundamentos da realidade virtual e aumentada.** Porto Alegre: Editora SBC, 2007, pp.02-21.



MESQUITA, F., VIANA. F. e BORBA, E.Z. **Outdoor personalizado: base de dados e perspectivas de análise.** In: H. Pires (Ed.). Revista Comunicação e Sociedade – Publicidade e Práticas, 19 (1), 2011, pp.111-126.

MOLES, A. **O cartaz.** São Paulo: Editorial Perspectiva, 1969.

SHERMAN, W.; CRAIG, A. **Understanding virtual reality: interface, application and design.** San Francisco: Morgan Kaufmann Editors, 2003.

SLATER, M.; STEED, A.; USOH, M. **Being there together.** Technical Report, Department of Computer Science, London: University College of London, 2013.

SLATER, M.; WILBUR, S. A Framework for Immersive Virtual Environments (FIVE): Speculations on the Role of Presence in Virtual Environments. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, MIT Press, 6 (6), 1997, pp.603-616.

STEINICKE, F. **Being really virtual:** immersive natives and the future of virtual reality. New York: Ed. Springer, 2016.

THOM, J.; MILLEN, D.; DIMICCO, J. **Removing Gamification from an enterprise SNS**. IBM T.J. Watson Research: Cambridge, 2012, pp.1067-1070.

ZILLES BORBA, E.; ZUFFO, M. **Paradigmas da Interação Humano-Máquina em Dispositivos de Realidade Virtual**. I Seminário Internacional de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais. São Leopoldo: Unisinos, v.1 (1), 2016A, pp.1-11.

ZILLES BORBA, E. **VR-Commerce:** Reflexões sobre o Futuro do Consumo Através de Lojas em Realidade Virtual. XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Intercom Sudeste 2017. Volta Redonda: CEUNSP, 2017, pp.1-12.

ZILLES BORBA, E. **Publicidade em CAVE: um estudo sobre a percepção da mensagem publicitária em futuros cenários para a mídia digital.** *In*: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Intercom Sudeste 2016. Salto: CEUNSP, 2016, pp.1-15.

ZILLES BORBA, E; ZUFFO, M. **Replay! When past experiences are reassembled through virtual reality.** IAMCR 2016 Conference Proceedings. Leicester: Univ. of Leicester, 2016B.

ZILLES BORBA, E.; MESQUITA, F., FARIA, L.P.; ZUFFO, M. **Design de espaços urbanos em mundos virtuais:** uma análise estético-espacial e semântico-funcional à comunicação publicitária inserida na paisagem (urbana) de cibercidades, metaversos e videogames. Rizoma: Santa Cruz do Sul, v.4 (1), 2016, p.123-137.

ZILLES BORBA, E.; ZUFFO, M. **Do *modus operandi* ao *modus vivendi*: uma nova percepção de interfaces.** XIV Congresso Ibero-Americano de Comunicação (Ibercom 2015): comunicação, cultura e mídias sociais. São Paulo: ECA-USP, pp.2585, 2597, 2015.

EVASÃO E PERMANÊNCIA EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: O USO DE TECNOLOGIAS QUE UTILIZAM MINERAÇÃO DE DADOS E LEARNING ANALYTICS[1]

Cleber Portal[2]; Eliane Schlemmer[3]

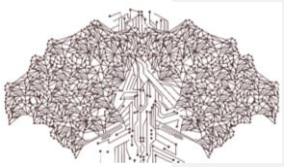
Resumo

A evasão e a permanência são fenômenos que nos instigam a refletir sobre o contexto educacional. Nesse artigo, que deriva de uma dissertação de mestrado, abordamos esses fenômenos no âmbito da modalidade de Educação a Distância – EaD, no ensino superior. Nosso interesse foi investigar como são elaboradas as estratégias utilizadas pelos diferentes atores da EaD, a fim de minimizar a evasão e potencializar a permanência dos estudantes, tendo como subsídios um conjunto de informações gerados pelo GVWise, um sistema que faz uso de mineração de dados e *Learning Analytics*. O objetivo foi compreender de que forma as informações fornecidas pelo sistema estão sendo interpretadas pelos diferentes atores, bem como se estão sendo eficientes no sentido de contribuir para a criação de estratégias que possam minimizar a evasão e potencializar a permanência dos estudantes nessa modalidade. A pesquisa foi exploratória e de natureza qualitativa e fez uso da metodologia da cartografia das controvérsias (LATOUR, 2012) e análise documental nos registros do sistema, além de entrevistas semi-estruturadas. Os dados foram analisados a partir de elementos presentes na Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012). Os principais resultados obtidos indicam, no que se refere ao sistema, Atores Não Humanos -ANH, evidenciam que a maior evasão ocorre antes da avaliação, ou seja, da realização dos Graus B e C. No que se refere aos Atores Humanos AH, os resultados evidenciam compreensões distintas e singulares sobre a evasão e a permanência, bem como sobre a forma de articular as informações fornecidas pelo sistema, na criação de estratégias para minimizar a evasão e potencializar a permanência do estudante na EaD, também se percebe um distanciamento entre os AH, que produzem uma comunicação pouco eficiente ou ineficiente gerando obstáculos no campo metodológico da disciplina, dificultando possíveis mudanças positivas e restringindo o desenvolvimento dos processos pedagógicos. Como principal

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 19: Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber

[2] Pesquisador, psicólogo e professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. Mestre em Educação e participa do Grupo de Pesquisa Educação Digital (GPe-dU UNISINOS/CNPq). E-mail: cleber.portal@gmail.com

[3] Pesquisadora e professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. Doutora em Informática na Educação (UFRGS) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Educação Digital (GPe-dU UNISINOS/CNPq). E-mail: elianes@unisinos.br



contribuição da dissertação apresenta-se o diagrama das mediações, ou seja, o desenho da distribuição da mobilidade, os movimentos na construção, na busca por uma estratégia que possa minimizar a evasão e potencializar a permanência do estudante em EaD.

Palavras-chave: Evasão. Permanência. Educação a Distância. Learning Analytics. Mineração de Dados.

1 Introdução

A evasão e a permanência são fenômenos que nos instigam a refletir sobre os processos de ensino e de aprendizagem, o que envolve as metodologias e práticas pedagógica e a forma como as pessoas aprendem. Atores humanos que buscam conhecimento de formas distintas e com objetivos singulares, a partir do desejo por aprender. Neste caso, relacionado a modalidade EaD:

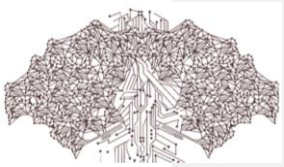
> A ideia básica de educação a distância é muito simples: alunos e professores estão em locais diferentes durante todo ou grande parte do tempo em que aprendem e ensinam. Estando em locais distintos, eles dependem de algum tipo de tecnologia para transmitir informações e lhes proporcionar um meio para interagir. (MOORE; KEARSLEY, 2007, p. 01).

São vários os motivos que levam as pessoas a optarem por essa modalidade de educação, fato que colabora para o seu desenvolvimento. A flexibilidade, os horários de estudos, a possibilidade de revisitar os materiais em caso de dificuldades de compreensão, o preço que comumente é mais baixo, o reconhecimento pelo Ministério da Educação (MEC), dentre outros.

A EaD se configura, então, como uma alternativa educacional que as pessoas têm encontrado para estudar e se desenvolver. Nesse aspecto, alguns fenômenos também surgiram com o tempo, dentre eles, um índice alto de evasão.

Mas o que leva os estudantes a evadirem? E os que permanecem, o que os faz permanecer? Ao abordar a evasão, é preciso, também, falar da permanência. Existem elementos que permitem identificar se um estudante vai evadir?

Esse artigo tem como objetivo compartilhar algumas compreensões sobre a evasão em EaD e colaborar com os estudos sobre a permanência ou formas de minimizar a evasão nessa modalidade educacional.



2 Problema e Objetivo

O problema de pesquisa que dá origem a esse artigo pode ser assim expresso: Como são elaboradas as estratégias utilizadas por diferentes atores, a fim de minimizar a evasão e potencializar a permanência do estudante na modalidade EaD e de que forma um sistema que utiliza Mineração de Dados Educacionais - MDE e Learning Analytics - LA, neste caso específico, o GVWise, pode auxiliar nesse processo?

O objetivo é compreender de que forma as informações fornecidas pelo sistema estão sendo interpretadas pelos diferentes atores, bem como se estão sendo eficientes no sentido de contribuir para a criação de estratégias que possam minimizar a evasão e potencializar a permanência dos estudantes nessa modalidade.

3 Educação a Distância – EaD

A EaD é uma modalidade educacional que vem se transformando ao longo do tempo, especialmente em função do desenvolvimento tecnológico, o que faz com que tenha especificidades no que se refere aos processos de ensino e aprendizagem, se comparada com a modalidade presencial física.

O artigo 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, apresenta a seguinte conceituação:

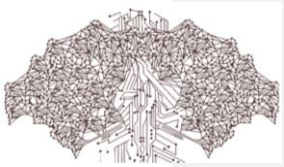
> [...] educação a distância como a modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com estudantes e professores desenvolvendo atividades educativas em lugares ou tempos diversos. (BRASIL, 2014).

Na universidade em que a pesquisa foi realizada, a EaD é estruturada e organizada de acordo com a legislação em vigor e alinhada com a Missão da instituição que consiste num "ensino de qualidade, na construção do conhecimento baseado na investigação científica e tecnológica, considerando a cultura e as necessidades da comunidade". (Instituição de Ensino Superior - IES pesquisada, 2015).

A instituição utiliza como plataforma tecnológica para o desenvolvimento da EaD, o Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA *Moodle*[4] com o objetivo de aumentar a contingência, possibilidades e interações nesses espaços:

> Possibilita, ainda, um envolvimento ativo dos participantes dos cursos por meio do compartilhamento de materiais em diversos formatos (textos, imagens, vídeos, áudios, animações e simulações), da interação em *chats* e da

[4] MOODLE é o acrónimo de *Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment*, um software de apoio à aprendizagem, executado num ambiente virtual direcionado para a aprendizagem.



> discussão em fóruns, além de diversos outros formatos de atividades de revisão e avaliação de conhecimentos. (IES pesquisada, 2015, p.01).

As metodologias envolvem "atividades de interação e cooperação entre professor e alunos, e dos alunos entre si, por meio das ferramentas e dos espaços disponíveis nas comunidades virtuais de aprendizagem". (IES pesquisada, 2015, p. 01). Os recursos didáticos são: livros, videoaulas, objetos de aprendizagem (desenvolvido pela Fábrica de Objetos de Aprendizagem – setor vinculado a EaD) e roteiros produzidos pela TV própria. Por fim, as avaliações são compostas pelo Grau A (atividades que vão até a 7ª semana - *online*), Grau B (8ª semana – presencial físico) e Grau C (9ª semana – presencial físico).

Resumidamente, é dessa forma que a instituição pesquisada configura sua estrutura em EaD.

3.1 Evasão e Permanência

O fenômeno da evasão é um dos mais desafiadores problemas da educação na atualidade, tanto no que se refere ao contexto nacional, quanto internacional, considerando os diferentes níveis. No entanto, no caso dessa pesquisa, abordaremos a temática, especificamente relacionada ao Ensino Superior Brasileiro.

Durante a vida acadêmica, dificuldades aparecem, e, por alguma razão, alguns estudantes acabam desistindo do processo. Quando isso acontece, perdem os estudantes, os tutores, os professores, a instituição, o sistema de educação e a sociedade como um todo. Essa desistência do processo educacional é o que denominamos de evasão.

Nessa perspectiva Giraffa e Mora (2013, p. 01) destacam:

> As perdas de estudantes que iniciam, mas não terminam seus cursos são desperdícios sociais, acadêmicos e econômicos. No setor público, são recursos públicos investidos sem o devido retorno. No setor privado, é uma importante perda de receitas.

Conforme exposto nos objetivos dessa pesquisa, trabalhar a persistência pode proporcionar o contraponto aos causadores da evasão e colaborar com a compreensão sobre os motivos que levam alguns estudantes a persistir e outros a evadir.

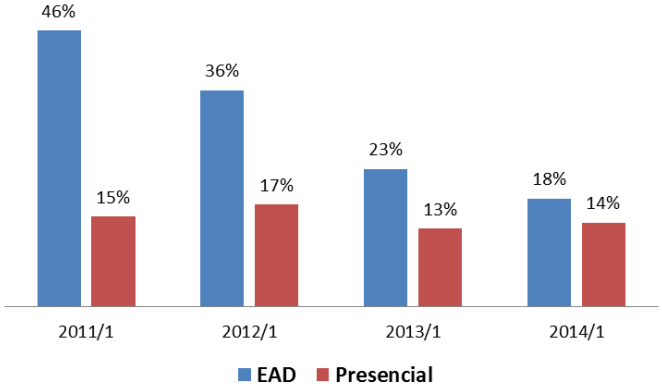
A permanência pressupõe a continuação e consequente conclusão do curso pelo estudante, dessa forma é de se pensar que a abertura e atenção por parte das instituições para a permanência e retenção ajuda na compreensão do fenômeno. Para que o estudante permaneça é

importante que constitua um sentimento de pertencimento ou de vínculos, tanto que algumas publicações salientam:

> [...] construção de um sentido de pertencimento a um grupo social, identificado pela existência de elementos comuns em relação à sua própria trajetória escolar (e de vida), favoreceu significativamente a possibilidade de permanência e conclusão do ensino fundamental no EJA da escola pesquisada. (MILETO, 2010, p. 14).

A permanência estabelece uma relação mais profunda e complexa, pois o estudante precisa estar mais conectado aos seus objetivos pessoais, processo de estudo e de aprendizagem. A seguir são apresentados gráficos que evidenciam a evasão na instituição pesquisada, nas modalidades EaD e presencial física, resultantes da pesquisa.

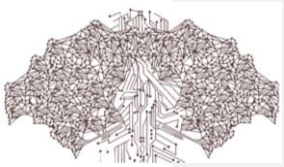
Gráfico 1: Evasão na instituição pesquisada (EaD e presencial físico)



Fonte: Repositório Digital IES pesquisada (2015).

O gráfico acima evidencia que a evasão na modalidade a distância é maior que na modalidade presencial física, no entanto, é possível observar que essa diferença vem diminuindo significativamente ao longo dos anos, sendo resultado de um esforço institucional.

Vinculada à evasão e à permanência na EaD, surgem algumas possibilidades de estudos e aprofundamentos, que têm origem na interação com a Ciência da Computação e áreas afins como a linguística aplicada e a educação. Nesse contexto, citamos a Mineração de Dados e o *Learning Analytics* os quais podem contribuir significativamente para predizer uma possibilidade do sujeito evadir, a partir de algoritmos que acompanham os movimentos (ações) dos sujeitos nos ambientes que são utilizados para os processos de ensino e de aprendizagem na EaD, conforme apresentado a seguir.



3.2 LA, MD & MDE

Learning Analytics (LA) é um novo campo de pesquisa, ligado principalmente, a Ciência da Computação, Educação, Estatística e Lingúistica. Tem como objetivo a coleta e análise de determinados dados vinculados aos estudantes e seus contextos. Destaca-se por colaborar com elementos para reflexões e ações no âmbito dos processos de ensino e de aprendizagem, por meio de mensuração e análises de dados gerados por um conjunto de informações disponibilizados em um determinado sistema, o que pode contribuir para a construção dos objetivos do ambiente investigado.

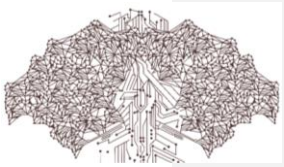
> [...] Construída sobre os tipos de informações geradas pelo Google Analytics e outras ferramentas semelhantes, a aprendizagem analítica visa mobilizar o poder das ferramentas de mineração de dados a serviço da aprendizagem, e abraçar a complexidade, diversidade e abundância de informações dos ambientes de aprendizagem dinâmica. (Tradução minha). (HORIZON REPORT, 2012, p. 07).

Estudos desenvolvidos pelo NMC (The New Media Consortium) - entidade focada em apresentar e discutir novas tendências de mídia, comunicação e educação – referem, no relatório Horizon Reporte, considerando projeto de pesquisas sobre tecnologias emergentes, no mundo todo, os principais projetos da atualidade e tendências na área da educação. Neste relatório a LA é assim definida:

> LA é uma aplicação educativa de grandes conjuntos de dados, um ramo da análise estatística que foi originalmente desenvolvido como uma maneira para as empresas analisarem as atividades comerciais e identificarem tendências de gastos, além de prever o comportamento do consumidor. Como as ferramentas de rastreamento da web tornaram-se mais sofisticadas, muitas empresas construíram vastas reservas de informações para individualizar a experiência do consumidor. A educação está embarcando em uma busca semelhante por novas formas de aplicação para melhorar o envolvimento dos alunos e proporcionar uma experiência de alta qualidade e personalizada para os alunos. (Tradução minha). (HORIZON REPORT, 2014, p.38).

Para análise de um grande volume de dados a Mineração de dados (MD) passa a ser a técnica utilizada pela LA, devido a um grande aumento da quantidade de documentos e dados em formato digital, sejam esses dados estruturados ou não. Nesse contexto, surgem técnicas que possibilitam tratar esses dados analisando padrões de acessos ou comportamentos em sistemas.

Já a MDE é a aplicação da MD aos contextos educacionais, demanda adaptações e apresentam um potencial de implementação de recursos fundamentais para o auxílio no campo da educação. (CAMBRUZZI, 2014).



Conforme destaca Rigo *et al* para a MDE:

> Pode-se conceituar os estudos de Mineração de Dados Educacionais como sendo os estudos sobre a aplicação de técnicas diversas de análise sobre dados gerados em processos educacionais. Estes dados tornam-se disponíveis devido ao uso de ferramentas de mediação digital utilizadas de forma cada vez mais ampla. O resultado obtido com as técnicas de análise permite evidenciar padrões e aspectos sobre o contexto dos alunos [...]. (RIGO; BARBOSA; CAMBRUZZI, 2014, p.31).

O *education data mining* define a Mineração de Dados como "[...] uma área emergente, cujo objetivo é definir métodos para explorar dados provenientes de ambientes educacionais e utilizá-los para compreender melhor os alunos e seu contexto de aprendizagem". (educationaldatamining.org).

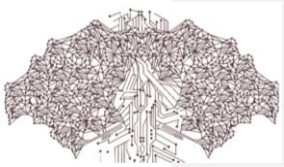
3.3 Sistema de Predição de Evasão

O sistema GVWise é uma solução WEB, criada pela empresa GVDASA Sistemas[5] e que permite identificar precocemente tendências e comportamentos de estudantes com propensão evasão. Essa tecnologia permite o suporte de ações proativas de retenção a evasão e melhoria de desempenho acadêmico.

O GVWise consegue analisar dados históricos e identificar os estudantes com tendência ao abandono e baixo desempenho, bem como, fornecer suporte automatizado, identificar possíveis riscos, emitir alertas visuais aos coordenadores, professores e tutores, permitindo que eles então possam disparar alertas automáticos e ou personalizados pelo sistema, como mensagens e e-mails ou até mesmo contato pessoal, por telefone. (GVDASA, 2013).

O sistema foi desenvolvido com base em *Learning Analytics* e mineração de dados educacionais. O conjunto de informações gerados por ele, envolve: - nome do professor, tutor e turma; - quantidade de alunos por turma; - tempo de uso do tutor e do aluno (em minutos); - tempo do tutor no moodle e com o aluno (em minutos); - quantidade de alunos com ações no moodle; - quantidade de alunos com ações no moodle com o tutor; - quantidade de alunos com predição de evasão por semana; - quantidade de alunos com ações no moodle por semana; - quantidade de alunos com aprovação (GB e GC); - percentual de evasão. (GVDASA, 2013).

[5] A GVDASA Sistemas é uma empresa especialista em Sistema de Gestão Educacional, que desenvolve soluções para o gerenciamento de instituições de ensino. Disponível em: <gvdasa.com.br>. Acesso em: 18 fev 2014.



A partir dessas informações, o sistema possibilita mapear os comportamentos dos estudantes nas disciplinas, prevendo modelos de conduta relacionados ao baixo rendimento e a propensão à evasão.

Pesquisas iniciais relatam prever aproximadamente 75 a 90% de casos de evasão, o que denota um valor aproximado de 80% de situações com riscos e previamente identificadas.

> Esse aspecto foi utilizado em um segundo estudo de caso, onde foram analisados, na mesma universidade do primeiro estudo de caso, os dados de 925 alunos, distribuídos em 18 turmas. A média de acerto da previsão dos casos de evasão obtida foi de 82%. (RIGO; BARBOSA; CAMBRUZZI, 2014, p.37).

4 Metodologia

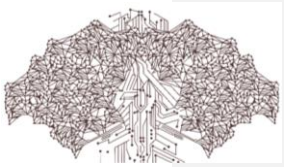
A pesquisa desenvolvida é de abordagem qualitativa, do tipo exploratória. De acordo com Trivinõs (1987, p.131) "na pesquisa qualitativa, de forma muito geral, segue-se a mesma rota ao realizar uma investigação. Isto é, existe uma escolha de um assunto ou problema, uma coleta e análise das informações", e nesse sentido, Laperrière (*In:* NASSER, 2008, p.412) complementa:

> [...] Os pesquisadores qualitativos pretendiam maximizar a validade de seus resultados, balizando ou explorando os recursos da subjetividade, mais do que tentando excluí-las dos processos de pesquisa; bem como incentivando uma análise dos fenômenos sociais no contexto natural, mais do que num contexto que se tentava neutralizar, de início, para chegar a nele estabelecer , rapidamente generalizações.

A natureza exploratória permite refinar os conceitos, assim como enunciar questões e hipóteses para investigações futuras. De acordo com Gil (2008, p. 27).

> A pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores [...]. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Como metodologia para a produção dos dados foi utilizada a Cartografia das Controvérsias (CC) (LATOUR, 2012) que percebe formas contraditórias de se atribuir identidade aos atores, da mesma maneira vislumbra subjetividades e formas singulares de interação dos atores e entre si. No contexto dessa pesquisa, os diferentes atores são aqueles presentes na EaD. A CC tem ainda como objetivo mapear as ações dos actantes (tudo aquilo que produz movimento e diferença) humanos e não humanos envolvidos em



questões sociais e contemporâneas. Dá visibilidade às diferentes compreensões e entendimentos sobre as situações, movimentos, representatividades, influências e interesses, é necessário explorar, visualizar polêmicas, circulação de ação e movimento, ou seja, onde flui a mediação. (LEMOS, 2013).

As controvérsias são aqueles espaços de diálogo, conflito, negociação e ação, os quais os atores revelam.

Os participantes da pesquisa, no contexto da dissertação, a qual esse artigo se vincula, são os atores humanos (AH) e atores não-humanos (ANH), os nomes são fictícios criados para essa pesquisa: D>E (disciplina de maior evasão) e D<E (disciplina de menor evasão).conforme a seguir:

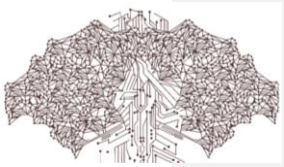
Quadro 1: Especificação dos atores analisados – ANH e AH.

Atores não humanos	Atores humanos	Nomenclaturas
Sistema GVWise (relatórios)	03 coordenadores (Gestão da EaD)	ator humano coordenador pedagógico – AHCPe ator humano coordenador de polos - AHCPo ator humano coordenador tecnológico - AHCT
	02 coordenadores de cursos de graduação de áreas de conhecimentos distintas (D>E e D<E)	- ator humano coordenador do curso da disciplina de maior evasão – AHCCD>E - ator humano coordenador do curso da disciplina de menor evasão – AHCCD<E
	02 professores (D>E e D<E)	ator humano professor da disciplina de maior evasão – AHPD>E ator humano professor da disciplina de menor evasão – AHPD<E
	02 tutores (D>E e D<E)	ator humano tutor da disciplina de maior evasão – AHTD>E ator humano tutor da disciplina de menor evasão – AHPD<E
	02 representantes da empresa desenvolvedora do sistema GVWise (consulta)	

Fonte: PORTAL, 2016.

Os atores humanos foram convidados a participar da pesquisa por e-mail ou contato de telefone, conforme informações obtidas no sítio da web da própria Instituição.

No que se refere aos atores humanos, o instrumento utilizado foi entrevistas semi-estruturadas, sendo os dados produzidos a partir das falas dos diferentes atores da EaD, em



diferentes instâncias. As entrevistas foram realizadas considerando a disponibilidade de tempo dos atores e nas dependências da Instituição pesquisada, de forma presencial física. Em situações específicas, quando não possível estar fisicamente presentes, a entrevista foi realizada na modalidade online.

A metodologia utilizada para a análise dos dados produzidos é inspirada na cartografia das controvérsias apresentada por Venturini (2012, p. 800), o qual propõe que, após a identificação geral das controvérsias, se deve ater às seguintes recomendações:

1) ouvir os actantes (quem define são os actantes e não o analista);

2) observar pontos de vista;

3) fazer uma boa descrição da controvérsia;

4) dar peso proporcional aos actantes.

Cada ator tem sua particularidade e inscreve a sua produção dos fatos, produz sua própria ficção (relata oralmente a sua verdade e como compreende os fatos), instaura a sua realidade, através da tradução (É ação principal onde tudo é mediação, ou há mediação ou não há nada e se associa à ideia de circulação, não-humanos fazendo coisas para humanos e humanos fazendo coisas para não-humanos) ou mediação (toda ação que um actante faz a outro) que resulta em estratégias criadas, seja por interesses próprios ou pela IES. Fato é que vai em busca da resolução de um objetivo (cada ator possui um jeito e um interesse diferente em resolver os desafios do cotidiano), e, dessa forma, estabelece circulação e movimento o tempo todo.

No que se refere aos atores não humanos – sistema GVWise - a pesquisa faz uso da cartografia das controvérsias e também da metodologia de análise documental, sobre os registros gerados pelo sistema. Conforme Helder (2006, p. 1;2): “a técnica documental vale-se de documentos originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor. [...] é uma das técnicas decisivas para a pesquisa em ciências sociais e humanas”.

5 Analise dos Dados

A análise documental foi realizada em duas disciplinas, considerando o período de 2012 a 2014. Nessa análise, a escolha das disciplinas obedeceu os seguinte critérios:

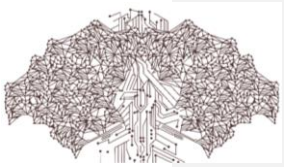
a) disciplina de maior evasão D>E;

b) disciplina de menor evasão D<E;

c) três ocorrências consecutivas;

d) mesmo professor(a) e tutor (a) para as três ocorrências;

e) análise detalhada das disciplinas selecionadas.



Foram consideradas as seguintes informações:

1) quantidade de alunos;

2) percentual de evasão;

3) percentual de alunos GB ou GC;

4) percentual de alunos aprovados;

5) tempo do tutor no moodle (min);

6) tempo do tutor no moodle por aluno (min).

Quadro 2: Dados da disciplina de maior evasão

DISCIPLINA DE MAIOR EVASÃO (D>E)			
mesmo professor e tutor			
Categoria	**Período 1[6]**	**Período 2[7]**	**Período 3[8]**
Quantidade de alunos	41	18	19
% evasão	51,2	22,2	57,9
% alunos GB ou GC	48,8	77,8	42,1
% alunos aprovados	31,7	72,2	36,8
Tempo do tutor no moodle (min)	2596,1	2731,5	Não tem[9]
Tempo do tutor no moodle por aluno (min)	63,3	151,8	Não tem[10]

Fonte: PORTAL, 2016.

Os dados se referem a três períodos ou ciclos consecutivos em que a disciplina foi realizada. Nessa análise, a quantidade de alunos por turma parece não interferir diretamente no percentual de evasão, pois, no período 2 e 3, o número de estudantes são aproximados, ou seja, entre 18 e 19. No entanto, o percentual de evasão se apresenta distinto, respectivamente 22,2% e 57,9%. Todavia, observa-se que o número de estudantes por turma, nesse caso, é pequeno, o que não nos permite inferir que a quantidade de alunos por turma, caso esse número seja significativamente superior, não interfira no percentual de evasão, principalmente, se for considerado a variável tempo do tutor no moodle por aluno.

Em relação ao tempo do tutor no moodle, o período 2 apresenta uma quantidade menor de alunos, e ao mesmo tempo, apresenta atenção em tempo maior (em âmbito geral – para todos estudantes e individual). No individual, foi mais que o dobro de tempo, e, menor evasão, se comparada ao período 1.

[6] Ano: 2014.
[7] Ano: 2013.
[8] Ano: 2012.
[9] O dado não estava disponível em função do sistema GVWise estar em período de implantação, ampliação e aperfeiçoamento.
[10] O dado não estava disponível em função do sistema GVWise estar em período de implantação, ampliação e aperfeiçoamento.

Os dados no período 3, se referem ao início dos testes com o GVWise, dessa forma, haviam poucos elementos para se fazer uma análise mais aprofundada, conforme mostra o quadro 01, mas corroboraram as análises dos períodos 1 e 2, que contemplam dados mais completos.

Quadro 3: Dados da disciplina de menor evasão

DISCIPLINA DE MENOR EVASÃO (D<E)			
mesmo professor e tutor			
Categoria	**Período 1[11]**	**Período 2**	**Período 3[12]**
Quantidade de alunos	16	14	Não tem
% evasão	0	7,1	Não tem
% alunos GB ou GC	100	92,9	Não tem
% alunos aprovados	100	92,9	Não tem
Tempo do tutor no moodle (min)	1886,2	1302,3	Não tem
Tempo do tutor no moodle por aluno (min)	117,9	93	Não tem

Fonte: PORTAL, 2016.

Os dados acima se referem a apenas dois períodos, ainda assim, a disciplina foi escolhida, justamente por ser a única que apresentava um percentual de evasão dentre as de menor evasão, com os critérios estabelecidos em, pelo menos, um dos períodos, ao passo que, nas demais disciplinas analisadas, o percentual de evasão era zero. Sendo assim, a análise se deu somente no período correspondente.

A quantidade de alunos no período 2 é menor, no entanto, houve evasão, ainda que essa seja representada por somente um aluno, e que evadiu antes do GB, resultando na reprovação. No período 1, com um número maior de alunos, a evasão foi zero e a aprovação foi de 100%.

Em relação ao tempo do tutor no moodle, observa-se que na disciplina com quantidade menor de alunos (período 2), onde ocorreu a evasão, esse tempo foi menor em 30,9% (no âmbito geral) e 21,1% (no âmbito individual).

A partir da TAR, compreende-se que o GVWise é um ANH intermediário, pois apenas transporta os dados que estão em movimento no Moodle, sem alterá-los. Os AH estão produzindo ações, portanto são actantes humanos. Essas ações se transformam em dados que são minerados em tempo real e analisados, resultado de uma outra ação, nesse caso, produzida pelo sistema, actante não humano.

Os relatórios apresentam a relação tempo do tutor. Na medida em que o tutor dedica mais tempo aos alunos no moodle, em nível geral e individual, o percentual de evasão diminui. Nesse caso, o AH tutor interagem com os AH estudantes, mediados pelo ANH moodle e juntos

[11] Mais recente.
[12] Menos recente.

produzem "novas condições de existência" (LEMOS, 2013, p. 62), novas condições associativas. Observa-se que, quanto maior o tempo do tutor no moodle, menor a evasão, principalmente, se esse tempo for individual, por aluno. O dado foi apresentado em ambas atividades acadêmicas, D>E e D<E.

Os actantes humanos se apresentam no formato de ações produzidas pelos AH e os dados evidenciam que, quanto mais tradução e mediação existe na relação, maior é a permanência do estudante e menor é a evasão.

O processo de evasão se constitui antes mesmo do GB e GC e, consequentemente, a falta de perspectiva de aprovação. Além disso, o tempo do tutor com o estudante poderia estar relacionado na medida em que ele pudesse compreender o processo de evasão através da aproximação.

A seguir, são apresentadas as análises e resultados organizados por categorias criadas a partir da leitura das entrevistas.

- No que se refere à evasão e à permanência:

1) A evasão existe mesmo com a metodologia sendo de aproximação e de interação. Ponto de controvérsia ao qual o AHCCD>E referenciou em relação à metodologia que, mesmo buscando a aproximação por meio da interação, não se mostra suficiente para conter a evasão, sendo que, em muitos casos, em função disso, o aluno se sente "solto", com muita liberdade e não obrigatoriedade, então acaba por não permanecer na disciplina.

2) Evasão atribuída à falta de tempo e quantidade de atividades – flexibilidade X disciplina. Há uma tensão e também concordância quanto a essa controvérsia, expressada pelos AHTD>E, AHCCD<E e AHTD<E pois, ao mesmo tempo que os alunos buscam a EaD pela flexibilidade, acabam evadindo em função do acúmulo das atividades, na relação com o tempo e falta de disciplina, e até mesmo com a liberdade.

3) A evasão é atribuída à dificuldade no conteúdo – pouca interação entre tutor e professor e pouca flexibilidade para mudança no conteúdo (AHTD>E).

4) Ações muitas vezes não são registradas no GVWise (AHTD>E).

5) A controvérsia: interação na disciplina X obrigatoriedade e peso da prova presencial - aluno não interage, não faz os exercícios, não demonstra como foi realizada a aprendizagem e é aprovado porque realiza a prova (AHPD<E).

- No que se refere às contribuições do GVWise:

1) O GVWise possibilita acompanhar a evolução do aluno no movimento de aprendizagem, monitora e permite predição para que os AH da EaD possam realizar intervenções e desenvolver estratégias (relatos dos AHCPe, AHCCD>E e AHTD>E). No entanto, há controvérsia, pois algumas ações (as disparadas automaticamente pelo sistema – alertas) são padronizadas e acabam não sendo efetivas para a reversão da evasão ou para mudar a ideia dos alunos. Precisariam ser ações mais personalizadas, evitando a sensação de cobrança que pode existir, que não aproxima o aluno da comunidade (relatos AHCCD<E e AHTD<E).

2) O GVWise possibilita clareza nas informações, maior controle das turmas e o compartilhamento das ações, segundo os AHCPe, AHCPo e AHPD<E, além de detectar possíveis repetições de comportamentos dos alunos nas disciplinas, conforme o AHCCD>E, bem como organizar a construção do processo para a reversão da evasão como entende o AHCPo.

6 Considerações Finais

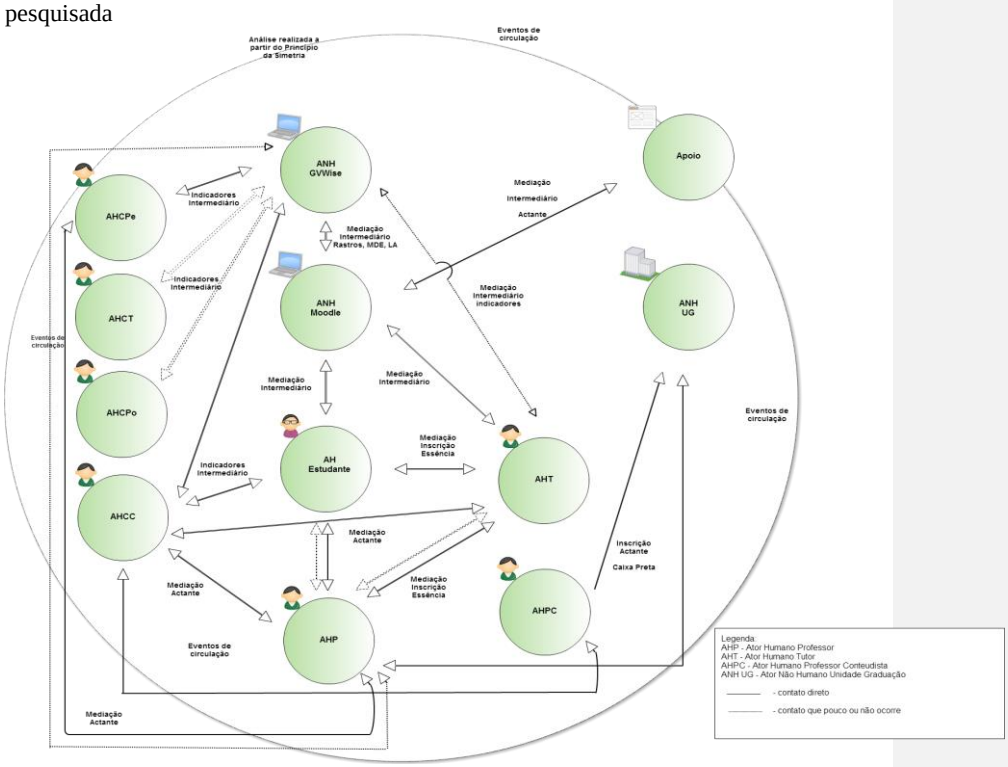
Um dos pontos que mais chama a atenção, refere-se ao tempo que o tutor dedica para os estudantes no Moodle. Na medida em que o tempo de interação no AVA aumenta, também se amplia a permanência na disciplina e a evasão diminui, seja no que se refere ao tempo geral ou individual (por aluno). Dessa forma, entende-se que uma maior dedicação de tempo do tutor, pode ser um dos principais fatores para a construção de um sentido de pertencimento a um grupo social (turmas analisadas), cuja motivação é singular e subjetiva, mas que a interação entre os atores permite a "constituição de um todo", e esse ato de pertencer, faz com que se tenha algo em comum, essa mediação é um caminho para o sentimento de comunidade.

Nota-se que existem distanciamentos na compreensão o que implica em diversas interpretações, e que influencia no engajamento. Os que possuem mais conhecimento e experiência, conseguem significar, de forma mais adequada para o seu trabalho e desenvolvimento, ao passo que outros não conseguem.

A seguir são apresentados dois desenhos da mobilidade, a partir da TAR, a qual propõe que no lugar de paradigma, se pense o cosmograma, que corresponde ao movimento, ao desenho da distribuição da agência, da mobilidade (circulação) entre AH e ANH. Assim, enquanto o paradigma é a mediação transformada em um "modelo" geral, como "estrutura", o cosmograma é o diagrama das mediações, o desenho do movimento.

O primeiro cosmograma (figura 1), evidencia o movimento atual da EaD na IES pesquisada.

Figura 1: Desenho da distribuição da mobilidade (circulação) do contexto EaD da IES pesquisada

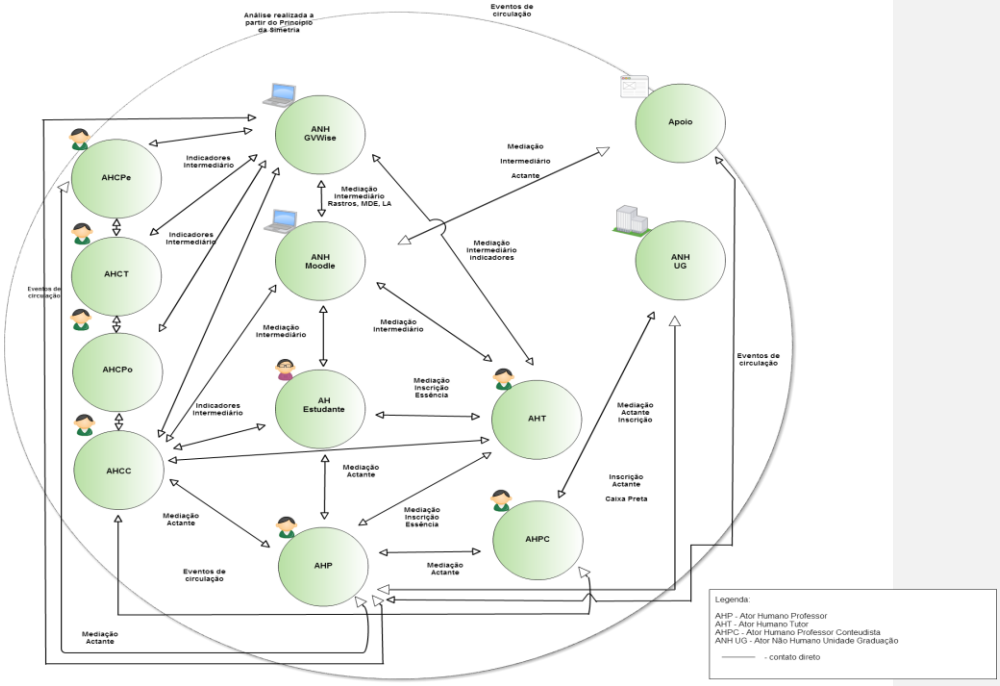


Fonte: PORTAL, 2016.

A figura acima representa o desenho do cenário atual da EaD que foi construído por meio das observações e relatos dos AH e do rastreio dos ANH. É possível perceber a distribuição dos AH, bem como a dos ANH e a produção de actantes oriundas dessa rede. O AH estudante colocado de forma centralizada, assim como os ANH GVWise e Moodle, sendo que essa pesquisa dá ênfase ao GVWise. As setas contínuas indicam toda ação que um actante faz a outro, denominada de mediação ou tradução em caráter principal, mas também intermediários, essência, inscrição e caixa preta. Os eventos de circulação correspondem ao todo. As setas pontilhadas indicam falha de comunicação entre os AH ou que a informação não é total para os ANH, no caso do GVWise que não disponibiliza todas as informações aos AH professor e tutor como disponibiliza para os AH da gestão e coordenação de curso.

O segundo cosmograma (figura 2) sugere, a partir dos resultados da pesquisa, algumas mudanças nesse movimento, as quais podem contribuir para minimizar a evasão e potencializar a permanência do estudante na EaD.

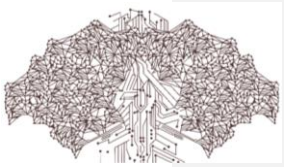
Figura 2: Desenho da distribuição da mobilidade como sugestão para diminuir a evasão e potencializar a permanência dos estudantes no contexto da EaD na IES pesquisada



Fonte: PORTAL, 2016.

A figura acima apresenta o desenho de um movimento que pode vir a contribuir para o cenário da EaD, priorizando o estreitamento das relações, pelo incentivo e mediação por AH e ANH, todos no mesmo nível, actantes e controvérsias em busca da estabilização. São eventos de circulação que correspondem ao todo, mas nessa representação sem as setas pontilhadas, sem restrições, priorizando à comunicação e à quaisquer informações oriundas dos ANH que precisam estar disponível em sua totalidade aos AH.

Referências bibliográficas



BRASIL. Ministério da Educação – MEC. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm>. Acesso em: 12 nov. 2014.

CAMBRUZZI, Wagner Luiz. **GVWISE**: uma aplicação de Learning Analytics para a redução da evasão na educação a distância. Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. São Leopoldo, 2014.

GIL. Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

GIRAFFA, Lucia Maria Martins; MORA, Michael da Costa. **Evasão na Disciplina de Algoritmo e Programação**: Um estudo a partir dos fatores intervenientes na perspectiva do aluno. Disponível em: <http://clabes2013-alfaguia.org.pa/ponencias/LT_1/ponencia_completa_136.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2015.

GVDASA. Sistemas de Gestão Educacional. Disponível em:<http://www.gvdasa.com.br>. Acesso em: 10 abr. 2014.

HELDER, R. R. **Como fazer análise documental**. Porto, Universidade de Algarve, 2006.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social**: Uma introdução a teoria ator rede. Salvador/Bauru: EDUFBA/EDUSC, 2012.

LEMOS; André. **A comunicação das coisas**. Teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

MILETO, Luiz Fernando Monteiro. **Estratégias e trajetórias de permanência na EJA** – Painel: Proposta de conversão do olhar sobre a EJA: Pesquisando o "enigma" da permanência. PUC/RJ, 2010. Disponível em: <http://www.seeja.com.br>. Acesso em: 10 jan. 2015.

MOORE, Michael G.; KEARSLEY, Greg. **Educação a distância:** uma visão integrada. Traduzido por Roberto Galman. São Paulo: Thomas Lerning, 2007.

NASSER, Ana Cristina. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Rio de Janeiro: Vozes. 2008.

NMC. New Media Consortium. **Horizon Report**. Higher Education Edition, 2012.Disponivel em: < www.nmc.org>. Acesso em: 10 fev. 2015.

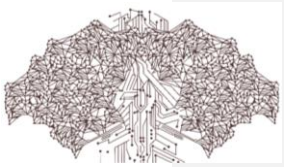
NMC. New Media Consortium. **Horizon Report**. Higher Education Edition, 2014.Disponivel em: < www.nmc.org>. Acesso em: 23 fev. 2015.

PETERS, Otto. **A educação a distância em transição**. Tendências e desafios. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

PORTAL, Cleber. **Estratégias para minimizar a evasão e potencializar a permanência em EaD a partir de sistema que utiliza Mineração de Dados Educacionais e Learning Analytics**. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, 2016.

RIGO, Sandro; BARBOSA, Jorge; CAMBRUZZI, Wagner. Educação em Engenharia e Mineração de Dados Educacionais: oportunidades para o tratamento da evasão. **Revista: EaD & Tecnologias Digitais na Educação**, Dourados, MS, n. 3, v. 1, p.30-40, jan./nov. 2014.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.



UNISINOS. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Disponível em: <http://www.unisinos.br>. Acesso em: 14 mar. 2014.

UNISINOS. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Repositório Digital. Documentos Oficiais. Disponível em: <http://www.minha.unisinos.br>. Acesso em: 02 abr. 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

EXPERIÊNCIA ESTÉTICA E PRODUÇÃO DE SENTIDO: UMA ABORDAGEM SOBRE OS AFETOS NA REDE SOCIAL YOUTUBE[1]

Paula Pires da Silva[2]

Resumo

Este artigo é fruto de estudos realizados sobre a comunicação do sensível e traz reflexões acerca dos trabalhos desenvolvidos por autores como Laplantine, Merleau-Ponty, Serres, Marcondes Filho, Moriceau e Shaviro no que se referem às alternativas empreendidas por esses pensadores para a discussão dos sujeitos e objetos do ponto de vista estético, corpóreo e sensível. Trata-se de considerações pontuais para uma ampla pesquisa a ser desenvolvida pela pesquisadora sobre o "sensível" nas redes sociais, notadamente, no YouTube, em que sujeitos relatam e recriam seus cotidianos e os exibem de acordo com seus interesses. Aqui, propõe-se observar de que maneira o "sensível" está implicado neste processo comunicativo de produção e criação de conteúdo "original" para fins diversos e discutir os caminhos epistemológicos para pesquisas na comunicação tendo como pressuposto a experiência afetiva.

Palavras-chave: Comunicação; afetos; YouTube; experiência estética.

Abstract

This paper has been developed by the sensitive communication studies and it brings reflections concerning the concepts from studies of Laplantine, Merleau-Ponty, Serres, Marcondes Filho, Moriceau and Shaviro about the alternatives applied to these authors to the discussion of subjects and objects of the aesthetic, corporeal and sensitive point of view. This is a initiative to a wide research about the "sensitive" on the social media, mainly, on YouTube, in which subjects inform and recreate their daily life and show this routine according their self-interest. Thus, this paper proposes to observe in which way the "sensitive" is involved in that communicative process of original production and creation of content to diverses goals. Other thing is to discuss the epistemological ways to research on communication having like presuppost the aesthetic experience.

Keywords: Communication; affects; YouTube; aesthetic experience.

Introdução

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros, YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Membro do Núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação (FiloCom). E-mail: paulapires@usp.br

Vivenciamos – já há algum tempo – uma nova configuração comunicativa, em que os meios de comunicação tradicionais deixaram de "impor" um certo tipo de conteúdo e conduta aos seus espectadores contumazes. Não que esses *media* estejam em desuso ou tenham perdido poder de reverberação. O que atualmente percebemos, ao menos enquanto partícipes de um processo comunicacional em rede global, é que o lugar de efetivação do poder midiático vai deixando de estar centralizado na televisão, no rádio, no cinema ou na grande imprensa (revistas e jornais de circulação nacional) para se disseminar nas diversas e muitas vezes fugazes redes sociais on-line. É nesses espaços virtuais que os próprios participantes recriam seus cotidianos, se reinventam e, em alguns casos, se tornam "influenciadores".

Na tentativa de realizar uma pesquisa em que o sensível e o afeto sejam compreendidos, buscamos explorar a experiência vivida a partir dos estudos dos afetos e da experiência estética na rede social YouTube, este ambiente volátil, virtual - de exposição e de engajamento, de criação e de recepção de conteúdos que se renovam constantemente – a fim de nos desprendermos enquanto pesquisadores de uma visão estritamente analítica, racionalista e interpretativa para nos deixar afetar e descobrirmos, durante a pesquisa em si, os efeitos do *sensorium.*

Muniz Sodré diz assim:

A emergência de uma cidade humana no âmbito de novas tecnologias do social nos impõe, não apenas no plano intelectual, mas também nos planos territoriais e afetivos, terminar com um velho contencioso da metafísica que se irradiou para o pensamento social: a oposição entre o *logos* e *pathos*, a razão e a paixão. (SODRÉ, 2006, p. 12)

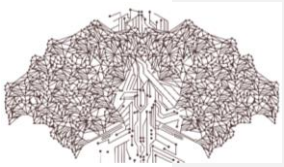
Adotaremos, portanto, neste trabalho a perspectiva da teoria do sensível na comunicação, onde será possível embarcar em outro tipo de vivência relacional com o objeto de pesquisa, deixando-o livre para seguir os rumos a que a sua "verdade" o conduziria por si só. No entanto, é nessa vivência direta com o objeto que estaremos dispostos a dialogar com ele, sendo possível, assim, nos afetar ou não por essa experiência.

Alguns autores falam dessa perspectiva relacional entre o ser e o mundo de diferentes modos. Tentaremos relacionar alguns deles neste trabalho para dar sustentação à pesquisa que se tentará empreender.

2. O acontecimento e a experiência estética

Ambos ocorrem na relação com o sujeito e a coisa. O acontecimento e a experiência estética se realizam na vivência afetiva. Entendemos que a ideia de acontecimento está próxima da experiência estética ou mesmo afetiva. O contato se dá e a partir daí há a possibilidade de surgir algo novo. É na experiência afetiva que poderá ocorrer o acontecimento. Esse encontro é descrito por Shaviro (2009) da seguinte forma:

> O belo é um evento, um processo, em vez de uma condição ou um estado. A flor não é bela em si mesma. Em vez disso, a beleza acontece quando encontro a flor. A beleza é fugaz e está sempre imbuída de



> alteridade. Pois, embora o sentimento do belo seja subjetivo, não posso experimentá-lo à vontade. (SHAVIRO, 2009, p. 4, tradução nossa).

Não é sempre que o julgamento estético tem algum efeito em nós, pois não se trata apenas de experienciar algo, é necessário que esse algo nos provoque ou nos afete esteticamente. Passamos muitas vezes por experiências que não nos dizem nada, que nos são indiferentes. Boa parte da nossa rotina se passa de forma indiferente. Pensando nisso, como é possível que o cotidiano interesse e faça parte da temática de atores sociais no YouTube?

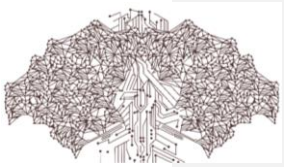
Shaviro (2009) diz – conforme Kant – que a apreensão do belo é desinteressada. Não importa que benefícios ela pode nos trazer. Não interessa a utilidade do belo, mas o que ele me faz sentir, "como isso me afeta" (SHAVIRO, 2009, p. 5). A poesia pode assumir a posição do belo desinteressado e incompreendido. Às vezes, poetas se deparam com perguntas de cunho materialista do tipo: Qual é a função da poesia? Para que serve a poesia? A função utilitarista da arte é uma ideia que não condiz com a essência desse belo contemplativo, que não serve, nem tem função, apenas seduz, afeta.

Mendonça e Moriceau (2016, p. 79) entendem, assim, que a experiência estética é

> Primordialmente uma experiência do sensível. Ela ultrapassa o transmissivo, não tem nenhum sentido em si e excede o significado deliberado. Este tipo de experiência não está subsumido ao ato de transmitir um significado ou uma mensagem a ser decodificada. Ela nos alcança através do nosso corpo; nos chega endereçada pelo caminho das emoções, dos sentimentos e das sensações. (MENDONÇA;MORICEAU, 2016, p. 79)

Pensando então no percurso teórico/metodológico a ser percorrido na pesquisa, vale empregar uma premissa atribuída a Whitehead (apud SHAVIRO, 2009). Ele nos propõe um entendimento fundamental para o viés epistemológico da pesquisa que se empreende, a começar pelo "princípio" que rege o pensamento aqui abarcado: "o afeto precede a cognição". O sujeito emerge da experiência e é através dela que ele se torna um "*superject".* Por ser afetado por uma experiência única, "cada sujeito é 'algo individual, por sua própria causa, mas, por esse motivo, transcende o resto da atualidade'. É diferente de qualquer outra coisa, não pode ser trocado por nada"[3]

[3] MARCONDES FILHO. **Comunicação do sensível**. Universidade de São Paulo – Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais. Disciplina optativa – período: 2017. 1. Notas de aula.



Emergido do mundo, o sujeito de Whitehead se constitui **na** experiência (grifo nosso). Diferente do conceito kantiano – conforme o mundo emerge do sujeito – para Whitehead o sujeito emerge do mundo, pois é no contato constante com as coisas do mundo sensível que este ser se "constitui cada vez como sujeito" (Shaviro, 2009, p. 21).

Aplicando essa compreensão no estudo da comunicação do sensível, adotamos o ponto de vista de que a pesquisa não pode ser um lugar demarcado, onde já sabemos previamente onde chegar e o que fazer. Por isso mesmo, é difícil falar de método. O método pressupõe passos a serem dados e todas as demarcações necessárias para se chegar a um resultado previsível. Com os estudos da experiência afetiva, podemos empreender outra maneira de pesquisar. Usamos, em vez de método, o termo metáporo (MARCONDES FILHO, 2010): numa referência aos póros que são as saídas/entradas sem trajeto predefinido. Não buscamos trilhas; os objetos da comunicação do sensível não podem ser observados por meio de modelos prontos. Neste caso, é o próprio objeto/sujeito ou *superject* que/quem também nos conduz a uma direção.

Como observa Marcondes Filho (2010), essa abordagem metapórica possibilita

> "Abrir-se à estranheza do outro", do outro enquanto outra pessoa e enquanto objeto, cena, drama. É a origem da própria comunicação. Eu só posso descrever um ato genuinamente comunicacional na medida em que eu, ao mesmo tempo, o sinto, o vivencio, permito que meus poros sejam atravessados por esse clima, esse espetáculo, essa atmosfera circundante, essa energia produzida pelo amorfo mediático. Por isso, poros é também arte e inventividade" (MARCONDES FILHO, 2010, p. 263).

Já em Merleau-Ponty (2014), podemos pensar o corpo enquanto corporeidade perceptiva. É com o corpo que sentimos e experienciamos vivências e estados emocionais e físicos. "Não posso perceber sem a sua permissão" (MERLEAU-PONTY, 2014, p. 20) Com este autor, podemos compreender o corpo de duas maneiras: é o que para ele seria o "corpo fenomenal ou perceptivo" e o "corpo objetivo" ou anatômico. Mas como dizer o que percebemos? É possível transformar em linguagem o que só podemos sentir com o corpo ou só podemos entender com os sentidos?

Sua fenomenologia reconhece o valor da experiência do corpo vivo (corpóreo), provocado, "animado por uma intenção" como já havia dito Husserl[4].

A ideia de carne, para Merleau-Ponty (apud Dupond, 2008) integra ainda uma possibilidade de tratar essa perspectiva pela sua função elementar. Pois "a carne não é matéria, não é substância. Para designá-la, precisamos do velho termo 'elemento' no sentido em que era empregado para falar de água, ar, terra e fogo"[5]

A carne seria, então, a matéria comum do corpo vidente e do mundo visível. O elemento é essa coisa, ou "quase-coisa", um sentido que ainda não pertence ao mundo das palavras. Podemos pensar no corpo fenomenal em Merleau-Ponty e ainda em sua noção de carne para trazer alusão a uma ideia referente a esse estado indizível, porém percebido, ou melhor, experienciado. No corpo fenomenal, entendemos que há uma espécie de delineamento do que o sujeito pode perceber enquanto criatura sensitiva. Enquanto sujeito provocado.

O relato do poeta Carlos Drummond de Andrade, no seu poema "Ausência", inserido no livro " O Corpo", publicado em 1984, descreve essa tentativa de transformar em linguagem o sentir do vazio através do corpo fenomenal. Vamos a ele:

Ausência/ Por muito tempo achei que a ausência é falta. /E lastimava, ignorante, a falta. / Hoje não a lastimo. / Não há falta na ausência. / A ausência é um estar em mim. / E sinto-a, branca, tão pegada, /aconchegada nos meus braços, / que rio e danço e invento exclamações alegres, porque a ausência, essa ausência assimilada, ninguém a rouba mais de mim. (Poema publicado originalmente no livro "O Corpo", 1984).

O corpo fenomenal "transubstanciado" em poema é ainda uma materialidade cheia de vida, podemos entender assim, que impulsiona um outro ou outros a sentir/sentirem.

Esse modo de experiência corpórea e sensível condiciona um outro tipo de vivencia para o pesquisador. O conceito, a proposição ontologicamente marcada, é o que se tenta evitar. Desta maneira, Merleau-Ponty nos ajuda a compreender a percepção e a experiência enquanto vivência na pesquisa em comunicação, em que, cada vez mais, estão implicados sujeitos produtores de conteúdos narrativos e não-narrativos em plataformas digitais de alcance global. Para podermos

[4] O termo vem de Husserl para quem o corpo só existe, só ganha vida, "se uma intenção o animar". Discussão realizada na disciplina Comunicação do Sensível, ministrada por Ciro Marcondes Filho na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

[5] Citação de Dupond (2010 p. 19; VI 184) posto no ensaio "O momento em que Merleau-Ponty abandonou a percepção. Quiasma e deiscência na filosofia francesa" de Ciro Marcondes Filho (2017). Notas de aula.

observar as produções desses sujeitos, precisamos atentar, antes de tudo, o que nelas nos toca ou não; assimilarmos o momento, perceber o que nos condiciona a sentir e a pensar de um modo diferente ou de um outro jeito. Enquanto pesquisadores, não nos colocamos numa posição de interpretadores ou analisadores dessa experiência. Pois aí, estaremos tão somente sendo levados por nossas próprias objetivações científicas. Se a vivência afetiva nos molda e nos torna outro, estaremos aqui experimentando a comunicação pelo contágio – como diziam Deleuze e Guattari a respeito do devir provocado pelo contato e contágio entre a vespa e a orquídea. (DELEUZE e GUATTARI, 2000, p. 17-18).

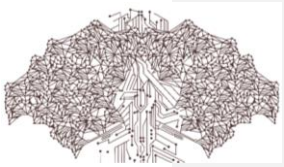
Dizem os autores:

> A orquídea se desterritorializa, formando uma imagem, um decalque de vespa; mas a vespa se reterritorializa sobre esta imagem. A vespa se desterritorializa, no entanto, tornando-se ela mesma uma peça no aparelho de reprodução da orquídea; mas ela reterritorializa a orquídea, transportando o pólen. Poder-se-ia dizer que a orquídea imita a vespa cuja imagem reproduz de maneira significante. Ao mesmo tempo trata-se de algo completamente diferente: não mais imitação, mas captura de código, mais-valia de código, aumento de valência, verdadeiro devir, devir-vespa da orquídea, devir-orquídea da vespa, cada um destes devires assegurando a desterritorialização de um dos termos e a reterritorialização do outro, os dois devires se encadeando e se revezando segundo uma circulação de intensidades que empurra a desterritorialização cada vez mais longe. (DELEUZE e GUATTARI, 2011, p. 26)

Desse modo, entendemos que a comunicação afetiva, o contato (contágio) com o outro, com a arte, com elementos da vida cotidiana nos condiciona a vivenciarmos um outro tipo de experiência que nos faz pensar, nos transforma, nos paralisa em algum instante e nos torna um outro ser. Essa é a relação mútua **entre** um "sujeito" e um "objeto" que descaracteriza o conceito de "sujeito" e "objeto" como é comumente identificado. Na experiência estética, na comunicação do sensível, esses dois elementos são continuamente extensões de um mesmo viés, como descrito por Whitehead (apud SHAVIRO, 2009).

No que se refere à perspectiva sensível desse encontro inusitado e arrebatador, Mendonça e Moriceau (2011) entendem que:

> Procuramos perceber a experiência com todos os nossos sentidos, objetivando um contato tão próximo que ela poderia nos afetar. Aceitamos alguma contaminação e experimentamos plenamente experiência. Na experiência estética, a estética não é como um hábito que naturaliza o significado. Ela oportuniza a criação e a comunicação de novos sentidos e quadros interpretativos. A estética é a forma e o



> local para o contato, a percepção e a vivencia de novas experiências, através de nossos sentidos. Mas os sentidos não são meios neutros e transparentes que transportam um significado já conhecido. Os significados que criamos nestes contatos estão plenos de sensibilidade, sensorialidade, sensualidade e toda uma gama de sentimentos (NANCY, 2011). (MENDONÇA; MORICEAU, 2011, p. 83).

A experiência estética chega aos nossos sentidos de modo muito diverso do que comumente estamos acostumados a sentir. Rancière (2009) empreende em "O inconsciente estético" um estudo sobre a dualidade de linguagem entre a literatura e a representação para tratar desse evento que nos deixa abalados emocionalmente com o que presenciamos e sentimos. De acordo com o autor, essa "revolução estética" só é possível com a quebra de fronteiras entre o "visível e o dizível, o saber e a ação, a atividade e a passividade" (RANCIÈRE, 2009, p. 25), em outros termos, entre o *logos* e o *pathos*.

3. Criação e etnografia nas pesquisas sobre o afeto

Serres (2001) emprega uma escrita criativa na maneira de descrever os sentidos, produzindo através dela um saber próprio, diferente das reflexões filosóficas carregadas de hermetismo comum à academia. Uma escrita prenhe de sentido e de descobertas. "O filósofo da linguagem gostaria que tudo permanecesse doce. Pois então construa, navegue, quebre pedras, deixe um pouco a moleza rigorosa, o feltro, a lógica e o moletom." (SERRES, 2001, p. 114).

O filósofo francês encontra no método acadêmico tradicional uma barreira para a liberdade de pensamento, o que seria uma contradição. Trata-se, porém, de uma realidade vivida – pelo que se pode perceber – por muitos daqueles que tentaram ousar. É o que o próprio autor de "Os cinco sentidos" vai dizer em uma entrevista a Bruno Latour. [6]

Barthes (2015) tenta e consegue ousar em seus trabalhos acadêmicos tecendo longas e detalhadas percepções a respeito das fotografias que lhe "tocavam". Que produziam ressonâncias oportunas a ele naquele momento enquanto observador. Desse trabalhado meticuloso, descritivo, surge o livro "A câmera clara" que nos traz aspectos e conceitos interessantes de serem mencionados aqui.

Vemos, então, que Serres não é o único a empreender um trabalho relacionado ao sensível em seus trabalhos acadêmicos. Convocado ao caminho dos riscos e das sombras, Serres busca

[6] A entrevista está publicada no livro *Diálogo sobre a Ciência, a Cultura e o Tempo.* Conversas com Bruno Latour.

uma saída literária na filosofia, provando a si mesmo e aos pares que era possível não seguir os trilhos já demarcados, a fim de chegar a um lugar novo.

Deleuze compartilha desse olhar diferenciado que a filosofia também pode conduzir. Diante da questão: "o que pode o pensamento contra todas as forças que, ao nos atravessar, nos querem fracos, tristes, servos e tolos? Deleuze não hesitou em dar a essa pergunta inquietante uma resposta alegre: criar" (PELBART, Peter. 2008). Assim como Serres e Barthes, Deleuze não queria uma produção abstrata que não dialogasse com os sentidos, longe do significado real da vida, da arte e das coisas.

> A filosofia inventa e implica um estilo de vida, uma maneira de viver, uma ética; ou mais radicalmente uma estética, estética da existência ou arte de si mesmo. A vida como obra de arte, o filósofo como grande estilista do agora. (SERRES, 2011, p. 114)

Desprendido de qualquer escola ou método, o filósofo permitiu-se ir até onde pode em suas observações próprias, carregadas de metáforas e recursos literários para dizer de modo criativo aquilo que os seus "sentidos" lhe mostravam.

Assim, nos estudos sobre a comunicação e o sensível, adotaremos uma perspectiva metapórica, qual seja: relacionada com a filosofia de Serres, as observações estéticas e afetivas de Barthes, com um olhar sutil do pesquisador, permitindo que se possa transpor as barreiras da precisão positivista. Até porque, estamos tratando de um caminho epistemológico capaz de sugerir um ambiente afetivo próximo àquele vivenciado pelo observador. Não que isso implique adotar uma maneira desleixada e frágil de escrever. Ao contrário, o que não queremos produzir é um estudo afetivo, complexo, desafiador, por isso mesmo pouco marcado por termos técnicos com noções objetivadas.

A produção de conteúdo criativo não precisa ser desconjuntada e de difícil compreensão. É o que diz Serres nos seguintes termos:

> Quando se empregava uma palavra técnica em metafisica era quase sempre para falar mais, não para dizer menos; nunca por economia e quase sempre para um maior dispêndio. Então, o luxo da técnica ocupa todo o discurso, chega mesmo a constituí-lo, torna-se suntuário e parasita... Aliás, e nestes dois tipos de discurso, obtém-se um efeito de terror, que divide aqueles que utilizam. O vocabulário ultra técnico provoca o medo e a exclusão. (SERRES, 1996, p. 38)

Trazida para a discussão da teoria do sensível, a filosofia dos corpos de Serres oferece um campo aberto para a criação, a busca do diálogo, da compreensão e do novo. O autor se utiliza

das narrativas e das produções literárias para dar fôlego às suas ideias. Neste sentido, vale ressaltar que a razão não pertence a nenhum saber constituído. Tentamos, portanto, utilizar outras possibilidades de pesquisa no campo da comunicação. Tanto as redes sociais e suas formas narrativas atuais quanto outras produções culturais podem ser observadas pelas perspectivas do *sensorium*. Pois mesmo esses objetos de interesse das pesquisas sobre o sensível encontram-se sempre enclausurados por análises e interpretações ou dados que "explicam" e "definem". Conceitos que limitam e reduzem a potência dos objetos. Por que não, agora, deixarmo-nos ser levados por suas intensidades e flutuações? Não estamos presos e fixados no tempo. Somos uno, mas múltiplos. O *sensorium* não pode ser classificado, nem sequer afixado em definições. Nosso objeto de pesquisa está, por assim dizer, "além do nosso alcance", regido por suas próprias leis, por isso mesmo, intencionamos observá-lo em sua formação e atuação espontânea.

Ciro Marcondes Filho (2010) nos dá o seguinte entendimento sobre o assunto:

> A observação é preferencialmente vivencial, isto é, o pesquisador, ao estilo do procedimento etnográfico, convive com os demais, vive sua vida, mistura-se a eles, sente as mesmas reações, dilui-se na comunidade dos que estão sendo estudados. Só assim poderá satisfazer uma condição importante nos estudos comunicacionais, estejam eles interessados em apreender a forma de reação de telespectadores a uma telenovela, em constatar significativas mudanças numa situação de aula, nos encontros de debates de pares, ou na situação de conversação. (MARCONDES FILHO, 2010, p. 266).

Uma demonstração oportuna desse procedimento foi descrita por Barthes (2015).

Diz ele:

> O que eu tinha observado no início, de maneira desimpedida, sob pretexto de método, a saber, que toda foto é de alguma forma conatural a seu referente, eu o descobria de novo, em estado de novo, deveria dizer eu, dominado pela verdade da imagem. Portanto, a partir de então, eu devia aceitar misturar duas vozes: a da banalidade (dizer o que todo mundo vê e sabe) e a da singularidade (salvar essa banalidade de todo o ardor de uma emoção que só pertencia a mim). Era como se eu procurasse a natureza de um verbo que não tivesse infinitivo e que só encontraríamos provido de um tempo e de um modo. (BARTHES, 2015, p. 67).

Desse modo, entendemos que para captar a singularidade de uma experiência estética, um acontecimento comunicacional, por meio de um procedimento metodológico que amplie seus efeitos e seus afetos, precisamos nos colocar em cena com um observador capaz de sentir e de

perceber o que está envolto naquele momento, naquela cena ou fotografia, naquela realidade experienciada.

Laplantine diz assim:

> A dificuldade da pesquisa do estatuto racional do sensível vem do fato de que o conhecimento (e, com muito mais razão, o conhecimento científico) pressupõe a existência de um *objeto permanente* e de um *sujeito constante*. Ora, a sensibilidade não deve se referir a um *objeto* (seja ele sonoro, de sabor ou de cor) mas a uma *relação* necessariamente instável que um sujeito entretém com objetos (assim como com outros sujeitos) numa experiência, ela mesma, singular e raramente reprodutível. (LAPLANTINE, 2005, p. 153)

O sensível escapa às exigências metódicas, às incursões classificatórias e "prováveis". Ele está ali submerso nas experiências cotidianas e não nos livros. Seria difícil colocar nos termos acadêmicos clássicos as pequenas impressões, as falhas e a vida que se sente fora de campo científico, mas é nesse "lugar de fora" que está a graça do improvável e as nuances perceptivas do acontecimento.

É no cinema, em um concerto, no passeio turístico e até mesmo em uma caminhada solitária, sem objetivo, que algo pode nos desafiar a mudar. Bataille (apud Laplantine) vai dizer: "Meu método ou, antes, minha ausência de método é minha vida. Cada vez menos eu me interrogo para conhecer. Rio disso, eu vivo, interrogo para viver. (LAPLANTINE, 2005, p. 144).

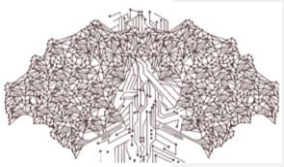
Neste autor, podemos olhar de forma diferente para os detalhes. Laplantine trabalha com os pequenos gestos e atos para dizer que estes, em suas viradas, surpreendem. Os grandes fatos ofuscam o sentido, fazem sombra sobre as sutilezas e sobre as pequenas produções do afeto.

Uma tarefa se impõe ao pesquisador do sensível na comunicação: perceber os detalhes. O que há de original e o que está minusculamente sobposto em cada gesto. Não se trata de uma interpretação de um momento, mas de uma descrição etnológica de uma sensação provocada por aquilo que se mostra ao olhar. Dito de outra forma, o que se busca é uma certa acuidade perante o objeto da pesquisa.

Entendemos que é no encontro com este lado sem intenções de um ato que se pode sentir um primeiro contato com o afeto. Deixar-se afetar está muito mais relacionado a um ato de humildade que leva a uma resistência. Resistência diante do medo que a racionalidade nos impõe de analisar um dado ou de interpretar um evento estético.

Mendonça e Mouriceau (2016) relatam bem esse momento:

> Somos mergulhados em um banho de sensações e reações. Desse mergulho, emergem ideias que muitas vezes nos obrigam a reparar aquilo que acreditamos saber. Se queremos compreendê-lo como uma



> experiência, como um evento que nos afeta e nos move, não devemos nos distanciar para examinar remotamente. (MENDONÇA; MOURICEAU, 2016, p. 79)

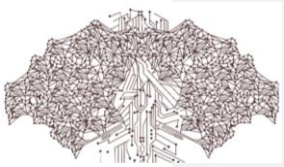
Para apreendermos esses momentos não podemos paralisá-los. Trata-se de um processo. São nessas relações entre o pesquisador e a existência e, mais apropriadamente, na existência afetiva com seu objeto de estudo que encontramos um aporte para discutir a comunicação: como ela é entendida hoje e o que ela provoca em termos de afeto.

4. Uma abordagem sobre as produções audiovisuais no YouTube

Sabe-se que as redes sociais na Internet tornaram-se canais de interatividade de grande reverberação nos meios sociais da contemporaneidade. Portanto, são, muitas vezes, discutidos o modo e o formato de os usuários se expressarem e de se exibirem nessas redes. Aqui, tentamos fazer uma observação etnográfica um tanto diferente. Queremos sentir o que é passado nessas mídias. Para isso, buscou-se entender o que tornam os canais de vlogs de alguns youtubers tão interessantes para milhões de pessoas e o que de fato é comunicado nesse processo, isto é, quais são as produções de sentido percebidas nesses vídeos para que os usuários amadores desses meios sejam, "instantaneamente", considerados celebridades, influenciadores.

O YouTube[7] surgiu como um site de hospedagem de vídeos caseiros e hoje se anuncia como uma rede social de criadores de conteúdo. Sua missão é "dar a todos uma voz e revelar um mundo". BURGESS e GREEN (2009) consideram, em seus estudos, que o tamanho e a popularidade do site de compartilhamento de vídeos e rede social YouTube não tem precedentes. Por ser um site de divulgação de vídeos, essa rede social se torna também uma plataforma de promoção audiovisual. Por vezes, com apenas uma câmera e um relato pode-se conseguir milhares de visualizações em poucas horas. Não seria esse o sonho de muitos cineastas? Mas na rede social YouTube, atualmente, o que produz resultados surpreendentes, em termos de visualizações, não é uma produção elaborada com roteiros e belos cenários, resultado de uma combinação de projetos realizados por especialistas, diretores e cenógrafos. Alguns dos vloggers e youtubers de maior repercussão nas redes são (eram) pessoas comuns que, de dentro do quarto ou da sala de sua casa, conversam, confessam segredos, contam suas mágoas e dialogam com um público total ou parcialmente desconhecido.

[7] Ver em: https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/



É sutil a linha invisível que divide, melhor, que faz fronteira entre a esfera privada e a esfera pública. Parece que, no ciberespaço esses dois antagonistas finalmente deram-se as mãos, não sabemos realmente se os efeitos são bons ou ruins. O que podemos afirmar, com um certo ar irônico, é que, ao contrário do que se pensava nos séculos passados, aparecer e aparecer sem máscaras tornou-se um espetáculo admirado na sociedade contemporânea. Porém é preciso estar atento: não sabemos como serão as reações do grande púbico a esse show do eu. Se estarão com os seus polegares levantados para cima ou para baixo durante a exibição pessoal e pública.

Sibilia (2008) observa que, não raro, artistas consagrados pelo cânone não puderam gozar de uma vida sem holofotes. Tornaram-se, sobretudo, produtos de uma indústria cultural aflita em buscar personagens para histórias reais a todo custo, tornando essas figuras também "personagens" de si próprios.

Diz a autora:

> Ao mesmo tempo em que se convertem em personagens, estes artistas transformam-se em mercadorias. Entretanto, nesse movimento que os espetaculariza e os ficcionaliza, paradoxalmente, também parecem se tornar mais reais. Porque ao se transformar em personagens, o brilho da tela os contagia e então se realizam de outra forma: ganham uma rara consistência, que provêm dessa irrealidade hiper-real da legitimação audiovisual. Passam a habitar o imaginário espetacular e, com isso, viram curiosamente mais reais do que a realidade. Pois dessa forma se convertem em marcas registradas, tornam-se grifes ou mercadorias subjetivas. Ou, com maior precisão, transmutam naquilo que se deu em chamar celebridades: pura personalidade visível, em exposição e à venda nos mostruários da mídia. (SIBILIA, 2008, p. 230)

Atualmente, não é preciso, portanto, que a indústria bata na porta de personalidades diferenciadas. Elas mesmas fazem o papel dessa indústria e chegam em nossas casas ou em nossas telas portáteis de uma maneira agradável, empática. Nos dizem coisas que ora pensávamos a respeito ora não. Nos fazem rir. Nos mostram seus quartos, suas famílias, seus bichos de estimação, seus peculiaridades, suas falhas, suas dores. Nos mostram aquilo que estávamos ávidos a ver: seres humanos, antes tão mascarados em filtros planejados, medidos e testados, algumas vezes "impecáveis", pelo cinema, pela novela, pela ficção.

A partir dessa perspectiva, tentaremos empreender uma descrição de reações sensíveis provocadas pelos vídeos, em formato de vlog, de quatro atores sociais influentes no YouTube, que produzam vídeos relacionados com o seu cotidiano e que, mesmo nesse contexto íntimo, tragam temas espontâneos e naturais a eles próprios. Estamos em busca daquilo que, por sua vez, é aqui compreendido como acontecimento comunicacional. Elencamos alguns canais que serão

utilizados para dar suporte a uma pesquisa mais ampla. São eles: os canais dos atores sociais como Whindersson Nunes, Jout Jout, Karyna Rangel e Andre Pilli. Todos eles têm em comum a condição de vloggers e youtubers, são atores sociais descobertos na Internet por meio de seus canais no YouTube e, invariavelmente, produzem vídeo em formato de vlog; relatam algum episódio de suas vidas em vídeo. Esses usuários "influentes" utilizam aspectos considerados "interessantes" ou "banais" do dia a dia para construírem um diálogo possível com o outro, sem pudor. Desnudam-se física e emocionalmente a um público diluído, abstrato, que só se concretiza quando estes mesmos autores voltam a sua vida comum, mas já são outros, já estão nos sites de notícias e estampam revistas de celebridade. Passam do anonimato à fama quase que instantaneamente.

Mesmo comentando fatos rotineiros do cotidiano, comuns a qualquer pessoa, cada um destes atores tem singularidades. Vejamos como eles próprios se apresentam ao responderem a rubrica "descrição" que, segundo a praxe deste meio, é estampada nas páginas do YouTube. Whindersson Nunes. Descrição[8]: Lampião do Youtube. Atualmente, seu canal acumula mais de 26 milhões inscritos e mais de dois bilhões de visualizações. Inscreveu-se em: 21 de janeiro de 2013.

JoutJout. Descrição[9]: Opa! Tudo bom? Este é o meu, seu, nosso canal! Não temos tema nem roteiro, ok? Eu só meio que vou falando e vocês meio que vão ouvindo e a gente meio que vai se amando. Seu canal acumula mais de um milhão de inscritos e cerca de 180 milhões de visualizações. A jornalista carioca se inscreveu no YouTube em 12 de maio de 2014.

Karyna Rangel. Descrição[10]: A moça carioca que recita poemas. Seu canal no YouTube acumula atualmente mais de um milhão de inscritos com mais de 70 milhões de visualizações. Inscreveu-se no site em: 28 de julho de 2015.

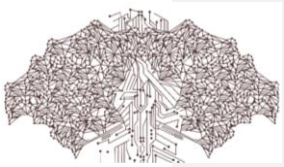
Andre Pilli. Descrição[11]: Faço vídeos sobre minha vida com um toque de tecnologia. Eles variam entre vlogs diários, gadgets, filmes e viagens. Tudo o que eu sinto quando vivo uma

[8] Dados coletados no dia 31 de janeiro de 2018 por meio da página de exibição da descrição do canal, acessado pelo link: <https://www.youtube.com/user/whinderssonnunes/about >

[9] Dados coletados no dia 31 de janeiro de 2018 por meio da página de exibição da descrição do canal, acessado pelo link: < https://www.youtube.com/user/joutjoutprazer/about >

[10] Dados coletados no dia 31 de janeiro de 2018 por meio da página de descrição do canal, acessado pelo link: <https://www.youtube.com/channel/UCibd34aFi2GTO94qHnewcUw/about>

[11] Dados coletados no dia 31 de janeiro de 2018 por meio da página de descrição do canal, acessado pelo link:
<https://www.youtube.com/user/OraculosauroVLOG/about>



experiência única, você também vai quando assistir aos meus vídeos. Seu canal no YouTube acumula quase 400 mil inscritos com cerca de mais de 30 milhões de visualizações. Inscreveu-se em: 11 de setembro de 2012.

Esses novos processos comunicativos se posicionam, de alguma maneira, criativamente. Realocando o valor dado aos modelos narrativos das velhas "mídias". Lidamos com criadores de conteúdos nas redes sociais o tempo todo, nós mesmos somos criadores nas redes, mas o quanto desses conteúdos é realmente me afeta? Como isso me provoca? Que reações faço ao que me é alheio, mas ao mesmo tempo tão próximo? A comunicação do sensível compreende não só o efeito do objeto em si, mas a experiência do sujeito nesse processo de "contemplação do belo" ou de observação do objeto. É sob este aspecto que buscaremos apreender a comunicação, na sua configuração estética e afetiva, e perceber o que há por trás dos signos ofuscantes e acolhedores das imagens, dos sons ensurdecedores e vibrantes, na tentativa de expandir os olhares científicos da comunicação para outras possibilidades de pesquisa. Queremos adentrar esse cotidiano recriado e consumido que afeta tanto espectadores anônimos como os próprios pesquisadores que decidem mergulhar nesse lago, aparentemente óbvio, porém que se revela profundo, marcado por subjetividades.

Referências

BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **YouTube – Digital media and Society Series.** MA, USA: Polity Press, 2009.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**; citação retirada da orelha do livro, texto de Peter Pál Pelbart. São Paulo: Ed. 34, 2008.

DELEUZE, Gilles, & GUATTARI, Felix. Mil platôs. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2011.

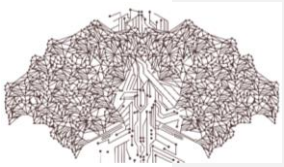
DUPOND, Pascal. Dictionnaire Merleau-Ponty. Paris, Ellipses, 2008.

LAPLANTINE, François. Le social et le sensible: introduction à une antropologia modale. Paris: Téraèdre, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante – o conceito de comunicação e a epistemologia metapórica.** São Paulo: Paulus, 2010.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção.** São Paulo: Martins Fontes, 2011.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **O visível e o invisível.** São Paulo: Perspectiva, 2014.



MENDONÇA, Carlos Magnos; MOURICEAU, Jean-Luc. **Comunicação e sensibilidade: pistas metodológicas.** In: MENDONÇA, Carlos Magno; DUARTE, Eduardo; CARDOSO FILHO, Jorge. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2016.

SERRES, Michel. Diálogos sobre a Ciência, a Cultura e o Tempo – Conversas com Bruno Latour. São Paulo: Instituto Piaget, 1996.

SERRES, Michel. **Os cinco sentidos.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

SIBILIA, Paula. **O show do eu – a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

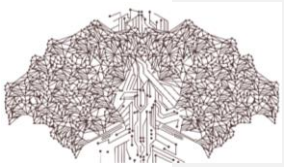
SHAVIRO, Steven. **Without Criteria: Kant, Whitehead, Deleuze and Aesthetics.** Cambridge: MIT Press, 2009.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis – afeto, mídia e política.** Petrópolis: Vozes, 2006.

Notas de aula

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação do sensível.** Universidade de São Paulo – Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais. Disciplina optativa, período: 2017.1. Notas de aula. Anotações.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



FACEBOOK BOTS COMO FERRAMENTA PARA AS MARCAS A REVOLUÇÃO DOS *CHATBOTS*[1]

Márcio Chagas[2]

O presente artigo visa a analisar o comportamento do consumidor frente à introdução da inteligência artificial, Deep Learning, Machine Learning e outros artifícios. Mais especificamente sobre a tecnologia *bots*. A novidade veio trazer uma nova perspectiva no atendimento ao cliente, revolucionando a comunicação, o SAC 2.0, gerando valor para a marca. E artigo, alinhado ao Eixo Temático 15, o leitor vai entender porque os bots vieram para abraçar o mercado, conquistando as gerações X, Y e a *millenium*, considerando seus micros-momentos de decisão.

A comunicação nunca esteve tão presente na vida das pessoas como agora. Além dos meios de comunicação tradicionais, as redes sociais têm dominado o espaço e revolucionado a forma de comunicar. Para entendê-las é preciso estar alinhado com o que explica Recueiro

> (...) as redes sociais emergentes são redes cujas (...) conexões emergem através das trocas sociais realizadas pela interação social e pela conversação através do computador(...)". Podemos afirmar que as redes tratadas pela autora ultrapassaram a barreira do computador e adquiriram novos formatos, bastante claros na popularização dos smartphones. (Recueiro, 2009, p.27)

Kotler endossa a ideia quando afirma:

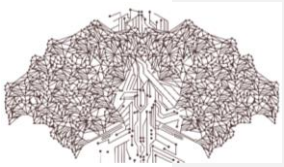
> Desde o início do ano 2000, a tecnologia da informação penetrou o mercado *mainstream*, transformando-se no que consideramos hoje a nova onda da tecnologia. Essa nova onda abrange uma tecnologia que permite a conectividade e a interatividade entre indivíduos e grupos. (Kotler, 2010, p.7)

E reforça: "A nova onda de tecnologia é formada por três grandes forças: computadores e celulares baratos, Internet de baixo custo e fontes abertas" (ibdem) (...), corroborando com a Recueiro que afirma: "a tecnologia permite que os indivíduos se expressem e colaborem entre si" (Recueiro, 2009).

As mudanças sempre foram características da história da humanidade. Mas o que nos cerca hoje é a velocidade com que essas inovações acontecem. Assim, as redes sociais estão se apropriando de meios para se manterem ativas e relevantes. Exemplo disso é a introdução, pelas

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração;), do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é publicitário e especialista em marketing digital, branding e comunicação multi-canais. E-mail: chagas.marcio1@gmail.com



principais redes sociais, dos chamados aplicativos mensageiros, que serão analisados na sequência.

A partir dessa ideia, os meios de comunicação não tiveram outra alternativa senão serem mais verticais e adequarem-se à nova realidade. Especialmente porque perceberam que pessoas passaram a interagir e a gerar um novo conteúdo, dando início à era da participação e do marketing colaborativo, ou seja, aquela mediada por meio do computador.

O que são os aplicativos mensageiros?

Aplicativos mensageiros são aqueles que realizam interação instantânea. Em mais de vinte anos de comunicação no Brasil, esses aplicativos foram evoluindo a tal ponto que começaram a relegar as ligações telefônicas convencionais a segundo plano, iniciando uma nova forma de interação, via aplicativos de comunicação instantânea, evidenciada pela criação dos micros-momentos, que serão problematizados mais adiante.

Nessa perspectiva, a comunicação via internet teve como embrião o IRC e o Mirc. Logicamente, não vamos deixar de dar os créditos aos bate-papos que logo ganharam o gosto popular.

No intuito de participar dessa fatia do mercado, a *Microsoft* criou o *MSN Messenger*. De acordo com o portal TechTudo:

> O *MSN* dominava as ferramentas de comunicação na internet: quem não tinha uma conta lá praticamente não conversava com os amigos. Agora, existe uma infinidade de mensageiros de todos os tipos, que usam contas separadas e oferecem diferentes recursos — além de obrigar você a efetuar login em todos eles e ter vários programas ou abas abertas para eles.

Entretanto, não só o *MSN Messenger* mas também toda essa parafernália digital exigia do usuário vários passos para acessá-las. Desde a instalação até o uso final, o internauta deveria passar por: 1. Encontrar o aplicativo disponível na internet; 2. Instalar o aplicativo (o que poderia não ocorrer, caso não dispusesse de espaço no device), 3. Abrir o aplicativo e encontrar seus amigos para que; 4. Finalmente, pudesse iniciar a interação.

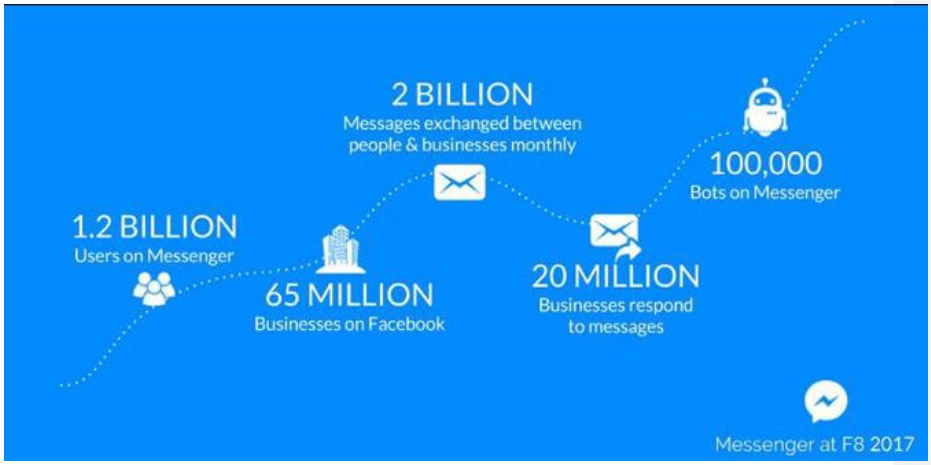
A proposta dos aplicativos mensageiros é justamente eliminar todas essas etapas. Basta o usuário ter uma conta em seu sistema favorito e ele, automaticamente, integra as bases de contato, facilitando a comunicação. Não é preciso ir tão longe para descobrir que isso foi um sucesso. Ao ponto de que 2015 ter sido eleito o ano dos mensageiros. A tendência para os próximos anos é que o uso dos mensageiros ultrapasse a interação nas redes sociais.

Os mensageiros tomaram conta da internet e deu início à corrida pela predileção dos usuários. Para isso, cada serviço dispõe de um aplicativo específico: o *Google* com seu *Hangout*.

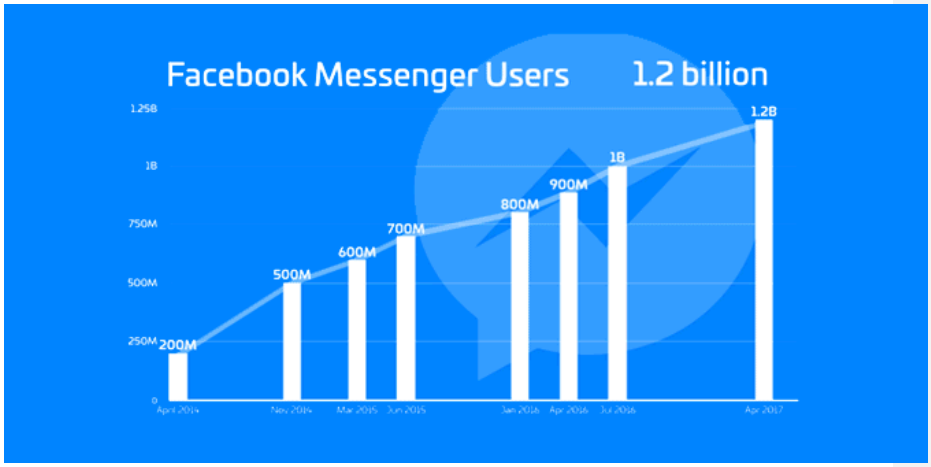
A *Microsoft*, cujo embrião *MSN* deu lugar ao *Skype* e o *Facebook* com o *Messenger* etc. Entretanto, para esse estudo, vamos deter nossa atenção para o *Messenger* do *Facebook.*

Por que o *Facebook*?

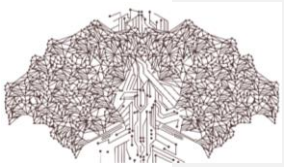
Os números falam por si. O Brasil é terceiro país em números de usuários nesta rede, contando com 99 milhões de contas ativas, perdendo, apenas, para: Estados Unidos e Índia. Isso significa que 1 a cada 2 brasileiros têm uma conta no *Facebook*. Esses dados encorajaram os CEO da rede a investir numa nova plataforma de comunicação: os *ChatBots*.



Fonte: Newrable.Net



Fonte: Newrable.Net



Outra grande oportunidade que pode ser explorada com o *chatbots* é o fortalecimento da figura das mascotes. Muitas empresas já tem uma comunicação bem delineada e usa essas figuras como porta-vozes. Exemplo disso é a Magalu, da Magazine Luiza ou o peru brincalhão da Sadia. Esses elementos estão sendo repaginados e estão ganhando papel de destaque com o uso do *chatbot*.

O que é e para que serve um *Chatbot*?

O *chatbot* ou *bot* é o diminutivo de *robot*. Trata-se de um tipo de API (de acordo com o portal Tectudo, API é o acrônimo de *Application Programming Interface* ou, em português, Interface de Programação de Aplicativos) ou *software* que funciona dentro de aplicativos mensageiros bem populares, como *Facebook Messenger, Skype, Twitter, Telegram* ou outros que venham a permitir o seu uso futuramente (anseia-se que sejam desenvolvidos *chatbots* para outros aplicativos como: o *WhatsApp, Instagram* e *Snapchat*).

Os *chatbots* são capazes de trocar informações com as pessoas por meio de APIs de maneira instantânea, seja de forma ativa (oferecendo produtos, soluções ou informações por meio de alerta) ou receptiva (quando o usuário busca a interface para interação), sendo capazes de resolver problemas, conduzir transações e responder dúvidas, utilizando, inclusive, integração com outros bancos de dados das empresas, como CRMs (Customer Relationship Management).

Com isso, os *chatbots* são capazes de automatizar parte dos processos que normalmente são realizados via telefone e contact centers ou via atendimento humano. É recomendado, ainda, que eles estejam integrados aos sistemas dos contact centers, para que possam transferir a conversa para um atendente humano, que terá à disposição todo o histórico coletado durante a interação.

Embora esteja disponível em inúmeros canais, essa tecnologia é mais usada no *Facebook*, já que praticamente todas as pessoas têm uma conta no nessa rede social e, ainda, porque muitas marcas utilizam de *FanPage* para estreitar o relacionamento com o cliente no meio virtual.

Os *chatbots* são baseados em regras pré-determinadas que cumprem comandos específicos. Normalmente, já entregam várias opções básicas, como um menu ou respostas às palavras-chaves específicas, as quais foram selecionadas a partir das perguntas mais frequentes ou àquelas que se deduz que o consumidor vai fazer. Como analisaremos mais adiante, essa é a forma mais efetiva para implementação dos *chatbots* para empresas hoje, uma vez que o tempo de desenvolvimento é menor, o que permite o lançamento mais rápido da solução. Ainda, é possível coletar os *feedbacks* em tempo real e iniciar os ajustes necessários para torná-los mais eficazes até que se o sistema esteja tão alinhado ao Faq (*frequent askinq question*) que se confunda com o atendimento

humano, seguindo a estratégia e do planejamento de marketing adotado por cada organização e do real motivo da adoção do *chatbot*.

Em quais ambientes e como os *chatbots* ou *bots* são usados?

E-commerce

No mercado *e-commerce*, os bots são usados para auxiliar na compra produtos simples, para revisar as últimas compras, pesquisar faturas baseadas em pedidos, listar pedidos passados, reservar produtos, *vouchers* ou ingressos de concerto, recuperar produtos em um bate-papo de suporte ao cliente (por exemplo, via *WooCommerce REST API*).

Os *bots* são usados para auxiliar na compra produtos simples, para revisar as últimas compras, reservar produtos, *vouchers* ou ingressos, recuperar produtos em um bate-papo de suporte ao cliente etc.

No caso da rede hoteleira multinacional Enotel, por exemplo, o usuário pode interagir com a simpática mascote Enotela para tirar dúvidas, comprar estadas, ou, simplesmente, solicitar serviços como entrega de toalhas, entre centenas de outras experiências.

Atendimento ao cliente

Envio de consultas ao suporte ao cliente, revisão de problemas relatados no passado, revisão automática de problemas atuais (por exemplo, *chatbot* da *Croatian Telecom* pode alertar imediatamente o usuário sobre os lentos problemas da Internet em seu bairro. Isso se explica pelo fato de o *Facebook Messenger* permitir uma assinatura de notificações de *chatbot*, descritas abaixo, via geolocalização).

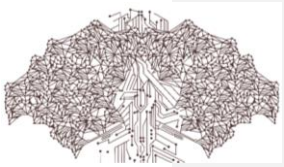
Com retroalimentações contínuas, o *chatbot* instalado no *inbox* da página da Dotz no *Facebook* conta com o atendimento automatizado das dúvidas mais frequentes e integrações simples com o site. Os resultados, de acordo com os dados fornecidos pela E.life – empresa curadora do *chatbot* da Dotz, foram: 1. Otimização do esforço humano em mais de 40%, abrindo espaço para atendimento e engajamento no mural e em outros canais. 2. O *chatbot* tem realizado mensalmente uma média de 65.000 interações, 3. Foi registrado um crescimento de 50% do volume de menções recebidas no ambiente privado da *fanpage*.

Comida e bebida:

Encomendar comida, reserva de mesa, cancelamento de reserva entre diversas outras possibilidades.

Utilitários:

Consulta de saldo da conta corrente, entrega de leituras de contador, verificação do consumo (água, gás, celulares ...), perguntas sobre os horários de eliminação de resíduos.



***Chat* de grupo:**

Chatbots que ajudam a agrupar sessões de bate-papo para reservar Uber, bilhete de avião ou encomendar entrega de comida.

Os mensageiros e o os micro-momentos

Na discussão sobre funcionalidade das redes sociais atualmente, é muito esclarecedor entender como funciona a comunicação virtual. Com a virada paradigmática da comunicação na internet, os meios de troca de informação transformaram-se radicalmente. Uma nova gama de interação surge com o novo advento, dando vez ao que se chama de micro-momentos de decisão.

Em tradução livre, estes micro-momentos acontecem quando o novo consumidor vai até a internet para buscar informações para resolver suas situações e necessidades no espaço-tempo em que se precisa ou no momento em que elas ocorrem. Na hora de calçar o sapato velho, ele entende da necessidade de aquisição de um novo: vai às páginas de busca e procura o que melhor lhe agrada. No momento de pentear os cabelos, percebe-se que o secador não está mais funcionando ou na hora de consertar o carro, é pesquisado na rede por instruções de como resolver o problema mecânico e colocar o automóvel para funcionar sem ter que, necessariamente, chamar um especialista para resolver o assunto.

Os micro-momentos são infindáveis e variam de acordo com as necessidades do ser humano. Os consumidores mudaram e as formas de alcançar esse novos produtos e serviços também. São eles quem detêm o poder e não há mais espaço para a comunicação em larga escala. Poucos não têm um *smartphone*. O fato é que o digital dividiu a atenção das pessoas – ela não é mais linear: concorre com *memes* da última hora, fotos da última edição do MasterChef ou fotos da família, por exemplo.

Segundo Sridhar Ramaswamy, vice-presidente sênior de Ads & Commerce do Google:

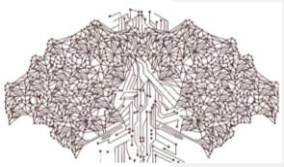
> Ninguém se prende mais a determinados momentos para pesquisar e tomar decisões. A previsibilidade dos desktops cedeu lugar às interações fragmentadas, viabilizadas pelo uso intenso dos dispositivos mobile (Tradução livre).

Essa afirmativa é complementada por Costa (2013) quando afirma:

> A comunicação digital se caracteriza, portanto, pela multiplicidade de relações envolvidas e de direcionamento das mensagens. Essa flexibilidade e multiplicidade, que alternam os paradigmas da comunicação tradicional, permitem modelos diferentes de comunicação, dependendo do número de participantes, da interatividade do programa utilizado e da sincronicidade das ações (Costa, 2003, p. 76).

De acordo com o Sridhar, os micro-momentos são divididos em quatro:

1. Eu quero saber:



Para o CEO, 79% dos usuários online no Brasil, dizem que estão procurando mais informações agora, comparando com alguns anos, enquanto 69% dos usuários brasileiros de *smartphones* pegam o telefone no meio de uma conversa para saber mais sobre algo que foi dito (fonte Google).

2. Eu quero ir:

Ainda na mesma perspectiva, 82% dos usuários de *smartphones* no Brasil utilizam um mecanismo de pesquisa quando procuram uma empresa local, próxima de onde elas estão, enquanto que 55% foi o crescimento nas pesquisas de "próximo a mim" nos últimos anos.

3. Eu quero fazer:

Na pesquisa realizada pela gigante Google, mais de dois milhões de horas de conteúdo de "como fazer" foram assistidos no primeiro semestre de 2015 no Brasil. Metade desse conteúdo foi visto em *smartphone* ou *tablets*.

4. Eu quero comprar:

No mesmo estudo, o quarto item aponta que 80% dos usuários de *smartphones* usam seu telefone para influenciar a sua decisão de compra enquanto estão em uma loja. Já 33% dos consumidores informam ter feito uma compra online na sua cozinha, outros 28% em seu carro.

E o que o bots têm a ver com micro-momentos?

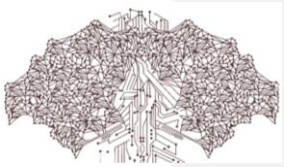
Nessa perspectiva de novas tecnologias à disposição e a rapidez/fluidez com que as coisas acontecem, a expansão da inovação tecnológica móveis está mudando a jornada do usuário, dando vez a sessões mais fragmentadas e menores durante o dia.

Os *chatbots* vêm exatamente para preencher este hiato. Eles reduzem os passos entre os nós na relação de consumo, ou seja, eles ajudam as pessoas a satisfazerem suas necessidades durante o micro-momento, oferecendo uma experiência mais rápida, aumentando a objetividade das interações e o acesso ao resultado final.

A intenção não é prever a hecatombe dos aplicativos para smartphones. O *chatbot* pode ser entendido como mais um aliado para facilitar o processo necessidade-aquisição. Mas, fica uma pequena provocação para que sejam entendidas as jornadas entre o uso de uma e de outra modalidade, especialmente nesses tempos em que o micro-momentos estão cada vez sendo mais valorizados.

A jornada do app versus a jornada do *bot*

Conforme estamos analisando, os usuários dos sistemas buscam atualmente cada vez mais facilidade em menos tempo. Se averiguarmos a estrutura dos *app mobile*, vamos entender que a própria natureza desses levam o usuário a ter que passar por, pelo menos, sete passos até o efetivo uso final. Para começar a utilizar, de fato, o qualquer aplicativo, o ele terá de: 1. Buscar o app na



loja; 2. O *device* terá de ter espaço disponível no disco rígido para alocar o programa; 3. Autenticar na *App Store, Google Play* ou *Windows Market* (dependendo do sistema operacional que o usuário possui em seus smartphones), 4. Instalar o aplicativo escolhido; 5. Configurá-lo (alguns exigem dados pessoais, e-mails, validação por SMS ou via e-mail, obrigando o usuário a sair migrar entre as plataformas em busca das confirmações); 7. Para finalmente, interagir com aplicativo.

Já com o os *chatbots*, os passos são diferentes: a plataforma consegue simplificar essa jornada em apenas três passos, desde a busca até a interação final, o usuário deverá: 1. Encontrar o *bot* na plataforma; 2. Mandar a mensagem; 3. Interagir.

Ao analisar a jornada para o usuário utilizar efetivamente ambos os aplicativos, percebe-se que os *chatbots* fazem a entrega de seus serviços muito mais rápido devido ao fato de eles atuarem diretamente nos aplicativos de mensagens, seja ele *Twitter, Skype* ou outro sem a necessidade de passar por todo o processo para baixar e usar um aplicativo. Não se afirma que os aplicativos estão fadados ao fim, ao fracasso, mas o *chatbots* aumentam a objetividade das interações de forma praticamente instantânea.

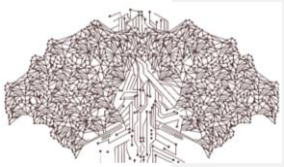
Os *chatbots* estão disponíveis justamente para preencher esse gap porque eles estão estrategicamente colocados exatamente onde as pessoas estão: nas redes sociais e, consequentemente, nos aplicativos mensageiros criados para a rede em uso. Eles complementam-se às diversas estratégias da marca no sentido de entender e atender às necessidades de seus públicos nos micro-momentos.

Point of no return

Nos últimos anos, a tecnologia mudou radicalmente a vida cotidiana. Até meados dos anos 2000, assuntos como internet, internet das coisas, conexão das cidades, inteligência artificial, entre outros temas relevantes atualmente não eram sequer problematizados. Sem dúvidas, o milênio trouxe consigo uma parafernália digital e está provando que estamos seguindo por um caminho sem volta, aqui chamando de *point of no return (*do inglês, caminho sem volta).

Atualmente, estamos atravessando uma onda de automação. Tudo que pode ser automatizado será amplamente debatido. Para verticalizar a discussão, é preciso entender alguns conceitos como *deep learning, machine learning, AI (artificial inteligence* ou Inteligência artificial), Apis, e outra infinidade de termos e suas principais implicações. Como essas novas formas de automatização vão modificar nossa vida em um futuro próximo.

Para entender este intricado de termos, é necessário conceituá-los e apresentar as suas funcionalidades. Mas antes, faremos um passeio histórico para entender como ocorreu a evolução das coisas.



Em outras palavras, tanto *Deep Learning* como o *Machine Learning* são modelos de Inteligência Artificial, a inteligência exibida por algoritmo em máquinas que utilizam técnicas avançadas para desempenhar funções cognitivas que entendemos e associamos à aprendizagem natural. No entanto, cada tipo é único e oferece benefícios para o usuário final, seja resolvendo problemas exclusivos para um caso de negócio tipificado, ajudando no reconhecimento de fala, desenho de rosto, íris, detalhes, contribuindo e acelerando aplicativos da web ou protegendo contra fraudes, disponibilizando uma nova maneira de interação digital baseada em arquitetura informativa.

Domingues, parafraseando Di Felice, afirma:

> "O advento da comunicação digital é uma das mais importantes revoluções contemporâneas. A criação de uma arquitetura informativa que não se limita a distribuir informação, mas que também é interativa, permitindo também o diálogo entre dispositivo de conexão, banco de dados, pessoas e "tudo o mais que existe", é um marco na história da comunicação (Lemos, Di Felice, 2014, p.7)".

Nessa perspectiva, a comunicação está sendo moldada para viabilizar a utilização de robôs como motores de busca, com aprendizagem profunda (*Deep Learning* ou aprendizagem profunda, em tradução livre). Mais ainda, aprendizagem de máquina (conhecida como *Machine Learning* ou, em tradução livre, Máquina de aprendizagem) estão sendo amplamente utilizadas para resolver os mais variados tipos de situações e problemáticas, auxiliando a automatizar tarefas que, até bem pouco tempo, era atividade única e exclusiva dos seres humanos, mas que vêm sendo delegadas às máquinas em velocidade cada vez maior e com uma assertividade na resolução inimaginável. Mas o que diferencia verdadeiramente a Inteligência Artificial, *Machine Learning* e *Deep Learning*?

Inteligência Artificial

No século XX, o premiado diretor holliwoodiano James Cameron lançou uma das franquias milionárias: O Exterminador do Futuro. Na "quadrilogia" (se me permitem a criação deste neologismo) o personagem T- 800 (interpretado pelo já reverenciado ator, *Arnold Schwarzenegger*) era um robô que vinha do futuro para evitar a morte de seus pais (e consequentemente, evitar o seu nascimento, que, por conseguinte evitaria a rebelião de seu personagem contra as máquinas). Em uma das sequencias, profere as seguintes palavras: "Quanto mais você interage com os robôs, mais ele aprende". E com essa perspectiva que vamos problematizar alguns conceitos sobre o que é Inteligência Artificial.

Longe das telas, na vida real, temos a ideia de um ser que vai reagir a estímulos, sentimentos e criar laços de afetividade. Não é bem assim. A Inteligência Artificial (IA) pode ser entendida como um ramo da computação ou de suas ciências correlatas que se propõe a elaborar caminhos, dispositivos que simulem a capacidade humana de

raciocinar, perceber, tomar decisões e resolver problemas, enfim, a capacidade de ser inteligente.

O "ser inteligente" aqui, implica na capacidade de a máquina reagir de forma natural e instantânea à comportamentos e inteligências ditas humanas. Para a máquina, quanto mais ela for capaz (e aqui estamos tratando em capacidade de armazenamento dados) de adicionar ao seu estoque de informação digital os dados que se levaram décadas para armazenar, como páginas da web, músicas, cds, enciclopédias completas, filmes e responder com exatidão e de formal natural, mais pensante e inteligente ela será. Ainda, estamos num estágio que esse mecanismo não se permite aprofundamentos de interações de níveis subjetivos. Ou seja, estamos andando a passos largos, mas as máquinas inda não entendem a reação de mudança de níveis de subjetividade.

É importante entender a Inteligência artificial como um todo, mas por suas partes constituintes. Assim, alguns fatores que contribuíram para o enriquecimento das Inteligências: os dados – computacionais, revistas eletrônicas, sites, o Google e outro sites de pesquisa, sites colaborativos como o *Wikipedia*, filmes produzidos na história da humanidade foram acondicionados ao estoque mundial de informação digital. Associado a isso, teremos a incrementação massiva de dados coletados pelo uso cotidiano dos *smartphones*, uma cachoeira sem fim de redes sociais e aparelhos que se conectam, de forma integrada e conhecida como a internet das coisas, vão alimentando esses intricados sistemas.

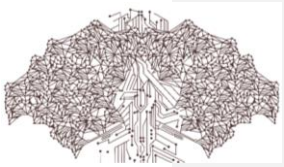
Outro fator importante e que merecem nossa atenção são os algoritmos. Essa profusão de informações torna o cruzamento de dados por algoritmos atuais mais eficientes, pois colabora, sustenta e acelera o seu desenvolvimento, organizando-os e hierarquizando-os. Seus resultados melhoram à medida que aumenta a quantidade de dados que estão produzindo ou recebendo. Uma engenharia memética que se utiliza de ensinamentos a partir dos usos dos dados e que são transferidos de uma aplicação maior para outra menor, permitindo que os algoritmos aprendam mais rápidos e com menos exemplos.

Domingues é muito assertiva quando problematiza os objetos inteligentes quando coloca:

> Ao chamarmos alguns objetos de inteligentes, como smartphones e smart tvs, deixamos subentendido que existe uma série de objetos que não são smarts, ou seja, não são inteligentes, avançados, plenos de inovação, dotados dessa "percepção" e da capacidade de "agir" de maneira mais aguçada. Aos olhos dos pesquisadores e especialistas, tais propriedades podem ser percebidas como algo trivial, resultante dos algoritmos aos quais esses gadgets estão associados. Para leigos, entretanto, podem causar certo encantamento e fascínio, como algo mágico e capaz de dar alma a objetos inanimados. (DOMINGUES, 2016, p.209)

A história da inteligência artificial começa em meados dos anos 1940, a pesquisa em torno desta incipiente ciência, liderada pelo incrível matemático, lógico e criptoanalista *Alan Turing*, de cujos estudos e projetos se tornaram base para a tecnologia atual. O primeiro destaque da vida deste cientista veio quando ele estava perto dos 30 anos de idade. Trabalhando conjuntamente com uma organização inglesa que atuava na Segunda Grande Guerra, o matemático foi capaz de criar um sistema que traduzia os textos enigmáticos e incompreensíveis, encriptados pelos alemães chamado "*bombe*". A máquina *Turing* criada pelo matemático, era extremamente eficaz contra o equipamento inimigo, que

usava de uma tecnologia encriptadora chamada Enigma para fazer com que as mensagens captadas pelos britânicos não fossem compreensíveis.
Essa máquina captava e identificava quando o sinal estava protegido pelo mesmo padrão da Enigma, para depois usar um padrão de lógica que ignorava informações que se contradiziam e gerar a mensagem verdadeira. Na época, já haviam algumas máquinas que faziam o mesmo, mas nenhuma tão bem quanto a criação do *Turing*.
Com o passar do tempo, várias tecnologias e estudos da IA continuaram sendo desenvolvidas, uma delas é a biológica, que estuda o desenvolvimento de conceitos que tentam imitar as redes humanas neurais. Essa terminologia só ganha reconhecimento e força nos anos 60, decênio em que esta ciência recebe o nome de Inteligência Artificial e os pesquisadores da linha biológica acreditavam que era possível máquinas realizarem tarefas humanas intricadas e mais complexas, como raciocinar, interagir objetiva e subjetivamente.
Passado um logo periodo, os estudos sobre redes neurais voltaram a ser problematizado nos anos 1980. Mas é nos anos de 90 que ela recebe uma grande atenção, consolidando-se verdadeiramente como a base dos estudos da Inteligência Artificial.
Atualmente, várias são as aplicações na vida real da Inteligência Artificial. É importante entender que seu funcionamento envolve muito mais do que perceber a presença dela em seu cotidiano. Sempre que você pegar o seu *smartphone*, já está vendo o que a IA pode fazer, mas por trás de cada interação personalizada até resultados de pesquisa relevantes, existe uma análise de combinações de tecnologias que fazem a inteligência artificial funcionar e que estão, por consequência, fazendo com que você tenha expectativas mais altas sobre todas as máquinas inteligentes e dispositivos que as usam. *Smartphones*, *smart tvs*, jogos, aplicativos de banco, programas de computador, aplicativos de segurança para sistemas informacionais, robótica (robôs auxiliares), dispositivos para reconhecimentos de escrita à mão, de reconhecimento facial e de voz, programas de diagnósticos médicos são alguns exemplos de interação com a inteligência artificial no nosso dia a dia.
A vida imita a arte, ou a arte imita a vida? A Inteligência Artificial na ficção é um tema bastante explorado em histórias de filmes do gênero de ficção científica, a Inteligência Artificial está presente em desenhos animados, em filmes e em livros. Um autor que podemos destacar nesta área é o russo Isaac Asimov, detentor de histórias de sucesso como O Homem Bicentenário e Eu, Robô, as quais receberam adaptação para o cinema. Além desse, é importante lembrar a trilogia Exterminador do Futuro, do consagrado diretor *James Cameron*, o qual retrata a convivência nem um pouco pacífica entre homens e máquinas dotadas de inteligência. Outra história que caiu nas graças do público foi AI: Inteligência Artificial, dirigido pelo também consagrado diretor *Steven Spielberg*.
Entretanto, neste contexto, fica o questionamento colocado por alguns filmes: É renovada a frase "be or not be... born". Em filmes como 2001: Uma Odisséia no Espaço, dirigido por *Stanley Kubrick*, Matrix, de *Andy e Larry Wachowski*, e Exterminador do Futuro, dirigido por *James Cameron*, colocam em xeque o romantismo apresentado no parágrafo anterior e nos mostram outra visão: a de como a humanidade pode ser subjugada por máquinas que conseguem pensar como o ser humano e serem mais frias e indiferentes a vida do que seus semelhantes de vida humana.
Independentemente das histórias fictícias ou reais como as vislumbradas nos parágrafos acima, não é interessante imaginar o caos que poderá ser causado por seres providos de um enorme poder físico e de raciocínio, agindo à revelia da vontade humana, teríamos



invasão, guerras desleais como as que acontecem em O Exterminador do Futuro? Por outro lado, a inteligência artificial pode ser de grande utilidade na medicina ou no ramo do direito, por exemplo, auxiliando na diminuição o número de erros médicos, no resgate de pessoas soterradas por escombros, nas causas jurídicas, além de sistemas inteligentes para resolver cálculos e realizar pesquisas.

Deep learning e o Machine learning

O conceito de aprendizagem profunda ou *Deep Learning*, (em uma tradução literal) é o termo novo e largamente utilizado dentro do campo da Inteligência Artificial e de *Machine Learning*. Serve para representar sistemas operacionais, computadores, *smart* coisas e dispositivos ditos inteligentes, conectados e capazes de desempenhar funções sem a necessidade de interações humanas.

Para melhor apreensão, é importante saber que todas as técnicas de *Machine Learning* (ML) obedecem a critérios essencialmente rigorosos, que vão criar algoritmos capazes de aprender uma representação compacta e mais assertiva dos dados, prever ou generalizar padrões para dados desconhecidos por meio de conjunto de articulações já conhecidas ou vivenciadas por ele. Sendo assim, o *Big Data Analytics* usa abundantemente técnicas de *Machine Learning* para catalogar e analisar grandes quantidades de dados, além de extrair conhecimento deles.

Para isso, usam de técnicas recentes mais avançadas, que são as redes neuronais artificias do tipo *Deep Learning*. Ao tempo em que grandes quantidades de dados que foram sendo disponibilizados em áreas como Segurança Cibernética, Detecção de Fraude, Marketing e Medicina, Direito etc, os algoritmos *Deep Learning* aproveitam do conhecimento extraído dessas técnicas e as utilizam de forma mais organizadas, impondo uma abordagem mais eficaz e com maior precisão, que, em diversos casos ultrapassam até mesmo os humanos.

A vantagem dos algoritmos de *Deep Learning* é sua a capacidade de aprendizagem em larga escala de dados e de forma variável, sem o acompanhamento humano, transformando-se, assim, em uma ferramenta valiosa para *Big Data Analytics*, isso porque a maioria dos dados são desta natureza (conhecidos, também, como dados não-estruturados). As máquinas inspiradas em *Deep Learning* apreendem abstrações complexas dos dados por meio de um processo de aprendizado hierarquizado, bem parecido com cérebro humano.

A tecnologia consegue, ainda, "aprender" conforme o contexto em que é utilizada. Baseando-se em atividades corriqueira do dia a dia, ela consegue classificar comportamentos como reconhecimento de fala, visão computacional e processamento de linguagem.

Desta forma, o conhecimento que essa tecnologia disponibiliza tornou-se tema central das discussões em empresas devido aos grandes resultados apresentado. Ela pode ser aplicada, por exemplo, aos diversos tipos diferentes de negócios com um leque de finalidades diferentes. Importante saber que esse sistema já é utilizado amplamente, principalmente, nas indústrias têxteis, educação e no *e-commerce*.

Atualmente, o *Machine Learning* já atua de forma que possa apreender sozinho e é alimentado por múltiplos dados gerados. Sendo assim, ele consegue traduzir a linguagem natural e correlacionar termos e dados, gerando uma significativa resposta para tomada de decisões. Para esta abordagem, são utilizados algoritmos que dispensam um pré-processamento, gerando, de forma automática e autônoma, propriedades que não variam

em suas camadas de representação hierárquica dos dados. Essas camadas são de dados não lineares, que permitem uma representação complexa e abstrata dos daqueles dados formando, desta forma, uma classificação ordenada.

A quantidade de algoritmos não para de aumentar e faz com que o *Deep Learning* gere o maior número de linguagens naturais possíveis para poder compreender mais profundamente uma quantidade maior de temas.

Segundo Domingues:

> A interatividade constante proporcionada por esses dispositivos leva a uma produção exponencial de dados, que só pode ser processada e gerenciada de modo automatizado, através da utilização de algoritmos. Dada a relevância dos algoritmos na sociedade em rede, é importante refletir sobre a presença constante dos mesmos em nossa vida prática, os usos que podemos fazer dele se que "eles" podem fazer por nós. (DOMINGUES, 2016, p.211)

As corporações de todos os níveis estão se apropriando do *Deep Learning* para conhecer melhor seu público. É com ela que as empresas passaram a utilizar técnicas de análises de dados mais eficientes, automatizando o desenvolvimento de sistemas.

Com as técnicas de *Machine Learning*, é possível: 1. Melhorar a experiência de seus usuários, especialmente com o uso de *chatbots*; 2. Otimizar campanhas e anúncios online, pois já é conhecido pelo sistema quem é o público alvo e o que deseja em seus micro-momentos de decisão; 3. Aprimorar ofertas de seus produtos por meio da análise do comportamento dos consumidores conectados e dos advogados da marca; 4. Prevenir e antever falhas em seus equipamentos e *devices*; 5. Detectar mais facilmente problemas de segurança de dados, fraudes e invasões na rede; 6. Filtrar mensagens de *phishing* e de *spams* nos e-*mails*.

Ainda, as empresas podem melhorar suas análises de *Big Data*, facilitando a criação de uma abordagem que combinem avanços da computação com tipos especiais de redes neurais e ser mais assertivas em seus anúncios. Desta forma, é possível estabelecer padrões de aprendizado capazes de lidar com grandes volumes de dados complexos.

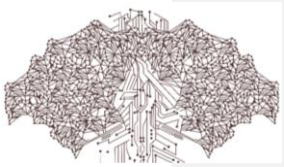
Os bots e a Inteligência artificial

Conforme analisado anteriormente, todo esse aprendizado é para que possamos entender da melhor forma como o *Messenger* do *Facebook* pode fazer o uso da Inteligência Artificial, *Deep Learning*, Algorítmos e *Machine Learning*. De forma mais simplificada, vamos desdobrar algumas conclusões.

Desde antes do lançamento do *chatbots* para *Messenger*, que os *bots* já são capazes de aprender e evoluir, desempenhando tarefas mais específicas. São capazes, ainda, de desenvolver o uso de conceitos de inteligência artificial – IA, como *Machine Learning*, permitindo a eles a capacidade de reconhecimento de padrões e a assimilação de comportamentos de naturezas variadas.

Para os profissionais de Marketing e desenvolvedores, o grande desafio dos *chatbots* é "entender" qual a intenção do usuário final ao interagir com ele por meio de determinadas palavras, dado que um termo, ou frase, ou combinação de frases podem levar a interpretações variadas. Tal compreensão poderá permitir que a IA conduza o diálogo de uma forma mais natural e fluida.

O grande desafio compreende, ainda, a imersão em níveis subjetivos da interação. Atualmente, os sistemas trabalham utilizando o *Deep Learning*, variando de sequência

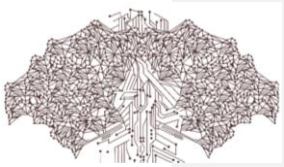


para sequência. Isso significa que, por enquanto, apenas dados de perguntas e respostas mais diretas podem ser compreendidas pelo *chatbot*, de forma natural conduzem um diálogo mais fluido.

Com a utilização do *Machine Learning* e do *Deep Learning*, será possível para o *chatbot* "compreender" qual a nossa intenção ao digitar determinadas palavras, baseada num *background* de conhecimento e de informação, alimentado pelo *Big Data Analitycs*, levando a uma complexa ligação de dados buscado ou utilizado pelo usuário em outras situações.

Com a apropriação das técnicas de *Machine Learning*, seu uso permite que os *bots* entendam determinados situações mais complexas e contextos diferenciados, conseguindo responder com mais assertividade a determinadas ações do internauta. Essa capacidade de aprendizagem vai aumentar o uso dos *chatbots* para um outro elevado, vai representar uma verdadeira revolução nos mais diversos setores nos quais estão fazendo o uso dessa tecnologia.

Para exemplificar, pense em uma quantidade de aplicações práticas e interações que realizadas em um *chatbot* que consiga compreender e interagir com o usuário no contexto de uma conversação, no qual, a assertividade entre a interação e a resposta compõem um diálogo completo e sem falhas. Mais incrível ainda é saber que estes resultados específicos, baseados no uso de inteligência artificial, é possível aprender e evoluir com suas próprias ações, conseguindo até mesmo lidar com situações não programadas e tomando decisões. É como se estivéssemos um filme de *Hollywood*.



Palavras-chaves

Facebook bots, bots, messenger, atendimento, sac 2.0, Inteligência Artificial, *Deep Learning*, *Machine Learning*, micro-momentos, cultura, tecnologia, algorítmo

Referências

CIRÍACO, Douglas. **O Que é API? TecMundo - Descubra E Aprenda Tudo Sobre Tecnologia**. Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/programacao/1807-o-que-e-api-.htm> Acesso em 27 set 2017 às 16h48m13.

KLEINA, Nilton. **Tudo Em Um! Esse Programa Reúne Todos Os Seus Mensageiros No Mesmo Lugar.** Disponível em < https://www.tecmundo.com.br/apps/103401-tudo-programa-pc-reune-mensageiros-mesmo-lugar.htm> Acesso em 29 set 2017 às 21h34m47.

DOMINGUES, Izabela. **Terrorismo De Marca: Publicidade, Discurso E Consumerismo Político Na Rede.** Rio De Janeiro: Confraria Do Vento, 2013. Print.

GRACIOSO, Francisco, and AVELAR, Vasconcelos. **As Novas Arenas Da Comunicação Com O Mercado.** São Paulo: Editora Atlas, 2008. Print.

GROBEL, Ricardo Blumer. ***Chatbots* E Os Micro-momentos – Bots Brasil – Medium.** Disponível em < https://medium.com/botsbrasil/chatbots-e-os-micro-momentos-cddffd76af53> Acesso em 30 set 2017 às 9h36m32.

"How Micro-Moments Are Changing the Rules." Think with Google. Web. 09 Sept. 2017.

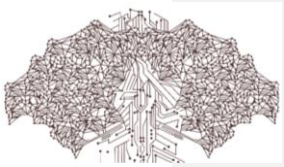
KOTLER, Philip, KARTAJAYA, Hermawan, and SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit**. Hoboken: Wiley, 2010. Print.

KOTLER, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. **Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2017. Print.

KRESIMIRKONCIC. **Guide for Facebook *Chatbots*: Why 2017 Is the Year of Bots and Roosters.** Disponível em < https://www.neuralab.net/huf/guide-facebook-chatbots-2017-year-bots-roosters/> Acesso em 11 Out 2017 às 16h32m56

LEMOS, Ronaldo; Di Felice, Massimo. A vida em rede. Campinas: Papiros 7 Mares, 2014 (Coleção Papirus Debates).

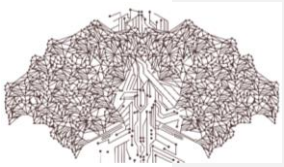
MORAES, Denis de. (2001). **Do Concreto ao Virtual - Mídia, Cultura e Tecnologia**. Rio de Janeiro: DP&A.



PASQUARELLI, Adrianne. WHOL, Jessica. **Why Marketers Are Betting on Bots.** Disponível em < http://adage.com/article/digital/marketers-betting-bots/309767/> Acessado em 16 Nov 2017 às 23h18m31.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais Na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



FALHAS "DATACRÁTICAS" NOS JOGOS DIGITAIS EDUCATIVOS [1]

Raquel de Castro Dantas Cavalcante [2]

Resumo

No discurso de jogos digitais educativos para uso escolar, é comum identificar argumentos que associam engajamento e diversão do aluno com a personalização da aprendizagem por meio de mecanismos de monitoramento e geração de *analytics*. Embora tais atributos sejam interessantes, colocamos uma questão: seria a inteligência no uso de dados no ato de jogar jogos digitais um fator fundamental para legitimar o seu uso na escola, tendo em vista a renovação das práticas de ensino-aprendizagem? Onde estão as possíveis fragilidades dessa ideia? Apoiando-se em reflexões teóricas como Symour Papert, Vilém Flusser, Walter Benjamin e Evgeny Morosov, o presente artigo coloca em debate a influência do que chamamos de "Datacracia" (neologismo ligado à ideia de sociedade regida pelo poder da inteligência de dados) sobre o universo das novas tecnologias educacionais, mais especificamente dos jogos digitais educativos. Como resultado, espera-se expandir as possibilidades de uso de uso de jogos na educação, enriquecendo o debate científico sobre o tema.

Palavras-chave: jogos digitais educativos; caixa preta; *learning analytics*, Datacracia.

Introdução

O interesse pelo presente estudo provém do desejo de aprofundar reflexões originárias de uma experiência profissional pessoal. Juntamente com um time multidisciplinar de especialistas em educação financeira, pedagogia, design instrucional, programação e *game design*, concebi e desenvolvi, entre os anos de 2015 e 2016, o Projeto EduCash[3], uma proposta educacional que utiliza jogos digitais como meio para desenvolver conteúdos, habilidades e atitudes em Educação Financeira com crianças. Elaborado como uma solução para uso escolar, mais especificamente para o Ensino Fundamental (5º e 6º anos), EduCash trata o assunto de maneira transversal aos conteúdos curriculares, incentivando a pedagogia de projetos.

---

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 11 – Games e processo de aprendizagem em contextos digitais, realidades aumentadas, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. . Pesquisadora é mestranda na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Digital Datacracia. E-mail: raquel.cavalcante@usp.br

[3] . O Projeto EduCash conta com o jogo "Edu no Planeta das Galinhas", o qual está disponível em formato *Web*, adequada ao uso em *desktops* e *notebooks*, e em versão *standalone*.

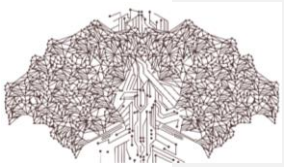
No processo de construção do primeiro modelo da ferramenta, o qual ocorreu em parceira com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo, em atividade de aulas-piloto em algumas escolas indicadas (Figura 1), identificou-se a expectativa, sobretudo por parte de coordenadores e educadores, de que a plataforma pudesse avaliar o nível de desenvolvimento dos educandos em suas capacidades relacionadas à gestão financeira apenas a partir da interação com o jogo. Embora fosse possível desenvolver uma espécie de *dashboard*[4] para educadores com alguns dados da interação, foi necessário esclarecer a comunidade escolar de que o grande benefício na implementação de algoritmos para monitorar interações não seria simplesmente o fornecimentos de dados avaliativos, mas sim na possibilidade de fornecer informações úteis para que educadores promovessem relações mais dialógicas em sala de aula[5], associando à experiência lúdica discussões sobre as diferentes estratégias tomadas no jogo e suas relações com as tomadas de decisão na vida real.



Figura 1. Aula-piloto do Projeto EduCash na Escola Estadual José Ceciliano Ennes

[4] . Termo em inglês, significa painel de controle para avaliação de uso de determinado sistema.

[5] . Consideramos essa possibilidade excelente, mas não poderia ser, na época, uma prioridade no momento de desenvolvimento do MVP (*minimum viable product*, ou produto mínimo viável).



Pelo fato de a Educação Financeira ser um campo em que as respostas não são fechadas, envolvendo saberes ligados à vida prática como o pensamento crítico sobre consumismo, gestão emocional, sistemas econômicos, entre outros, mostramos que a aprendizagem não seria mensurável apenas pelo monitoramento de interações num sistema digital, mas sim pela consideração de uma abordagem mais ampla, envolvendo o papel ativo do professor/mediador para engajar seus alunos na resolução de casos concretos com a gestão inteligente de recursos.

Se a verdadeira revolução da educação escolar implica em formar cidadãos capazes transformar a sociedade, qual o valor de metrificar competências num aprendizado personalizado, argumento corrente dos jogos digitais educativos, sem associá-lo às necessidades da vida prática? Vemos que o processo de renovação da Escola, que abarca o movimento de adoção de jogos digitais, pode evoluir.

A intenção principal deste trabalho é despertar a reflexão de atores envolvidos no ecossistema escolar sobre como explorar melhor o potencial dos jogos digitais para processos de aprendizagem. Por "como", sugerimos o fomento a processos de formação que considerem, além da transmissão de conteúdos e treinamento de habilidades, o desenvolvimento de aspectos atitudinais.

Para isso, temos como objetivos secundários responder: 1) o que está em jogo no processo de captura e análise de dados gerados no uso desse tipo de mídia?; e 2) a valorização de relatórios inteligentes nas novas tecnologias educacionais está em linha com a ideia de renovação da Escola? Para responder às provocações colocadas, associaremos à analise de alguns discursos comerciais de jogos digitais educativos uma trama matizada de teorias, a qual se estrutura em três sessões.

A primeira sessão, ***Learning analytics* em jogos digitais educativos**, se ocupa em esclarecer o que é *learning analytcs* e situá-lo dentro do conceito de "Datacracia". Trata-se de um panorama inicial que abre caminho para a discussão das possíveis falhas desse universo a partir do conceito de "Imaginação Numérica" de Morosov (2013).

A segunda sessão, **Jogos digitais educativos: um desafio de projeto**, introduz uma reflexão sobre a relação entre jogos e ludicidade colocado por Benjamin (1984), tratando da conexão entre autonomia e diversão no desafio de prever comportamentos em experiências lúdicas.

A terceira sessão, **A caixa-preta do jogo digital educativo**, traz uma comparação entre as diferentes possibilidades de uso de jogos digitais na educação com as propostas Behaviorista (SKINNER, 1958), Construcionista (PAPERT, 1994) e Sócio-Interacionista (VIGOTSKY,1998) para métodos pedagógicos ativos. Nesse exercício, apropriamo-nos também da ideia de "caixa-preta" de Flusser (1985) para ressaltar a influência dos diferentes "aparelhos" presentes no mercado educacional que influenciam a oferta de jogos digitais educativos.

Ao final, concluímos nossa análise salientando os benefícios dos usos de jogos digitais para processos educativos e da necessidade de formação de professores para enxergar tal potencial, tendo em vista o desenvolvimento não apenas de conteúdos e habilidades, mas também de aspectos atitudinais.

1. *Learning analytics* em jogos digitais educativos

> *"Tecnologia não é mais uma questão de software ou hardware. É na verdade uma questão de mineração e uso de uma quantidade enorme de dados para tornar o nosso mundo melhor"*
>
> Eric Smith, CEO da Google

O presente trabalho parte da hipótese de que não obstante a inteligência do uso de dados esteja abrindo um caminho muito promissor para melhorar a nossa qualidade vida, no contexto específico de uso de jogos na educação, é possível verificar alguns desvios. O uso do termo "Datacracia" (RADFAHER, 2015), portanto, propõe uma perspectiva irônica: embora vivamos em sociedades cada vez mais regidas pelo uso inteligente de dados, será que o uso de *learning anaytics* em jogos digitais tem sido adequadamente adotado para explorar o real potencial dos jogos para a educação, tendo em vista transformar práticas de ensino aprendizagem?

No campo dos Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVAs), o uso de *learning analytics* em jogos digitais é útil para viabilizar uma comunicação ativa, permitindo usos mais sofisticados das ferramentas por meio do fornecimento de informações sobre o desempenho dos usuários dentro do jogo (avaliação da interação, adaptação etc.). Nesse tipo de tecnologia, que insere os jogos no modelo de integração denominado "caixa-

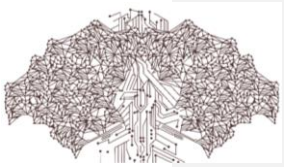
branca", os dados gerados na interação são utilizados para ampliar as possibilidades de personalização da aprendizagem, fornecendo de maneira automatizada avaliações formativas ou somativas. Esse formato é contrário ao modelo "caixa-preta" em que os jogos funcionam como peças independentes de conteúdo sem comunicação ativa (DEL BLANCO ET AL, 2013).

Mas o que está em jogo na intenção de mensurar experiências de uso em jogos digitais a fim de medir a aprendizagem? O primeiro ponto é o fato de que ter um sistema que traduz claramente o que ocorre num jogo para uma espécie de avaliação imediata da experiência corresponde à preferência da Escola por proposições testáveis, delimitáveis e listáveis (PAPERT, 1994, p.98). Podemos inferir que o método da experimentação controlada, que avalia uma ideia implementando-a e medindo o resultado, é aplicado nesse campo também como uma maneira de legitimar uma experiência hermética com informações que comprovem benefícios claros. A diversão torna-se "avaliável". Será mesmo?

Acreditamos que essa ideia dialoga com o conceito de "imaginação numérica" apresentado por Morosov (2013): uma predisposição para buscar explicações quantitativas e lineares para tudo, o que frequentemente é inadequado para descrever sistemas complexos. Pelo fato de o uso de jogos digitais mesclar a busca pela diversão com o desenvolvimento de competências que não necessariamente são facilmente observáveis no curto prazo, a "metrificação" da experiência, ao mesmo tempo em que é um grande desafio, é valorizado no discurso comercial desse tipo de mídia para adequar-se às expectativas do já mencionado modelo educacional tradicional. Listamos alguns casos:

> *" Os painéis de professores fornecem relatórios de desempenho no nível dos estudantes e da classe, promovendo uma aprendizagem adaptável. O Matific permite que você ajude alunos que apresentam dificuldade de aprendizado, ao mesmo tempo em que desafia aqueles com melhor desempenho."*[6]
>
> Matific

[6] . Fonte: https://www.matific.com/bra/pt-br/teachers. Acesso em 31/01/2018.



> *"An analytics platform like no other. The Desk links teaching game activities to real-life soft and hard skills, tracked through an online dashboard. Based on their observations, teachers can give students individually tailored feedback and focus on pain points."*[7]
>
> Teacher Gaming

> *"Teachers also have exclusive access to a dashboard where they can track student progress and achievements and display different students' solutions to the entire class of discussion."*[8]
>
> Codemonkey

Os trechos selecionados das plataformas Matific (jogos de matemática), Teacher Gaming (jogos de conteúdos curriculares e extracurriculares) e Codemonkey (jogos de lógica de programação) são exemplos que salientam as vantagens da capacidade de capturar informações no uso dos jogos e traduzi-las para educadores. Embora seja de fato um atributo útil para práticas pedagógicas, com exceção da Teacher Gaming, que menciona ofertar jogos para desenvolver *soft skills*[9], os demais exemplos trabalham conteúdos mais conceituais e procedimentais[10]. Conteúdos atitudinais, mais ligados ao propósito de incentivar o diálogo, a reflexão, a formação cidadã, entre outros aspectos, encontram em *learning analytics* não tanto o benefício de mostrar os conceitos que foram assimilados ou as habilidades que foram treinadas, mas sim em ampliar as possibilidades de discussão em sala de aula, promovendo o pensamento crítico. Nesses casos, é de se questionar se esse tipo de tecnologia seria mesmo fundamental, posto que debater sobre conteúdos

7 . Fonte: https://www.teachergaming.com/service. Acesso em 31/01/2018.

8 . Fonte: https://www.playcodemonkey.com/teachers. Acesso em 31/01/2018.

9 . *Soft skills* estão relacionadas a competências baseadas na inteligência emocional, tais como resiliência, empatia, colaboração e comunicação. Essas diferem das *hard skills:* habilidades técnicas que podem ser mais facilmente mensuráveis, como fluência de um idioma ou domínio de uma língua. Fonte: https://www.napratica.org.br/como-desenvolver-soft-skills/. Acesso em31/01/2018.

10 . Apoiamo-nos na proposta de Zabala (1998) em segmentar os diferentes conteúdos em três tipos: conceituais (aprender a saber), procedimentais (aprender a fazer) e atitudinais (aprender a ser e a viver em comunidade). Fonte: http://www.webartigos.com/artigos/os-conteudos-conceituais-procedimentais-e-atitudinais-em-correlacao-com-os-eixos-tematicos-dos-pcns/35902/. Acesso em 31/01/2018.

midiáticos, sejam em filmes, livros ou qualquer outro meio, é uma possibilidade interessante e que valida o uso de jogos digitais em geral, não apenas os chamados "educativos".

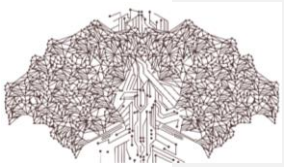
Na próxima sessão, trataremos do aspecto da ludicidade e de como esse elemento pode levar a falhas na aplicação de *learning analytics* em jogos digitais educativos.

2. Jogos digitais educativos: um desafio de projeto

> *"Mas uma coisa devemos ter sempre em mente: jamais são os adultos que executam a correção mais eficaz dos brinquedos - sejam eles pedagogos, fabricantes ou literatos - mas as próprias crianças, durante as brincadeiras."*
>
> (Benjamin, 1984, p.65)

Projetar brinquedos envolve o exercício da empatia. Afinal, como entrar no pensamento da criança e entender o que para ela será a brincadeira? O que Benjamin apresenta é uma reflexão que nos induz a pensar que mesmo que os fabricantes de brinquedos projetem a experiência lúdica, o ato de brincar é, na realidade, criado por quem brinca no momento da brincadeira. Embora o brincante possa agir tal qual pensaram os idealizadores do brinquedo, se a diversão instiga adotar outros comportamentos e inventar novas narrativas, ou nas palavras de Benjamin, realizar algumas "correções", ele o fará se assim for possível.

E quando a experiência lúdica proposta não está no projeto de um brinquedo, mas de um jogo? Para entender as nuances que distinguem um cenário do outro, precisamos dissecar melhor este assunto. Segundo Kishimoto (2009), brincar é a ação que a criança desempenha para concretizar as regras do jogo, é o mergulhar na ação lúdica. Pode-se dizer que é o lúdico na prática, que eventualmente pode se dar à liberdade de romper/renovar as regras, caso isso garanta a diversão. Jogar, por outro lado, nas palavras de Huizinha (1993, p. 33) é "uma atividade voluntária exercida dentro de certos limites de tempo e espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotadas de um fim em si mesmo."



Enquanto que no primeiro caso as regras são mais maleáveis ou efêmeras, no segundo, não cumpri-las descaracteriza a experiência. Nessa lógica, podemos inferir que projetar jogos, os quais envolvem necessariamente o cumprimento de regras específicas, implica ainda mais, para garantir o sucesso do projeto, o exercício da empatia do que fabricar brinquedos, estes mais desprendidos de pré-determinações de uso.

No que tange às possibilidades de poder ou não romper regras para garantir a brincadeira, no que os jogos digitais se diferenciam? Muito diferentes de um conjunto de cartas, pinos, bolas e outros tipos de materiais que caracterizam os jogos tradicionais, os jogos digitais surgiram no contexto da computação, extravasando seu campo de nascimento na medida em que passam a se organizar como objetos-culturais-digitais, característicos da cultura pós-moderna (Manovich, 2001). Ao jogar um jogo digital, cada interação, cada momento de experiência entre jogador e jogo, além de seguirem regras, devem ser necessariamente pré-determinadas pelo programa. Assim, se um jogo digital é mal projetado, com muito maior dificuldade o jogador poderá modificar sua lógica para torná-lo mais interessante. O que por um lado é possível na brincadeira com um carrinho, uma boneca e até de certo modo num jogo de cartas, no jogo digital, fica muito mais difícil romper com os limites do que é imposto como experiência. Até mesmo no uso de jogos *sandbox*[11], nos quais o jogador possui mais liberdade para vagar e modificar o mundo virtual de acordo com a sua vontade, toda a experiência iterativa deve ser escrita previamente. Não há ação que escape às linhas de código.

No âmbito dos jogos digitais educativos, isso fica mais evidente: o que menos se espera, de uma forma geral, é que o jogador tenha um comportamento divergente daquele que foi previsto, e isso se torna ainda mais óbvio quando cada interação é capturada e fornecida ao educador como forma de avaliação. Se a autonomia é ligada à ludicidade, podemos inferir que o rastreamento da interação para mensurar a aprendizagem é um fator que pode comprometer a diversão do jogador.

---

11 . *Sandbox* é um estilo de jogo em que são colocadas apenas limitações mínimas para o personagem. Ao contrário dos jogos de progressão, um *sandbox* enfatiza a exploração e permite selecionar as tarefas que serão realizadas. Disponível em < http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2014/12/saiba-o-que-sao-games-sandbox-e-os-principais-titulos-do-mercado.html>. Acesso em 11/07/17.

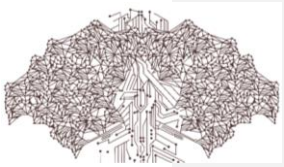
Para tornar isso mais claro, aplicaremos um exemplo. Na experiência de uso dos jogos do já mencionado Projeto EduCash, foi corrente perceber que certos tipos de comportamento, embora fossem divertidos para os usuários, implicavam em desvios nas informações que seriam direcionadas para os professores, os quais tinham a intenção de facilitar a avaliação do comportamento financeiro nas diferentes tomadas de decisão. No jogo "Edu no Planeta das Galinhas" (Figura 2), por exemplo, que traz uma narrativa em que princípios econômicos são desenvolvidos no exercício da gestão de produção de ovos de um galinheiro, foi corrente identificar comportamentos inusitados, tais como o ato de deixar as galinhas com fome e fugirem pelo simples fato de que essa cena era divertida de ser vista, e não necessariamente em função da incompreensão da importância em manter bem alimentados os animais no galinheiro. Nesse sentido, forçar uma experiência contrária seria impedir um aspecto prazeroso na interação.



Figura 2. Tela do jogo "Edu no Planeta das Galinhas"

Nisso pudemos perceber que as informações a serem fornecidas para os educadores não eram plenamente "confiáveis", ou pelo menos simples de serem interpretadas. Mais importante do que estas, portanto, era a experiência de conversar com os alunos e instigar a reflexão, algo que não necessariamente dependia dos mecanismos de *learning analytics*. Estes eram interessantes, mas não fundamentais.

3. A caixa-preta do jogo digital educativo

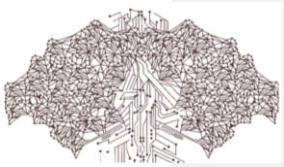


> "*Isso porque o complexo "operador-aparelho" é demasiadamente complicado para que possa ser penetrado: é a caixa-preta e o que se vê é apenas input e output. Quem vê input e output vê o canal e não o processo codificador que se passa no interior da caixa preta. Toda crítica deve visar o branqueamento dessa caixa."*
>
> (FLUSSER, 1985, p.11)

Não são poucos os especialistas que defendem a ideia de que os jogos digitais têm um componente social revolucionário. Já foi dito que eles abririam um caminho promissor para libertar a escola das algemas do sofrimento em experiências divertidas, práticas, guiadas por metas, contextualizada, centradas no desenvolvimento do aprendiz (PRENSKY, 2002); que eles exploram um conjunto de circuitos de recompensa natural do cérebro, potencializando a aprendizagem (JOHNSON, 2005); até que eles podem transformar o mundo num lugar mais justo, com cidadãos mais conscientes, engajados, e claro, mais felizes.[12]

Embora tais afirmações sejam empolgantes, quando consideramos o nicho dos jogos digitais educativos, o processo de desenvolvimento envolve uma considerável complexidade, envolvendo a correspondência às expectativas de vários atores, sobretudo quando adotados no contexto escolar. Aos diretores e coordenadores, espera-se que a solução atenda aos pré-requisitos da escola, adequando-se à infraestrutura (qualidade da internet, funcionamento de computadores, disponibilidade de ambientes), à preparação de profissionais (capacitação de educadores e técnicos), e claro, ao planejamento orçamentário. Para educadores, a tecnologia deve atender à faixa etária dos educandos, deve se enquadrar ao desenho do planos de aulas, às expectativas de aprendizagem curriculares, às avaliações de desempenho, ou seja, a toda uma ordem sistematizada de uso na lógica escolar. Tudo baseado na premissa de engajar estudantes a participarem das atividades escolares e garantir a confiança dos pais, transmitindo uma imagem de escola moderna, comprometida com uma aprendizagem de qualidade.

[12] . No TED *Jogando por um mundo melhor*, a game designer Jane McGonial apresenta o potencial dos jogos digitais para a transformação social. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world?language=pt-br>. Acesso em 10/07/2017.



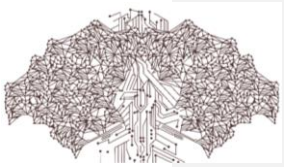
Quando desenvolvedores de jogos consideram todas essas particularidades, realizando não apenas o bom *design* de um produto, mas de um serviço completo para todos os partícipes da experiência, temos um cenário promissor. No entanto, quão facilmente identificamos exemplos de sucesso, no qual jogos digitais educativos, além de adequarem-se a propostas pedagógicas, se comprovam como verdadeiramente divertidos? Infelizmente, por ser algo avaliado sobretudo por quem não tem o poder decisório sobre o que entra e o que sai da lista de materiais didáticos, o aspecto lúdico dos jogos digitais educativos acaba não poucas vezes deixando a desejar. Afinal de contas, com tantas pré-determinações de uso, garantir a ludicidade torna-se mais desafiador.

Em *Filosofia da Caixa Preta*, Vilém Flusser faz considerações interessantes que podem ser apropriadas para aprofundar tais reflexões. Remetendo-se, num primeiro momento, a uma análise filosófica da produção fotográfica, o filósofo discorre sobre como esse tipo de tecnologia (imagem técnica) corresponde a uma cadeia de intenções, num conjunto hierárquico de aparelhos. No caso da fotografia, objeto pós-industrial[13] tal como o jogo digital, essa hierarquia é composta por uma sequência de estruturas (indústria fotográfica, parque industrial, aparelho socioeconômico, etc.), que por sua vez acabam por amoldar o tipo de imagem técnica passível de ser produzida pelo fotógrafo. Trata-se do complexo operador-aparelho, o qual o autor denomina "caixa preta".

Podemos, por analogia, aplicar esse raciocínio no contexto dos jogos digitais educativos. Entendendo os jogos também como imagens técnicas, as quais vão além da uma visualidade estática para a promoção de experiências imersivas e multissensoriais[14], identificamos que a experiência possível (submetidas a todas as exigências listadas anteriormente), correspondem à intenção de uma sequência de aparelhos: editoras, sistemas de ensino, universidades, diretrizes curriculares, etc. Em outros termos, a experiência promovida pelos jogos digitais educativos é amoldada de acordo com o

13 . Objetos pós-industriais têm o seu valor não em sua materialidade, mas sim na transmissão de informações.

14 . Em *Filosofia da Caixa Preta*, Flusser apresenta o conceito de imagem técnica como um tipo de imagem produzida por aparelho, o qual funciona como uma espécie de brinquedo que simula um tipo de pensamento. Embora esse conceito se aplique bem para a fotografia, ao aplicá-lo para o jogo digital, percebe-se uma possível evolução de significado: o jogo pode ser compreendido tanto como imagem técnica, para quem desenvolve jogos, quanto aparelho que obedece aos limites de um programa, para quem joga.

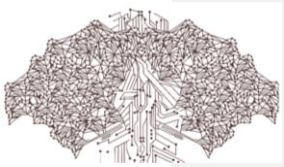


interesse de um vasto conjunto entidades. Ao mesmo tempo em que se trata de um recurso cujo objetivo é engajar a participação e interação do estudante em experiências lúdicas, é um instrumento cuja interação é cerceada por regras.

Entendamos melhor as relações desse tipo mídia com abordagens pedagógicas. Lebrun, em *Teorias e Métodos Pedagógicos para Ensinar e Aprender*, apresenta três modos de aprendizagem ativa: o reativo, o proativo e o interativo. O primeiro tipo, o modo reativo, dá ênfase para o mestre — ou o sistema — como fonte do saber. Nesse modo se enquadra a teoria behaviorista para a educação, que se baseia em programas de reforço a fim de "recompensar" o comportamento esperado em momentos apropriados. Semelhantemente às "máquinas de ensinar" de Skinner (1958), o processo de aprendizagem é dividido em um grande número de passos pequenos em sequência evolutiva, no qual o educando responde ativamente cada etapa, em seu ritmo. Nesse modelo, que funciona basicamente por estímulo e resposta para reforço da memorização de informações básicas, encaixam-se muito bem os jogos *drill & practice.*

Os jogos que se enquadram no modo proativo são aqueles que propõem um trabalho pedagógico que enfatiza a relação do educando com o saber (o educando manipula ou constrói o conhecimento sob a orientação do professor). Essa teoria propõe que, diante de experiências novas, o aprendizado é possível por meio da reutilização e evolução de estruturas pré-existentes da memória, num processo autônomo de construção do conhecimento na adaptação para acomodação, de busca pelo equilíbrio, de uma estrutura cognitiva mais adequada. Nesse modelo, em linha com a proposta do Construcionismo (PAPERT, 1994), encaixam-se os jogos com caráter de simulação-modelização, em que o jogador tem maior liberdade de explorar e selecionar as tarefas que deseja realizar.

O modo de aprendizagem interativo, por sua vez, propõe um trabalho pedagógico centrado da inserção social do indivíduo, com ênfase em comunicar instigando a reflexão e a troca de saberes entre professor/educando, ou educando/educando. Nessa categoria, o importante não é tanto melhorar o desempenho dos jogadores no uso de um programa, mas sim o potencial que a experiência imersiva traz para incentivar o debate, a capacidade crítica, as possibilidades de articular a experiência interativa com a preparação do educando para a vida em sociedade. Nessa linha, bastante coerente com a proposta do

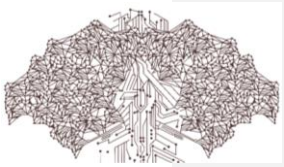


Socio-interacionismo (VIGOTSKY,1998), encaixam-se, por exemplo, os jogos persuasivos, que segundo Ian Bogost (2007), funcionam como ferramentas de retórica procedimental, que utilizam processos para transmitir mensagens, com o objetivo de provocar reflexões.

Podemos associar cada tipo de abordagem apresentada, que são em essência três diferentes maneiras de se comunicar com o usuário/educando, a diferentes modelos de educação. Partindo dos estudos de Kaplún (1985), enquanto que na primeira e segunda abordagens temos a ênfase na transmissão de conhecimentos e no exercício da modelagem de determinados comportamentos na resolução de tarefas, na terceira temos a ênfase na transformação do educando numa perspectiva social. Nesse caso, a grande preocupação não está nos conteúdos comunicados ou no treinamento comportamental, mas na interação dialética do indivíduo com seu meio, no desenvolvimento das suas capacidades intelectuais e consciência cidadã.

Dentre as três modalidades de métodos pedagógicos ativos, assim como dentre os três modelos de comunicação/educação, é mais comum identificar a oferta de jogos digitais educativos apoiados nos formatos reativo e proativo, em que a interatividade envolve tomar as melhores decisões na resolução de um problema, este passível de avaliação por um programa. Como nestes formatos, sobretudo no primeiro, temos a lógica de receber passivamente o que é o correto e o que é o errado por um sistema, ainda vemos uma dinâmica análoga às relações tradicionais de comunicação entre educando e educador, em que o último é sempre a fonte do saber.

Nesse sentido, complementando o que apresentam Balasubramaniam e Wilson (apud JAPPUR, 2014, p. 26), os quais salientam que os processos de criação de jogos digitais educativos têm se dado de forma não articulada aos princípios e necessidades pedagógicas, o que por sua vez dificulta o trabalho de seleção e aplicação dos educadores, salientamos a necessidade de expandir, tanto para desenvolvedores e educadores, as possibilidades educacionais desse tipo de mídia. Tornar “branco” o modelo de “caixa-preta” dos jogos digitais, portanto, talvez esteja mais ligado ao esclarecimento sobre a cadeia de intenções, ou o conjunto hierárquico de aparelhos, existente no mercado de produtos educacionais e sobre a formação de professores para identificar o potencial do



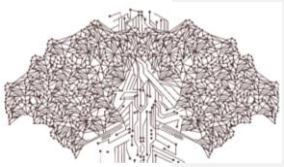
uso de jogos de uma forma geral, do que à implementação da tecnologia de captura e análise de dados.

Considerações finais

Embora o uso de jogos na educação tenha evoluído em termos tecnológicos, o discurso que aponta o uso de jogos digitais educativos como caminho para a renovação escolar encontra fragilidades. Isso se dá tanto pelas regras que restringem a ludicidade quanto pela maior valorização de um tipo de comunicação focada na transferência de conteúdos e treinamento de habilidades, e não tanto na formação do educando enquanto sujeito social.

O estudo sobre os jogos digitais no âmbito da academia é algo relativamente novo, merecendo especial atenção tendo em vista o aumento das práticas que se apoiam no uso de tais tecnologias em processos de aprendizagem, sobretudo no contexto escolar. Ao mesmo tempo, estamos trazendo em debate as maneiras de lançar mão das tecnologias de informação e comunicação (TICs) não apenas para otimizar processos, mas também para engajar numa educação que inclui também o desenvolvimento de competências importantes para o exercício da cidadania, tangenciado o que é defendido como "competências do século XXI" ou "competências socioemocionais". Acreditamos que aspectos como a capacidade de controlar emoções, alcançar objetivos, demonstrar empatia, manter relações sociais positivas, tomar decisões de maneira responsável, entre outros, podem ser desenvolvidos com o uso de jogos digitais, dependendo muito mais do preparo dos educadores em articular as experiências com a vida real que na qualidade das tecnologias em mapear as interações, revelando quais conteúdos forma apreendidos e/ou habilidades treinadas. Embora tais atributos, próprias dos jogos digitais educativos, sejam em não poucos casos interessantes para que o professor/mediador tenha domínio da interação, justificamos que não são suficientes para desenvolver os aspectos acima citados.

Como desdobramento desse estudo, esperamos esclarecer desenvolvedores e educadores que, embora os jogos digitais educativos tenham de seguir uma série de especificações para adequarem-se ao sistema educacional (conjunto de aparelhos que amoldam seus programas), é necessário inovar no projeto e uso de tais ferramentas, tendo em vista ampliar a articulação do ato de jogar com propósitos educacionais.



Referências bibliográficas

BENJAMIN, Walter. **A criança, o brinquedo, a educação.** São Paulo: Summus, 1984.

BOGOST, Ian. **Persuasive games: the expressive power of videogames.** Cambridge: MIT Press, 2007.

DEL BLANCO ET AL. **Using e-Learning standards in educational video games** Computer Standards & Interfaces 36(1), 2013, pp. 178-187

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia.** São Paulo: Editora Hucitec, 1985.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura.** São Paulo: Perspectiva/Editora da USP, 1971.

JAPPUR, Rafael Feyh. **Modelo conceitual para criação, aplicação e avaliação de jogos digitais educativos.** (Tese - tese em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – UFSC. Florianópolis, 2014.

JOHNSON, Steven. **Surpreendente!: a televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

KAPLÚN, Mario. **El comunicador popular.** Quito: Ediciones CIESPAL, 1985.

KISHIMOTO, Tizuko M. (Org.). **Jogo, brinquedo, brincadeira e a educação;** 12. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

LEBRUN, Marcel. **Teorias e Métodos Pedagógicos para Ensinar e Aprender.** Lisboa: Instituto Piaget, 2002.

MANOVICH, Lev. **The language of new media.** Cambridge: MIT Press, 2001.

MAYER-SCHOENBERGER, V; Cukier, K. **Big data: a revolution that will transform how we live, work, and think.** Londres: John Murray, 2013.

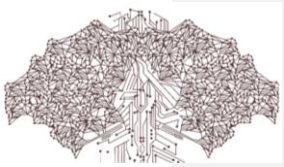
MOROSOV, Evgeny. **To save everything, click here: the folly of technological solutionism.** Nova Iorque: Perseus Books, 2013.

PAPERT, Seymour. **A máquina das Crianças.** São Paulo: Artes Medicas, 1994.

PRENSKY, Marc. **Aprendizagem baseada em jogos digitais.** São Paulo: Editora Senac, 2012.

RADFAHRER, Luli. **Datacracia: a vida na interface.** São Paulo, 2015.

VIGOTSKY, Lev. **Pensamento e linguagem.** São Paulo: Martins Fontes, 1984.



ZABALA, Antoni. **A prática educativa: como ensinar.** Porto Alegre: Artmed, 1998.

FÃS DE TEATRO MUSICAL NO BRASIL: ENGAJAMENTO, VISIBILIDADE E CONTRAVENÇÃO NAS REDES SOCIAIS [1]

Bianca Danielle Leite Costa[2]

Os admiradores, que também podem ser chamados de fãs, possuem características enquanto difusores de ideias (influenciadores), pensamentos, e organização que conseguem alcançar, para aquilo que seguem, a visibilidade. O fato de comungarem da mesma paixão, os aproxima e faz moverem-se em conjunto.

No que se refere aos fãs de teatro musical, essa movimentação ocorre, da mesma forma, mas em uma proporção de visibilidade consideravelmente menor, porém existente. O gênero de teatro musical teve sua base instaurada no Brasil com os teatros de revista – nos quais se destacaram nomes como o de Carmem Miranda. Posteriormente chegaram as adaptações de musicais da Broadway, sendo a primeira delas o musical "*My Fair Lady*" (Minha querida Lady), em 1935[3].

Os amantes de musicais proporcionam o contato de "leigos" com as montagens em cartaz, compartilhando nas redes sociais seu parecer acerca dos espetáculos e a experiência que eles vivem. Também ocorre a popularidade tanto dos atores que exercem papéis de protagonismo quanto membros do corpo de baile ou da produção.

Uma forma de organização desses indivíduos é a Cultura Participativa, à qual os fãs pertencem e carregam suas características até, muito provavelmente, atingir terceiros que estão fora da mesma e que se atraem pelo conjunto de comportamentos e a convivência (entre as pessoas destes grupos) que a mesma pode proporcionar.

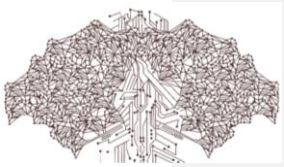
Essa Cultura é uma das muitas possibilidades de interação entre indivíduos que partilham de uma mesma admiração. Assim como consumidores se identificam com marcas, algumas pessoas encontram identificação com outras a partir daquilo que admiram.

---

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros, YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é graduanda do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Strong ESAGS – Escola Superior de Administração e Gestão Strong. Participa do regime de iniciação científica orientado pela Profa. Dra. Cláudia Ribeiro Monteiro Lopes, da mesma instituição. Grupo de Pesquisa em Comunicação (IES). E-mail: exemplo@exemplo.com.br

[3] Musicais no Brasil: Saiba um pouco mais sobre a história e agenda desses espetáculos. Disponível em: <http://literatortura.com/2013/02/musicais-no-brasil-saiba-um-pouco-mais-sobre-a-historia-e-agenda-desses-espetaculos/>. Acesso em: 17 Fev. 2017.



O conceito de Cultura Participativa explorado por Jenkins (2014) é um dos norteadores para a compreensão do "trabalho"[4] exercido pelos fãs, que atualmente compartilham nas redes sociais, suas experiências e percepções. A cultura em questão consiste na contribuição de muitos indivíduos para a criação de conteúdo; agregação de valores, costumes e ações nas áreas específicas com as quais se identificam (JENKINS, 2014) até, muito provavelmente, atingir indivíduos que estão fora da mesma e que se atraem pelo conjunto de comportamentos e a convivência que essa forma de organização pode proporcionar.

As semelhanças de gosto entre diferentes indivíduos podem revelar uma maneira de essa movimentação funcionar, uma vez que eles passam a partilhar algo, uma forma de admiração que pode aproximá-los e fazê-los moverem-se em conjunto tornando-se "fãs-contágio", que disseminam suas admirações e paixões em forma de conteúdo nas mídias sociais digitais.

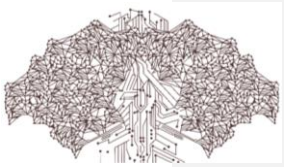
Tal interconectividade possibilitou ainda mais a união destes admiradores em comum e viabilizou "novos meios de agir social e culturalmente" (IBIDEM). E em meio a este cenário, um exemplo citado por Jenkins (2014) no livro "Cultura da Conexão" é o Twitter, que já abrigou inúmeras movimentações de admiradores assíduos. Existe um mecanismo no Twitter (os Trending Topics) que possibilita enxergar claramente o poder desses fãs; os quais, independentemente se separados por país, região ou capital, criam e compõem posts e hashtags em comum constantemente.

Num exemplo prático, é possível encontrar perfis de fãs das adaptações musicais interagindo com os perfis de atores, postando pequenos vídeos das apresentações, covers das músicas, entre outros formatos de conteúdo; além de narrar em poucas palavras sua opinião em relação às peças musicais, estrutura dos teatros, nível de profissionalismo dos artistas etc.

A força dos fãs é revelada, muitas vezes, na capacidade com a qual os mesmos conseguem aumentar a audiência em números e ser parte de uma mobilização, seja ela grande ou não.

Esses fatores levam ao pensamento acerca da composição do público, que acaba se revelando não só numérico, mas cheio de indivíduos que admiram aquilo que escutam, aquilo que assistem, e que também são capazes de influenciar, pois tornam-se um organismo com um intuito: enaltecer seus ídolos. O autor ressalta, em contrapartida, que a dificuldade por parte dos veículos que seguem os ideais de engajamento está em abrir mão de certo controle que exercem sobre o público (JENKINS, 2014, p. 63).

[4] Os fãs promovem, divulgam àquilo que admiram de forma, em sua maioria, espontânea. Ocorre livremente e atrai mais pessoas ao mesmo assunto, questão etc.



> "Em outras palavras, enquanto o material promocional para o programa ou os textos criados por fãs sobre o programa possam ser propagados em círculos mais amplos entre fãs casuais, as conversas, as extensões e os artefatos que vêm " de dentro" desses textos aprofundáveis podem circular dentro da base de fãs engajados, uma vez que os fãs comparam observações e trocam interpretações. [...] Cada um desses usos representa o tipo de "ativadores culturais" que Jenkins descreveu em Cultura da Convergência (2006b), elementos que dão ao público algo para fazer. O modelo de engajamento sugere que ter alguma coisa para fazer também dá aos fãs algo sobre o que falar e os incentiva a propagar conteúdo para outros membros potenciais de público." (JENKINS, 2014, pg. 175).

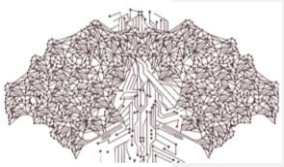
Neste trecho o autor fala sobre a habilidade que o público tem em compartilhar em grupos os fatores e assuntos que os atraem; o engajamento pode alcançar outras pessoas mesmo que não partindo dos próprios veículos, grandes conglomerados midiáticos ou formatos de arte.

A partir do momento em que os fãs acompanham proximamente àquilo que admiram, passam a ser considerados de alto valor para as empresas. Se são fãs de uma série que é exibida em certo canal "X", a companhia responsável pela mesma passa a anunciar sua audiência (os fãs) como moeda de troca para os possíveis anunciantes do canal. Nesta lógica assiste-se aos veículos de comunicação sendo favorecidos por "vender" seu público aos anunciantes e não os produtos dos anunciantes aos consumidores (RAMONET, 2001).

Fora do universo das marcas encontra-se a arte, que pode ser vista de diversas formas, e que, definitivamente possui um público repleto de admiradores. Seja ela o Cinema, Dança ou Música, a capacidade levantar grandes movimentos ou, até mesmo, multidões, também é vista em eventos, na mídia, pelas telas dos smartphones, por todos os lugares.

O teatro, como uma das formas de manifestação da arte, desperta interesse de muitos admiradores pela variedade e experiência proporcionadas ao público. Atualmente os admiradores do teatro musical não se diferem de admiradores de séries da Netflix. A necessidade de aproximação com os atores, objetos de cena, narrativas, figurinos, entre outros, existe e é manifesta; principalmente entre os admiradores jovens que têm disposição e apreço suficiente para esperar os atores dos musicais nos portões dos teatros após os espetáculos, até mesmo nas sessões mais tardias feitas aos finais de semana.

Talvez as produtoras, com o intuito de atrair visibilidade para essa modalidade de arte, tenham iniciado o "contato" com influenciadores, pois podem ser encontrados vídeos de YouTubers com um grande número de seguidores visitando os bastidpres dos musicais, os intérpretes dos papeis principais, entre outras características que apenas pessoas com acesso



privilegiado às montagens poderia conseguir; ao mesmo passo existem criadores de conteúdo que compartilham apenas sua experiência, mostram os folhetos personalizados, os baldes de pipoca, copos de refrigerante e itens das lojinhas oficiais ligadas aos musicais – Vale salientar que as pessoas que disponibilizam trechos que são considerados contraventores, na maioria das vezes, não exibem suas identidades, apenas expressam sua admiração com perfis que pouco revelam suas características e identidade real, tornando-se "trabalhadores" na divulgação espontânea.

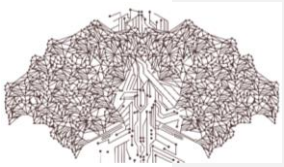
Divisão dos fãs

Ainda sobre os fãs e o efeito que sua admiração causa, com base em categorias de fãs estabelecidas por Jenkins (2014) é possível encontrar o perfil de fãs de musicais. A primeira divisão pode ser chamada de "legal", na qual (no âmbito do teatro musical) os admiradores podem ser contabilizados como audiência e, consequentemente, servir de moeda de troca para os patrocinadores, produtoras, companhias às quais os teatros pertencem; o que os torna "legais" é o pagamento do ingresso, a compra de objetos oficiais, o pagamento de maior valor por sessões especiais que podem dar direito à visitas nos camarins, entre outras experiências. A segunda categoria, chamada de "excedente", abriga os fãs que podem tomar atitudes que vão de encontro com o que poderia ser chamado de "moral" para obter os tão desejados resquícios dos musicais, tenham eles o formato eu lhes for permitido – Objetos não-oficiais, gravações e filmagens clandestinas (e seu compartilhamento), compra de ingressos de cambistas etc.

Abordar tais categorias permite entender os comportamentos ditos adequados (característicos dos fãs legais) e inadequados (traço dos fãs excedentes). A segunda categoria embasa o início do pensamento de fãs que compartilham o conteúdo propriamente dito dos musicais.

Não é proibido criar conteúdo que envolva o universo ou a história das montagens, porém não é permitido gravar e reproduzir esse conteúdo sem autorização prévia da produção ou organização das peças musicais. Essa modalidade de arte posssui uma característica efêmera, o número de exibições não se compara, por exemplo, com filmes que podem ser vistos no cinema, posteriormente em serviços de Streaming ou On Demand; mas são executados um pequeno número de vezes na semana, com temporadas que costumam durar cerca de um ano, com algumas exceções.

Os admiradores não possuem a oportunidade de presenciar o universo musical na mesma medida que admiradores de séries, por exemplo; em contrapartida, as remontagens nacionais proporcionaram uma aproximação com este público e têm trazido, cada vez mais, pessoas ao centro destes organismos, esses grupos de admiradores que se potencializam ao unirem-se e possuem alcance ainda maior.



Outra questão que deve ser levantada é o valor para experienciar espetáculos musicais; a qualidade das versões, dos bailarinos, músicos, estrutura do teatro, atendimento, todos esses aspectos são vistos por aqueles que podem pagar por ingressos que variam de acordo com as proporções da peça, teatro, produtora e localização na plateia; porém existem fãs com vasto recurso financeiro bem como fãs "desabonados"; a ocorrência da contravenção não se limita aos fãs abonados ou desabonados, porém àqueles que são apaixonados e desejam reviver o momento, mesmo que dividido em trechos ou com características não-oficiais das peças.

O "deslize" estratégico se encontra nos responsáveis pela organização e execução dos musicais, que podem e deveriam estudar novas maneiras de reviver as memórias dos fãs, com alternativas mais acessíveis, como a existência das sessões sociais, com valores de ingressos vendidos com altas porcentagens de desconto.

Visibilidade nas redes sociais

Dal Bello e Rocha propõem uma definição do conceito de visibilidade: " [o alcance da] dimensão mediática (quer seja massivamente, nas telas da TV ou nas capas de revista, quer seja na exposição digital das redes) e [a conquista do poder ser] [...] visto/reconhecido pelo outro, tomando-lhe a percepção e a atenção" (DAL BELLO; ROCHA, 2012, p. 4). Os fãs de musicais expões suas opiniões como qualquer outro nas redes sociais, porém, pelo fato de esta modalidade da arte ser menos conhecida e difundida (apesar de seu crescimento nos últimos anos no Brasil com mais adaptações de musicais internacionais e criações originais nacionais), a visibilidade se torna extremamente positiva do ponto de vista das produtoras.

Com a visibilidade conquistada por meio da divulgação dos fãs os espetáculos musicais tomam seu espaço à frente do público potencial de maneira diferenciada, pois têm no discurso de seus admiradores um robusto chamariz caracterizado pela "voz" de quem se manifesta com proximidade e grande potencial de causar identificação com públicos semelhantes.

A melhor forma de reconhecimento desse fã é sem dúvida o engajamento. O engajamento,é apresentado por Jenkins (2014, p. 175) como "[...] elementos que dão ao público algo para fazer. O modelo de engajamento sugere que ter alguma coisa para fazer também dá aos fãs algo sobre o que falar e os incentiva a propagar conteúdo para outros membros potenciais de público". O erro das produtoras citado anteriormente neste texto será apontado no texto justamente como ignorância das formas de manejo do engajamento nas redes sociais.

No exemplo a seguir pode-se ver o diálogo entre admiradores de musicais comentando sobre uma das exibições mais recentes do teatro Renault (São Paulo-SP), *Les Miserables*:



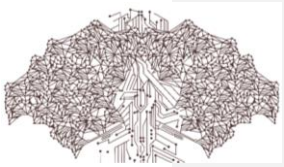
Fonte: ***Twitter***. Disponível em: Musical Teatro Reanult – Twitter Search < https://twitter.com/search?q=musical%20teatro%20renaullt&src=typd>. Acesso em 17/01/18 às 21h15.

O diálogo mostra a interação entre os fãs, à princípio parece uma conversa simples, porém neste diálogo é mencionado o local no qual a peça estava sendo exibida; estas formas de comentários que podem ser, como antes mencionado, "chamarizes" para potenciais consumidores do teatro musical.

O engajamento, outro conceito que aparece no título deste artigo, é apresentado por Jenkins (2014, p. 175) como "[...] elementos que dão ao público algo para fazer. O modelo de engajamento sugere que ter alguma coisa para fazer também dá aos fãs algo sobre o que falar e os incentiva a propagar conteúdo para outros membros potenciais de público". O erro das produtoras citado anteriormente neste texto será apontado no texto justamente como ignorância das formas de manejo do engajamento nas redes sociais.

O comportamento ilegal dos fãs nas redes

Uma busca no site YouTube permite verificar o quanto o comportamento do público que frequenta musicais mudou: a remontagem do musical Cats (composição de Andrew Lloyd Webber e poemas de T. S. Elliot) ocorreu no ano de 2010 no Brasil, paralelamente iniciava-se a cultura dos smartphones como é vista hoje; porém já existiam câmeras digitais e muitos canais de vídeos no portal.



Ao pesquisar "*cats* brasil" no site, a maior parte dos resultados encontrados são do canal da empresa responsável pela venda de ingressos e organização do espetáculo na época: a *Time4fun* (popularmente conhecida como *T4F*)[5]; ou da própria montagem, como ilustra a imagem. Ou seja, a disponibilização de conteúdo por espectadores dos musicais era consideravelmente menor se comparada ao que ocorre atualmente; porém entre o passado e o presente um fator não mudou: espetáculos musicais, principalmente grandes remontagens de originais da Broadway, não podem ser gravados, sua reprodução limita-se àquelas permitidas pela organização dos mesmos.

Até hoje musicais realizam coletivas com números que compõem o espetáculo para alguns veículos – como revistas, blogs, programas de TV e jornais – que fazem gravações previamente autorizadas; estas são posteriormente divulgadas, com o intuito de propagar os espetáculos, seus dias/horários e alcançar maior público. Trata-se de uma ação para conquistar mídia espontânea.

No cenário dos fãs-contágio e admiradores, depara-se com atitudes muito julgadas por teóricos – para bem ou para mal –; os fãs querem tanto uma aproximação com o conteúdo de apreço que procuram formas de reter ou guardar essas imagens, músicas, momentos etc. Muitos encontram nas gravações clandestinas uma forma de manter esse conteúdo para si e compartilhá-lo.

Assim como admiradores de séries gravam por meio de programas ou placas de captura instaladas em computadores, fãs bandas baixam suas músicas favoritas online, e fãs de obras da literatura encontram versões online ou fazem cópias para leitura, também existem os admiradores de teatro; esses fãs arquitetam formas de manter na memória cenas vistas em espetáculos que, obviamente, não serão reprisadas; a saída, na maioria das vezes, é fazer gravações clandestinas nos teatros - a menos que paguem novamente para assistir aos espetáculos, o que possui valor consideravelmente elevado no Brasil.

Nas pesquisas por espetáculos musicais mais recentes que ocorreram no Brasil, é possível encontrar trechos de peças que não fizeram parte das coletivas de imprensa, além desse fator, os canais nos quais esses vídeos são disponibilizados não são, necessariamente, de portais oficiais dedicados ao tema ou produtores de conteúdo que comentam sobre, o que leva à alta possibilidade de serem vídeos gravados e disponibilizados por fãs.

[5] T4F Entretenimento S/A. Disponível em: <http://www.t4f.com.br/>. Acesso em: 03 de Abril de 2017.



Fonte: YouTube. Disponível em: Wicked – YouTube
https://www.youtube.com/watch?v=VhZA699NriI. Acesso em 25/08/17 às 23h57. Enviado em 21/12/16.

Os fãs-contágio comportam-se dessa maneira porque procuram ser cocriadores, fazer parte da criação de conteúdo acerca daquilo que admiram, gerar novas ideias e movimentos que tenham relação com o universo que envolve o assunto (JENKINS, 2014, 79); porém, para compor esses novos conteúdos, eles precisam "revisar" ou rever aquilo que os atrai, uma forma de se inspirar ou basear seus textos, diferentes meios, formatos e itens de colecionador.

Jenkins (2014) suscita uma discussão sobre a ampliação das possibilidades de impacto do público nas circulações após o aumento da influência das tecnologias, principalmente a partir da Web 2.0, que seria uma "força legitimadora" de pensamento favorável à arquitetura da participação – remetendo à cultura participativa e o papel dos fãs nesta área. Fãs inseridos na cultura participativa graças ao impulso da Web 2.0 demonstram um cocriação não mais individual e apartada, porém tecnologicamente conectada e interativa.

Muito se fala sobre essa forma de movimentação dos admiradores ser uma "crise nos direitos autorais" ou uma "crise no uso legal" (JENKINS, 2014, p.85). Tal atitude do público afetaria a "economia moral", termo criado por E. P. Thompson para designar entendimentos mútuos entre partes que conduzem negócios (ibidem). Porém os fãs tornam-se agentes e apoiam, de certa forma, todo um trabalho de divulgações e tentativas de chegar a públicos mais amplos, e

os fazem com meios democráticos, que cabem nas palmas das mãos e alcançam públicos que não costumam, espontaneamente, buscar por espetáculos musicais, ou sequer passaram pelo despertar do interesse.

Conclusão

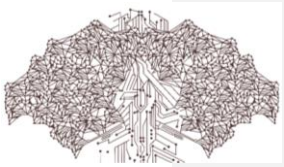
As regulamentações existem, de fato, e provavelmente foram promovidas devido à acontecimentos anteriores e negativos que fizeram com que as instituições responsáveis por as instaurar o fizessem. No caso dos musicais até hoje enxerga-se que os fãs tentam, de várias formas, reter e reproduzir o conteúdo que tem relação com os musicais e as produtoras preocupam-se com razão pois o teatro possui uma característica específica que outras atrações como shows, espetáculos temáticos, circos e eventos que proporcionam experiências vívidas e reais também possuem: o "aqui e agora", a reprodução não é negativa somente numa questão monetária, mas também para manter nos palcos os detalhes das adaptações musicais, os segredos de bastidores que passam desapercebidos aos olhos humanos mas que podem ser descobertos com as câmeras.

Mas após o advento das mídias sociais digitais, aquilo que é motivo de admiração para o fã se torna parte de sua vida social e o compartilhamento desses momentos não tem possibilidade de se tornar obsoleto em sua totalidade. A partir desse comportamento subentende-se que as produtoras não podem mudar essa característica dos admiradores, portanto a saída é engajá-los, criar mecanismos que consigam, ao mesmo passo, abrangê-los no ambiente dos espetáculos e proporcionar lembranças e experiências que serão
permitidas mediante regulamentação, mas, ainda assim irão satisfazê-los. Em contrapartida, a visibilidade para os musicais tende a aumentar, com uma divulgação espontânea e repleta de discursos de pessoas que têm, ao ver musicais, experiências inesquecíveis e que admiram muito, podendo atrair potenciais consumidores ao gênero musical e talvez aumentar a demanda do mesmo, de forma geral, o que, em longo prazo, poderia trazer novas possibilidades de custos – tanto para produtoras quanto para os frequentadores da plateia – e organização para que o formato atinja maior público.

Palavras-chave: fã; teatro musical; ilegalidade; visibilidade; redes sociais.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Z. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.



DAL BELLO, C.; ROCHA, D. C. **Visibilidade mediática, vigilância e naturalização do desejo de autoexposição**. Juiz de Fora: XXI Encontro Anual da Compós, 2012.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão**. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

LOPES, P. R. M. Visibilidade e Tautologia. **Communicare**. 6. ed. São Paulo: Centro Interdisciplinar de Pesquisa, Faculdade Casper Líbero, 2006.

MORAES, D. de. **Por uma outra comunicação:** mídia, mundialização e poder. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

Musicais no Brasil. Saiba um pouco mais sobre a história e agenda desses espetáculos. Disponível em: <http://literatortura.com/2013/02/musicais-no-brasil-saiba-um-pouco-mais-sobre-a-historia-e-agenda-desses-espetaculos/>. Acesso em: 18 Mar. 2017.

Teatro. Mundo Educação. Disponível em: <http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/artes/teatro.htm>. Acesso em: 25 agost. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

FEMINISMO EM REDE[1]

Mirtes de Moraes[2]

Essa apresentação busca estabelecer relações com a paisagem midiática do mundo contemporâneo em que vivemos, tendo em vista a dimensão hoje ocupada dos aparelhos *smathphones* na vida cotidiana das pessoas. Observa-se atrelada a entrada dos celulares nos ambientes, o nascimento de cultura do 'levar consigo', em que por meio de um aparelho é possível concentrar uma variedade de aplicativos que estabelecem relações com a vida pessoal de cada indivíduo. Desta forma a noção do espaço social passa ser redimensionada e a internet pode ser vista como um território aberto para diversas manifestações sociais. E dentre essas manifestações, esse trabalho procura perceber como estão sendo cogitadas a questão feminina por meio das redes sociais. Para tanto, serão analisadas a campanha *chega de fiu fiu e a* hashtag: #primeiroassedio; Buscando dessa forma mapear como esse movimento não se mantem apenas na internet, mas passa a ocupar o espaço urbano.

Desta forma, este trabalho converge com o eixo temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes. O trabalho se ancora em Manuel Castells, Nestor García Canclini, Martín Jesus Barbero como referenciais bibliográficos no âmbito da comunicação em rede. E para as questões de gênero: Joan Scott, Michelle Perrot e Raquel Soihet.

Como pesquisadora das questões de gênero, o tema do feminismo hoje, aparece de modo relevante, esse movimento que tende ser crescente vem sendo acompanhado pelas redes sociais.

Pode-se dizer que o movimento feminista tiveram momentos emblemáticos, ocorrido primeiramente no século XIX e início do século XX, em que o movimento ganhava força pelo sufrágio feminino, tendo como carro chefe as reivindicações ao direito de voto, uma outra fase, marcadas pelas décadas de 1960 e 1970, é a fase que aparece como uma metáfora à 'queima dos sutiãs' em praça pública em que o sutiã é representado como símbolo de opressão do feminino foi utilizado como símbolo de resistência, mulheres reivindicam por direitos legais trabalhistas, incluindo a licença-maternidade e salários iguais, e todas as outras formas de discriminação,

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes - X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 .Pesquisadora. Professora da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM) - Centro de Comunicação e Letras: Curso de Graduação do Jornalismo e do curso de Publicidade ministrando disciplinas: História da Arte e da Cultura, Sociologia e Antropologia.
Doutora em História Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).
Coordenadora do Grupo de Pesquisa – GERE - História da Cultura, Sociedades e Mídias – (UPM).
E-mail: mirtes@mackenzie.br

reivindicam pelos direitos reprodutivos (incluindo o acesso à contracepção e a cuidados pré-natais de qualidade), ou seja, a grande questão de luta nesse momento era pelo direito da mulher à sua autonomia e à integridade de seu corpo.

Hoje, muitas dessas questões anteriormente apresentadas são retomadas e ajustadas a seu tempo, dentre elas, pode-se destacar, A Marcha das vadias é um protesto feminista que ocorre em várias cidades do mundo. Começou em Toronto, em 2011, como reação à declaração de um policial, em um fórum universitário sobre segurança no campus, de que as mulheres poderiam evitar ser estupradas se não se vestissem como sluts (vagabundas, putas, vadias). Reconhecendo nesta declaração um exemplo amplamente aceito de como a violência sexual é justificada com base no comportamento e corpo das mulheres, a primeira Slutwalk de Toronto teve como principais bandeiras o fim da violência sexual e da culpabilização da vítima, bem como a liberdade e a autonomia das mulheres sobre seus corpos .

Desde então, por meio da rápida troca de informações proporcionada pela internet, a marcha foi organizada em diversas cidades pelo mundo. Em países de língua espanhola, o protesto ganhou o nome de Marcha de las putas ou Marcha de las vagabundas. No Brasil, São Paulo foi a primeira cidade a organizar uma marcha, em 2011, adotando o termo "vadias". A rapidez com que a marcha se disseminou pelo país e mobilizou a juventude é indissociável das possibilidades que as novas tecnologias de comunicação oferecem ao ativismo político. Já em 2012, no segundo ano do advento da Marcha das vadias, 23 cidades, de todas as regiões do Brasil organizaram protestos5 usando ferramentas como Facebook, Twitter, Youtube, blogues e emails.

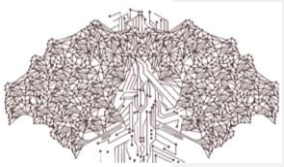
O corpo tem um importante e duplo papel na marcha: é objeto de reivindicação (autonomia das mulheres sobre seus corpos) e é também o principal instrumento de protesto, suporte de comunicação. É um corpo-bandeira. Ao subverter o uso acusatório do termo "vadia", a marcha reivindica o termo para si e o ressignifica positivamente como "empoderamento". Deste modo, o corpo e consequentemente os seios expostos são usados como instrumentos de luta política questionando construções do papel social prescritas sobre o corpo no espaço público.

Palavras-chave: feminismo; redes sociais; corpo; assédio sexual; comunicação

FEMINISMO EM REDE

Corpo e Comunicação

No cenário contemporâneo observa-se várias pessoas “plugadas” em seus celulares, esses aparelhos tornaram-se companheiros inseparáveis das pessoas, isso pode ser notado nas ruas, em pontos de ônibus, dentro dos transportes públicos e também nos lugares fechados como



shoppings, restaurantes e até em museus. Nessa convivência, novas formas de sociabilidade e de cultura foram se estabelecendo delineando novos desenhos entre a comunicação e o indivíduo.

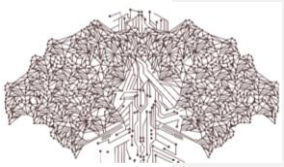
Por meio de um toque posso por exemplo ouvir uma melodia agradável para me acompanhar no trajeto urbano, a escolha da música pode ser feita a partir de um suporte denominado aplicativo, os aplicativos que já entraram no nosso cotidiano se transformaram em app, essa abreviação, traz consigo uma aproximação, quase que um apelido, algo íntimo, pessoal e individual, onde é possível selecionar dentro um amplo repertório aquelas músicas sobre as quais me identifico, para que consequentemente possa fazer uma playlist que será ouvida por meio dos fones de ouvido. Acessório que passa a ganhar cada vez mais espaço nos lugares da cidade. O fio que acompanha o acessório ao aparelho é mediado pelo corpo do indivíduo. Corpo esse que se identifica pelo o que carrega consigo, redimensionando assim a noção desse corpo no espaço. Se antes esse corpo precisava ir a um lugar determinado para ouvir um tipo de música, agora ele não precisa mais se deslocar, ou melhor, ele se desloca com o aparelho, no caso, o celular que traz consigo um "mundo", simplificado em aplicativos.

Dessa forma, esse novo ritmo que acompanha as pessoas por meio da tecnologia, transforma também as relações que se estabelecem nos corpos dessas pessoas, ou seja, se o grande objeto da locomoção são pernas e pés, agora ele se dá na ponta dos dedos, assim, como num passe de mágica é possível através do toque em uma tecla, ter um mundo de imagens, palavras e sons em suas mãos, esse mundo fascinante da tecnologia, que encanta também pode ser visto como uma forma que aprisiona, tornando o corpo como extensão das novas formas de comunicação.

Ao mesmo tempo em a tecnologia passa a imprimir um comportamento individual, ela também pode produzir um caráter coletivo, ou seja, é possível perceber um crescimento nas redes sociais de grupos politizados que buscam canalizar e difundir informações. Fazer uma doação, compartilhar campanhas, confirmar presença em algum protesto, são alguns tipos de ações em que o acesso ao uso de tecnologias digitais passa a ser intrínseco ao cotidiano coletivo atual.

Deste modo, as novas tecnologias podem ser pensadas como um novo e complexo universo de fenômenos comunicativos, sociais e discursivos. E, com essas novas formas de comunicação, nasceram novos sujeitos. Esse trabalho busca pensar esses novos sujeitos, mulheres que por meio de registros realizados nas redes sociais promovem mobilizações sociais. Essa forma de apontamento se ancora no ciberativismo, que é uma forma de ativismo na internet, em que os usuários usam a internet para divulgar ações, realizar mobilizações e fazer reivindicações.

Corpo, Comunicação e Gênero



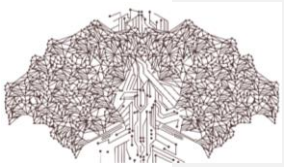
"Os homens têm sido punidos sumariamente, forçados a sair de seus empregos, quando tudo o que eles fizeram foi tocar o joelho de alguém ou tentar roubar um beijo" Esse fragmento foi extraído da carta publicada (09/01/2018) pelo jornal Le Monde assinada por intelectuais, artistas e acadêmicas francesas, a carta ganhou repercussão e polêmica e foi exposta dois dias após a cerimônia do Globo de Ouro, em Los Angeles, em que diversas atrizes usaram vestidos pretos em protesto aos casos de assédio sexual.

Contrários ou não, a questão do assédio sexual reverbera em dias atuais, o tema ganha espaço para ser discutido tanto nas ruas como nos principais meios de comunicação. Mas, o que afinal levou esse tema a ganhar tanta visibilidade?

Sabe-se que a questão do assédio não é um assunto atual, as mulheres carregam consigo esse problema há muitas e muitas décadas. Um grande número de mulheres quando saem às ruas para trabalhar ou estudar, sofrem formas diferentes de assédio: um assobio, uma palavra adjetivada em tom pejorativo são formas sutis de se estabelecer relações de poder do corpo masculino sobre o feminino nos espaços públicos. As mulheres frequentemente se preocupam como devem se vestir, o horário que devem sair nas ruas, evitam, muitas vezes, caminhar sozinhas. Todas essas questões que as preocupam são acompanhadas pelo medo de um abuso sexual.

Tendo como eixo de discussão, a questão do espaço público e do corpo feminino, este artigo busca desnaturalizar a cultura da violência por meio do processo comunicativo. Para tanto, este trabalho primeiramente propõe entender como se estabelece o processo de normatização de corpo feminino para no mesmo movimento esquadrinhar lugares, papeis sociais e comportamentais adequados a esse corpo. Esse processo passa por infiltrações históricas e sociais sendo normalizado, contribuindo assim, para a formação cultural de um determinado lugar. Na contramão desse processo, esse artigo busca localizar o papel da comunicação, observando algumas campanhas veiculadas nas redes sociais. A campanha Chega de Fiu Fiu é uma campanha de combate ao assédio sexual em espaços públicos lançada pelo Think Olga. Inicialmente, foram publicadas ilustrações com mensagens de repúdio a esse tipo de violência. As imagens foram compartilhadas por milhares de pessoas nas redes sociais, gerando uma resposta positiva que acabou sendo o início de um movimento social contra o assédio em locais públicos. o grupo Think Olga também lançou no Twitter a hashtag #primeiroassédio, que incentiva mulheres a contar sobre a primeira vez em que foram assediadas. A criação dessa campanha foi realizada após as mensagens de assédio que uma participante de 12 anos recebeu no reality show de culinária MasterChef Júnior.

Mulher para casar



Diante das várias pressões exercidas por diversas autoridades, as mulheres sofreram um processo de patologização, ou seja, a idealização da mulher normalmente era aquela que se dedicasse exclusivamente às atividades do lar como esposa, mãe e educadora. A imagem de esposa deveria estar atrelada ao atributo da submissão ao marido; à mãe, a abnegação ao filho e à educadora como disseminadora dos valores e virtudes morais. As mulheres que não cumpriam essa tríplice eram vistas e representadas como atípicas, e portanto, patológicas. Essas representações se deslizam para a formação do comportamento feminino sugerindo como apropriados os adjetivos de submissa, abnegada e correta.

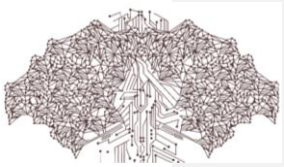
A construção do feminino assim como a construção do masculino deve ser acompanhada dentro de um amplo processo de subjetivação, várias ciências como anatomia, fisiologia, biologia procuraram categorizar e definir modelos pautados na natureza. Desta forma, os traços anatômicos próprios das mulheres (corpo no formato mais arredondado, seios opulentos e ancas desenvolvidas) tornaram-se características palpáveis para relacionar o físico com a natureza. Nesse sentido, gerar e nutrir são aspectos que englobam peculiaridades da natureza feminina e que foram sustentados por diferentes discursos legitimando as formas do corpo à sujeição a um determinado comportamento social.

Diante de intervenções científicas, o corpo feminino foi tomando uma dimensão de interesse, se moldando num processo de construção e de inquietações. Foi nesse sentido que o corpo feminino ganhou destaque nas investidas médicas, que tentavam enquadrá-lo num modelo "predestinado" à maternidade. (ROHDEN, 2001)

Os desvios desse modelo proposto conduziriam às doenças físicas, psíquicas e morais. No que concerne às físicas, falava-se sobre uma suposta fragilidade, que poderia ser transmitida ao feto. Dentre as doenças psíquicas, destacavam-se a histeria e a ninfomania; quanto às morais, afirmava-se que as enfermidades estavam ligadas ao descontrole sexual, pelo qual a mentira e o capricho dissimulavam os órgãos reprodutores que dominavam a natureza feminina, considerada frágil e instável. (NUNES, 2000)

Além dessas características, a cranioterapia contribuiu para reafirmar que, por ser o crânio feminino menor do que o masculino, a mulher possuía posição intelectual inferior. Além disso, a pelvimetria afirmava que a disposição pélvica fornecia instrumentos positivados para a função reprodutora da mulher.

Todo esse abarcamento de múltiplos discursos na produção de um "modelo feminino" foi sendo construído, valorizando a mulher dentro do espaço do lar e da família. Portanto, dentro desse processo é possível perceber a associação estabelecida entre mulher e o espaço do privado.



Em contrapartida, a rua foi o lugar do masculino, da ação, do trabalho, da racionalidade, da agressividade.

Gênero, se refere à construção de atitudes, expectativas e comportamentos tendo por base o que a sociedade atribui como apropriado para o sexo feminino e masculino. Aprendemos a ser homens e mulheres pela ação da família, da escola, do grupo de amigos, das instituições religiosas, do espaço de trabalho, dos meios de comunicação. Diz respeito também, ao modo como lidamos, ao longo da história e de forma diversa entre as diferentes culturas, com o poder nas relações interpessoais, hierarquizando e valorizando o masculino em detrimento do feminino" (SCOTT, 1990)

Com esse esquadrinhamento hierárquico de corpos nos espaços buscou-se entender o sentido que a cultura da violência do assédio é normatizada e normalizada.

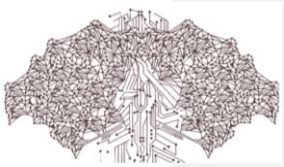
Chega de Fiu Fiu

> Todos os dias, mulheres são obrigadas a lidar com comentários de teor obsceno, olhares, intimidações, toques indesejados e importunações de teor sexual afins que se apresentam de várias formas e são entendidas pelo senso comum como elogios, brincadeiras ou características imutáveis da vida em sociedade (o famoso "é assim mesmo…") quando, na verdade, nada disso é normal ou aceitável. (THINK OLGA, 2013)

Chega de fiu fiu é uma campanha contra o assédio sexual em espaços públicos. Criada pela ONG Think Olga em abril de 2013. O Olga como também é chamado foi criado pela jornalista Juliana Faria:

> A Olga nasceu dessa vontade de criar uma conversa mais honesta com as mulheres, um papo livre de frases prontas, debates feitos no automático, estereótipos e informações desatualizadas. E essa capacidade de enxergar e se dirigir à mulher como um ser pensante e de direitos, com seriedade e sem ser condescendente é o mais importante para mim. Não só como jornalista e criadora da Olga, mas também como mulher. (FARIA, 2015)

A elaboração da campanha contou com a organização da jornalista Karin Hueck que elaborou um questionário on-line que abordava situações de assédio. Das 7762 mulheres que responderam, constatou-se que 98% dessas mulheres sofreram assédio na rua; 90% pontuaram que já trocaram de roupa antes de sair de casa com medo do assédio que sofreriam; Constatou-se também que a maioria das mulheres não rebate as cantadas com medo. Os números e as situações também são assustadores no que se refere aos constrangimentos que as mulheres sofrem em baladas em que



82% das mulheres já tinham sido agarradas em festas noturnas sendo que 85% delas já tinham sido apalpadas, principalmente nas nádegas. (THINK OLGA, 2013)

Com a divulgação desses dados nos grandes veículos de mídia, a campanha reverberou, e o que era muito presente na vida cotidiana da grande maioria das mulheres de maneira particular, havia virado notícia em grandes jornais e revistas.

Com a popularidade, a campanha passou a receber milhares de mensagens via comentários, emails e pelo Facebook. Elas vinham de três públicos principais, em ordem de recorrência: mulheres que se identificavam com a campanha, homens surpresos com os dados e uma incômoda, mas significativa minoria de mensagens de ódio e até ameaças de estupro vindas de homens revoltados com a campanha – uma reação infelizmente muito comum à mulheres que se posicionam contra privilégios masculinos. (THINK OLGA, 2013)

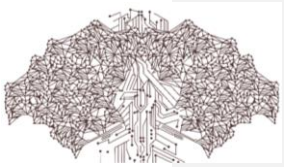
Deste modo, pode-se pensar que as redes sociais representam um novo e complexo universo de fenômenos comunicativos e sociais, assim, ao apresentarem seus depoimentos no ciberespaço, sem nomes e rostos, o tema em si é problematizado ganhando novos simpatizantes. Com a criação das redes sociais, esse poder de interação se multiplicou, as pessoas expõem suas opiniões e criam debates sobre vários assuntos.

#primeiroassedio

"se tiver consentimento é pedofilia?";
"com doze anos ela vai virar secretária de filme pornô";
"a culpa da pedofilia é dessa molecada gostosa";
"essa Valentina fazendo esses pratos: que vagabunda!"

Esses foram alguns dos comentários sexistas a respeito de uma menina Valentina de 12 anos que participava do programa Master Chef Jr exibido pela televisão. A organização Think Olga lançou uma outra campanha com a hashtag #primeiroassedio, por meio dela procurava-se mostrar que os comentários de cunho sexual tecidos para uma menina pré-adolescente acontece com muita frequência.

A proposta da campanha consistia em pedir para que as mulheres olhassem para o seu próprio passado e contassem sobre a primeira vez que sofreram assédio, constatou-se que esse comportamento é muito mais comum do que se imagina; “esse terror vive escondido sob um manto de culpa e segredo tecido pelo machismo para acobertar os homens e culpabilizar as vítimas”.



A hashtag #primeiroassedio foi usada mais de 100 mil vezes no Twitter e muitas mulheres descobriram que não estavam sozinhas. Durante a campanha, foram feitas mais de 11 mil buscas no Google sobre o que é assédio.

O assédio sexual se torna então questão e para tanto precisava de uma definição clara para não ser confundido como cantada. Segundo o dicionário Aurélio:

> Assédio sexual pode ser entendido como um conjunto de atos ou ditos com intenções sexuais, geralmente levado a cabo por alguém que se encontra em posição hierárquica (https://dicionariodoaurelio.com/assedio)

> Cantada: 1- o ato de cantar; 2- o que se canta; 3- executar cantando uma peça de música; 4- soltar a voz; 5- seduzir, cortejar (https://dicionariodoaurelio.com/assedio)

Desta forma, a principal diferença que pode ser estabelecida entre uma definição e a outra são as posições hierárquicas que podem ser explicadas na relação de um sentimento de posse dos homens em relação ao corpo feminino, situações em que o homem sente que tem direito sobre alguém, seguir uma garota na rua e tentar puxar conversa quando ela claramente não deseja e tenta seguir em frente, assobiar ou usar a posição de poder para falar com alguém de forma que a deixe desconfortável. Ou seja, se a mulher não aceita e compartilha a situação é definida por assédio.

Em 2001 a questão foi levada para o campo legal, estabelecendo que:

> Constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função. (O Decreto-Lei nº 10.224, de 15 de maio de 2001, acrescenta o artigo nº 216-A ao Código Penal Brasileiro)

Embora os casos de assédio sexual ocorram de modo alarmante, muitas mulheres evitam se expor para denunciar o caso, por exemplo numa delegacia, pois ainda há um senso comum estabelecido na cultura patrimonialista que o corpo feminino pertence ao recato e se o homem mexeu com a mulher é porque ela deu motivo seja pela roupa que usava se tornando insinuante e consequentemente provocando desejos masculinos.

A exemplo do pensador Pierre Bourdieu. “O corpo biológico é socialmente modelado por uma política incorporada” (BOURDIEU,1995: p. 156) Assim a dominação passa a ser traduzida como simbólica e, para ser simbólica, a dominação sofreu um processo de construção cultural a qual a naturalizou passando a ser despercebida no senso comum, mas quando sentida pelos grupos dominados essa aceitação passa a ser questionada.

Com a finalidade de romper essa barreira invisível do que é "aceito socialmente" e do desconforto sentido, o uso das tecnologias vem trazendo uma mudança comportamental, em que as pessoas passam a registrar suas angústias interagindo com outras pessoas que passaram por situações parecidas, há, portanto, uma relação de cumplicidade que foi potencializada com o uso das redes sociais. Trazendo assim, contribuições importantes a respeito das mudanças sociais geradas pelos suportes nas redes sociais na internet.

Hashtag é uma expressão bastante comum entre os usuários das redes sociais, na internet. Consiste de uma palavra-chave antecedida pelo símbolo #, conhecido popularmente no Brasil por "jogo da velha" ou "quadrado".

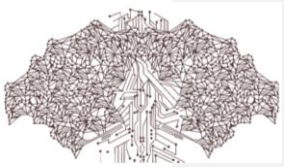
As hashtags são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais, ou seja, cria uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social, que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado. Assim, com o uso da hashtag em uma publicação, o conteúdo se torna disponível para qualquer pessoa que acesse a mesma hashtag sobre o assunto, permitindo-a comentar, compartilhar ou curtir o conteúdo.

Falar sobre o #PrimeiroAssedio é sempre dolorido. Relembrar que minha infância foi injustamente atravessada por interações de cunho sexual dá raiva. Mas o pior é carga de culpabilização que a lembrança acompanha. "O que será que eu fiz para provocar isso?", me questionava [...] apesar da minha primeira experiência com o assédio ter acontecido na infância, só consegui voltar a falar sobre ele 16 anos depois, aos 27 anos tive forças para transformar aquela experiência em palavras. Decidi ali que não voltaria para um lugar de silêncio e medo. (THINK OLGA, 2015)

Levando em frente a inciativa da hashtag #meuprimeiro assédio é possível perceber sua transformação em um hiperlink, ao ser indexado por motores de busca na internet, como o Google. Ou seja, a rede permite ampliar as conexões. Em outras palavras, o usuário poderá buscar por determinado assunto, através da procura pela respectiva hashtag na própria rede social ou em um site de buscas (Google).

Assim, as hashtags colaboram na busca e na organização das informações, tornando-se também um meio para classificar conteúdos e entender o que os usuários estão discutindo, tornando esse espaço fundamental para o entendimento na comunicação e na cibercultura.

> Quero sugerir que, assim como nos anos 90, os estudos sobre sociologia política e da comunicação descobriram a importância da vídeo-política, devemos prestar agora mais atenção a outros modos de informar-se, comunicar-se e participar socialmente que se situam nos novos cenários digitais da leitura. Assim como as políticas culturais não podem ser tão somente gutenberguianas, deslocadas em



> relação aos lugares e meios onde a maioria se informa e se entretem, não é possível centrar o debate sobre a democratização social somente na comunicação escrita. Nem tampouco na manipulação televiva. Uma mirada voltada para os novos modos de ler e de comunicar revela que não se lê tão pouco, nem menos que no passado. Vendem-se revistas em menor quantidade, mas centenas de milhares as consultam diariamente na internet. Diminuem as livrarias – há que se preocupar e elaborar políticas mais eficazes para lhes dar sustentabilidade, sobretudo às especializadas – mas aumentaram os cibercafés e os meios portáteis de mensagens escritas e audiovisuais.(CANCLINI, 2007:68)

Assim, como observa Canclini deve-se prestar atenção a outros modos de informação e comunicação, se antes os mesmos estavam nos campos da leitura agora aparecem em cenários digitais.

Atrelado a esse pensamento de Canclini pode-se observar que os meios digitais fortaleceram o aparecimento da criação de coletivos feministas e manifestações através da internet, contrastando com os antigos meios de interação e criação de grupos que lutavam pelos direitos da mulher. A criação de grupos feministas nas redes sociais, as inúmeras páginas criadas para discutir o tema e a criação de sites e blogs, fez com que as pessoas se interessassem mais sobre o que é o feminismo. Cria-se assim uma rede de convergência sobre questões do feminino, ao mesmo tempo em que circulam nas redes sociais os desabafos virtuais há um processo de solidariedade entre as participantes desses coletivos.

Considerações Finais

Este trabalho foi iniciado com a seguinte indagação: Afinal o que levou o tema da questão do assédio sexual a ganhar tanta visibilidade?

Constatou-se que o assunto não é recente, e sim silenciado, muitas mulheres se calavam pelo fato de se sentirem envergonhadas ou com medo da exposição. Apesar de estarem certas, elas não se sentem seguras. Por que?

No corpo feminino se instalam práticas, coerções e disciplinas, embora o corpo é tido como um espaço particular que pertence ao indivíduo que o possui, ele está submetido a sentidos sociais que o significam contribuindo na construção de gestos e formas de se comportar considerados adequados socialmente. Desta forma, o corpo feminino não é só matéria, ele é constituído como sujeito que se dá pelos efeitos do poder, que segundo Foucault, se determina pelo entrelaçamento dos discursos. (SWAIN, 2000)

É sobre esse espaço de luta contra essa situação enraizada que os coletivos aparecem e se fortalecem aparecendo deste modo uma nova forma cultural. Assim, de acordo Barbero, a

comunicação torna-se uma questão de mediação, onde o primordial nas pesquisas não se encontra entre os meios, mas nas relações sociais que ocorrem no processo de recepção. (MARTIN-BARBERO,2015)

Pode-se então concluir que o feminismo é um movimento social, contra a desigualdade entre os sexos que determina manifestações machistas, violência sexual e doméstica. Esses são alguns temas que ganharam visibilidade gerando mais interessados sobre a questão dos assuntos de teor feminista.

A internet trouxe inúmeras possibilidades para que esse movimento crescesse. Para que assim muitas meninas possam compartilhar histórias, relatos pessoais e saírem do anonimato. Em que elas se sintam acolhidas, se identifiquem umas com as outras e percam o tabu da vergonha, do medo e do preconceito.

As redes feministas afirmam que a internet vem colaborando para a popularização do tema, salientam que as mídias sociais são ambientes que fortalecem o assunto e favorecem a uma mudança cultural.

Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de Consumo. Lisboa: Edições 70, 2005.

BOURDIEU, Pierre. A Dominação Masculina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

CAMARGO, Francisco C. HOFF, Tânia Maria Cezar. Erotismo e Mídia. São Paulo: Expressão e Arte, 2002.

CARVALHO, José Murilo de. A formação das almas: o imaginário da República no Brasil. São Paulo: Companhia das letras, 1990.

CANCLINI, Néstor García. A cultura política: entre o mediático e o digita Conferência magna proferida no Encontro Nacional de Bibliotecas Populares da Argentina em 03 de maio de 2007 na cidade de Buenos Aires.

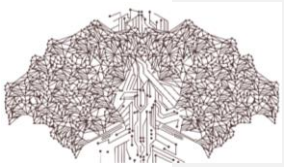
CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

_____. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

CASTRO, Ana Lúcia de. Culto ao corpo e sociedade. São Paulo: Annablume, 2007.

CHAHINE, Nathalie. Beleza do século. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

CRESPO Jorge. História do Corpo. Lisboa: Bertrand Brasil : DIFEL : Fundo de Fomento do Desporto, 1990.



FARIA, Juliana de. Ana entrevista: Juliana de Faria, Think Olga. Entrevistadora: Ana Luiza Gomes. Ideafixa, Campo Belo, 14 abr. 2014. Disponível em: http://www.ideafixa.com/ana-entrevistajuliana-de-faria-think-olga/.Acesso em: 21 nov. 2017

FRAISSE, Geneviève. "Da destinação ao destino, história filosófica da diferença entre os sexos". In: História das Mulheres no Ocidente. Porto: Afrontamentos, 1991. Vol.4.

FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. Vigiar e punir: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1986.

GARCIA Canclini, Nestor. A sociedade sem relato: antropologia e estética da iminência São Paulo: Edusp, 2016.

_____ .Culturas hibridas : estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2015.

GEERTZ Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

GRANDO. José Carlos (org.) A (des)Construção do corpo. Blumenau. Edifurb, 2001.

GREINER, Christine. O corpo. Pistas para estudos indisciplinares. São Paulo: Annablume, 2005.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

MARTIGNETTE, Charles G. MEISEL, Louis K. Gil Elvgen. The complete pin-ups. Taschen, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesus. Dos meios as mediações : comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro : UFRJ, 2015.

MATOS, Maria Izilda Santos de. Delineando corpos – as representações do feminino e do masculino no discurso médico. 1890-1930. São Paulo: Mimeo, 1995.

_____. "Porta adentro, criados de servir em São Paulo de 1890-1930". In: Novos olhares; mulheres e relações de gênero no Brasil. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1996.

_____. Por uma história da mulher. São Paulo: Educ, 2000.

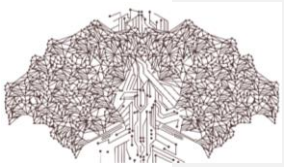
MEYER. Dagmar Estermann. "As mamas como constituintes da maternidade: uma história do passado". In: Revista Educação e realidade. vol. 25, nº2. Porto Alegre, Faculdade de Educação.

MORAES, Mirtes. "Criar ao peito – permanências e mudanças no ato de amamentar -, São Paulo, 1899-1930". In: Revista projeto História – Corpo e Cultura, nº25,2002.

_____. Tramas de um Destino: Maternidade e Aleitamento, São Paulo, 1899-1930. Doutorado. PUC-SP. 2005.

NUNES, Silvia Alexim. O corpo do diabo entre a cruz e a caldeirinha. Um estudo sobre a mulher, o masoquismo e a feminilidade. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2000.

RAGO, Luzia Margareth. Do cabaré ao lar. A utopia da cidade disciplinar, Brasil: 1890-1930. Rio de Janeiro:. Paz e Terra, 1987.



_____. Os prazeres da noite. Prostituição e Códigos da Sexualidade Feminina em São Paulo (1890-1930) .Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1992.

RECUERO, Raquel. A Conversação em Rede: Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ROHDEN, Fabíola. Uma ciência da diferença: sexo e gênero na medicina da mulher. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2001.

SANT'ANNA Denise Bernuzzi (org.). Políticas do corpo. São Paulo: Estação liberdade, 1995.

_____. La recherche de la beaute: une contribution a l'histoire des pratiques et des representations de l'embellissement feminin au Bresil - 1900 a 1980. Paris, 1994.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria de análise histórica. Educação e Realidade, Porto Alegre, v.16, n.2, p.5-22, jul/dez., 1990.

SOIHET, Raquel. "Sutileza, ironia e zombaria – Instrumentos no descrédito das lutas das mulheres pela emancipação". In: Revista Saúde, Sexo e Educação. Rio de Janeiro: O Instituto, 1994.pp.24-35.

_____."É proibido ser mãe". In: História da sexualidade. Rio de Janeiro: Graal, 1986.

SWAIN, Tânia Navarro. . Quem tem medo de Foucault? Feminismo, corpo, sexualidade. In: Fazendo Gênero 4, cultura, política e sexualidade no século XXI, 2000.

TRINDADE, Etelvina Maria de Castro. Clotildes e Marias. Curitiba:Fundação Cultural, 1996.

VIGARELLO, Georges. História da beleza. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

YALOM, Marilym. História do seio. Lisboa: Teorema, 1998.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

FICÇÃO CIENTÍFICA: A RELAÇÃO HOMEM- MÁQUINA NA LITERATURA[1]

Enrico Neves Frigério[2]; Liat Mandelmann[3]; Lucas Zambotto[4]; Marina Ribeiro da Costa e Silva[5]; Vinícius Rogério Albuquerque[6]; Rosilene Moraes Alves Marcelino[7]

Neste artigo, abordamos a representação da *Inteligência Artificial* e a *Internet das Coisas* por meio da produção literária. Dessa forma, a seguinte questão é colocada: como certas obras literárias pressagiaram elementos da relação homem-máquina? A fim de discorrer sobre essa indagação, traçamos, em termos metodológicos, uma pesquisa documental das principais obras literárias que trouxeram para o seu interior a questão da tecnologia. Entre essas temos: *Frankenstein* (1818), *Eu, Robô* (1950) e *Jogador Número 1* (2011). Neste sentido, a seguir trazemos os principais dilemas de cada obra e nos atentamos, mais especificamente, na análise do livro *Neuromancer* (1984), de William Gibson.

A primeira obra que trazemos, respeitando a ordem da temporalidade de seu surgimento, é *Frankenstein* de Mary Shelley. A autora escreveu sobre um cientista que desejava romper a barreira que separa o mundo dos vivos e dos mortos utilizando pedaços de cadáveres para criar e trazer a vida um novo ser vivo. Com sua criação pronta, ele foge após ficar horrorizado com o que havia feito e abandonado, a criatura o persegue pelo mundo. Tratando-se da questão indagada

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: enriconf@uol.com.br

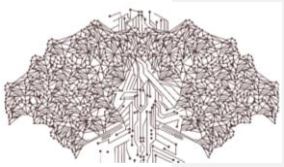
[3] . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: liatmandelmann@gmail.com

[4] . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: marinaribeiroc@gmail.com

[5] . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: zambottolucas98@gmail.com

[6] . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: vinicius.guedes@acad.espm.br

[7] . Professora da ESPM-SP. Orientadora do artigo. Doutoranda em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP) E-mail: rosilene@espm.br e rosilene.marcelino@outlook.com



no artigo, *Frankenstein* foi uma das primeiras obras que trataram sobre a Inteligência Artificial, proveniente da criação da vida através de uma experiência científica (junção da ciência com o conhecimento humano)[8].

A próxima obra descrita é *Eu, robô*, de Isaac Asimov, a qual compõe-se de nove contos escritos durante a década de 1940, publicado pelas revistas norte-americanas *Super Science* e *Astounding Science Fiction*, e agrupado, em 1950, em um único livro pela editora *Gnome Press*.

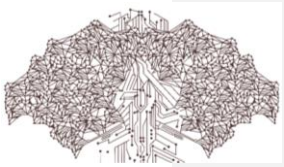
Apesar de se tratar de contos, o autor traz personagens recorrentes em algumas histórias. Ao buscar estabelecer a relação homem-máquina, Asimov, estabelece as três leis da robótica, que segundo o autor seria essenciais para a convivência:

1. Um robô não poderá machucar um ser humano, ou, por desídia, permitir que um humano se machuque;
2. Um robô deverá obedecer às ordens de humanos, contanto que estas não entrem em conflito com a lei;
3. Um robô deverá proteger sua própria existência, contanto que tal proteção não entre em conflito com a primeira e com a segunda lei.

De maneira cronológica, os contos acompanham diversos anos da empresa direcionados a robótica U.S. Robots & Mechanical Men durante os anos de 1996 e 2052. Devido à corporação, percebe-se a evolução dos robôs dentro das mesmas, uma vez que surge como uma demonstração das funções e da inteligência de um robô com função de babá e segue até alcançar em amostras do poder do cérebro positrônico, no qual os robôs possuem a habilidade de executar feitos extraordinários, como dispor de conhecimento sobre física avançada e a facilidade de orientar sozinhos trabalhos que anteriormente necessitavam da ajuda humana.

Apesar de ainda estarmos distantes de máquinas com tamanha capacidade computacional, as pesquisas sobre *Inteligência Artificial* caminham em passos largos nessa direção e surpreendem aqueles que duvidavam de tal avanço. Dessa forma, a chamada "Singularidade", momento em que as máquinas adquirirão consciência da própria existência pode estar se aproximando e a distopia "asimoviana" pode deixar de parecer tão distante. Eventos recentes e semelhantes à obra, como a "conversa" situada em uma linguagem própria criada por robôs do *Facebook* e

[8] Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/03/10/%E2%80%98Frankenstein%E2%80%99-est%C3%A1-no-imagin%C3%A1rio-das-pessoas.-Mas-voc%C3%AA-conhece-de-fato-a-obra. Acesso em: Set. 2017.

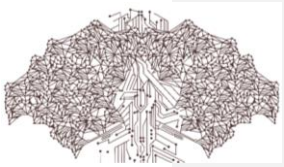


compreensível somente por estes, reforçam uma possível necessidade das regras de existência entre o criador e suas criaturas.

O livro *Jogador Nº 1*, de Ernest Cline, traz como tópico principal o conceito da realidade virtual. A história se passa no ano de 2044, em que o mundo passa por uma crise de pobreza, destruição e crises energéticas, ou seja, um grande caos. O refúgio utilizado pelas pessoas para escapar de tal realidade é o OASIS: uma realidade virtual, aonde seus usuários estudam, trabalham e interagem uns com os outros; desse modo eles economizam combustível, que se tornou escasso; evitam contato com a poluição, porém, têm mais acesso a cultura e informações. Apesar de ocorrer em um momento futurista e que pode parecer distante, a obra discute temas muito presentes nos dias atuais. Desse modo, o escapismo que no livro é retratado pelo OASIS, no contexto que vivemos pode ser observado nas redes sociais, mídias tradicionais como televisão, que hoje assumiram papel de entretenimento em meio a nossa realidade.

A escolha da obra *Neuromancer* como foco de estudo é justificável quando considerada a sua reconhecida importância histórica. Sendo o primeiro livro a ser agraciado com os três principais prêmios da ficção cientifica: *Nebula, Hugo e Philip K. Dick*, o livro ainda hoje exerce diversas influências sobre produções culturais por todo o mundo. Apesar de ter escrito sua *magnum opus* há mais de 30 anos, o novelista William Gibson já havia descrito a ideia de um ciberespaço, um ambiente criado pela conexão de computadores ao redor do mundo.

É plausível dizer ainda que Gibson ajudou a modelar nossa concepção atual de internet, realidade virtual, inteligência artificial e computação compartilhada. Além disso, os ambientes aonde ocorrem os encontros das personagens e o desenrolar da trama se mostram especialmente assertivos, fisicamente nas cidades *noir* e distópicas ou no ciberespaço batizado de *Matrix* que hoje pode passar despercebido após ter assumido o caráter das redes sociais com sua expansão vertiginosa e uma nova forma de comunicação entre as pessoas. Autores como Robert Nozick (1974) já haviam discorrido sobre uma máquina de experiências que propiciaria aos seus usuários uma gama de experiências agradáveis, porém não se aproximaram tanto dos fatos que vieram a se concretizar. Ainda sobre as inteligências artificiais é estrelada a presença de *Wintermute*: uma consciência totalmente virtual e com capacidade de formular hipóteses, estabelecer planos e manipular pessoas de forma a cumprir seus objetivos. Ademais a expressão “tornar-se silício” que o autor cunha ao descrever pessoas que passam a se hibridizar cada vez mais com partes e órgãos mecanizados ainda realça a perda da humanidade e sua essência perante a submissão às vantagens da vida automatizada.



Palavras-chave: Inteligência Artificial; Internet das Coisas; literatura; ficção científica; relação homem-máquina.

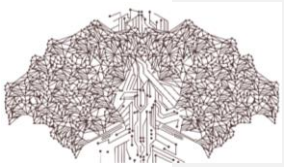
Introdução

De forma a compreender a relação homem-máquina na literatura, os símbolos da *Inteligência Artificial* e da *Internet das Coisas* e os pontos abordados e pressagiados nessa forma representativa, foram selecionadas as seguintes obras por meio de uma pesquisa documental-histórica: *Frankenstein* (1818), *Eu, Robô* (1950), *Jogador Número 1* (2011) e de forma mais aprofundada o livro *Neuromancer* (1984) de William Gibson .

Desse modo, a primeira obra a ser analisada, respeitando a ordem da temporalidade de seu surgimento, é *Frankenstein* de Mary Shelley. Tratando-se da questão indagada no artigo, *Frankenstein* foi uma das primeiras obras que trataram sobre a Inteligência Artificial e a relação criador e criatura, proveniente da criação da vida através de uma experiência científica (junção da ciência com o conhecimento humano).

Seguindo uma ordem cronológica, a próxima obra por nós referida é o livro "Eu, Robô", de Isaac Asimov. Abordada de maneira informal através de nove contos independentes explicitados em revistas de ciências norte-americanas e inseridos em uma única obra em 1950 pela editora Gnome Press, o livro oferece importantes questões contemplativas sobre a relação homem-máquina, uma vez que nota-se na obra em questão, associações filosóficas futuristas na qual o próprio convívio homem-máquina é problematizado e elevado a patamares legislativos e realçando adversidades sociais como preconceito e afeto.

Ainda nesse sentido de respeitar a ordem de lançamento das obras, o próximo texto a ser consagrado é, por ser a de lançamento mais recente, *Jogador Nº 1* de Ernest Cline. A obra apresenta como foco a relação entre indivíduos com uma nova forma de realidade virtual, batizada de *OASIS*, retrata questões contemporâneas como a fugacidade e a frivolidade dos contatos físicos entre humano. Apesar da temática futurística e tecnologicamente superior ao contexto aonde



vivemos, as interpretações que podem ser transpostas para o contexto atual se mostram infinitas, justificando a escolha desse texto.

A obra final a ser analisada é *Neuromancer*, do autor norte-americano William Gibson. Devido à enorme importância histórica e artística da obra, a análise discursiva e simbólica dos elementos apresentados nesta obra serão analisadas de forma mais profunda. Além disso, se justifica essa convergência de esforços sobre o livro em questão também pela quantidade de pontos apresentados pelo autor nesse contexto ficcional que, apesar disso, se concretizaram ou ao menos estão em curso.

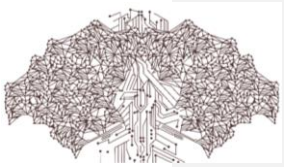
Metodologia

Afim de aprofundar nossa percepção sobre o foco de estudo, utilizamos a técnica da Análise de Discurso de Eni Orlandi (2003), que em palavras diretas, tem como objetivo compreender e fazer compreender o que está escrito ou foi dito através do que não foi, ou seja, de sua interpretação. "A Análise de Discurso visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos, analisando assim os próprios gestos de interpretação que ela considera como atos no domínio simbólico, pois eles intervêm no real do sentido." (ORLANDI, 2003; p.26).

Em se tratando da então análise/interpretação, Orlandi (2003) também afirma que cada uma delas é única e que depende do analista, já que o que se entende é um composto e uma junção de sua memória e sua história, "é essa responsabilidade [do pesquisador] que organiza sua relação com o discurso, levando-o à construção de "seu" dispositivo analítico, optando pela mobilização desses ou aqueles conceitos, esse ou aquele procedimento, com os quais ele se compromete na resolução de sua questão." (ORLANDI, 2003; p.27).

A forma de transmissão de informação, portanto, deixa de ser a conhecida emissor, receptor, código, referente e mensagem em que um fala e outro codifica, pois no discurso, os dois atuam ao mesmo tempo, realizando o processo de significação e produção de sentido. "Desse modo, diremos que não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põem em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação." (ORLANDI, 2003; p.21).

Frankenstein



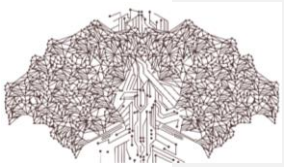
Como primeira obra analisada e considerada uma das pioneiras a referir-se a esse tema de relação homem-máquina, *Frankenstein,* de Mary Shelley trata a criação de um ser vivo a partir de corpos inanimados, criado pelo Dr. Victor Frankenstein "Quantas coisas não descobriríamos se a covardia e o descuido não contivessem nossos questionamentos." (SHELLEY, *Frankenstein).* Com a vida criada a relação homem-máquina estabelece um paralelo no conceito criador-criatura "Ainda assim, tu, meu criador, detestas e rejeitas a mim, tua criatura a quem estás preso por amarras que apenas a aniquilação de um de nós pode dissolver." (SHELLEY, *Frankenstein),* o horror por sua gigante estatura e horrenda aparência faz com que o criador se arrependa e abandone o monstro. O abandono, apesar de duro para o ser, traz a consequência de uma convivência com uma família que o acolhe e que com isso, passa o sentido e o entender do que é ter amor. O maior problema se inicia aí, com a raiva criada por Victor, já que ele o abandonou e o privou de tudo o que agora havia aprendido. Uma caça por vingança começa entre a criatura e o criador e termina com outra, agora do criador para com a criatura.

O teor da relação homem-máquina é encontrado no livro principalmente devido a época na qual foi escrita, após um período em que as ciências obtiveram um grande progresso e com o movimento romântico em ascensão. Esse movimento tinha como um forte peso a relutância para com ideias de que a máquina concebeu o Universo e de que podia explicar tudo. A autora consegue então escrever uma obra que coloca em xeque a moralidade e a responsabilidade da ciência "O trabalho de homens geniais, mesmo que erroneamente direcionado, raramente deixa de um dia tornar-se um benefício sólido à humanidade." (SHELLEY, *Frankenstein).*

Frankenstein é uma das obras mais conhecidas e mais lidas e mesmo tendo sida escrita em 1818, faz juz a atualidade e está presente em temas como clonagem.

Eu, Robô

O livro de ficção "Eu, Robô", de Isaac Asimov, o qual se constitui de nove contos escritos na década de 1940 publicados pelas Super Science e Astounding Science Fiction, revistas norte-americanas, aborda de maneira cronológica os diversos anos da empresa voltada à robótica U.S. Robots & Mechanical Men (de 1996 a 2052), que, dentro dela, observa-se a evolução dos robôs na obra. Isto é, desde um robô que possuía função de babá e serviços considerados menores pela sociedade presente no livro, até máquinas que conseguem alcançar a habilidade de efetuar ações extraordinárias e de alta responsabilidade, como conhecimentos sobre física avançada e a facilidade de orientar sozinhos trabalhos que anteriormente necessitavam da ajuda humana. A obra estabelece uma relação peculiar sobre a relação homem-máquina em uma sociedade



majoritariamente urbana e "futurista", a qual a primeira se observa nas "três leis da robótica", que, de forma a estabelecer uma relação mais coesa e social entre humanos e máquinas, o autor enumera três leis que este considera fundamentais para que a convivência entre homens e seus construtos não se torne caótica:

"1- Um robô não pode ferir um ser humano ou, por omissão, permitir que um ser humano sofra algum mal.

2- Um robô deve obedecer as ordens que lhe sejam dadas por seres humanos, exceto nos casos em que tais ordens contrariem a Primeira Lei.

3- Um robô deve proteger sua própria existência desde, desde que tal proteção não entre em conflito com a Primeira e a Segunda Lei."

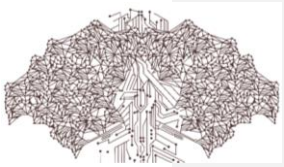
(ASIMOV, *Eu, Robô:* p. 3)

O autor imagina que sem essas leis não seria possível fundamentar o básico para que o convívio social entre homem e máquina fosse viável. Além disso, essas acabaram se tornando, mesmo que ficcionalmente, a primeira demonstração legislativa de como se estabelecer uma regra de convivência considerada saudável a ambas as partes da relação.

Como é notório na obra, as três leis da robótica evidenciam uma superioridade humana em relação às máquinas, uma vez que as leis são criadas para conter os robôs e qualquer forma de comportamento considerado fora dos padrões destes, levando em conta que os humanos já possuem discernimento e possuem suas próprias leis de convívio. E tal ponto supracitado é ainda mais evidenciado no primeiro momento do livro, onde é narrada a história de Glória, uma criança a qual convive com Robbie, uma espécie de "robô de estimação" que se tornou o melhor amigo da garota. Nessa parcela do livro observa-se um preconceito sobre a relação homem-máquina. Os pais de Glória, George e Grace Weston, proíbem sua filha de ter qualquer relação com sua máquina, se desfazendo, por motivos diversos, desde medo das atitudes do robô para com a garota até achar que Glória estava ficando antissocial, da mesma.

Tais pensamentos e atitudes dos pais de Glória explicitam dúvidas embasadas nesse preconceito entre homem e máquina: Até que ponto a amizade com um robô seria válida, uma vez que nesse momento tão futurista quanto o abordado no livro, os robôs e os humanos possuem uma linha de pensamento tão parecida e coesa? E com isso, o que essencialmente diferencia um robô de um humano?

Contudo, apesar de estarmos ainda distantes de máquinas com séria eficácia e conhecimento computacional como aparecem no livro, pesquisas sobre o tema estão deveras



avançadas e almejando, em um período não tão distante, alcançar tal propriedade robótica. Com isso, a distopia "asimoviana" deixa de estar distante de tal maneira e passa a se enxergar cada vez mais de perto, porém com visões distintas, o momento o qual as máquinas possuirão consciência da própria existência e agindo assim de modo particular.

Justificando tal afirmação acima, recentes acontecimentos análogos à obra são observados, entre eles, a palpitante "conversa" criada em linguagem própria por robôs do Facebook, a qual foi compreendida apenas pelos mesmos. Esse acontecimento confirma uma provável primordialidade pela criação, assim como na obra tratada, de normas e princípios de coexistência entre criador e suas criaturas.

Jogador Número 1

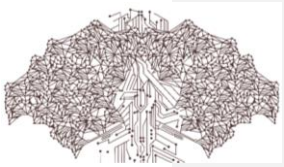
A obra de temática futurista, Jogador Nº 1, de Ernest Cline, que se passa no ano de 2044, retrata as experiência vivenciadas pelo protagonista Wade Watts com a realidade virtual OASIS.

O enredo do livro gira em torno da busca de três chaves escondidas na realidade virtual OASIS, escondida pelo seu criador James Halliday, um homem de idade, que antes de morrer deixou um testamento dizendo que quem encontrasse as 3 chaves dentro do jogo, ganharia toda sua fortuna já feita, que era muita, e todo dinheiro que sua empresa bilionária da OASIS ganhasse para sempre. Como praticamente todas as pessoas do mundo usavam tal tecnologia e consumiam dentro dela, o ganho de dinheiro era grandioso.

A "Caça" como era conhecida essa corrida pelas chaves, mobilizava todos. O mundo inteiro estava vidrado atrás delas. Clãs se formavam, e alguns preferiam jogar sozinhos. O ambiente da época era hostil. O mundo estava em ruínas, altamente poluído e escasso de recursos materiais.

Sobre a relação homem máquina presentes no texto, podemos observar que algumas gerações já baseavam suas vidas reais na virtual, seja em questão de lazer, educação, trabalho e saúde. Podemos observar isso na citação:

> "Conheci o OASIS bem novo, porque minha mãe o utilizava como babá virtual. Quando cresci o suficiente para colocar o visor e vestir as luvas de realidade virtual, minha mãe me ajudou a criar meu primeiro avatar no OASIS... A partir daquele momento, passei a ser meio criado pelos programas educacionais interativos do OASIS, que qualquer criança conseguia acessar gratuitamente. Passei boa parte de minha infância caminhando por uma simulação em realidade virtual da Vila Sésamo, cantando músicas com os simpáticos Muppets e jogando jogos interativos que me ensinaram a andar, falar, fazer contas, ler, escrever e compartilhar."(CLINE, *jogador n1).*



O OASIS também servia como uma válvula de escape para a sociedade, como já dito antes, o mundo real estava em ruínas, e no virtual, as pessoas conseguiam viver uma utopia, em lugares belos, com avatares, empregos, e diversão. Como afirmado pelo protagonista em: "era como ter uma válvula de escape para uma realidade melhor. O OASIS manteve minha sanidade. Foi meu parquinho e meu jardim de infância, um lugar mágico onde tudo era possível."

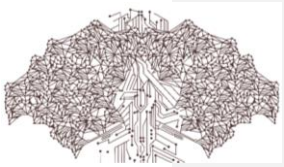
Outro fato a ser pontuado, e que vivemos nos dias atuais, é a nossa diferença vivenciada nos meios digitais e no real. O protagonista, por exemplo, preferia ir a escola no OASIS do que em uma escola física. Ele dizia que "On-line, eu não tinha nenhuma dificuldade em conversar ou fazer amizades. Mas, no mundo real, interagir com outras pessoas – incluindo as de minha idade – deixava-me nervoso. Eu nunca sabia como agir ou o que dizer, e quando reunia coragem para falar, sempre dizia a coisa errada." (CLINE, *jogador n1).* Nos dias atuais, vivenciam o contato humano por meio de redes virtuais, onde interagem, expõe suas vidas, dividem momentos e encontram grupos de interesse. Porém, no mundo físico, muitas vezes essas relações se tornam cada vez mais raras já que os indivíduos estão perdendo a capacidade de se expressar verbalmente em contato direto com outras pessoas.

Desse modo, apesar da obra apresentar pontos que na primeira vista possam parecer longínquos e praticamente inalcançáveis, diversos destes já se apresentam no contexto atual onde vivemos seja em questões sociais ou tecnológicas.

Neuromancer

Em seguida, o conteúdo que será analisado é proveniente da obra Neuromancer de William Gibson (1985). O livro em questão já foi reconhecido historicamente diversas vezes e ganhando as principais condecorações da ficção cientifica: *Nebula, Hugo e Philip K. Dick.* Desde o seu lançamento as influências no gênero textual e na cultura pop de modo geral são enumeráveis e se estendem até os dias atuais e sem previsão de término. A atemporalidade do livro é uma característica indiscutível.

Entusiastas da produção e do universo concebido por William Gibson creditam ao autor o presságio e ação sobre diversos elementos tecnológicos modernos. Idéias como ciberespaço, internet, computação compartilhada, processamento cognitivo e a própria Inteligência Artificial são retratada em personagens, ambientes e diálogos. Sobre o ciberespaço, Gibson o descreve como: " Uma alucinação consensual vivenciada diariamente por bilhões de operadores autorizados em todas as nações, por crianças que ainda estão aprendendo conceitos matemáticos … uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de todos os computadores do



sistema humano (GIBSON, *Neuromancer)",* ao observarmos a descrição aparentemente. Ainda sobre a questão do ciberespaço, como fornecedor de experiências e conteúdo aos seu usuários encontramos autores como Robert Nozick (1974) que já havia descrito uma máquina de experiências que proporcionaria aos seus usuários uma gama de experiências agradáveis quando estes a desejassem. Agora sobre a ambientação aonde trama se desenrola, nesse se destacam as as cidades *noir* e o próprio ciberespaço batizado pelo autor como *Matrix*, apesar de uma falsa impressão de distanciamento com a nossa realidade presenciada diariamente, circunstâncias como as descritas por Gibson já podem ser presenciadas nas diversas comunidades e "ecossistemas sociais" com respaldo e sede totalmente virtuais, entre esses se destacam a infinidade de grupos e temas que são discutidos puramente dentro das redes sociais e na internet. Já sobre as personagens, é possível destacar a presença de *Wintermute*: uma consciência totalmente virtual (inteligência virtual) com capacidade de formular hipóteses, estabelecer planos e manipular pessoas de forma a cumprir seus objetivos de forma independente e utilizando como arcabouço seus próprios interesses.

Mais adiante em sua obra, o autor estabelece expressões como "tornar-se silício" para descrever uma relação simbiótica muito intensa entre o homem e partes mecânicas adicionadas posteriormente ao seu nascimento. Essa cultura em torno dos "incrementos" robóticos estimulou a busca por um corpo ideal em sacrifício a naturalidade, como se essa constante evolução corporal tornasse a própria vida submissa a automatização. Já no contexto atual, podemos experienciar situações desse cunho, atletas paralímpicos que dispõe de próteses altamente tecnológicas apresentaram desempenho superior ao de atletas olímpicos em diversas categorias, apesar disso, os atletas que dispõe dessas próteses ainda competem nas categorias paralímpicas.

De forma resultante ao encadeamento homem-máquina, é exposta ainda em como a produção cultural foi afetada por essa relação. No excerto " Modismos varriam o Sprawl à velocidade da luz; subculturas inteiras podiam surgir da noite pro dia, proliferar por algumas semanas e depois desaparecer inteiramente (GIBSON, *Neuromancer*)", o caráter profético da obra se torna evidente.. Gêneros musicais e artistas podem ser levados ao estrelato e em pouco tempo serem esquecidos e subjugados por uma nova leva de astros que logo se apagarão novamente. Além disso, nos dias atuais, certas manifestações artísticas tiveram sua gênese em um contexto totalmente virtual e direcionado à usuários do próprio meio onde foi criado, exemplos como o *vaporwave* e o *synthwave* se destacam como gêneros musicais que tiveram seu ciclo de vida totalmente sediado no solo cibernético.

A consequência de toda essa produção de conteúdo e armazenamento adquire a mesma peculiaridade na obra ficcional e no contexto que vivemos. O acúmulo opulento de dados, é

descrito pelo autor como " … a taxa de tráfego ameaça sobrecarregar sua simulação. Seu mapa vai virar uma supernova. (GIBSON, *Neuromancer*). O *big data*, já é uma realidade e o acúmulo de informações pessoais já é um recurso imaterial extremamente valioso para companhias e órgãos de segurança. Desse modo, um novo questionamento nos é apresentado e reforçado no trecho: "Depois, se forçou para assumir o estado de passividade, e tornou-se o passageiro atrás dos olhos dela (GIBSON, *Neuromancer*)", a propriedade polêmica da questão da vigilância e da segurança em contraponto a privacidade é de caráter extremamente contemporâneo e já permeia as discussões sobre a real moralidade das promessas de segurança e de estabilidade social por meio da prudência controladora.

Considerações Finais

A fim de concluir nossa análise sobre as obras, dispondo do arcabouço da Análise de Discurso, o questionamento de como a relação homem-máquina foi retratada na literatura e teve seus elementos pressagiados, pode ser clareado e, até certo ponto, respondido. Cada uma das obras escolhidas, apesar de possuírem elementos puramente ficcionais incorporados nos personagens e nos ambientes aonde as tramas se desenrolam, apesar de, muitas vezes distópicos também trazem formas distintas de indagações e levantamentos sobre as inúmeras formas que esse contato pode estabelecer, seja este, físico ou totalmente imaterial (virtual).

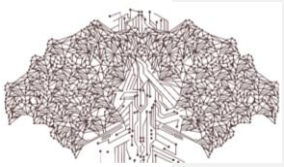
Referências bibliográficas

ASIMOV, Isaac. Eu, Robô. 1ª ed. São Paulo, SP: Aleph, 2014.

CLINE, Ernest. **Jogador Número 1**. 1ª ed. SP: LeYa, 2015.

CRUZ, Eduardo. NEUROMANCER, de William Gibson, ou "Matrix versão 0.5". Disponível em: http://zonanegativa2014.blogspot.com.br/2016/11/neuromancer-de-william-gibson-ou-cade.html. Acesso em Set. 2017.

CUMMING, Ed. William Gibson: the man who saw tomorrow. Disponível em: https://www.theguardian.com/books/2014/jul/28/william-gibson-neuromancer-cyberpunk-books. Acesso em Set. 2017.



Comment: Vaporwave and the pop-art of the virtual plaza. Disponível em:

http://www.dummymag.com/features/adam-harper-vaporwave

PRESS, Gil. A Very Short History of Big Data. Disponível em: :https://www.forbes.com/sites/gilpress/2013/05/09/a-very-short-history-of-big-data/#7674801865a1

GIBSON, William. **Neuromancer**. 5ª ed. São Paulo, SP: Aleph, 2016.

LIPTAK, Andrew. 30 Years of William Gibson's *Neuromancer*. Disponível em: https://www.kirkusreviews.com/features/30-years-william-gibsons-ineuromanceri/. Acesso em Set.2017.

MOREIRA, Matheus. 'Frankenstein' está no imaginário das pessoas. Mas você conhece de fato a obra? Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/03/10/%E2%80%98Frankenstein%E2%80%99-est%C3%A1-no-imagin%C3%A1rio-das-pessoas.-Mas-voc%C3%AA-conhece-de-fato-a-obra. Acesso em: Set. 2017.

NOZICK, Robert. **Anarquia, Estado e Utopia.** 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**, 5ª ed. Campinas, SP: Pontes, 2003.

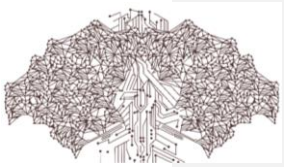
PEREIRA, Ivo Studart. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-58212006000300017. Acesso em: Set. 2017.

SANTI, Alexandre de. As três leis da robótica. Disponível em: https://super.abril.com.br/cultura/as-tres-leis-da-robotica/. Acesso em Set. 2017.

HEELS, Ben. History of Vaporwave. Disponível em:

https://benheelsmusic.wordpress.com/2015/10/01/history-of-vaporwave/

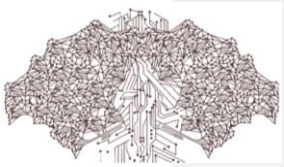
SHELLEY, Mary. **Frankenstein ou O moderno Prometeu,** 1ª ed. São Paulo, SP: Darkside, 2017.



VITORINO, Isabelle. Resenha: Eu, Robô por Isaac Asimov. Disponível em: http://www.mundodoslivros.com/2015/01/resenha-eu-robo-por-isaac-asimov.html. Acesso em: Set. 2017.

Wintermute and Neuromancer. Disponível em: https://www.shmoop.com/neuromancer/wintermute-neuromancer.html. Acesso em: Set. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



FRUIÇÃO ESTÉTICA E COMUNICAÇÃO: INOVAÇÕES NA ARTE CIBERNÉTICA[1]

Eli Borges Junior[2]

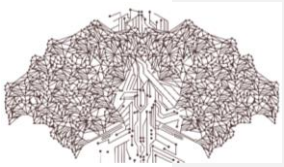
Resumo: O presente artigo pretende, a partir da apresentação de certos casos representativos, refletir sobre o processo de fruição estética em obras inovadoras que aqui filiamos ao vasto território da arte cibernética. Nesse sentido, partimos da ideia de que determinados dispositivos digitais parecem fazer advir modos de percepção outros, relacionados, por sua vez, à emergência do que delimitamos aqui como "imagem algorítmica". Procuramos, assim, de forma breve, discutir acerca desses modos de percepção, seus efeitos e características de operação, em trabalhos que mesclam elementos artísticos a temas como realidade virtual, *Big Data* e inteligência artificial.

Palavras-chave: fruição, arte cibernética, estética da comunicação, algoritmo, inteligência artificial, *Big Data*.

A hipertrofia na variedade e nos usos de dispositivos tecnológicos digitais, sugerindo-se como elemento fundamental da própria existência contemporânea, poderia, talvez, ser apontada como a primeira grande justificativa para esta nossa – ressalvamos de antemão – "breve" tentativa de reflexão sobre a intersecção entre os temas da comunicação digital e da fruição estética. Pois é dessa justificativa que partem nossos dois objetivos: o primeiro, mais amplo e diretamente relacionado a ela, e o segundo, que atravessa especificamente o tema que dá título a este nosso texto.

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 06, "Arte, sexo e corpo-ambiência, sentires e performances em rede", do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Artigo decorrente de bolsa de doutorado processo nº 2016/03588-7, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade do autor e não necessariamente refletem a visão da FAPESP. E-mail: ridolfi.eli@gmail.com.



O primeiro objetivo procura reforçar discussões já empreendidas em outras oportunidades[3] e amadurecer aquilo que tem fundamentado nossas últimas reflexões[4], a saber, o esforço de ressituar a comunicação como um fenômeno fundamentalmente estético. A tentativa não deixa de vir a contrapelo das principais tendências daquilo que poderíamos descrever como os "estudos clássicos" da comunicação, os quais parecem sugerir, no limite, uma orientação eminentemente racional. É claro que, em certa medida, essa tendência é compreensível se sobrevoamos a própria história das teorias da comunicação[5]. Assim como outros saberes que procuram se legitimar como "ciência" a partir da assunção do *modus operandi* das ciências duras, a comunicação, legatária direta da sociologia, como nos lembra Sodré, buscaria essa autoafirmação, importando, muitas vezes fielmente, para si os princípios do método unitário. Nesse sentido, nossa primeira tarefa é essa de, ainda que bastante modestamente e à guisa de um experimento, promover um certo deslocamento da ideia de comunicação como algo racional. Isso significa repensar as características daquele fenômeno comunicativo "explicado" a partir de uma relação de causalidade, pela perseguição de um efeito[6], estímulo-resposta, dado por exemplo pela teoria matemática da informação de C. Shannon e W. Weaver[7] ou mesmo pela tradição da *mass communication research*[8]. Ou ainda de um fenômeno comunicativo dotado de uma certa lógica que o permite ser codificado e decodificado[9] ou orientado, ao fim e ao cabo, pela busca de um entendimento[10].

Embalados por esse primeiro objetivo, pretendemos, assim, chegar ao ponto fulcral deste nosso trabalho, a saber: a discussão acerca das possibilidades de fruição estética a partir de

[3] Como em BORGES JUNIOR, 2016 e BORGES JUNIOR; VIEIRA, 2016.

[4] Principalmente aquelas no âmbito do Centro Internacional de Pesquisa Atopos USP. No centro, coordeno a linha de Pesquisa "Aoristos", que se dedica ao estudo das tecnologias digitais no âmbito de temáticas voltadas à arte, às sexualidades e à estética.

[5] Sobrevoo que é realizado, a título de exemplo e magistralmente, por Muniz Sodré em seu *A ciência do comum* (SODRÉ, 2014).

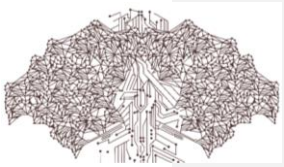
[6] Que pode ser lido também como "verdade": a busca pela descoberta do "melhor", do "mais eficiente" meio e da "mais adequada" mensagem a fim de se atingir tal efeito, tal "verdade".

[7] *Cf.* SHANNON; WEAVER, 1948.

[8] A exemplo de LASSWELL, 1936; LAZARSFELD; MERTON, 1948.

[9] *Cf.* ECO; FABBRI, 1978.

[10] *Cf.* HABERMAS, 2012.



situações oferecidas por certos dispositivos tecnológicos[11]. Ora, uma primeira sugestão, muito mais intuitiva do que conceitualmente fundamentada, poderia já nos insinuar que o surgimento de certos dispositivos, ou mesmo de certas situações proporcionadas por eles, parecem nos trazer experiências outras em relação àquilo que se nos revela como mais elementar no *Lebenswelt*[12], a saber, nossas percepções de tempo e de espaço[13]. E é justamente orientados por essa intuição que somos levados a pensar que nossa própria relação com o mundo transforma-se e, nesse sentido, nossas possiblidades de fruí-lo e de como "interagir" com ele. É forçoso, no entanto, que partamos, desde esse campo da intuição para uma perspectiva um tanto mais profunda, a fim de investigar se e como essa "intuição" – e aquilo que ela nos sugere –, sob uma perspectiva problematizante e à luz da teoria, pode nos ajudar a destrinchar um pouco mais da complexidade de nossa realidade contemporânea – "comunicativa" ou "midiática" por excelência.

Vamos nos ater aqui então ao que acreditamos se tratar de casos representativos dessa transformação a que acabamos de nos referir. Certas obras de arte cibernética[14] parecem nos fornecer elementos interessantes sobre isso, possibilitando o que poderíamos, num primeiro momento, descrever como um tipo diverso de experiência perceptiva, uma modalidade outra de fruição estética, relacionada, acreditamos, às próprias características de produção e operação da imagem nessas obras. Tais obras sugerem transpor os limites da relação estética tradicional, organizada em sujeito e objeto, naquilo que Lukács, por exemplo, chamaria mesmo de *Miβverständnis*[15], espécie de "abismo", entre um e outro. E isso se dá fundamentalmente a partir de um modo de operação não mais completamente organizado pelo humano: trata-se de obras que

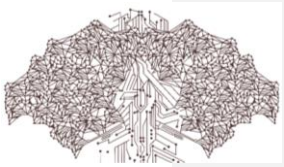
[11] Destaquem-se aqui os inúmeros dispositivos (*smartphones*, *tablets* etc.) potencializados pelo advento quase que vertiginoso de aplicativos com as mais diversas funções. Vale remeter também ao aperfeiçoamento de tecnologias já bastante conhecidas, repensadas para um uso massivo e multidisciplinar, caso da "Realidade Virtual" e da "Realidade Aumentada".

[12] O "mundo da vida", em expressão mais geral, e, no rigor de um de seus principais articuladores – E. Husserl –, o mundo pressuposto, "já dado", campo primeiro da intuição (HUSSERL, 1976, p. 379).

[13] Como Kant já apontaria em sua primeira crítica, a *Crítica da Razão Pura* (KANT, 2012), ao descrever o tempo como "a condição formal *a priori* de todos os fenômenos em geral" (KANT, *op. cit.*, p. 81, B 50), e o espaço como "uma representação necessária *a priori* que serve de fundamento a todas as intuições externas" (KANT, *op. cit.*, p. 74, B 38).

[14] Expressão que, como qualquer "categoria artística", apresenta-se, por si só, como problemática. Lancemos mão dela aqui muito mais em sua perspectiva operativa do que rigorosamente conceitual.

[15] Espécie de "mal-entendido", distância inexorável e insolúvel, como bem nos lembra Rainer Patriota em sua tradução de *A alma e as formas*, de Lukács (LUKÁCS, 2015, p. 77). Lukács se referiria a essa insolvência ao tratar especificamente do tema em *A relação sujeito-objeto na estética* (*Die Subjekt-Objekt Beziehung in der Ästhetik*) (LUKÁCS, 2013).



trabalham com imagens produzidas pela máquina, mas isso em um outro nível em relação àquele das primeiras modalidades artísticas realizadas por computador. Há aí uma escala de imprevisibilidade que parece superar àquela dos antigos sistemas eletrônicos.

Para esclarecer melhor a que nos referimos ao fazer essa arriscada proposição, demarcamos essa passagem a partir do surgimento do que chamamos aqui de "imagem algorítmica". O marco dessa passagem é, portanto, o advento da possibilidade de fruição de imagens geradas por algoritmos cada vez mais complexos, condição que caminha para aquilo que, de modo amplo, hoje associamos à expressão "inteligência artificial" (*Artificial Intelligence - AI)*.

***

As obras que aqui apresentaremos ajudam-nos a perceber e estudar o que parece estar se configurando como um fenômeno generalizado do uso dessa espécie de imagem, assim como de suas potencialidades no que toca a uma certa desestabilização das noções convencionais de tempo e espaço. Desde a discussão já empreendida por W. Benjamin, ao reconhecer a diferença entre a imagem produzida unicamente pela mão humana e aquela gerada inteiramente por dispositivos tecnológicos (BENJAMIN, 2014; 2012; 2015), tende-se, de um modo ou de outro, a atravessar-se uma seara que busca associar as transformações tecnológicas a uma alteração do próprio estatuto da imagem nas artes e na estética, discussão que não deixa de ser o próprio ponto de partida de *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. De fato, essa associação não é algo novo na teoria sobre a imagem e teria agudas ressonâncias em autores mais recentes.

V. Flusser por exemplo, também dá fôlego a essa tese ao demarcar um *turning point* entre o que descreve como "imagem tradicional", resultado dos meios de produção de imagem convencionais e sob controle e operação fundamentalmente humanos, e o que define como "imagem técnica" – ou "tecnoimagem" –, manifestação particular de uma imagem que parece operar sob uma lógica ou mesmo um sistema expressivo completamente diverso daquele da primeira. A agudeza dessa mudança da imagem seria tal que produziria mesmo o advento de uma imagem sob outro estatuto ontológico: mais do que demarcar a diferença entre a pintura e a fotografia, entre a imagem tradicional e a imagem produzida pelo "aparelho" a partir de um "programa" próprio – os termos são de Flusser –, o que brilha na reflexão do filósofo, a nossos olhos, é justamente essa relação estabelecida entre os modos de operação de uma imagem e a forma e a profundidade com que isso poderia alterar uma sociedade, mesmo um modo de

existência. Não à toa, Flusser associa o advento da tecnoimagem a uma transformação de "nosso estar-no-mundo"[16].

É nesse sentido que a sua proposição é aqui, neste nosso trabalho, tão potente. Imagens geradas diretamente por algoritmos em sistemas com máquinas inteligentes, sustentamos, sugerem transformações que vão muito além das novas possibilidades comerciais, de participação política ou relacionamento entre pessoas: elas parecem anunciar uma nova era na própria percepção da realidade. Mas como isso se articula? Em outros termos: o que caracterizaria esse modo outro de percepção e no que propriamente ele se distinguiria de modos outros advindos de outras transformações tecnológicas?

A primeira hipótese que apresentamos como tentativa de ataque a essa questão ampara-se, pois, como anunciamos há pouco, em uma dissolução da frontalidade entre sujeito e objeto, entre instância que assiste e objeto assistido, entre espectador e obra, mundo da realidade a ser representada e mundo da representação dessa realidade. Tomemos o exemplo do que chamamos aqui, sem maiores rigores, de "novos museus"[17]. A esse "novos" podemos associar tanto a inauguração de novas instituições de curadoria e exposição de arte quanto a reformulação de museus já bastante conhecidos a partir da mudança de suas estratégias de aproximação do público. Há, contudo, uma mesma diretriz pela qual tanto uma quanto a outra parecem se orientar: a adoção de dispositivos tecnológicos que busquem, de alguma forma, superar a "distância" entre espectador e obra, vencer um certo "tédio" da contemplação, assumindo para si a tarefa de "entretê-lo" enquanto "passeia" pelas dependências do museu.

"Fale com obras da Pina", anuncia a *homepage* da Pinacoteca do Estado de São Paulo[18] ao apresentar a atração "A voz da arte", que promete um passeio "ainda mais interativo"[19] pelo museu a partir da utilização da tecnologia do IBM Watson. Trata-se de um projeto de computação cognitiva[20] da companhia americana a partir do qual tal tecnologia "responde" a perguntas feitas

[16] Ver FLUSSER 2008, p. 22.

[17] O termo "novos" é aqui empregado de forma ampla, sem fazer referência necessariamente ao seu uso por R. Fabbrini, em *A fruição nos novos museus* (FABBRINI, 2008), ou Otília Arantes (ARANTES, 1993), em *Os novos museus*, autores que também procuram problematizar a questão da fruição estética e da criação e operação dos museus em suas épocas (décadas de 90 e 2000).

[18] Disponível em: <http://pinacoteca.org.br/visite/a-voz-da-arte/>. Acesso em: 20 dez. 2017.

[19] Como publica a própria *homepage* da Pinacoteca.

[20] Segundo a companhia, "the cognitive chatbot uses voice recognition and natural language services on IBM Bluemix, plus beacon sensors and Bluetooth geolocation technology to enable interaction via

pelo espectador sobre certas obras do espaço de exposição. Ao se colocar diante do *Mestiço* de Cândido Portinari ou de *São Paulo* de Tarsila do Amaral, além de outros cinco quadros, o espectador demanda-lhe considerações das mais variadas naturezas, desde detalhes sobre a história dos quadros até elucubrações acerca dos motivos das cenas de suas personagens.

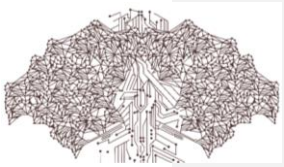
Sem entrarmos no mérito da precisão de suas respostas ou mesmo na série de complicações técnicas da tecnologia – como as respostas desconexas e o repertório limitado e bastante previsível de seu discurso[21] –, parece haver uma tentativa, por parte do museu, de aproximar-se do público, a partir de uma espécie de "diálogo" entre obra e passante. Se essa aproximação se efetiva, trata-se de uma outra questão, mas é fato que ela aparece aí ao menos como uma clara intenção, sob todos os riscos que isso pode compreender e que a visita à atração não deixou de nos revelar. Insinua-se ali uma espécie de deslocamento da obra – pressupostamente protagonista da exposição – para o segundo plano de um palco em que é o próprio dispositivo e os efeitos curiosos que provoca – vez ou outra tragicômicos – a assumirem o grande foco de atenção da visita. Paradoxalmente, evocando Benjamin, parece haver aí uma certa dissolução da própria aura do quadro: o *Mestiço* e *São Paulo* são transformados em coadjuvantes a "ilustrarem" as funcionalidades de um *gadget* e de uma tecnologia que lhes fazem frente[22].

Ora, o que nos importa aqui é sugerir, e sublinhar, que a dissolução dessa separação entre espectador e obra não se dá especificamente no plano físico (pois o quadro ainda lhe é inacessível como óleo sobre tela), mas sim em uma dimensão "extrafísica". O que antes, mesmo nessa última dimensão "extrafísica", era-lhe inacessível, na medida em que se resguardava como a aura da própria obra, agora é, nesse mesmo plano, posto lado a lado com ele: à obra é conferida uma

smartphone". Disponível em: <http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/52443.wss>. Acesso em: 20 dez. 2017.

[21] Ainda que esse seja um problema a ser desenrolado pela própria tecnologia, a qual, segundo a IBM, conta com capacidades próprias de aprendizado.

[22] Esse efeito de certo "encantamento" produzido pelos dispositivos tem corrido por museus mundo afora: exemplos são o SFMoma, em São Francisco, e suas exposições sobre games e Realidade Aumentada (Ver: <www.sfmoma.org/watch/playsfmoma-augmented-reality-game-jam/>); os tours em Realidade Virtual por grandes instituições como o British Museum (ver: <https://blog.britishmuseum.org/new-virtual-reality-tour-with-oculus/>), em Londres, ou ainda – talvez nosso mais emblemático exemplo –, o Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, cujas proposta de criação e política de funcionamento parecem orbitar fundamentalmente em torno das potencialidades de interação com o público a partir de inovações tecnológicas. Não raro o "encantamento" é tal que não pode ser evitada a seguinte pergunta: "qual era mesmo o tema da exposição?".



"voz", um traço humano, algo que seja capaz de gerar um certo processo de "identificação"[23]. E para que esse efeito seja alcançado parece não ser necessário que a conversa seja "real", com todas as suas imperfeições e imprevisibilidades: a própria sensação de estar em "diálogo" com a obra já a furta de sua condição aurática, já obscurece as fronteiras entre mundo da arte e mundo da vida.

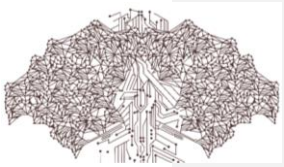
Esse é o sentido mais profundo do que descrevemos como um rompimento da frontalidade obra/espectador e é justamente levando isso em conta que reconhecemos o dispositivo tecnológico como participante e promotor fundamental desse fenômeno. É preciso ainda reconhecer que a dissolução dessa frontalidade não se dá forçosamente a partir de uma condição verificável materialmente – não é necessário que o espectador seja levado "para dentro" da obra como veremos em outros casos adiante –; basta que essa dissolução se dê como um simples "efeito perceptivo", uma "sensação" provocada pela irrupção de uma paradoxal alteridade – dada sobretudo pela "voz" humana do dispositivo –, ainda que o espectador saiba, ao fim e ao cabo, que seu interlocutor não passa de uma máquina[24].

Em outros casos, no entanto, essa dissolução parece operar de um modo diverso, a partir mesmo de uma confusão na percepção espacial. Parece ser aquilo que se insinua em obras que recorrem ao uso de tecnologias de realidade virtual (RV), modalidade que tem ganhado notoriedade, sobretudo nos últimos tempos, por conta do advento de dispositivos específicos para produção massiva desses trabalhos. Esse é o caso do Google Tilt Brush, recurso lançado pelo Google em 2016 a partir do qual o usuário/artista constrói uma obra em três dimensões, podendo a ela agregar efeitos diversos como cores e movimentos[25]. Essas obras, que têm promovido artistas como Yoriko Ito, Rachel Rossin, Anna Zhilyaeva ou George Peaslee, permitem que o espectador as explore a seu bel-prazer: a fruição estética, no entanto, não se dá pela "modificação" da obra,

[23] Talvez "identificação" não seja o termo mais preciso e tenhamos que conceber esse processo muito mais como uma "associação", mesmo como um "emparelhamento". A esse último termo, uma possível tradução de *Paarung* (outra possibilidade é "pareamento"), Husserl dedica o § 51 de suas *Meditações Cartesianas* (HUSSERL, 2013, p. 150) na tentativa de explicar a constituição daquilo que é alheio a nós, ao mesmo tempo em que é capaz de, também, explicar o surgimento de uma certa alteridade ao apercebermos que esse alheio pode ser um de nós: é daí que irrompe a intersubjetividade e aquilo que poderíamos chamar como uma "alteridade".

[24] Esse processo de "identificação" talvez nos ajude a explicar ou esclarecer boa parte daquilo que orienta os projetos e a construção dessas novas tecnologias e de seus *gadgets*. São exemplos disso estruturas com formas humanas ou animais, robôs que se assemelham cada vez mais ao corpo humano, com movimentos e expressões que buscam respeitar o mais fielmente aquilo que lhe é próprio.

[25] Ver BORGES JUNIOR; DI FELICE, 2018 (no prelo).



pela sua "co-construção", como em trabalhos de *work in progress* ou experiências diversas do campo das artes cênicas, da performance ou das artes visuais em que o espectador é convidado ou mesmo convocado a criar. Nessas novas obras, parece haver um elemento fundamental responsável pela sua singularidade: elas se tornam verdadeiras "ambiências", permitindo que os "espectadores" as atravessem, percorram-nas como se estivessem atravessando ou percorrendo espaços convencionais.

Mas pensá-las partindo da sua afirmação como simples "ambiências virtuais" acaba também por poupar-nos do exame daquilo que delas talvez seja mais interessante: esses trabalhos insinuam mais do que criar um espaço "virtual" sobre um espaço "físico", mas sim sugerem subvertê-los a ponto de causar uma completa indistinção entre espaço físico do espectador e espaço virtual da obra. Isso significa que, ao navegar pelas paisagens oceânicas de Ito[26] ou pelas alucinações de Van Gogh em seu *De sterrennacht* (*A Noite Estrelada*), recriadas por Peaslee[27], somos "reterritorializados" em uma nova dimensão a qual, muito mais do que virtual, é, também e sobretudo, "física". Não à toa a sensação de desconforto estomacal, náusea, causada em muitos pelo uso dos óculos de Realidade Virtual.

Tais obras, articuladas por essa imagem construída e operada por algoritmos – essa "imagem algorítmica" –, parecem dotar-se, pois, da capacidade de gerar um "efeito perceptivo", uma "sensação" de deslocamento físico, "efeito" e "sensação" que, para o corpo, converte-se num próprio deslocamento. Por isso, fica difícil, quase impossível, não dizer que caminhamos por esses espaços ou vivemos a experiência própria de percorrê-los[28]. Parece haver aí, um tipo de fruição muito além da simples lógica da "interação"[29] na medida em que o espectador é posto "dentro" da obra, condição que *per se* já debilita os próprios papéis de "espectador" e "obra"[30].

---

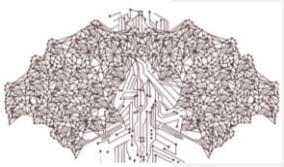
[26] Disponível em: <https://www.tiltbrush.com/air/artists/yoriko-ito/>. Acesso em: 20 dez. 2017.

[27] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Woc0GZkDa7k>. Acesso em: 20 dez. 2017.

[28] Munido de seus óculos de RV e sua bicicleta ergométrica, Aaron Puzey atravessou todo o Reino Unido pelo Google Street View em oito meses de aventura: "sentia como se estivesse lá", revela Puzey. A aventura foi documentada e narrada em seu projeto Cycle VR. Disponível em: <http://www.cyclevr.com/>. Acesso em: 21 dez. 2017.

[29] Sobre a problematização do conceito de "interação", ver BORGES JUNIOR; DI FELICE, 2018 (no prelo).

[30] Não poderíamos deixar de ressaltar a potencialidade já oferecida por esses recursos para além do campo específico das artes. Um indicador bastante interessante disso são os grandes projetos de Realidade Virtual que parecem sinalizar a uma probabilidade de aderência massiva a essa tecnologia. Um deles é o Facebook Spaces, lançado pelo Facebook em 2017 e que oferece aos usuários a possibilidade de se relacionarem para



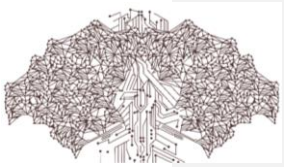
***

Exposta a hipótese da dissolução dessa frontalidade e delimitado o sentido em que trazemos aqui esse aspecto, partamos para nossa segunda conjectura. O que também caracterizaria o tal modo outro de percepção decorrente das imagens geradas diretamente por algoritmos?

A segunda via para desenrolar esse problema talvez seja o conceito de ação, ou mais especificamente, o que assinalamos como uma transformação nos modos de se conceber esse conceito. Novas tecnologias têm nos levado a um território de questões cada vez mais desafiadoras na medida em que sugerem a alteração de paradigmas antes considerados praticamente inquebrantáveis. Se antes nos seria impossível imaginar máquinas com uma capacidade cognitiva correspondente à humana, hoje os problemas parecem escapar a essa mesma questão, já que a situação parece já ter deixado o terreno da mera hipótese: o problema deixa o campo do provável para assumir aquele do fato dado, abrindo-se aí margens para desafios ainda mais complexos. E talvez o maior deles seja justamente lidar, ou "como lidar", "com" e "em" um mundo em que a possibilidade de decisão sobre as coisas e os fenômenos pode ser "operada" não apenas por criaturas humanas. Pois esse "operada" é aqui bastante proposital: nossa indagação não vislumbra mesmo adentrar – não nesta ocasião – o problema do racional ou da deliberação, da "escolha pensada". Se as capacidades de que as máquinas são hoje dotadas, se os tipos de capacidade cognitiva poderiam ou não ser considerados uma espécie de "pensamento", isso não será nosso objeto; reservemos o problema a outra ocasião. Mas é fato que esses dispositivos já contam com uma relativa capacidade de tomada de decisão – se considerarmos "decisão" como uma espécie de assentimento dado a uma determinada ação mediante condições previamente apresentadas. Essa capacidade, as máquinas já a têm desenvolvido, e em velocidade e precisão quase que raras entre aqueles considerados como seres racionais.

Pois esse território de decisões para além de um universo concebível pela mente humana tem nos inserido em um modo de existência diverso, modo em que somos convocados a lidar com as decisões e as ações dessas máquinas: não raro somos obrigados a interromper nossas atividades porque o "sistema" está fora do ar ou não podemos decidir sobre a extensão ou não de certos compromissos, já que o "sistema" não permite. Até o advento da eletricidade, é a ação humana

além dos já conhecidos recursos da *timeline* ou do *chat* privado. A partir do uso de dispositivos de RV, os usuários têm acesso a ambiências construídas conforme o seu próprio gosto: assumindo avatares, podem conversar entre si tendo à mão um aparato de imagens e sons que pode ser acionado a qualquer momento pelo controle dos óculos 3D. Mais imagens sobre o projeto podem ser conferidas a seguir: <http://ocul.us/Facebook-Spaces>. Acesso em: 23 dez. 2017.



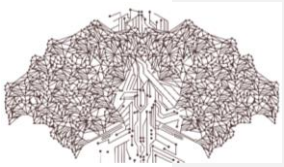
que planeja, organiza e controla a máquina, buscando prever, para isso, todas as suas imprevisibilidades. Claro que há sempre os riscos de que algo fuja ao previsível, mas esse imprevisto será sempre parte dos efeitos de uma ação que é precipitada pelo humano: o planejar, o organizar e o controlar. Os estágios mais recentes da eletrônica digital parecem, contudo, dar um passo nunca antes visto, alterando essa dinâmica na medida em que a imprevisibilidade, antes um traço apenas compreensível como efeito da ação, pode agora compor, com as tecnologias de inteligência artificial (IA), o próprio planejamento da ação, sendo esse mesmo planejamento algo desconhecido pela inteligência humana: "Ninguém realmente sabe como os algoritmos mais avançados fazem o que fazem. Isso pode ser um problema", alerta-nos pesquisadores do MIT[31].

Talvez seja justamente essa imprevisibilidade na ação das máquinas o elemento fundamental do "encantamento", a "sensação de surpresa", que ela pode nos causar. A possibilidade de lidar com algo que nos surpreenda por si mesmo, sem que tenhamos imaginado – ou sem que alguém tenha imaginado – aquela ação sobre nós. É como se nos puséssemos diante de uma criatura nunca antes vista, um ser extraterreno com o qual estabelecemos alguma forma de contato, seja ele qual seja, no desejo de extrair-lhe alguma forma de resposta. Esse parece ser o elemento fundamental em que se articula uma série de experiências científicas e/ou artísticas que procuram explorar os mistérios dessas ações dos algoritmos.

Em *Fearful Symmetry*, Ruairi Glynn apresenta-nos seu robô luminoso, que num primeiro momento insinua um certo estranhamento em relação aos visitantes da instalação, uma certa hostilidade que parece, no entanto, ser dissolvida ao longo dos primeiros contatos com eles. Nada como alguns minutos para que o robô possa sofisticadamente analisar os gestos do público, reagindo a elas a partir de seus lânguidos ou frenéticos movimentos[32]. Talvez o nome seja mesmo sugestivo, uma "simetria temível", sensação de encontrar ali, na sala escura, um ser estranho, que

[31] Segundo o artigo de Will Knight (*The Dark Secret at the Heart of AI*), de abril de 2017, para a MIT Technology Review. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/s/604087/the-dark-secret-at-the-heart-of-ai/>. Acesso em: 20. dez. 2017.

[32] A obra compôs em 2017 o programa da Exposição Consciência Cibernética [?] do Itaú Cultural em São Paulo e assim se descreve tecnicamente: ""Hidden up above in the darkness, like a long string marionette puppeteer, a 5m tall autonomous Delta Robot, custom built to manipulate the motion of the luminaire beneath it, moved back and forth through the space on a 21-metre motorised rail. An array of Kinect Sensors mounted on the travelling robot built a real time 3D point cloud of its local environment, detecting the public, and reading their individual movements using gesture recognition algorithms. Reciprocally the agile performer responded with behaviours choreographed with the collaboration of a team of puppeteers giving the machine its uncannily human character". Disponível em: <http://www.ruairiglynn.co.uk/portfolio/fsymmetry/>. Acesso em: 22 dez. 2017.



se comporta não como simples máquina, mas como algo "vivo", quase "animado"[33]. E por isso mesmo redunde no que sugere o seu próprio título: em que medida aquela criatura não nos receia, ou mesmo amedronta, com a possibilidade de se assemelhar tanto a uma vida inteligente?

Não nos falta também, ao encontrá-la, aquele "encantamento" de que falamos. Aquele golpe inesperado, reação imprevisível que nos convida a uma estranha tentativa de "identificação", sensação de uma alteridade paradoxal ao reconhecer qualquer coisa de humano em algo que se anuncia clara e distintamente máquina. Uma espécie de ação artística tecnológica[34] com a qual ainda não estamos habituados e que é, por isso mesmo, o elemento fundamental que torna essas obras um ponto de exceção na hipertrofia de usos e aplicações das tecnologias contemporâneas.

Esse efeito de "encantamento" parece comparecer também em *Corps Complices*[35], trabalho de Catherine Langlade que busca extrair do espectador uma certa "corporeidade" lúdica e inimaginável. Ali, a partir de um "ambiente gráfico"[36] em que criaturas, similares a animais marinhos, movem-se como no escapar de um grande cardume, somos convidados a alterar-lhes a trajetória a partir de nossos próprios movimentos. Criaturas e visitantes desenham um bailar recíproco, no qual a possível previsibilidade de nosso deslocar físico, tacitamente, entra em reciprocidade com a aleatoriedade dos movimentos das criaturas. Somos postos em movimento por elas, assim como modificamos os destinos da sua deriva eletrônica, fazendo-as agir sob uma orientação, no limite, por nós imprevisível. É nesse sentido que essa espécie de obra diferencia-se, por exemplo, de trabalhos em que a participação dos dispositivos se dá fundamentalmente sob a lógica mecânica do estímulo-resposta, da "ação-reação"[37]. Ela sugere se aproximar então de um modo mais sofisticado de relação: "o diálogo entre homem e máquina se torna mais afinado"[38],

[33] No sentido mesmo de “dotado de uma alma”.

[34] Apresentamos elementos fundamentais sobre esse conceito em BORGES JUNIOR, 2015, com base, sobretudo nas obras de B. Latour (LATOUR, 2005) e Massimo Di Felice (DI FELICE, 2009).

[35] No vídeo a seguir, a obra é apresentada durante a World Expo de Shanghai 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7JF5B98wSTo>. Acesso em: 22 dez. 2017.

[36] Expressão pela qual é descrita a obra na *homepage* do Centre de Création Numérique de Paris - Le Cube, instituição que forneceu apoio técnico a Langlade para a elaboração do trabalho. Disponível em: <http://lecube.com/coproductions/corps-complices-catherine-langlade>. Acesso em: 22 dez. 2017.

[37] Que E. Couchot, M. H. Tramus e M. Bret, por exemplo, chamariam de "primeira interatividade" (COUCHOT; TRAMUS; BRET in DOMINGUES, 2003, p. 32).

[38] *Cf.* COUCHOT; TRAMUS; BRET in DOMINGUES, 2003, p. 32.

algo que E. Couchot, M.H. Tramus e Michel Bret nos descreveriam como uma "segunda interatividade", com uma "ação enquanto guiada pela percepção, pela corporeidade e pelos processos sensório-motores, pela autonomia (ou pela 'autopoiese')"[39].

É essa matéria fornecida pela sua espécie de "autonomia", por essa porção da sua inteligência que nos escapa e que escapa inclusive aos planos da artista no momento de construção da obra, que a torna verdadeiramente interessante e, por si, "encantadora". Algo mesmo de "sedutor", uma espécie de "sex-appeal do inorgânico"[40] capaz de tomar-nos o próprio corpo fazendo-nos "inventar coisas incríveis com ele"[41]. A "simetria" entre homem e máquina na provocação de Glynn, bem como a cumplicidade intentada por Langlade conformam-se em uma ideia de "trânsito"[42] entre homem e máquina, sublinhando suas impossibilidades de delimitação, demarcando mais as suas similitudes do que diferenças, como um verdadeiro *continuum*.

Na mesma linha, segue a sugestiva *i-Flux*, obra de Silvia Laurentiz e Martha Gabriel (com som de Fernando Iazzetta), apresentada durante a Bienal Internacional de Arte e Tecnologia do Itaú Cultural "Emoção Art.ficial 6.0", em São Paulo, no ano de 2012[43]. A instalação buscou reunir informações de diversas naturezas sobre o edifício do instituto: seu fluxo de pessoas, redes elétricas e hidráulicas, temperaturas internas e externa, umidade, além de outras, transformando-as em padrões convertidos em uma "chuva" projetada em uma tela presente no espaço da instalação. Essa chuva, segundo a própria descrição da obra, agia sobre uma "criatura", também exibida na tela e tida como um "regulador do ecossistema"[44].

A ação sobre o comportamento de tal criatura podia se dar ainda pela Internet, por meio de mensagens enviadas ao perfil da obra no Twitter. Numa direção próxima às obras anteriores, *i-Flux* nos remete a um esboroamento de fronteiras entre homem e máquina, já que ali, a partir dos mecanismos da instalação, tanto as ações humanas (o comportamento dos visitantes diante da tela, seus deslocamentos pelo prédio ou o envio de mensagens via Internet) como as ações dos

[39] *Cf.* COUCHOT; TRAMUS; BRET in DOMINGUES, 2003, p. 32.

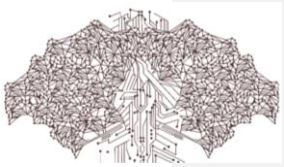
[40] Tomando emprestada a expressão à célebre obra de Mario Perniola (PERNIOLA, 1994).

[41] Conforme descreve Langlade em depoimento: <https://vimeo.com/40947708>. Acesso em: 22 dez. 2017.

[42] No sentido pernioliano: "trânsito" como um caminho da não diferença, um caminho do mesmo ao mesmo (PERNIOLA, 1985).

[43] Disponível em: <http://www.emocaoartficial.org.br/pt/iflux/>. Acesso em: 22 dez. 2017.

[44] A seguir, pode-se conferir um breve vídeo sobre a obra e, abaixo do vídeo, trechos de sua descrição: <https://www.youtube.com/watch?v=FXsK4D6M274>. Acesso em: 22 dez. 2017.



sensores de umidade, temperatura e energia são transformados naquilo que os irmana em seu estrato mais elementar: tanto homem quanto máquina são, em última instância, "código". É pela natureza de código que eles se encontram e podem assim ser reunidos, transformando-se nesse *continuum* – que alguns chamariam de "informação" –, conotado pelo oportuno título da obra.

Pois o caráter unificador do código parece mesmo dissolver as naturezas que se manifestam como humano ou como máquina: pelo código, a ação torna-se, em seu limite, "inform-ação". O código "dá forma" (a sua forma binária) à "ação". E é nesse sentido que falar em ação humana ou ação não humana, nessas instâncias, parece não fazer sentido. Menos ainda sustentar que a ação humana, nessa totalidade informativa, conserva a sua centralidade: como sugere a própria obra, tudo é transformado em "fluxo" e, como tal, não admite divisão, análise, diferenciação em partes ou naturezas. Algo próximo de um estado de "transorganicidade", sem orgânico ou inorgânico, como sugere M. Di Felice. Reduzida ao código, essa matéria, que antes se manifestava fisicamente (a eletricidade, a vazão da água, a temperatura, o deslocamento e os movimentos dos corpos dos visitantes), ao adquirir esse novo estado de código e de informação, perde a sua "forma" anterior: algo próximo do que Di Felice apontaria como uma espécie de "transubstanciação"[45]. Remetendo o termo a seu emprego na teologia cristã, Di Felice o relaciona a um processo de transformação de uma substância no qual há uma mudança de forma sem alteração de matéria: assim como a hóstia é, pelo ritual católico, transformada em corpo e sangue de Cristo mesmo sem adquirir a matéria própria de seu sangue ou de sua carne. É nesse sentido que, buscando descrever o significado de "digitalização", Di Felice apresenta o conceito de "infomatéria"[46], resultado dessa transformação, pelo código, da matéria física.

A digitalização envolveria, pois, uma generalização desse processo. Pelo código, convertendo-se em "infomatéria", tudo é transformado. Numa direção próxima a essa noção e buscando refletir sobre essa generalização do código, vale sublinhar a organização de *Open Codes*[47], uma das mais importantes exposições recentes do Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM)[48], referência mundial nos estudos sobre artes e mídias. Se

[45] Ver DI FELICE, 2017, p. 276.

[46] Ver DI FELICE, 2017.

[47] Sob curadoria de Peter Weibel e co-curadoria de Lívia Nolasco-Rózsás, Yasemin Keskintepe e Blanca Giménez, a exposição permanece ativa desde outubro de 2017 a agosto de 2018. Disponível em: <https://open-codes.zkm.de/en>. Acesso em: 20 jan. 2018.

[48] O qual tivemos a oportunidade de visitar na ocasião da apresentação de uma conferência em dezembro de 2017.

tivéssemos que caracterizar a exposição a partir de seus elementos fundamentais, poderíamos descrevê-la como uma síntese dos principais temas explorados pelo que aqui pontuamos como "imagem algorítmica". Ela nos traz algumas das questões fundamentais em que pululam formas muito frutíferas de integração entre tecnologias, ciências e artes. Tudo isso a partir de temáticas que mesclam *machine learning*, *algorithmic governance*, *algorithmic economy*, realidade virtual e neurociências, em obras que podem ser vistas como uma prévia importante daquilo que nos aguarda em um tempo mesmo muito próximo.

Já em seu corredor de entrada somos surpreendidos por *You:R:Code*[49], de Bernd Lintermann. Seus sete painéis na parede, como se fossem sete espelhos – a refletirem bem mais do que aquilo que podemos ver a olho nu –, proclamam, já na entrada da exposição, a impossibilidade de se escapar aos seus efeitos e à sua mensagem: somos, inevitavelmente, "código". Tendo que passar por ali para entrar ou sair, o visitante não é convidado, mas convocado a explorar a diversidade de sentidos que essa afirmação pode significar: ao passar pelo corredor dos sete painéis ele será desde o reflexo mais puro de um espelho convencional até seu correspondente código materializado em um display flip-dot.

A obra se vale de recursos de alta tecnologia que mesclam sensores de variados tipos, projeção multicanal e inteligência artificial capazes de construir um perfil do visitante: desde elementos menos complexos de detecção, como altura e cor de cabelo, até aspectos que nos fazem duvidar que ali não haja alguma conexão com nossos dados pessoais em rede: o mesmo painel ainda arrisca a graduação dos óculos daquele que os usa, o gênero e, de forma impressionante, a idade do visitante. Claro que, como se trata de inteligência artificial, o que temos ali pode variar conforme a posição em que nos mostramos ao painel, mas é fato que o nível de acerto, por exemplo em relação à idade, é mesmo muito significativo. Em uma perspectiva mais ampla, a obra entrevê as potencialidades, hoje já disponíveis, de extração de informações de interesse diretamente do *Big Data* e de, recombinando esses dados, ter acesso às mais privadas características dos indivíduos.

Seu terceiro painel funciona como uma espécie de extensão e expansão do espelho. Como nos esclarece a ficha técnica, ele realiza um escaneamento em três dimensões do corpo do visitante, transformando-o em um conjunto de dados, um emaranhado de códigos, os quais podem ser então dispostos de infinitas maneiras pela obra: "Aqui, o corpo se destaca do espectador para liderar sua própria vida em um mundo paralelo como na história de Lewis Carroll *Alice through*

[49] Disponível em: <https://open-codes.zkm.de/en/works-exhibition>. Acesso em: 20 jan. 2018.

the Looking Glass (1871)". E completa: "O escaneamento é uma expansão do espelho porque identifica e exibe dados que não são visíveis em um espelho clássico"[50].

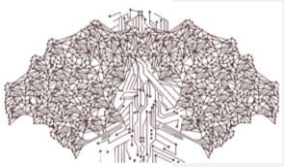
Pois essa junção entre arte e Big Data será o elemento de inspiração para uma nova sociedade e uma nova arte, transformadas em utopia pelo robô de *Manifest*[51]. Nessa outra obra de *Open Codes*, a máquina, ao escrever seus próprios manifestos[52], anuncia os limites de um mundo em que as leis não se referem mais exclusivamente à esfera humana. Máquinas e homens participam dessa sociedade outra em que a ação é problematizada na medida em que seu aspecto "ético", no sentido forte do termo, não pode ser apreciável pelos não humanos: como nos esclarece a obra, sem qualquer "forma de moralidade" ou "senso de justiça", o robô formula as suas sentenças legais de forma livre. E é justamente esse conflito com o que hoje concebemos como "justo" e "moralmente aprovável" que pode nos causar um certo estranhamento na leitura de seus manifestos.

A obra nos coloca diante de inúmeros dilemas, mas o maior deles, sem dúvida, toca diretamente essas questões moral e ética: ainda que esta pergunta soe filosoficamente descabida, mas "em que medida o robô é mesmo moralmente livre na escolha das sentenças de seus manifestos"? Em outros termos: até que ponto essa sua "liberdade" na formulação de princípios e regras para a vida no mundo não pode mesmo significar princípios e regras que favoreçam determinados estratos ou grupos sociais? Embora pareça tratar os algoritmos como um elemento moralmente neutro e ainda que prever todos os efeitos de suas ações seja cada vez menos possível

[50] Ficha técnica da obra em *Open Codes*. Texto também presente na *homepage* da exposição, disponível em: <https://open-codes.zkm.de/en/works-exhibition>. Acesso em: 20 jan. 2018. No original: "Here the body detaches from the viewer to lead its own life in a parallel world like in Lewis Carroll's story *Alice through the Looking Glass* (1871)"; "The scan is an expansion of the mirror because it identifies and displays data that is not visible in a classic mirror".

[51] *Manifest* é uma obra do robotlab, laboratório fundado pelos artistas Matthias Gommel, Martina Haitz and Jan Zappe em 2000, vinculados ao Institute of Visual Media do ZKM. Disponível em: <https://open-codes.zkm.de/en/works-exhibition>. Acesso em: 20 jan. 2018.

[52] Como afirma sua ficha técnica: "Esses manifestos consistem em sentenças que apresentam hipóteses, geradas e escritas de forma independente pelo robô, fazendo uso de termos armazenados da ética, do direito, da tecnologia e da sociedade, além de uma coleção de estruturas de sentenças a partir de textos legais judiciais e ficcionais, que o robô combina algoritmicamente". Texto também presente na *homepage* da exposição: disponível em: <https://open-codes.zkm.de/en/works-exhibition>. Acesso em: 20 jan. 2018. No original: "These manifestos consist of sentences presenting assumptions, which the robot independently generates and writes down making use of stored terms from ethics, law, technology, and society, and also a collection of sentence structures from judicial and ficcional legal texts, which the robot combines algorithmically".



por nós humanos, a obra não deixa de nos plantar uma crucial dúvida sobre a programação deles na seleção dos termos e das sentenças que comporão os manifestos.

A experiência de *Manifest* desperta-nos, assim, para uma série de questões que se tornarão cada vez mais candentes nos próximos anos: os significados e desdobramentos da relação entre homem e máquina no contexto do que hoje apontamos como vida ou inteligência artificial. Além da própria obra do robotlab, há outras experiências bastante interessantes e inovadoras que nos levam a esses mesmos dilemas, obras do que poderíamos aqui sublinhar como uma espécie de "arte robótica", entrecruzamentos de artes e inteligência artificial. São exemplos disso o RAP (Robotic Action Painter), do artista português Leonel Moura, robô que produz desenhos, assina-nos e estabelece quando a obra está concluída[53], e os robôs retratistas de Patrick Tresset, que reproduzem, a partir de um traçado particular resultado da ação de sensores de presença e sistemas de computação autônomos, os rostos de seus visitantes[54].

Last but not least, no campo das neurociências, vale ainda ressaltar os projetos de jovens artistas como Judith Amores, pesquisadora do MIT Media Lab. Além de outros inovadores trabalhos com hologramas e realidade aumentada, descritos pela artista como *HoloArt*[55], Amores têm se dedicado a experimentos que buscam aprofundar, cada vez mais, o grau de imersão dos usuários nos ambientes de RV. Em um de seus mais novos projetos, *PsychicVR: Increasing Mindfulness by using Virtual Reality and Brain Computer Interfaces*[56], Amores desenvolveu um dispositivo que, por meio de uma interface cérebro-computador, monitora e grava a atividade cerebral do usuário, convertendo esses dados em informações dos ambientes de realidade virtual. Assim, se o usuário se põe concentrado pode então ter acesso a ambiências específicas, experimentando, por exemplo, a sensação de levitar. Fazendo alusão aos poderes dos super-heróis, Amores dá-nos um exemplo da série de projetos inovadores que têm sido desenvolvidos nesse avançado estágio da arte cibernética, um caminho que tende a conectar diretamente nossos comandos cerebrais às próprias ações dos dispositivos.

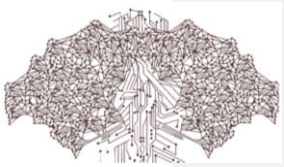
***

[53] Disponível em: <http://www.leonelmoura.com/index.php/robot-art/rap/>. Acesso em: 20 jan. 2018.

[54] Disponível em: <http://patricktresset.com/new/>. Acesso em: 20 jan. 2018.

[55] Disponível em: <http://judithamores.com/portfolio/holoart/>. Acesso em: 20 jan. 2018.

[56] Disponível em: <https://vimeo.com/152912577>. Acesso em: 20 jan. 2018.



Por fim, a partir da apresentação de uma série de casos representativos, buscamos aqui refletir sobre o que apontamos como um modo de percepção outro associado ao processo de fruição estética nessas obras de arte cibernética. A discussão é ampla e pretende, antes, servir como ponto de problematização para o que aqui indicamos como nossos dois objetivos fundamentais: o de contribuir para um esforço que situa a comunicação como um fenômeno fundamentalmente estético, distanciando-se do viés racionalista que marca os estudos clássicos da comunicação, e o de discutir sobre possibilidades outras de fruição estética precipitadas por dispositivos digitais.

A partir de uma breve seleção de casos representativos, buscamos refletir sobre essa questão da fruição sustentando que parece haver a emergência de um modo de percepção diverso justamente por conta de um elemento próprio dessas obras: elas nos colocam diante de uma espécie de imagem diversa, o que chamamos previamente de "imagem algorítmica". Dotadas dessa imagem, as obras parecem despertar-nos efeitos perceptivos outros, que aqui buscamos ancorar em duas hipóteses explicativas: a primeira, a da dissolução da frontalidade entre espectador e obra, acaba por abrir-nos a uma nova perspectiva de relação estética nesses casos representativos, confundindo as instâncias entre aquele que assiste e aquilo que é assistido. Já a segunda hipótese, a da mudança da natureza da ação artística nessas obras, vem a reboque desse nosso primeiro ponto, pois, ao propor que a ação artística pode partir agora da própria máquina, reconfigura, ou no mínimo leva à inviabilidade, as próprias noções de "espectador" e "obra" como sujeito e objeto, produtor e produção.

Tendo isso como seus pontos norteadores, este artigo não pretende, de forma alguma, esgotar a temática que propõe, muito menos se posiciona de um modo inflexível sobre ela. Trata-se, sim, de reflexão aberta e em constante aperfeiçoamento.

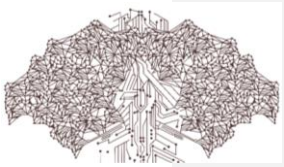
Referências bibliográficas

ARANTES, O. "Os novos museus". In: **O lugar da arquitetura depois dos modernos**. São Paulo: EdUSP, 1993.

BENJAMIN, W. "A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica" [1936]. In: **Obras escolhidas**. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. vol. 1. São Paulo: Brasiliense, 2012.

_____. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica** [1936]. Segunda versão. Apresentação, tradução e notas de Francisco De Ambrosis Pinheiro Machado. Porto Alegre: Zouk, 2014.

_____. **Sobre la fotografía**. Valencia: Pre-Textos, 2015.



BORGES JUNIOR, E. **Comunicação heterogênea e ação artística tecnológica:** a "ecologia política" em Bruno Latour e a Teoria Ator-Rede no contexto da obra de arte digital. São Paulo: Anais do XIV Congresso Ibero-Americano de Comunicação Ibercom, 2015.

_____. **Forma espetacular e imagem bipolar:** reflexões sobre abstração e concretude na fruição da imagem midiática contemporânea. São Paulo: Anais do XXXIX Intercom Nacional, 2016.

_____; DI FELICE, M. **The Post-Virtual Reality:** From the Interactive Experience to the Connective Experience. 6th EAI International Conference: ArtsIT, Interactivity & Game Creation. Springer, 2018 (no prelo).

_____; VIEIRA, K. **Sobre a problemática da interação nas redes digitais:** da relação social à vinculação. São Paulo: Anais do IX Simpósio Nacional ABCiber, 2016.

DI FELICE, M. **Net-ativismo:** da ação social ao ato comunicativo. Trad. Eli Borges Junior. São Paulo: Paulus, 2017.

_____. **Paisagens pós-urbanas:** o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.

DOMINGUES, D. **Arte e vida no século XXI:** tecnologia, ciência e criatividade. São Paulo: Unesp, 2003.

ECO, U.; FABBRI, P. "Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale". **Problemi dell'informazione**, n. 4, 1978, pp. 555-597.

FABBRINI, R. "A fruição nos novos museus". **Especiaria: Cadernos de Ciências Humanas**, v. 11, n. 19, 2008, pp. 245-268.

FLUSSER, V. **O universo das imagens técnicas:** elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume: 2008.

HABERMAS, J. **Teoria do Agir Comunicativo:** racionalidade da ação e racionalização social. Trad. Paulo Astor Soethe. vol. 1. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

HUSSERL, E. **Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendentale Phänomenologie**. Eine Einleitung in die phänomenologische Philosophie. Textos organizados por Walter Biemel. The Hague: Martinus Nijhoff, 1976.

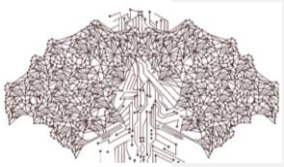
_____. **Meditações Cartesianas e Conferências de Paris**. Trad. Pedro M. S. Alves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013.

KANT, I. **Crítica da razão pura**. Tradução e notas de Fernando Costa Mattos. Petrópolis: Vozes, 2012.

LASSWELL, H. D. **Politics:** who gets what, when, how. New York: McGraw-Hill, 1936.

LATOUR, B. **Reassembling the social:** an introduction to Actor-Network-Theory. New York: Oxford University. Press, 2005.

LAZARSFELD, P.; MERTON, R. Mass communication, popular taste and organized social action. In: BRYSON, L. **The communication of ideas**. New York: Harper, 1948. pp. 95-118.



LUKÁCS, G. **A alma e as formas**. Introdução de Judith Butler. Tradução, notas e posfácio de Rainer Patriota. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

_____. A relação sujeito-objeto na estética. Trad. Rainer Patriota. **Artefilosofia**, Ouro Preto, n. 14, julho 2013.

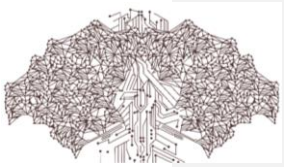
PERNIOLA, M. **Il sex-appeal dell'inorganico**. Torino: Einaudi, 1994.

_____. **Transiti:** come si va dallo stesso allo stesso. Bologna: Cappelli, 1985.

SHANNON, C.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SODRÉ, M. **A ciência do comum:** notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



GAME OVER: OS JOGOS DIGITAIS E A MORTE DO CORPO[1]

André Luiz Dal Bello[2]

Resumo: Em julho de 2012, um jovem de 18 anos morre após jogar por 40 horas seguidas um jogo digital (game) em um cibercafé em Taiwan. Não seria alarmante o fato de alguém entrar em óbito realizando uma tarefa cotidiana como dirigir um automóvel, ou realizar tarefas domésticas. O caso é que ao jogar um game por longos períodos – às vezes dias sem intervalos – tem resultado em outros casos de óbito por diferentes países do mundo. Um ano antes, um jovem britânico de 20 anos morreu depois de dedicadas horas ininterruptas de jogatina digital. Em fevereiro de 2017, um americano de 35 anos que estava por mais de 24 horas jogando e transmitindo ao-vivo sua performance também vem a falecer por exaustão. A partir desses casos, este estudo versa sobre o abandono do corpo físico pelos jogadores em detrimento do consumo das imagens eletrônicas e do prazer que elas geram, em específico as imagens geradas pelos jogos digitais - games, que vislumbram as possibilidades de entretenimento e performance no ciberespaço, aquelas que, independentemente do título de game jogado, transcendem os limites do corpo físico. O estudo, de caráter bibliográfico, está amparado nas reflexões alastradas por Baitello Junior (2006), Contrera (2015), CSIKSZEN-TMIHALYI (1975), Flusser (2011), Huizinga (2000), Kamper (2002), Keleman (1999) e Rüdger (2008).

Palavras-chave: jogos digitais, imagens digitais, corpo, morte, consumo.

Introdução

No final de 2015, o polonês Hubert Krzysztof Blejch se tornou recordista mundial com o feito de jogar por mais tempo jogos digitais sem parar. Seu recorde excedeu seu antecessor em 48 minutos, totalizando 5 dias, 21 horas e 41 minutos, com intervalos de 10 minutos a cada hora para descanso e alimentação. A jornada de mais de 141 horas de jogatina foi acompanhada por um médico e por um auditor da Guinness World Records que autenticou o feito do polonês.

[1] Artigo apresentado à disciplina Mídia, Mito e Resiliência no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista no segundo semestre de 2017.

[2] O pesquisador é professor da Universidade Braz Cubas, nos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Marketing e mestrando em Comunicação pela Universidade Paulista (UNIP). E-mail: andredalbel-lo@gmail.com.

Diferentemente do citado recordista, jogadores por todas as partes do mundo têm se dedicado a jogar *games*[3] por longos períodos em uma performance ininterrupta, sem um acompanhamento médico ou de alguém que os oriente em relação ao tempo da atividade, e que, em alguns casos, têm levado os jogadores à óbito. Esses jogadores não são, em sua maioria, jogadores profissionais ou que se propõem a alcançar índices recordistas. Eles jogam pelo prazer que o game proporciona, muitas vezes ligado ao que os mundos virtuais do ciberespaço podem lhes oferecer e, ao mesmo tempo, se desconectarem dos limites e desprazeres do mundo real. Enquanto atuam nos games através dos celulares, joysticks, mouses e/ou teclados, o corpo é abandonado (Keleman, 1999) a ponto de colapsar sem alimentos e descanso apropriado. É o caso do chinês Chen Rong-yu, 23 anos, que sofreu um ataque cardíaco fulminante em 2012 após jogar por 23 horas seguidas em um cibercafé em Taipei. As causas decorrem do longo período em que ficou sentado, fadiga e pela baixa temperatura do local. Os usuários no cibercafé só perceberam 9 horas depois o ocorrido porque acreditavam que ele estava apenas jogando. Caberia aqui nos perguntarmos se não existe diferenças tão evidentes entre permanecer imerso no ambiente digital e estar morto? Quando retirado pelos legistas, no corpo do jovem era visível o registro da limitada posição que o jogador provia ou seu próprio corpo: sentado, com os braços esticados sobre a mesa e com os dedos no teclado e mouse (FIG.1).



FIGURA 1 – Corpo do jogador, Chen Rong-yu, 23 anos, sendo retirado da mesa onde jogava.
FONTE - (Foto: Divulgação). Disponível em: <https://goo.gl/bB7rAv> Acesso em 8 dez. 2017.

[3] Usaremos o termo *game* neste artigo toda vez que nos referirmos aos jogos digitais, abordando em todo o seu conjunto de gêneros, plataformas e formas uso. O termo *videogame* seria inadequado porque não estamos aqui abordando somente os *consoles,* mas todas as possibilidades de consumo de *games,* como, por exemplo, aqueles possíveis pelos aparelhos *mobiles* (celulares e *tablets*).

Um ano antes, o britânico Chris Staniforth, 20 anos de idade, ao jogar por 12 horas seguidas desencadeou uma trombose venosa profunda que o levou a óbito. Paramédicos acionados por um amigo de Chris chegaram a socorrê-lo, mas não conseguiram reverter os coágulos no sangue que bloquearam seus pulmões. O jogador não possuía histórico de doença e complicações médicas, o que levaram os legistas a concluírem que a trombose venosa profunda foi causada pelos longos períodos de inatividade das pernas. Em entrevista ao jornal The Sun, o pai confirma que Chris era o típico jogador que se dedicava horas e horas sem interrupção, principalmente quando ganhava um novo game.

Mais recentemente, no primeiro bimestre do ano de 2017, o jogador *streamer*[4] Brian Vigneault, 35 anos, morreu após jogar por um período de 24 horas. Depois de horas de jogo, Brian fez uma pausa e deixou a transmissão ao-vivo para fumar um cigarro e não retornou mais. Os espectadores, ao verem que ele não retornava à transmissão, julgaram que Brian possivelmente teria dormido ou desmaiado por conta da aparente exaustão física (FIG. 2). Ele teria tido complicações cardíacas e só horas depois um amigo foi avisado por socorristas sobre o falecimento do jogador.

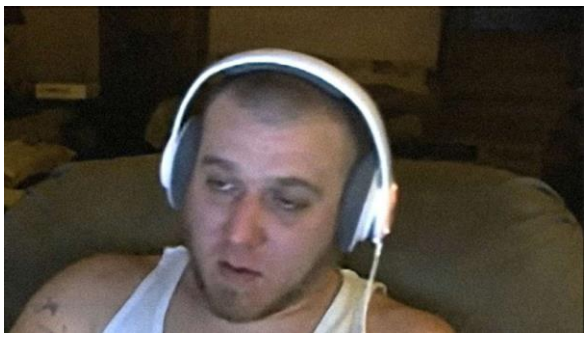


FIGURA 2 – Brian Vigneault, 35 anos, em transmissão ao-vivo de sua maratona de 24 horas.
FONTE – (Foto: Divulgação). Disponível em: <https://goo.gl/mmTgev> Acesso em 8 dez. 2017

Esses três casos nos fornecem um ponto de partida para a discussão acerca do quanto estão dispostos os jogadores, independentemente do gênero dos games que jogavam, a limitar os movimentos do corpo a favor da interação lúdica nos espaços virtuais, seja para um

[4] *Streamer* são os jogadores que transmitem ao-vivo suas performances para o público internauta através de uma plataforma como o *Twitch* (twitch.tv).

entretenimento voltado aos espectadores que os assistem em transmissões ao-vivo, seja para uma satisfação própria. Para entendermos a relação dos jogadores com os games, abordaremos os conceitos de Huizinga (2000) sobre a necessidade e o fascínio que o ser humano tem de jogar. Em seguida, abordaremos especificamente as práticas dos games para lidar com a frustação dos jogadores em relação a vida e a morte dos personagens e aplicação do conceito de *flow* de Csikszentmihalyi (1975) para, posteriormente, discutirmos os conceitos de abandono do corpo (KELEMAN, 1999) e de uma consciência hipnógêna (CONTRERA, 2015) em detrimento do consumo das imagens digitais que nos deslumbram em seus ambientes virtuais, para, por fim, tentarmos justificar esse desejo pelas imagens – iconomania (BAITELLO JUNIOR, 2006) produzidas também pela mídia dos games como forma de um divertimento que serve de fuga (FLUSSER, 1999) aos desprazeres insuportáveis da vida comum.

Espera-se, com essas abordagens, levantar questionamentos que ampliem os horizontes de compreensão e aplicação do conceito de abandono do corpo quando motivado pela utilização das novas mídias, como no caso dos *games.*

O homem e o jogo

Faz-se necessário resgatar os conceitos alicerces para os estudos de games, que apresentam uma reflexão sobre a compreensão da relação do homem e o com ato de jogar. Huizinga (2000) discute que o "jogar" é um elemento nuclear de formação da cultural humana e está presente nos diversos cenários da política, na guerra, no amor, na poesia e em tantas outras onde os elementos lúdicos se fazem presentes.

Como ponto de partida, o autor propõe características essenciais que implicam o ato de jogar. A priori, o jogo deve ser uma atividade livre e que o jogador aceite com uma atividade não pertencente ao mundo real, como um intervalo em nossa vida cotidiana.

> A intensidade do jogo e seu poder de fascinação não podem ser explicados por análises biológicas. E, contudo, é nessa intensidade, nessa fascinação, nessa capacidade de excitar que reside à própria essência e a característica primordial do jogo. O mais simples raciocínio nos indica que a natureza poderia igualmente ter oferecido a suas criaturas todas essas úteis funções de descarga de energia excessiva, de distensão após um esforço, de preparação para as exigências da vida, de compensação de desejos insatisfeitos etc., sob a forma de exercícios e reações puramente mecânicos. Mas não, ela nos deu a tensão, a alegria e o divertimento do jogo (HUIZINGA, 1989, p. 4).

Nesse ambiente, no universo do jogo, repleto de fantasia, de sonhos e catarse, podemos assumir, como jogadores, diferentes papéis: combatentes de guerra, esportistas, desbravadores de um mundo repleto de criaturas demoníacas e etc. Ainda de acordo com Huizinga, o jogo deve possuir regras que, invariavelmente, limitam o seu tempo e espaço, criando uma ordem que estabeleça, mesmo nos títulos de games digitais mais caóticos, um sentido para o jogador. A tensão, a incerteza e o acaso são elementos que, nos jogos de azar ou do gênero esportivo, atuam como mecanismos da jogabilidade e dirigem a imersividade do jogador que, combinadas com outros elementos próprios dos jogos digitais, fornecem uma experiência pelo desafio de conquista e/ou representação. A aceitação das regras e desempenho de uma representação para o cumprimento de um ou vários desafios é o que se define como sendo o "círculo mágico" do jogo. Quebrar as regras ou não aceitar ao mundo fantasioso imposto pelo jogo é romper ou abalar o círculo mágico, o que o autor chama de "desmancha prazeres" (2000, p. 12).

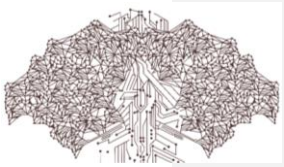
Distante do papel de desmanchar prazeres, os jogadores que, envoltos no círculo mágico dos games digitais, sentados em suas confortáveis cadeiras em um cibercafé, estão rigorosamente seguindo as regras do jogo: jogá-lo representando aquilo/quem você não é – mesmo que o que eles realmente são na vida real fique em estado de *standy by* por horas ou dias.

Morrer não significa mais o fim

No final dos anos 80, viveu-se a popularização dos videogames - já em sua terceira geração – em vários países do mundo, assim como o Brasil através dos consoles das empresas concorrentes Nintendo e Sega. Mostravam-se muito habilidosos aqueles jogadores que conseguiam acabar um título de videogame sem morrer com seu personagem em qualquer uma das fases, incluindo o *final boss*[5] que, de costume, apresenta grande desafio aos jogadores. Para a maioria, não era incomum chegar à derradeira tela de game over quando se esgotavam todas as chances (vidas). Para facilitar o game, muitos jogadores burlavam as regras iniciais, adicionando vidas extras e outros itens através de comandos secretos compartilhados, até então, em revistas especializadas e por entre os jogadores. Um famoso *cheat*[6] era utilizado para se obter 30 vidas no game chamado Contra (KONAMI, 1987), disponível para consoles de terceira geração da

[5] Constumeiramente conhecido no Brasil como "chefão" ou "chefe final", o *final boss* é o último desafio dos *games* e é caracterizado pelo enfrentamento de um (a) personagem de extrema dificuldade.

[6] *Cheat* é a trapaça realizada pelos jogadores nos *games* que pode variar entre as ações de: ganhar mais vidas ou se imortalizar-se; obter todos os itens do *game;* desbloquear todas as habilidades de um personagem, etc.



Nintendo Entertainment System (NES), possibilitando à muitos jogadores a experiência de finalizar o título sem grandes dificuldades.

O fato é que, hoje, nos mais diversos gêneros de games, não temos em muitos jogos a tela do game over como tínhamos antes. Não se frustra o jogador com a morte – o fim das chances. Em muitos títulos, quando se morre no game, há a possibilidade de voltar para um *checkpoint*[7]. Tenta-se passar o desafio até conseguir ou, em jogos MMOG (Jogos Online para Multijogadores), morre-se o personagem, mas o mundo virtual dinâmico compartilhado no ambiente digital online com outros jogadores permanecerá lá, disponível para a entrada de um novo avatar[8], como uma nova vida, uma nova chance.

Essa não frustação está estreitamente ligada às possibilidades extracorpóreas que o ambiente digital é capaz de prover frente aos desafios dos que os games oferecem. O conceito de *flow* indica um equilíbrio entre os desafios e o prazer que o jogador tem em superá-los:

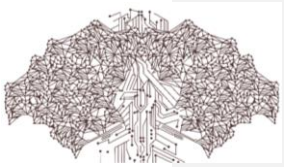
> [...] a sensação de que as habilidades das pessoas são adequadas para lidar com os desafios apresentados, em um sistema de ação objetivo dirigido, limite-regra que fornece pistas claras quanto à forma como se está realizando. Concentração é tão intensa que não há atenção de sobra para pensar em nada irrelevante, ou se preocupar com problemas. Autoconsciência desaparece, e o sentido do tempo torna-se distorcida. Uma atividade que produz tais experiências é tão gratificante que as pessoas estão dispostas a fazê-lo para seu próprio bem, com pouca preocupação com o que eles vão sair dela, mesmo quando é difícil ou perigoso. (CSIKSZEN-TMIHALYI, 1975, p. 71 apud SALISBURY; TOMLINSON, 2014, p. 2)[9]

O design de *games* utiliza desta combinação equilibrada entre o desafio e a recompensa proposta pelo conceito do *flow* para manter um fluxo contínuo prazeroso em jogar. Se de alguma maneira os desafios se apresentam muito difíceis, o jogador desiste de jogar – frustra-se. O contrário também tem o mesmo efeito, quando os desafios do jogo se apresentam muito fáceis o jogador se frustra e não se sente estimulado a jogá-lo. Assim vem sendo trabalho o design de *games* para as variadas plataformas e suas múltiplas narrativas. Proporcionar desafios que podem ser superados mesmo que se elimine uma condição natural para todos os seres: a morte. O corpo físico então é abandonado e substituído por avatares que irão proporcionar experiências ilimitadas

[7] Momento em que o game grava o progresso do jogador até aquele momento do game. Em muitos casos os *checkpoints* são automáticos e acontecem quando se realiza ou se está próximo de um desafio.

[8] Nos ambientes virtuais, avatar é a representação projetada do usuário que pode ser uma representação na íntegra ou uma representação que explore personagens imaginários, muito próprios dos *games*.

[9] Livre Tradução.



- oportunidades infinitas de morrer e reviver, de tentar e refazer uma estratégia - que só acabarão quando o jogador decidir desligar o aparato eletrônico.

O corpo abandonado

É no ambiente digital que o consumo exacerbado de imagens, que Günther Anders (apud BAITELLOS JUNIOR, 2006), diagnostica como a "iconomania" contemporânea, uma dependência das imagens, que, ao trazer a presença de uma ausência gera uma ludopatia.

> Mas se a atividade lúdica, entendida como "acontecimento corporal" também reduz o corpo aos dedos, ou aos olhos, as ludopatias trazem também uma outra destruição, a destruição por meio das abstrações, operações estratégicas ou cirúrgicas de retirada ou subtração de dimensões espaço-temporais. Ou então se promove substituição dos corpos e objetos tridimensionais por modelos de complexidade infinitamente menor. (BAITELLO JUNIOR, 2006, p.10).

Seguindo esse pensamento, ao reduzir o corpo aos dedos e olhos para a atividade de jogar, o jogador perde a experiência corpórea que Keleman (1999) define como o mito do corpo abandonado. Este corpo abandonado é objetificado servindo apenas de alimento às imagens que precisam ser nutridas. Este é um corpo com uma consciência hipnógena (CONTRERA, 2015), intolerante ao princípio da realidade onde existe o concreto, o dar errado e a morte. Jogadores que se ausentam do corpo negam a morte e sexualidade, que ainda representam as duas fraquezas fundamentais do corpo (KAMPER, 2002), para uma existência em imagem (eterna). Baitello Junior corrobora essa ausência do corpo em detrimento da imagem quando afirma que "a imagem pode ser traduzida como a 'ausência do corpo' ou 'renúncia ao corpo', de antemão, o oposto das aparições fantasmagóricas de corpos sem sombra, trata-se aqui de sombras sem corpos". (2005, p. 6).

Para Baudrillard (1996), o velho slogan "a realidade supera a ficção" foi deixado para trás quando o desencanto radical da vida corpórea é superado pelo estágio "cool" e cibernético. "O corpo e suas relações próximas são pouco a pouco destruídos" (KAMPER, 2000, p.09), perde-se o momento presente e a capacidade de operar as imagens somáticas que nossos corpos herdam, que organizam, agregam e mantém nossa forma como nos lembra Keleman (1999, p. 51).

As experiências somáticas que o corpo proporcionaria são infinitamente ampliadas no ambiente das imagens. Pode-se voar, saltar, correr e morrer infinitamente no corpo binário das imagens eletrônicas, experiências essas que dissociam a mente do corpo físico. Não se dá mais conta das necessidades que o corpo físico demanda: descansar, alimentar-se e movimentar não são ativados porque não é original do corpo binário ao qual a mente no momento do jogar pertence. Ainda para Keleman, "essas imagens substituem a experiência somáticas. Onde

anteriormente compreendíamos como imagem por meio das experiências, agora compreendemos a experiência apenas pelo que seus símbolos querem dizer" (1999, p. 44). Nesse sentido, as experiências somáticas que vivenciamos com o corpo, aquelas que realizamos com as mais simples atividades cotidianas, têm sido substituídas pelas imagens que os jogadores de *videogames* consumem. Não é raro, entre os grupos de jogadores que se encontram em espaços online como fóruns e redes sociais, se deparar com comentários que narram ações desempenhadas dentro de *games.* Os comentários não só exibem a performance de como o jogador em questão realizou ações, mas nos remete ao quanto de tempo de jogo substituiu ações do corpo físico.

Mesmo para os jogadores que tinham o *Kinect*[10] como uma forma de entrelaçar as experiências somáticas às imagens e ações produzidas pelos *games*, foram surpreendidos como anúncio oficial da Microsoft de que o aparelho não será mais fabricado a partir do ano 2018. A empresa alegou que os títulos produzidos para serem usados com o dispositivo não tiveram, nos anos de 2016 e 2017, um número expressivo nas vendas, justificando o cancelamento de investimentos e continuidade do aparato no mercado mundial. Desta forma, também deixaram de serem produzidos os *games* denominados de *exergames*[11], dando cada vez mais espaço para os títulos de passividade corpórea.

Curiosamente, o *Kinect* tem uma programação que identifica por quanto o tempo o *videogame* está ligado e exibi por cima da imagem do *game* a frase "Está cansado ou dolorido? Descanse um pouco". A frase só aparece quando o período de utilização do acessório excede o recomendável para exercícios físicos. Parecia ser uma preocupação da Microsoft visto que, impresso e disponível em formato digital, dispunha de um manual do usuário[12] com recomendações específicas para uso do Kinect em relação a faixa etária, reações que os jogos poderiam causar e indicação de uso. Para todos os outros títulos que funcionam sem a necessidade de movimentos corpóreos – os tradicionais *games* que utilizam os *joysticks* - não existe, nem da parte da Microsoft em seus consoles ou pelos desenvolvedores de jogos, nenhuma frase

[10] Sensor de movimentos desenvolvido pela empresa Microsoft para os consoles de *videogame* Xbox 360 e Xbox One, junto com a empresa Prime Sense. A tecnologia utilizada permite aos jogadores interagir com os jogos eletrônicos sem a necessidade de ter em mãos um *joystick*. Títulos lançados permitem desde corridas atléticas e voos com asa deltas como lutas de boxes e dirigir modelos de veículos automotores idênticos aos reais.

[11] A expressão significa "jogos de exercício", combinação das palavras "Exercício" e "*Games*"

[12] Diretrizes de saúde e segurança do Kinect. disponível em <https://support.xbox.com/pt-BR/games/gaming-on-windows/health-safety-guidelines>. Acesso em: 12 set 2017.

programada para ser exibida do tipo "Está sentado há muito tempo? Levante, alimente-se, faça um alongamento".

Nessa escolha entre o a imagem e o somático, os *games*, como produtores de imagens e mundos virtuais, fornecem espaços lúdicos dicotômicos porque ao mesmo tempo que promovem ao jogador uma alternativa à difícil realidade do mundo real, o aprisiona com o fornecimento de tão prazeroso alimento: as imagens.

Jogando com imagens digitais

Para melhor compreendermos as motivações do jogador em relação ao jogar/consumir *games* e suas imagens, faremos um paralelo entre os conceitos de crença zero de Flusser (2011) e o círculo mágico proposto por Huizinga (2000) já citado anteriormente.

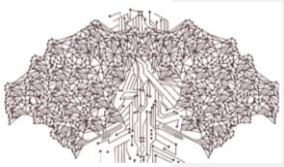
A diversão, segundo Flusser (2011), através do cinema – meio que nos alimenta de imagens e sons como as diversas telas em que podemos jogar –, tem duas funções fundamentais: diverte a realidade e converte o homem em espectador. Em sua primeira função, tapa-se a "realidade" para, em seguida, criar uma distância entre a pessoa. Nos diverte porque destrói o universo que, em sua atual fase, é insuportável por transformar todas as coisas em instrumentos.

Nos jogos, e aqui nos direcionaremos também para os *games* digitais, o homem, para participar – papel atuante – deve abri-lhe uma crença zero, aceitando o repertório e a estrutura para "brincar" com os outros. Existe um engajamento para se escolher a liberdade de crença zero que permita que o jogo, "em resposta a seriedade cretina da vida e da morte" (FLUSSER, 1967, p.6). Ainda nessa perspectiva, o jogador, no seu ímpeto, torna-se mais rebelde conforme participa de mais jogos possíveis, rebelando-se contra o sistema a que está inserido. Diferentemente do cinema, o *game* tem interatividade e proporciona um papel atuante no progresso da narrativa e/ou da resolução dos desafios propostos.

O homem, para suportar a realidade, brinca, joga e, como aponta Rüdger (2008), se encanta com o espetáculo *high-tech* que, por meio dos fenômenos da Indústria Cultural, nos oferece como diversão, o experenciar prazeroso, daquilo que pode vir nos acontecer. É desta forma que

> as imagens visuais, as imagens auditivas, as imagens mentais e conceituais, aquelas mesmas imagens que ajudaram a povoar o imaginário da criatividade humana, que ajudaram o homem a construir a sua segunda natureza, sua cultura, entraram em processo de proliferação exacerbada. Quanto mais elas se oferecem como alimento, mais aumenta a avidez por imagens. (BAITELLO JUNIOR, 2000, p. 6).

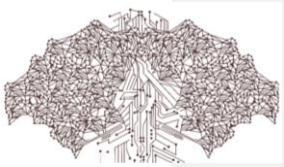
Neste mesmo sentido, se percebe a passividade que a sedação da mídia nos coloca e que, por outro lado, nos reforça "o elogio que nossa época faz às formas de conforto" (CONTRERA,



2010, p 68). Jogar e estar nos ambientes digitais é muito mais confortável, primeiro porque não se pratica a ação do corpo em sua plenitude e, em segundo, porque não se tem contato completo com o outro. Mesmo os contatos realizados por meio dos jogos *multiplayer*[13] permitem apenas um contato parcial, limitado aos pixels e sinais elétricos convertidos em ondas sonoras que, reproduzidos por uma tela e altifalantes, proporcionam a possibilidade de manifestação de hostilidade verbal e/ou a interrupção do contato a qualquer momento, dispensando quaisquer protocolos sociais de boa conduta e simpatia. Afinal de contas, é como se não tivesse "alguém de verdade" conduzindo os personagens na tela.

A ação corpórea é a manifestação da vida e sociabilidade quando colocamos o corpo em contato com outros corpos, corpos de carne e osso que não tem *checkpoints* e que experimentam o mais perturbador sentimento de finitude humana, a morte. Não se morre por jogar *games*. Morrem aqueles que abandonam o corpo e negligenciam de suas necessidades mais básicas em virtude do prazer que os *games* lhes oferecem como um espaço de não frustação.

[13] Jogos m*ultiplayer* são jogos que permitem que os jogadores joguem simultaneamente uma mesma partida. É comum a criação de grupos de jogadores para disputar partidas de jogos de combate de guerra ou corrida.



Referências bibliográficas

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A volatilização do sangue. Tipografia e imagem mediática, jogos e guerras, animação e anestesia, orientação e ocidentação**. In: Os Símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia. Norval Baitello Jr., Luciano Guimarães (org) São Paulo: Annablume, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. A Troca Simbólica e a Morte. São Paulo: Loyola, 1996.

CONTRERA, Malena. **Mediosfera**: meios, imaginário e desencantamento do mundo. São Paulo: Annablume, 2010.

_____. **Mídia e Pânico:** saturação da informação, violência e crise cultural na mídia. São Paulo: Annablume, 2002.

_____. Malena. **Zumbis, Vampiros e Seres da Cultura Mediática**. Revista Líbero, no. 36, julho-dezembro de 2015.

FLUSSER, V. **Da diversão**. Disponível em <www.cisc.org.br/biblioteca>. Acesso em: 02 set. 2017.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

_____. **Jogos**. Disponível em <www.cisc.org.br/biblioteca>. Acesso em: 05 set. 2017.

KAMPER, D. A Imagem. Disponível em <www.cisc.org.br/biblioteca>. Acesso em: 01 out. 2017.

_____. **O Corpo**. Disponível em <www.cisc.org.br/biblioteca>. Acesso em: 01 out. 2017.

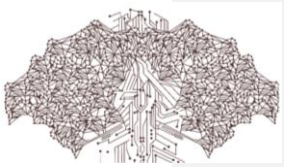
KELEMAN, Stanley. Mito e corpo. São Paulo: Summus, 1999.

KONAMI. Contra, 1987. [*Game*].

RÜDIGER, Francisco. **Cibercultura e pós-humanismo**: exercícios de arqueologia e criticismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SALISBURY, J; TOMLINSON , P. **Contextualising Flow in Games**. DIGRA, 2014. Disponível em <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/digra2014_submission_59.pdf>. Acessado em: 15 set. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



GAMES E PESSOAS ELETRÔNICAS: EXPERIMENTOS DE ARTE CONTEMPORÂNEA NUMA INVESTIGAÇÃO ONTOLÓGICA[1]

Leonardo Ferreira[2]

Resumo
No aprofundar do campo da Inteligência Artificial, questões surgem. Entre elas, a ética em relação a *pessoas eletrônicas*. Propomos aqui uma via de discussão focada no *status* ontológico delas enquanto *imagens* de *jogos eletrônicos*. Para tanto, tomamos experimentos em pós-Fotografia e Arte Contemporânea de nossa autoria, discutindo a cientificidade da pesquisa *em* artes. Como considerações, questões sobre possibilidades metodológicas e o lugar de "seres-imagens".

Palavras-chave: arte contemporânea; jogos eletrônicos; metodologia; *in-game photography*; pós-fotografia.

Contextualização

Em 25 de outubro de 2017, no *Future Investment Initiative*, evento de inovação realizado na Arábia Saudita, a cidadania de tal país foi dada à "estrela robô" Sophia. O ato foi considerado inédito em relação a "cérebros" eletrônicos, foi centro de debates[3], não obstante questionarmos a efetividade dele, não sendo tal Inteligência Artificial (IA) o sonho de uma consciência sintética autônoma: grosso modo, é um "*site* buscador" num manequim considerado "mulher". As críticas vieram não só pela imposição de gênero – como chamar uma chaleira de "homem" –, mas por, enquanto máquina, possuir mais direitos que mulheres sauditas (apresentando-se com a cabeça descoberta e sem a companhia de um "guardião" homem), furando a estrita legislação de migração etc. Antes, em 31 de maio de 2016, uma moção ao Parlamento Europeu problematizava a situação legal/fiscal de "pessoas eletrônicas"[4] – de onde tomamos o termo.

Esses e outros casos nos remetem a um questionamento: *como classificar um ser como seisciente* e *quais direitos e deveres esse* status *lhe concede*?

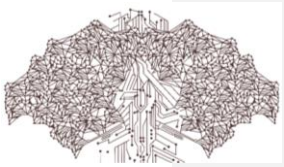
---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 6: Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede, do X Simpósio Nacional da ABCiber – originalmente "Jogos Eletrônicos e Pessoas Virtuais".

2 . Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). E-mail: lnrdtp@gmail.com

3 .< https://goo.gl/Xh13Am >. Último acesso em 27 de jan. 2018.

4 . < https://goo.gl/fZKmys >. Último acesso em 27 de jan. 2018.



Assuntos reconhecidos em campos como o do direito dos animais[5], podem ser vistos com desconfiança quando pautados por áreas como a da robótica e da ética para tecnologias emergentes, passíveis de serem acusados de preocupações para um futuro distante, desperdício de energia política etc.

Tais colocações conduzem a pontos relevantes a este trabalho. Primeiro, um apontamento sobre certas características do "ser" no pensamento europeu moderno[6].

Poderíamos compreender que o contexto da modernidade e as ciências dela teria posto em cheque não só a centralidade da Terra no universo, mas o lugar da humanidade enquanto criação privilegiada duma divindade, nascimento que justificaria a soberania dela sobre o planeta. Libertação por um lado, tornando a pessoa dona do próprio destino, seria também um "golpe" na "autoestima" dela, tornada "mais uma" na totalidade animal.

Esse "trauma ontológico" solucionar-se-ia na busca por novos parâmetros de legitimação, como a *racionalidade*: somos "melhores" evolutivamente, pois pensantes.

A necessidade do redimensionar de tal "superioridade", em prol de outra relação com "não-humanos" – como a "natureza" – tem, não por acaso, sido trabalhada em pensamentos "pré", "pós", espectros não identificados como "modernos": algumas "epistemologias do sul", exultando filosofias de matrizes africanas, indígenas etc.; certas lutas anticapitalistas e de populações marginalizadas, como em vertentes da pluralidade que compõe o feminismo ou o movimento negro, o LGBTQIA+ etc.

Outro ponto é sobre a *teoria ator-rede* (TAR), pensamento críticos à modernidade, do qual tomamos a categoria de *não-humanos* (LATOUR, 1992) – por mais que esta "traia-se" na linguagem, não sendo "coisa em si", mas "em negação ao parâmetro".

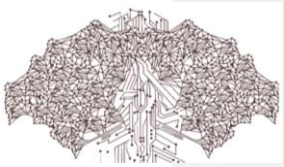
Entendida como "topologia plana" (LEMOS, 2013b, p. 35), não considera *de antemão*, a superioridade de nenhum ator/agente em um fenômeno/evento. Uma pessoa pode ora "dobrar" uma coisa à própria vontade (e.g.: uma condição climática), ora ser "quebrada" por ela, não sendo sempre fator dominante.

Inclui as "massas faltantes" ("*missing masses*") (LATOUR, 1992) nos estudos do "social": os citados *não-humanos* (englobando conceitos, ideias etc.) e *híbridos* (LATOUR, 1994), aquilo que não se encaixa nas categorias, antes "exceção" ignorada, mas agora central a vários debates (como os sobre gênero e sexualidade).

---

5 . < https://goo.gl/x3oLyS >. Último acesso em 27 de jan. 2018.

6 . Não referenciamos textos específicos, ecoando alguns dos críticos apresentados no texto.



Adequada a qualquer tipo de associação (LEMOS, 2013b, p. 23), de reações químicas a polêmicas sociais, possui, porém, farta bibliografia sobre objetos técnicos. Podendo ser acusada de ignorar assuntos atuais proeminentes, como as lutas políticas mencionadas, tal prognóstico ignoraria que a TAR não percebe as tecnologias como isoladas da sociedade, ao contrário: compreender o desenvolvimento de uma é desvendar a outra – como o caso Sophia, evidenciando questões sobre direitos humanos, gênero etc.

Entendemos, logo, que debater *pessoas eletrônicas* não é necessariamente ignorar problemas políticos contemporâneos, mas uma forma de encará-los, mesmo como ponte/metáfora, contribuindo subjetivamente com uma visão mais igualitária sobre as coisas do mundo. Ou seja, se falamos sobre personagens de jogos eletrônicos não é por estabelecermos de fato conexões afetivas mais profundas com tais entidades, mas por encontrar aí porta para debater empatia, alteridade, retomada do sensível etc.

Posto isso, pretendemos problematizar a condição de ser de *pessoas eletrônicas* em *games*, pensadas como entidades fenomênicas da ordem da *imagem de síntese numérica* (sentido eletrônico-digital), o que nos leva a considerações sobre a "pós-fotografia/fotografia expandida" e o registro documental.

Para tanto, exemplificaremos experimentos nossos em Arte Contemporânea, trabalhos que se *apropriam* de *games mainstream*, debatendo como a pesquisa no campo da poética se relaciona às ciências "duras" e modelos de cientificidade dentro delas. Como observação, a de que alguns dos trechos aqui reapresentam, resumem, aprofundam etc. questões abordadas noutros textos nossos (FERREIRA, 2014; 2018).

1 - Descrições

Os trabalhos a seguir fazem parte de "Lindos Lugares Eu Conheci", pesquisa e laboratório que propõe, entre outras coisas, ter *games* enquanto materiais plásticos na apropriação/deslocamento de jogos pré-existentes, não da feitura dos mesmos.

1.1 Agentes Autônomos, Agentes Anônimos



"Nivenor". 2012. Dimensões variáveis. *Screenshot*, manipulação digital, *website* e porta-retratos digitais.

Ensaio para visitação física e virtual[7]. Capturas de tela, convertidas para preto e branco, mostrando personagens de um *game* (*Skyrim - Bethesda Game Studios*, 2011).

No museu, porta-retratos digitais contendo uma seleção de imagens em *loop*. No *website*, 144 modelos, com pequenas descrições bibliográficas com nome, ocupação e cidade diegética dos registros. Com a versão *online* disponível desde 2012, conta com quatro montagens em mostras coletivas, sendo três em 2016 (Encontros de Agosto: Territórios e Identidade – Sobrado José de Alencar/remontagem na Galeria Imagem Brasil; e Encontro Guattari-Cariri), estas como políptico de seis telas em parede; e uma em 2017 (Convergências Culturais), em um díptico.

1.2 Uma Imagem Perdida

[7] . < autononimos.tumblr.com >. Último acesso em 27 de jan. 2018

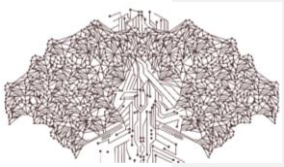


Sem Título. 2017. 3x4cm. *Screenshot*, manipulação digital, intervenção.

Intervenção na qual várias cópias de uma fotografia 3x4 são descartadas (após amassadas, rasgadas, queimadas) pela cidade de Crato (CE). Nelas, alguém que piscou os olhos na hora do registro. Sem explicação ou contexto, pode ou não ser reconhecida como uma face criada num jogo eletrônico (*EVE Online*. *CCP Games*, 2003)[8].

2 Relatos de processos

[8] . < https://goo.gl/u58fYu >. Último acesso em 27 de jan. 2018



2.1 Agentes Autônomos, Agentes Anônimos

Em 2012, durante nosso mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas (linha de Cibercultura) na Universidade Federal da Bahia (2012 a 2014), conduzimos, sob a orientação do Prof. Dr. André Luiz Martins Lemos, uma pesquisa (FERREIRA, 2018) inspirada na *teoria ator-rede*, na *análise fílmica*[9], nos *game studies* e na *flânerie*[10]. Paralelamente a isso, fomos tomados pelo impulso de experimentar em fotografia.

Nossas leituras da época nos instigavam a uma relação particular do olhar, ver o espaço (urbano ou não) numa perspectiva situada, escala humana, "seres encarnados" (MERLEAU-PONTY, 2004). Mas também a organização visual que se apresenta, a *paisagem* (CAUQUELIN, 2007). Por outro lado, crescia o desejo de conhecer o interior do estado, a região montanhosa da Chapada Diamantina.

Tínhamos, porém, empecilhos: sem tempo e dinheiro[11] para a viagem, não possuíamos também acesso a uma câmera profissional, quando a estética almejada não combinava com a da emergência das câmeras embutidas em celulares da época. Decidimos, então, iniciar um primeiro experimento em captura de telas, "Agentes...".

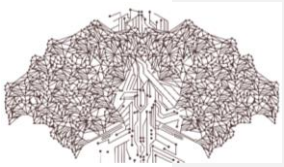
Sem *cheats* (códigos que dão vantagens) e utilizando a visão do jogo em 1ª pessoa, fomos ao *trabalho de campo*, não documentando o *nosso* personagem/*avatar*, mas criaturas controlados pela IA do computador, NPCs ("*non-player/playable characters*", "personagens não jogáveis"). Não tínhamos, assim, controle sobre as ações delas, não podendo fazer com que parassem num local/pose específicos: no máximo criávamos condições para que eles agissem como queríamos nas possibilidades pré-dadas (se "sentar" não estava na programação delas, não podíamos contar com que fizessem isso).

Ao *site* do projeto, relacionamos o ritmo de vida da acumulação capitalista e da competitividade, pautando o refrear disso na experienciação do tempo sensível. A ideia era passear pelo jogo, registrando personagens não-centrais à trama enquanto contribuintes à ideia de

9 . VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. Ensaio sobre a análise fílmica. Papirus. Campinas, SP. 2ª edição. 2002

10 . BENJAMIN, Walter. Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo. Obras escolhidas v. 3. São Paulo : Brasiliense. 2ª reimpressão. 2000.

11 . Pontos que, na TAR, não são "extracientíficos", mas definidores de qualquer pesquisa.



cidade. Questionávamos o lugar de "pessoas anônimas" na nossa narrativa de vida, paralelas às figuras de jogos colocadas conscientemente lá como elemento estético num ambiente desenhado à nossa experiência (individual) e que só se fazia à nossa presença. Além, "Agentes..." parte da noção de um corpo para além

> [...] da pele, não hierarquiza a própria experiência de estar, viajando por cidades físicas ou virtuais com a mesma desenvoltura, (inter)agindo nas últimas com o avatar, que não é mais reconhecido como "representação", mas com continuação. Fala-se, assim, de um Eu que habita na relação de no mínimo dois regimes de real, dois modos de cidade, os quais em verdade sempre foram apenas um (FERREIRA, 2012).

Interessava-nos uma série de características de tais criaturas, como a *complexidade das rotinas* delas, a natureza delas enquanto dados digitais e a questão da exibição, pontos aos quais retornaremos.

2.1 Uma Imagem Perdida

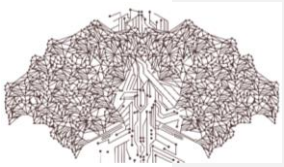
Em agosto de 2017, após dois anos e meio como professor substituto no departamento de Artes Visuais da Universidade Regional do Cariri, concebemos "Game Over, Cariri", despedida artística à região do "Crajubar" (cidades cearenses de Crato, Juazeiro do Norte – na qual residíamos e trabalhávamos – e Barbalha).

Construímos cerca de sessenta rostos no menu de criação de personagens do jogo *EVE Online* (CCP Games, 2003): após registradas, as faces eram desfeitas e substituídas pelas próximas, não havendo recuperação. As imagens, únicos rastros das breves existências de tais personagens – não IAs, no caso, mas "manequins animados" – eram tratadas e dimensionadas como retratos para documentos (3x4), servindo para quatro ações, sendo uma delas "Uma Imagem Perdida".

Esta, porém, não foi planejada. Na criação, uma das caras, nossa favorita àquele momento, foi "imortalizada" de olhos fechados – a animação pré-programada piscara.

Inicialmente descartada como registro defeituoso, despertou o questionamento sobre como lidamos com fotografias "ruins", iniciando o processo.

3 Questões Ontológicas



Como apontado no início deste trabalho, nossa base filosófica é a *teoria ator-rede*, ou *ontologia do actante-rizoma* (OAR) (LATOUR, 1999; MARRAS, 2006). Por já a termos abordado noutros textos (FERREIRA, 2014; 2018) e por questões de espaço textual, suprimimos aqui a necessidade de introduzi-la num tópico, não obstante a referenciarmos e explicarmos alguns dos pressupostos dela ao longo do trabalho.

3.1 Ontologia da Pesquisa em Artes

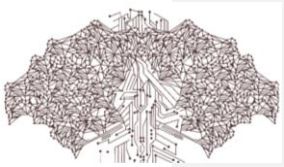
Parte de uma renovação nas pesquisas sobre as próprias ciências e tecnologias, a TAR/OAR interessa-nos para pensar o *lugar do eletrônico-digital* e a *cientificidade das artes* perante discursos que relegam a importância acadêmica delas.

A OAR vale-se da *cartografia de controvérsias* (CC) (VENTURINI, 2009; 2010), atitude científica de "apenas" observar/descrever a movimentação de elementos dos fenômenos, especialmente quando, numa *polêmica*, visões que compõem o "magma" social tornam-se evidentes. Nela, a *objetividade de segundo grau* entende que ao invés de buscar uma (falsa) imparcialidade, deve-se incluir essas várias parcialidades, diríamos, como "sondas espaciais" que captam diferentes impressões para formar um modelo possível àquele momento/investigação.

Esse princípio de "profanação metodológica" nos faz pensar ser possível abandonar a própria "controvérsia", em favor de "disputa", podendo ser entre o olhar de quem observa e o objeto observado, *quase-sujeitos* e *quase-objetos* (SERRES *apud* LEMOS, 2013, p. 35), focando, à maneira duma crítica de arte, na ontologia de objetos estéticos e da experiência sensível: como método investigativo de criação, poder-se-ia incluir a multiplicidade de materiais/procedimentos/conceitos, explorando, encurralando e esgotando ideias em diferentes aparições fenomenológicas, variações/séries que, nas mudanças, tornam evidentes aquilo que permanece.

Não nos parece complexo relacionar a OAR a observações como as de Rey (2002) sobre a interdisciplinaridade e hibridismo no instaurar de obras de arte contemporânea. Antes, porém, passemos por uma discussão sobre a própria cientificidade das artes.

Resumindo um debate complexo, importante dado do "científico" viria do "teste de reprodutibilidade", quando um experimento é tido como válido se reproduzido por outrem com resultados semelhantes. Em fenômenos sociais, entretanto, as variáveis são duma sorte que impedem explicações conclusivas e que predigam totalmente outro evento. Nas artes, isso se dá de tal forma que conclui-se por não serem elas, em geral, ciências – salientamos que nosso



interesse não é *definir* artes como tal, mas dizer que elas *podem* assumir configurações que, por mais aprofundadas nas próprias especificidades, as emparelhem a outras áreas.

Teorias funcionalistas (podendo ser acusadas de "manipuladoras"); historiografias; arte e educação; antropologia visual etc. Dentre diversos modelos, interessa-nos as *poéticas*, pesquisas *em* artes (ZAMBONI, 2012; REY, 2002), não "sobre" (com eventos estéticos ou artistas "apenas" como objeto). Noutras palavras, a pessoa pesquisadora instaura obras e reflete sobre o próprio processo, não o de outrem.

Nelas (REY, 2002), torna-se difícil fixar *a priori* metodologias, sendo necessário "inventar" modos de fazer enquanto se faz. Entendemos que isso tornaria o processo menos "invisível", não como "algo dado" (*taken for granted*), mas algo "em discussão" (*matter of concern*) (VENTURINI; 2009; 2010), como se os debates fundadores de um campo, metodologia etc. fizessem-se *a cada pesquisa*.

Nessa "ciência da criação" (REY, 2002, p. 4), entendemos que nela os próprios conceitos etc. são desvelados: assim como uma teoria (e.g.: representação, *misesis* etc.) é "válida" enquanto *ferramenta* para abordar uma questão, podendo ser substituída por uma solução que pareça mais adequada, há "teorias/conceitos de artista" que norteiam a produção individual (e.g.: *objet-trouvé* em Picasso; *parangolé* e *penetrável* em Oiticica etc.) e não necessariamente servem a outra pessoa, mas expõem a própria construção.

Tais conceitos podem tanto vir *antes*, quanto *durante* e *depois* duma produção artística, ao contrário do que se pode supor (às vezes falsamente) numa pesquisa, lembrando que na OAR (LATOUR, 2006) não se deve imputar quadros teóricos de antemão, deixando o fenômeno "falar" e, a partir daí, valer-se de possibilidades de entendimento – por exemplo, numa polêmica artística, que "universos", *cosmos* (VENTURINI; 2009; 2010) são evocados pelas partes envolvidas?

Sobre a não-linearidade, Rey (2002) fala de um "transito ininterrupto" entre prática e teoria, disputa entre obra e artista – *quase-objeto* e *quase-sujeito* – na investigação do trabalho "se fazendo" (VALÉRY apud REY, 1996. p. 83). Vai-e-vem presente (mas às vezes negado) na relação leitura-escrita, assume configurações "únicas" no campo, quando admite-se uma "co-formação" entre *produção artística*-escrita. Essa "estranheza", porém, pode ser desmistificadas colocando que na pesquisa em artes *prática é reflexão* – como um *trabalho de campo*, seja tubo de ensaio ou comunidade.

Algo *potencializado* nessas pesquisas (REY, 2002) é a possibilidade de *erro*. Novamente, entendemos como algo presente e ocultado nalguns casos, apesar de tão importantes quanto os acertos ao entendimento dos processos – a *exigência de simetria* ("*symmetry requirement*") da

Escola de Edimburgo (BLOOR, 1991, p. 175-179 *apud* VENTURINI, 2009. p. [19]. Nota de rodapé) –, inclusive se o desejo for evita-los

Essas questões nos fazem crer que a pesquisa *em* artes, podendo ser vista como "idiossincrática" e "autocentrada" por demais, logo "não reproduzível", pode em verdade desvelar a feitura das ciências, contribuindo na *construção de conhecimento acadêmico*, esse sim tomado como o grande princípio do científico.

Prosseguindo, apresentamos o como relacionamos produção e investigação. Há de se ter em mente, previamente, que nossos trabalhos não "ilustram" tais discussões: elas surgiram *durante* ou *depois* da produção, de maneira que não necessariamente estão "traduzidas" nas obras, não sendo consideradas necessárias ao "entendimento" delas.

3.2 Ontologia da Imagem Fotográfica

Foto(luz)-grafia(inscrição). A *rede* que conforma a versão *analógica* dessa ideia comumente envolve um referente físico (que refrata ou emite luz[12]), o artefato "câmera", o suporte de captura-armazenamento fotoquímico, o processo laboratorial (de revelação etc.) e, finalmente, a "foto". Mas há *híbridos* que reconfiguram/substituem tais elementos, mantendo-se mais ou menos entrelaçados nesse mapeamento. Onde situar o *pin-hole*, quando a máquina fotográfica pode ser uma lata, e a cianotipía, que a dispensa? E "polaroides", com imagens reveladas "instantaneamente", e inventos ligados à história do campo, como o daguerreótipo e o calótipo? O que dizer de interferências diretas na película, modificando o como a química reagirá aos fótons, ou tantos outros processos "alternativos"? Além, são da área registros de raio X, sensores de calor, sonares etc., que "grafam" outras grandezas físicas? Como relacionar pinturas hiperrealistas, cujo produto final *parece* uma foto, mas o resto encaixa perfeitamente na noção de ilustração etc.?

A esse respeito, fotografia (DEREN *apud* XAVIER, 2012) é uma *imagem* (num primeiro sentido "representação") produzida "diretamente" por um acontecimento físico, não a posterior "interpretação" de alguém que o viu/imaginou[13], ao mesmo tempo *ícone* (lembrança) e *índice*

12 . Poderíamos considerar também o que *bloqueia*/*absorve* luz. Porém, essa é a parte "não grafada".

13 . Uma fotografia pode interpretar algo, mas o registrado é o acontecimento atual, não o já passado.

(rastro) desse evento – não obstante tensionamentos dessas conexões, como entende-las como "apresentações", fenômenos "em si", não subjugados a uma anterioridade.

Fotografia digital é aquela cuja mudança no método de captura e armazenamento (aqui processos distintos) possibilita uma série de discussões. Comumente células conversoras fotoelétricas que transformam a luz em impulsos. Estes, *codificados numericamente*, podem ser armazenados eletronicamente em cartões de memória/HDs[14], implicando, entre outras coisas, na dispensa – ou redução a uma série de cálculos – da etapa do laboratório, no aumento da quantidade de imagens num mesmo suporte, na incorporação de microcâmeras a aparelhos diversos (como celulares etc.) etc.

Tal processo de *digitalização da realidade física*[15] produz uma *imagem digital*. Esta, porém, pode ser *criada inteiramente* nessa natureza, tanto num *software* de ilustração etc. – não sendo, conforme colocado, fotografias –, quanto fruto de cálculos randômicos e processos de automação nos quais cria-se o programa e o computador a faz. Uma imagem de *síntese* informática.

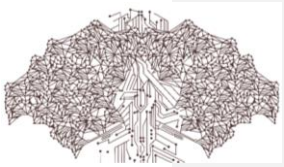
Um ponto relevante à nossa discussão é que, numa fotografia analógica, não se costuma dizer que a "obra" está no suporte de registro, mas na "saída final" (papel etc.), tal qual no cinema não o assistido à película em si: o *fenômeno* propriamente dito, o que é analisado, é aquilo projetado em movimento na tela. Não obstante, podemos ver imagens no "negativo", algo *sem contraparte* no digital.

Dados não atualizados/processados não nos são acessíveis enquanto experiência sensível. Mais além, nem todos os cálculos realizados por um computador são convertidos em saída (áudio)visual, e nem os que o são necessariamente transformam-se em grandezas físicas, luz exibida em tela/tinta impressa (ou som em caixas).

Dois problemas: como abordado por Manovich (2001), sobre *modularidade*, cada tela pode mostrar um mesmo arquivo de forma (luz, cores, detalhamento etc.) diferente. Por mais que se defina um "padrão" para a calibração dos monitores, podemos considerar que não há uma "imagem original" para comparação, ou melhor, *cada exibição é um original*; desligar o monitor (ou caixa de som) não necessariamente detém o processamento feito pelo computador, mas tão somente a saída dele. Pode-se, por exemplo, desenhar com a tela apagada.

[14] . Há casos, como o do vídeo, em que conversores transformam a luz em dados eletromagnéticos armazenáveis em "fitas".

[15] . Incluindo a digitalização de uma foto analógica.



Uma imagem digital, enquanto evento estético, não é assim nem o dado nem a atualização deste, mas somente *as exibições*, ao contrário da duplicidade película/exibição das analógicas. Além, sem *representarem* um fenômeno propriamente dito (algo que se apresenta aos sentidos), podem ser entendidas como *apresentações*.

Isso, entendemos, configura um *status* de "presença" especial a elas, e é com ele que abordamos "Agentes..." e "Um Imagem Perdida".

Enquanto o gesto inicial é fotográfico (enquadrar e registrar um momento único) e o produto (final) assemelha-se a uma fotografia, na verdade trata-se de uma captura de tela, diferença "mínima" que implica não haver referente físico, câmera, suporte (de registro e armazenamento) fotoquímico ou (de registro) fotoelétrico, laboratório e, principalmente, *captura de luz*. Não sendo também um "desenho" (analógico ou digital), não é igualmente o "produto final" do cálculo do computador, quando o jogo não produz uma imagem fixa, mas uma em movimento. O que fazemos então é tirar a *amostragem de um fluxo constante de um processamento de dados*[16], armazenando esses dados finais, síntese fixas produzidas sobre síntese corrente, cálculos sobre cálculos, e exibindo-os enquanto imagens que são ícones e índices de pura virtualidade – complexa configuração ontológica abordada em "Agentes..." na opção por evidenciar essa natureza dispensando a impressão, exibindo tudo em telas (monitor ou de *smartphone*/*tablet*, já que disponíveis na *web*) e em porta-retratos digitais.

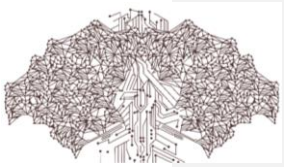
Coloca-se, não obstante, a dúvida: sem luz, poderíamos chamar tais obras de "fotos"? Entretanto, é a partir de tal rede que surgem os experimentos e é aos elementos dela que remetemos nas discussões. Assim, "pós-fotografia", "fotografia expandida" etc. seriam termos possíveis ao que fazemos. Não obstante, assim como diferentes configurações fotográficas ganham nomes específicos, nossa prática recebido nomes como *screenshot*, *in-game photography*, *prinstcreen* e *gamegrafia*.

Há outras relações desses trabalhos com o campo fotográfico. Para abordá-las, entretanto, faz-se necessário discutir alguns pontos sobre os jogos eletrônicos em questão.

3.3 Ontologia de Pessoas Eletrônicas em *Games*

Quando mencionamos o interesse pelas rotinas complexas dos seres de jogos como *Skyrim*, isso se dá por uma observação: uma IA poderia comandar um "objeto de programação"

16 . Não da imagem na tela

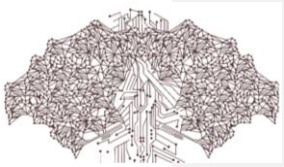


a continuamente ir da esquerda para a direita num trajeto X e retornar, um comportamento previsível. Em jogos como o investigado, não só os destinos podem ser múltiplos (pontos A, B, C, D, E, F...), como percorridos variadamente (de forma aleatória ou cíclica, "A, C, E", depois "A, B, D", depois "A, B, C, F"...). Também não há "trajeto" especificado, podendo a IA não só decidir caminhos alternativos (caso uma via esteja obstruída), mas também "pular" objetivos para manter o cronograma geral.

Aumentando a complexidade, há várias "microações" que podem ser executadas no percurso. Um personagem pode interagir com objetos, acessar um banco de texto para conversar com IAs próximas etc. A interação não só entre NPCs e a pessoa jogadora, mas também entre IAs, resulta numa quantidade de variantes enorme. Assim, enquanto uma programação pode tentar imaginar todas as ações possíveis de um objeto e as pré-escrever, aqui cria-se ações básicas e deixa-se que as coisas "aconteçam", tão "fora do controle", "aleatórias" quanto um dado (*limitado, mas randômico*). Desta foram, se perguntarmos se tal comportamento foi "programado", a resposta pode ser "não". Os *elementos básicos* é que o foram, inclusive podendo gerar resultados não imaginados. O conceito de *emergência* (MURRAY, 2003). Doutra forma, como na (justificativa teológica da) pintura Renascentista (CAULQUELIN, 2007), não se está produzindo uma cópia imperfeita de algo, mas produzindo *outro original* partindo do entendimento do *modus operandi* (não por acaso entendido como matemático), da referência (a natureza).

Outro assunto pode ser colocado através de uma colocação "terrível". Pensemos dois modelos de jogos eletrônicos: num, com *dados atualizados localmente*, o armazenamento é em máquinas pessoais (computadores, *tablets* etc.). Quando ligamos os jogos, eles são calculados e, por ventura, exibidos. A depender de como funciona a função de "salvar/pausar", o momento mostrado no retorno será *exatamente o mesmo* em que a última partida foi deixada. Tais mundos, dependentes da nossa presença, entram numa espécie de "hiato" existencial. Dentro desse modelo há, entretanto, jogos que irão sincronizar-se com os relógios da realidade física, incluindo tal lapso no cálculo e adicionando mudanças que *simulam uma autonomia*, coisas que teriam ocorrido quando da nossa ausência; o segundo possui *servidores online* que dividem o processamento, sendo ele feito *local* e *remotamente*. Estes são em parte continuamente ativos e acessíveis por várias pessoas ao mesmo tempo.

Assim, no primeiro tipo, ligar o jogo é um ato "demiúrgico", como uma divindade provedora que "faz a luz" ou provoca um "big bang" para esses universos. Por contraparte, desligar é impor, tiranicamente, o encerramento destes. Trata-se de uma subordinação ontológica.



Não devemos esquecer que muitos *games* baseiam-se na matança. Também por isso decidimos, em "Antes...", apenas passear.

Essas questões nos levaram a ver tais figuras como individualidades de quotidianos particulares. Como um *fotodocumentário*, procurávamos o "momento perfeito", algo fora do controle e o qual, se perdido, não poderia ser recuperado. Em alguma instância, um exercício de alteridade/outridade, de aproximação a elas, de nos aproximarmos ao lugar delas, uma "etnografia de IAs".

A discussão em "Uma Imagem Perdida" também envereda pela noção de "documento oficial". "Existe legalmente, de direito, não apenas de fato", diz um registro (de nascimento, de identificação); sem eles, "não existe" institucionalmente, á linguagem jurídica. Que poderes uma simples "3x4" teria em relação a tais personagens?

Estas, pelas implicações debatidas, poderiam mesmo ser entendidas como *seres-imagens* etc. ou ainda *ídolos*/*eidolons* (CAUQUELIN, 2007), como um jardim que "representa" a natureza, mas também o é; ou algo que remeta a uma divindade ou pessoa morta, sendo tratado como a presença da entidade em si, como o fizemos em "Uma Imagem Perdida", evocando à existência uma personagens que *é* a própria imagem.

4 Ontologia do Museu

Finalizando as discussões, falemos brevemente sobre a questão do museu. Inspirados na discussão de Castillo (2008), diríamos que para além da exibição em espaços abertos ou para pessoas convidadas em privado, a instituição museu optou, como padrão, pela exposição em espaços controlados, herméticos, nos quais as obras não são mostradas de forma visualmente "abarrotada" como nas grandes feiras de variedades, mas dentro de um controle e organização que tenta "neutralizar" tudo o que não seja o trabalho, um "cubo branco".

Além, entre as "linguagens artísticas", as que se estabeleceram como próprias do interior do museu foram a pintura, a escultura e fotografia. Isso apesar de podermos tê-las fora, assim como apresentações musicais, de teatro etc. dentro dele, não obstante algumas terem "aparelhos arquitetônicos" próprios (como o próprio teatro tem os diferentes tipos de palco, mas também os filmes com o cinema etc.) e que algumas vezes são levadas ao museu como forma de causar ruído ou problematizarem a si mesmas.

Mas ele não se configura apenas como "prédio", mas como instituição: tudo o que está no museu ganha o *status* de arte e, ao contrário, só é arte o que passa por ele? Será por isso que a

arquitetura muitas vezes não é vista como algo criada por artistas? O *grafitti* precisa entrar nele para ser reconhecido, se é que podemos considerar essa expressão, uma vez "domesticada", ainda como *grafitti*? Como relacionar essas e outras questões ao ato seminal de Duchamp de inserir objetos previamente fabricados numa exposição, *deslocando-os* das próprias origens?

Como posto, o centro de nossa pesquisa não é a criação de jogos, mas a apropriação daqueles já existentes, jogos de mercado, trabalhando-os tal qual um "material bruto" para a instauração de obras, quase "*ready-mades* digitais". Alguns deles almejando o museu, seja, num nível, causando estranhamento em si – o que um "jogo" está fazendo aqui? –, seja problematizando, a espelho doutras discussões sobre arte na contemporaneidade, a como experienciar as coisas numa exposição: um quadro precisa de moldura? Uma estátua, de púlpito? Uma cor necessita de tela? Uma pintura, de bidimensionalidade? Uma foto – voltamos ao ponto – poderia ser exibida no próprio negativo e um corpo pode ser um "suporte" artístico? Um filme pode ser acompanhado de pé, projetado numa parede? Uma obra precisa ser vista a certa distância ou podemos estar *dentro* dela? Ela pode ser tocada ou, além, *precisa* que mexamos nela para acontecer? Algo definido pela "volatilidade", mas posteriormente "congelado", continua sendo a "mesma" coisa ou transforma-se uma peça de coleção histórica? Um registro de uma obra é obra também? Entendemos que é esse tipo de discussão que "Agentes..." inaugura na nossa pesquisa, ao propor a exibição em tecnologias eletrônico-digitais, como porta-retratos "contemporâneos".

Por outro lado, a ideia de questionar o lugar do museu enquanto local prioritário de acesso à arte. Podemos nos relacionar com arte por celulares ou o computador? Isso "feriria" o trabalho original? E quando aquilo na tela *é* a obra realmente? Não só como nas possibilidades da *web* em "Agentes...", mas noutros trabalhos não abordados aqui[17], com os aplicativos de fotos/vídeos *Instagram* ou o de relacionamentos *Tinder* vistos como locais de relação artísticas. Entretanto, o questionamento não é apenas de ordem física, mas institucional: nossos trabalhos têm sido publicados geralmente sem chancela curatorial, sem necessidade de aprovação em editais etc., levando em consideração quem pode ou não produzir "arte". Numa contabilização de ordem acadêmica, como o *lattes*, mesmo possuindo este espaço para realizações poéticas, como são recebidas aquelas que não possuem uma instituição para certificá-las?

Considerações

[17] . Ver Ferreira, 2018 para outros exemplos.

Tentamos, neste trabalho, discutir o *status* ontológico de pessoas eletrônicas em *games*, criaturas que, por complexidades em relação às imagens digitais, poderiam ser entendidas como seres-imagens, ídolos etc., tendo, a depender do jogo e do tipo de Inteligência Artificial, rotinas próprias, complexas, imprevisíveis dentro de certas limitações – como as nossas.

Fizemos tal discussão a partir da apresentação de trabalhos nossos no campo da Arte Contemporânea, da intervenção e da pós-fotografia, as quais deslocavam jogos de mercado. Discutimos especificidades da *pesquisa em artes* – perspectivada à *ontologia do actante-rizoma/teoria ator-rede* –, problematizando o como, apesar de aparentemente distantes de campos mais "duros" e reconhecidos, podem contribuir fortemente para a discussão sobre a construção do saber científico em temas como a criação de modelos (teorias, conceitos), o lugar da prática, da não-linearidade e do erro etc. além da própria definição desse tipo de conhecimento, baseada mais na construção ordenada, referenciada, documentada etc. que na redução ao "comprovável por repetição".

Bibliografia

CASTILLO, Sonia Salcedo del. **Cenário da Arquitetura da Arte**. São Paulo : Martins. 2008.

CAUQUELIN, Anne. **A invenção da paisagem**. São Paulo : Martins Fontes. 2007

LATOUR, Bruno. **Como terminar uma tese de sociologia: pequeno diálogo entre um aluno e seu professor (um tanto socrático)**. In: Cadernos de Campo - Revista dos Alunos de pós-Graduação em Antropologia Social da USP, São Paulo, n. 14/15, p. 339-352, 2006.

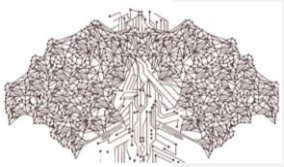
_____. **Jamais Fomos Modernos: Ensaio de Antropologia Simétrica**. ed. 34. 1994.

_____. **On recalling ANT**. In: HASSARD, John; LAW, John (Eds.). Actor Network Theory and After. Blackwell Publising. 1999. p. 15-25.

_____. **Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane**. in.: BIJKER, Wiebe E.; LAW, John (eds.). Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts. London, England. 1992. p225-258

LEMOS, André. **A Comunicação das Coisas. Teoria Ator-Rede e Cibercultura**. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2013. v. 1. 305p .

FERREIRA, Leonardo. **A experiência do espaço em jogos eletrônicos: cidades em *Skyrim*, *Sleeping Dogs* e *Aion***. Dissertação de Mestrado. 2014. < https://goo.gl/92tJVs >. Último acesso em 27 de jan. 2018;



_____. **Jogos Eletrônicos e Arte Contemporânea: Sobre uma Investigação Ontológica.** Artigo submetido ao VIII Fórum Bienal de Pesquisa em Artes. Belém, Pará : 2018 - no prelo;

_____. **Mais Sobre**. 2012. < http://autononimos.tumblr.com/mais >. Último acesso em 27 de jan. 2018

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. [2001]

MARRAS, Stelio. **Como não terminar uma tese: pequeno diálogo entre o estudante e seus colegas (after hours)**. In: Cadernos de Campo - Revista dos Alunos de pós-Graduação em Antropologia Social da USP, São Paulo, n. 14/15, p. 353-369, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Conversas – 1948**. São Paulo. : Martins Fontes, 2004. p.8-53

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

REY, Sandra. **Da prática à teoria: três instâncias metodológicas sobre pesquisa em Poéticas Visuais.** Porto Alegre, Porto Alegre. v.7, n.13, p. 81-95. nov. 1996

REY, Sandra. **Por uma abordagem metodológica da pesquisa em artes visuais**. In BRITES, Blanca; TESSLER, Elida (Org.) O meio como ponto zero: metodologia da pesquisa em artes plásticas. Porto Alegre : E. Universidade/UFRGS, 2002. p.123-140.

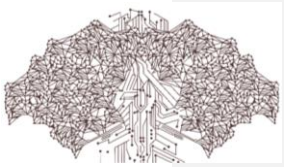
VENTURINI, Tommaso. **Building on faults: how to represent controversies with digital methods**. in.: Public Understanding of Science, 21 - 7 (Forthcoming). 2010. < https://goo.gl/zmTNn6 >. Último acesso em 27 de jan. 2018

VENTURINI, Tommaso. **Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory**. Draft version. 2009. Disponível em: < https://goo.gl/UutYFt >. Último acesso em 27 de jan. 2018

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**, 3ª Ed. São Paulo : Paz e Terra. 2005.

ZAMBONI, Silvio. **A Pesquisa em Arte: um paralelo entre arte e ciência**. 4. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



GAMIFICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PEDAGÓGICA DE ENGAJAMENTO ESTUDANTIL[1]

Marielle Albuquerque Azoubel[2]; Maria Auxiliadora Soares Padilha[3]

Resumo: Encontrar novas formas de facilitar o processo de aprendizagem, ultrapassando os métodos tradicionais de ensino, bem como encontrar maneiras para encantar e motivar os alunos dessa nova geração, são questões fundamentais a serem pensadas durante o processo de construção de cenários de aprendizagem. A proposta de utilizar elementos de jogos no ensino, a gamificação, pode ser percebida como um disparador para chamar atenção dos alunos e assim alcançar o estado de engajamento. Pensando nesse contexto, o presente artigo traz algumas perspectivas teóricas e reflexões sobre o impacto que os elementos da gamificação aplicados em atividades de aprendizagem tem no desenvolvimento do engajamento dos discentes durante o processo de aprendizagem. Para alcançar nosso resultado, decidimos optar pela pesquisa de natureza qualitativa, de cunho participativo, com vinte e três alunos das séries finais do ensino fundamental I em uma escola pública da cidade do Recife.

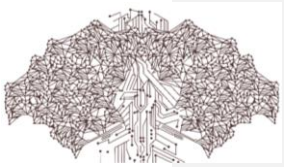
Palavras-chave: tecnologia; gamificação; engajamento; interação; aprendizagem.

Introdução

A inserção das novas tecnologias digitais no processo de ensino e aprendizagem, vem sendo uma realidade em muitas escolas. Alguns docentes já vêm enxergando a necessidade de aproximar-se mais dos alunos criando estratégias para transformar a posição do discente de meramente observador e receptor do conhecimento em sujeitos mais ativos e participativos no processo de aprendizagem.

Para Lira (2016) seria interessante nesse processo de inserção, uma transformação em relação às situações de aprendizagem e a interação estabelecida entre professor e aluno na escola. O autor cita como exemplo, a necessidade que o docente vem sentindo em iniciar uma revisão da sua prática didática e a maneira de como a relação de comunicação está sendo estabelecida no ambiente escolar.

Pensando no novo perfil de aluno, no qual os alunos vêm se apresentando como sujeitos ativos e participativos, percebe-se a necessidade de pensar sobre a criação de novos cenários



educacionais capazes de viabilizar a aprendizagem de forma lúdica com o uso das novas tecnologias digitais. A ideia é de que o professor crie estratégias de aprendizagem que vão além do simples fato de saber usar o artefato tecnológico, domine o conteúdo ou a metodologia. Além disso, o interessante será que ele faça uma combinação de todos os fatores responsáveis pelo desempenho desse trabalho que será realizado em sala de aula.

Além da inserção de artefatos tecnológicos na sala de aula, chamamos a atenção para uma grande contribuição da Psicologia Cognitiva ao campo da Educação: o fenômeno do engajamento discente em atividades de aprendizagem. Esse sentimento de participação das atividades pedagógicas de forma voluntária pode ser disparado nos estudantes pelo uso de algumas dessas tecnologias digitais. Esse estudo torna-se um desafio visto que um grande número de tecnologias digitais vêm sendo utilizadas na escola, mas muitas delas não estão sendo inseridas de forma eficaz, ou seja, é de suma importância que os alunos façam uso destas de forma ativa e de modo a atingir os objetivos de aprendizagem inseridos n as atividades. Segundo Gabriel (2013, p.190), "A diversão é um dos mais poderosos estímulos positivos que podem ser usados no engajamento, pois funciona como catalisador para mudanças de comportamento".

Ao se pensar no uso de jogos na educação, é necessário se considerar uma estratégia pedagógica adequada para sua aplicação. Sendo assim, olhando para esse contexto de jogo, temos o conceito de gamificação como parâmetro de construção e orientação do design dos cenários educacionais que serão propostos para a pesquisa. De acordo com Burke (2015, p.14), Gamificar é

> ... não é apenas a aplicação de tecnologias a velhos modelos de engajamento, como, por exemplo, no caso da premiação de esquiadores com insígnias diferenciadas, A gamificação cria modelos de envolvimento completamente novos. Seu alvo são as novas comunidades de pessoas e o objetivo é motivá-las para que atinjam metas que elas próprias desconhecem.

Diante disso, a relevância do nosso estudo tem como objetivo geral analisar se o uso da gamificação em cenários de aprendizagem que utilizam plataformas de jogos digitais como recurso pedagógico pode contribuir para o engajamento estudantil de alunos das séries finais do fundamental I de escolas municipais da cidade do Recife.

1. Cenários de aprendizagem: interatividade na sala de aula

Aprender é um processo ativo e progressivo, segundo Bacich; Neto e Trevisani (2015). Se a escola focar apenas o conteúdo, o processo de aprendizagem não tem a menor chance de ser bem-sucedido, (DIAMOND 2017). Para Bacich; Neto e Trevisani (2015, p.103), a palavra escola

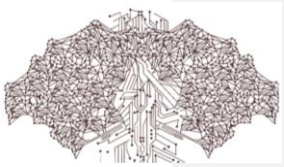
> ...vem do grego e significa "espaço de ócio" (ALVES; PRETTO, 1999), ou seja, para os gregos este espaço deveria ser local de lazer. Descontração e, portanto, prazer. Definitivamente, o espaço denominado "escola' pelos gregos era bem diferente do que entendemos como escola hoje. Qualquer local onde eles pudessem se reunir e debater ideias poderia ser considerado uma escola. Era um espaço livre, aonde o sujeito ia quando queria. permanecia o tempo que julgasse necessário e de bateria temas que fossem definidos em conjunto com seu mestre. A prática escolar, para os gregos, estava mais associada ao livre interesse do aluno do que à prática repetitiva e orientada a uma formação técnica.

Com o fenômeno da internet e seu impacto na vida das pessoas (COLL, 2013) e o surgimento das tecnologias digitais na educação, os docentes vêm percebendo uma necessidade de buscar estratégias de aprendizagem capazes de prender a atenção dos alunos e motivá-los a querer aprender nas situações didáticas propostas em sala de aula. Dinâmicas interativas, situações de cooperação, ações partilhadas e resolução de problemas em equipe, geralmente são utilizadas nesse novo cenário educacional, com intuito de despertar a curiosidade, o desejo e interesse do docente nas atividades que fazem parte do processo de ensino e aprendizagem.

No processo de construção de cenários de aprendizagem, os docentes criam mentalmente uma imagem do contexto, selecionam as ferramentas ou instrumentos necessários, selecionam os conteúdos, definem a logística, e definem a metodologia de aprendizagem tendo em conta as diversas vertentes em que poderá decorrer a ação dos alunos. Essa ação pode ser influenciada por fatores como: público-alvo, recursos existentes, motivações intrínseca ou extrínseca, os objetivos necessários almejados pelo professor e, principalmente, pelo cenário disposto para que ocorra a aprendizagem.

2. Gamificação: aplicação no contexto educacional

A Interação e a facilidade comunicacional promovidas pelo uso das tecnologias digitais vêm provocando uma mudança na educação no que concerne às formas de ensinar e aprender, percebendo-se a necessidade de se tentar buscar novas estratégias pedagógicas capazes de ultrapassar os muros da escola.



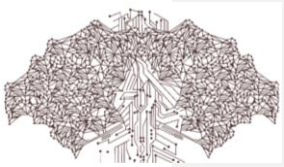
Essa interação e a facilidade comunicacional promovida pelo uso das tecnologias digitais vêm provocando uma mudança na educação, no que concerne às formas de ensinar e aprender, percebendo-se a necessidade de se tentar buscar novas estratégias pedagógicas, capazes de ultrapassar os muros da escola.

Pensando nesse cenário de mudança várias estratégias didáticas vêm tomando conta dos espaços escolares, como é o exemplo da gamificação, que surgiu a partir da observação do interesse que os games despertam nos alunos, tanto no processo de aprendizagem, como em momentos de lazer. No ano de 1980, Richard Bartle, game designer e pesquisador britânico, foi envolvido em um projeto que recebeu o nome de "MUDI" Alves (2015), no qual foi reconhecido como o primeiro sistema de jogo on-line, no qual as pessoas podiam participar de um ambiente colaborativo. Com o passar do tempo, outras pesquisas sobre o tema começaram a surgir, vários pesquisadores, começaram a buscar formas de transformar cenários desinteressantes em ambientes mais divertidos.

Burke (2015), define gamificação como um processo que utiliza mecânica de jogos em situações de não-jogo, com intuito de captar o interesse e a motivação dos participantes das atividades. Este conceito vem sendo aplicado em ambientes educacionais com intuito de transformar positivamente a sala de aula, a partir de situações didáticas capazes de motivar e engajar os estudantes no processo de aprendizagem.

McGonigal (2012) conceitua jogo como uma atividade voluntária e que as crianças são levadas a jogar pelo instinto, brincam porque gostam de brincar e é aí que reside a liberdade do artefato. O autor ainda destaca outras características que podem ser atribuídas aos jogos, como:

> A **meta** é o resultado específico que os jogadores vão trabalhar para conseguir. Ele foca atenção e orienta continuamente e participação deles ao longo do jogo. A meta propicia um senso de objetivo.
> As **regras** impõem limitações em como os jogadores podem atingir a meta. Removendo ou limitando as maneiras óbvias, as regras estimulam os jogadores a explorar possibilidades anteriormente desconhecidas para atingir o objetivo final. Elas liberam a criatividade e estimulam o pensamento estratégico.
> O **sistema de feedback** diz aos jogadores o quão perto eles estão de atingir a meta**.** O sistema pode assumir a forma de pontos, níveis placar ou barra de progresso. Ou, em sua forma mais básica, pode ser tão simples quanto tomar conhecimento de um resultado objetivo: "O jogo estará concluído quando…" O feedback em tempo real serve para uma *promessa* para os jogadores de que a meta é definitivamente alcançável, além de fornecer motivação para continuar jogando.
> Finalmente, a **participação voluntária** exige que cada um dos jogadores aceite, consciente e voluntariamente, a meta, as regras e o feedback. Isso estabelece *uma base comum* para múltiplas pessoas jogarem ao mesmo tempo. E a liberdade para entrar ou sair de um jogo por vontade própria assegura que



> um trabalhador intencionalmente estressante e desafiador é vivenciado como uma atividade segura e prazerosa. (MCGONIGAL, 2012, p.30, grifo do autor)

Mas o que será que atrai tanto nos jogos? De acordo com Presnky (2012, p.155) Os computadores e os videogames

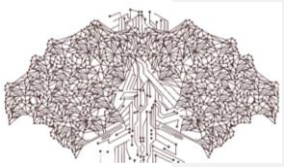
> ...quase podem ser considerados os passatempos que mais prendem a atenção de seus usuários na história da humanidade. A meu ver, esse fato se dá pela combinação de doze elementos:
>
> - Jogos são uma forma de diversão, o que nos proporciona prazer e diversão.
> - Jogos são uma forma de brincar, o que faz nosso sentimento ser intenso e fervoroso.
> - Jogos têm regras, o que nos dá estrutura.
> - Jogos têm metas, o que nos dá motivação.
> - Jogos são interativos, o que nos faz agir.
> - Jogos têm resultados e feedback, o que nos faz aprender.
> - Jogos têm vitórias, o que gratifica nosso ego.
> - Jogos têm conflitos/competições/desafios/oposições, o que nos dá adrenalina.
> - Jogos envolvem a solução de problemas, o que estimula nossa criatividade.
> - Jogos têm interação, o que nos leva a grupos sociais.
> - Jogos têm enredo e representações, o que nos proporciona emoção.

Competir sempre instigou e motivou as pessoas. Assim, a ideia de *gamificar* ambientes de aprendizagem utiliza uma estratégia simples: através de recursos e princípios de games, ou seja, com rankings positivos (premiam os bons, mas não expõem os ruins), medalhas, desafios, rankings e competições aplicados à um contexto que tradicionalmente não faz parte dos games, é possível, de forma eficaz, garantir a execução de tarefas pré-estabelecidas. Mas será que gamificar um processo, está apenas em inserir recurso de jogos em situações de não-jogo? Burke (2015, pág. 84) diz que

> … a gamificação não gira em torno de atribuir pontos e distintivos a atividades e transformá-las em algo envolvente, como em um passe de mágica. O conceito diz respeito a compreender os objetivos e as motivações dos participantes e a projetar uma experiência capaz de inspirá-los a atingir seus objetivos.

3. Engajamento estudantil

Burke (2015) diz que as pessoas sentem inspirações de várias maneiras diferentes e que uma das formas mais eficientes de motivá-las é apresentar desafios práticos e encorajá-las a



atingir vários níveis de desafios, deixando-as envolvidas emocionalmente para atingir seu melhor resultado.

A sala de aula pode ser vista pelo docente como um espaço de investigação e construção do saber. É, ainda, um ambiente de formação que busca promover aprendizagem de acordo com a forma em que esse processo de ensino está sendo conduzido. Entretanto, hoje os docentes vêm encontrando um grande problema em sala de aula, que é o manter os estudantes emocionalmente envolvidos para atingir o melhor resultado (BURKE, 2015). Durante muitos anos acreditava-se que o professor era o centro do processo de aprendizagem e o aluno um receptor de mensagem (ANTUNES, 2014), mas hoje percebe-se a importância dessa mudança de postura e o docente assumir o papel de mediador da aprendizagem.

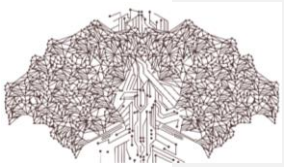
Chega-se à conclusão que, para construir um cenário interessante nesse atual contexto educacional, seria o professor ter em mente a multiplicidade de estilos motivacionais existentes na sala de aula e ser capaz de adaptar as características dos procedimentos didáticos a essa multiplicidade. Outro ponto importante é o fato de que o conhecimento prévio do aluno pode influenciar no processo de construção do conhecimento, visto que uma estratégia de aprendizagem criada a partir das suas características individuais aliadas com os seus estilos motivacionais e cognitivos, podem consolidar um objetivo de aprendizagem desejado pelo professor. Alunos pedagogicamente motivados, tornam-se curiosos e reagem melhor em situações de aprendizagem.

4. A arte de contar história nos jogos digitais

A narrativa é uma prática discursiva que viabiliza a atribuição de sentido às vivências, pois é ao mesmo tempo, um objeto de estudo, um método de investigação e uma forma de organização do relatório de investigação.

A construção e desenvolvimento de personagens e a produção do enredo da história, são conceitos considerados importantes na construção de narrativas, assim como acontece no mundo dos games. Com o intuito de promover engajamento e envolvimento dos usuários, os jogos digitais vem incorporando essas técnicas de forma lúdica e desafiadora. Falcão (2009, p.14), diz que

> Se, por um lado, a narrativa vai se diversificando em meios no decorrer da história, ganhando formas cada vez mais sofisticadas de manifestação - da



> linguagem oral, passando pela escrita, ao cinema, e então para as novas mídias contemporâneas -, por outro, o jogo também se refina em termos de complexidade e formas: da simulação à abstração, cria-se um paradigma autônomo, que se potencializa num dos meios mais expressivos do nosso tempo. Entendemos isto quando consideramos estes elementos como representações de alguns impulsos básicos do ser humano: contar e ouvir histórias, simular microcosmos momentâneos em que limites impostos são superados,saciando uma necessidade competitiva igualmente fundamental. Narrativo e jogo atuam, neste sentido, em campos convergentes.

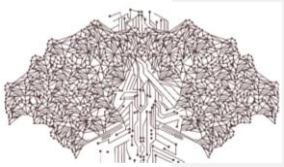
Se percebemos o jogador, assim como o leitor como protagonistas, as suas interações irão influenciar muito o desenrolar da história. A narrativa vem apenas para dar um complemento, trazer imersão ao jogador naquela universo a partir de pontos estratégicos da história. Novack (2010), cita a interatividade, a não linearidade, o controle pelo jogador, a colaboração e a imersão, como algumas das características presentes no jogo e em que a narrativa pode fazer parte desse processo como recurso que pode favorecer para o envolvimento dos jogadores.

Pensando nesse cenário, a narrativa será um dos nossos recursos utilizados durante o processo gamificação dos cenários de aprendizagem da pesquisa. A criação dos personagens, do tema, o enredo, a trama (aventura), os badges, as conquistas, enfim, serão utilizadas alguns pontos importantes abordados durante o processo de criação de uma narrativa para jogos digitais como fator engajador durante o processo de aprendizagem.

4. Metodologia

Segundo Tozoni-Reis (2007), a fonte dos dados indica a modalidade de pesquisa e, olhando para nosso objetivo geral, ou seja, trazer algumas perspectivas teóricas e reflexões sobre o impacto que os elementos da gamificação aplicados em atividades de aprendizagem tem no desenvolvimento do engajamento dos discentes durante o processo de aprendizagem com alunos das séries finais do ensino fundamental I de escolas municipais da cidade do Recife, decidimos optar pela pesquisa de natureza qualitativa.

> Por pesquisa qualitativa entendemos uma modalidade segundo a qual a compreensão dos conteúdos é mais importante do que sua descrição ou sua explicação. Isso significa dizer que, nas ciências humanas interessa muito mais desvendar os significados mais profundos do observador do que imediatamente aparente. Nesse sentido, o papel do pesquisador é mais do que mero observador dos fenômenos. Ele é o principal



> instrumento de investigação na pesquisa qualitativa. (TOZONI-REIS, 2007,pág.25)

Em relação à investigação dos procedimentos de coleta, ou seja, o tipo de procedimento metodológico, nossa pesquisa será de cunho participativo e de campo. Gonsalves (2001) define a pesquisa participativa como uma análise que propõe uma efetiva participação da população pesquisada no processo de geração de conhecimento. Gil (1994) diz que a pesquisa participativa é a que tem a interação entre os membros participantes da pesquisa e o pesquisador. E em relação à pesquisa de campo, Gonsalves (2001, p.67) define como o

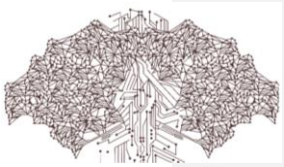
> [...] tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. A pesquisa de campo é aquela que exige do pesquisador um encontro mais direto. Nesse caso o pesquisador, precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre – ou ocorreu – e reunir um conjunto de informações a serem documentadas.

Além da observação, decidimos também optar pela entrevista semi-estruturada, porque através dela o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto, sem respostas ou condições prefixadas, mantendo-se uma flexibilidade na exploração das questões. De acordo com Vianna (2003, p.34), a entrevista semi-estruturada, "se desenrola a partir de um esquema básico, porém não aplicado rigidamente, permitindo que o entrevistador faça as necessárias adaptações". Segundo o autor

> [...] na entrevista a relação que se cria é de interação, havendo uma atmosfera de influência recíproca entre quem pergunta e quem responde. [...] a grande vantagem da entrevista sobre outras técnicas é que ela permite a captação imediata e corrente da informação desejada, praticamente com qualquer tipo de informante e sobre os mais variados tópicos (VIANNA, 2003, p.33).

Além das entrevistas semiestruturadas, com intuito de conhecer o perfil dos alunos, serão realizadas questionários para identificar o estilo de aprendizagem dos alunos participantes da pesquisa, bem como em que tipo de jogador eles estão classificados.

A partir dos dados coletados, ou seja, o diagnóstico das entrevistas e as observações realizadas em sala de aula, será realizada uma análise cruzada. Para a análise das entrevistas, será utilizada a técnica da análise de conteúdos que para Morais (1999, p.09):



> [...] constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum.

O método será dividido em sete seções: na primeira serão apresentados os participantes e o contexto no qual a pesquisa será realizada. Na segunda serão apresentadas as informações de acesso ao campo, na terceira será abordado os requisitos para a criação das atividades gamificadas que farão parte dos cenários de aprendizagem. Na quarta serão apresentadas as técnicas de coleta de dados. Na quinta serão apresentados e definidos os instrumentos de coletas de dados. Na sexta iremos apresentar os critérios de análise de engajamento e aprendizagem e por último descreveremos a plataforma digital a ser utilizada no projeto.

5. Considerações finais

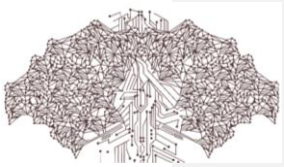
Chega-se à conclusão que, para construir um cenário interessante nesse atual contexto educacional, seria o professor ter em mente a multiplicidade de estilos motivacionais e de engajamento existentes na sala de aula e ser capaz de adaptar as características dos procedimentos didáticos a essa multiplicidade. Outro ponto importante é o fato de que o conhecimento prévio do aluno pode influenciar no processo de construção do conhecimento, visto que uma estratégia de aprendizagem criada a partir das suas características individuais aliadas com os seus estilos motivacionais e cognitivos, podem consolidar um objetivo de aprendizagem desejado pelo professor. Alunos pedagogicamente motivados, tornam-se curiosos e reagem melhor em situações de aprendizagem.

Referências Bibliográficas

ALVES, Flora. **Gamification: como criar experiências de aprendizagem engajadoras. Um guia completo do conceito à prática.** 2 ed. São paulo: DVS Editora, 2015. p.168.

ALVES, Lynn. COUTINHO, Isa de Jesus. (org.). **Jogos digitais e aprendizagem: fundamentos para uma prática baseada em evidências.** Campinas, SP: Papirus, 2016. p.320.

ANTUNES, Celso. **Professores e professauros: Reflexões sobre a aula e práticas pedagógicas**



diversas. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. p.199.

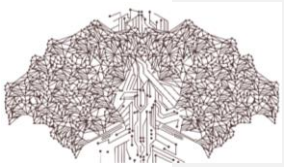
BURKE, Brian. ***Gamificar*: como a gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas extraordinárias.** Brian Burke; tradução Siebn Gruppe. São Paulo: DVS Editora, 2015. 166 p.

COLL, César; MONEREO, Carles. **Psicologia da Educação Virtual: aprender e ensinar com as tecnologias da informação e da comunicação.** Tradução Naila Freitas. Porto Alegre, Armed , 2010. 365p.

GABRIEL, Martha. **Educ@r: a revolução digital na educação.** São Paulo: Saraiva, 2013. p.241.

GONSALVES, Elisa Pereira. Iniciação à Pesquisa Científica. 2.ed. Campinas, SP. Editora Alínea, 2001.
ROSA, La Jorge (org). Psicologia e educação: o significado de aprender. 9 ed. - Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007. 230p.
TOZONI-REIS, Marília Freitas de Campos. Metodologia da Pesquisa Científica. Curitiba: IESDE Brasil S.A, 2007. p.134.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



GESTÃO ESTRATÉGICA DA INFORMAÇÃO – PANORAMA ATUAL[1]

Cristiane Silva do Nascimento Pereira[2];
Alberto Quintanilha Alves da Silva Correia[3]; Jéssica Costa do Amaral[4]

Resumo: O presente artigo objetiva demonstrar os benefícios da gestão estratégica da informação, justificando os meios utilizados para que ela aconteça. Para isso se utilizou pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório, abrangendo livros, artigos científicos e sites. Foram abordados aspectos gerais da informação, realizadas reflexões sobre a importância do gerenciamento de informações, com enfoque no mundo corporativo e explicitadas características de estratégias e de sistemas que realizam o gerenciamento de informações. Discussões apresentadas enfatizaram o avanço tecnológico, as consequências no âmbito organizacional e as implicações do volume de informações no mundo corporativo. As considerações conclusivas demonstraram a relevância da utilização dos sistemas de informação, uma definição sobre a gestão estratégica da informação e por fim uma importante consequência da sua aplicação para as empresas.

Palavras-chave: Big data, CRM, ERP, gestão estratégica da informação, sistemas de informação;

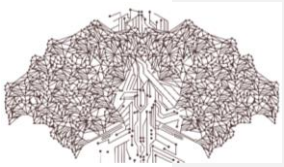
1. Introdução

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 2 – Big data, ciência dos dados, dados abertos, algoritmos, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Pesquisadora é docente na Universidade Castelo Branco. Mestre em Administração (UNIGRANRIO). Coordenadora do projeto de pesquisa e extensão *A Comunicação Interna e a Gestão de Procedimentos Operacionais em PMI's* (UCB) e professora orientadora do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: profcristianepereira@outlook.com

3. Pesquisador é discente da graduação tecnológica em Processos Gerenciais – Gestão Empresarial (UCB), bacharel em Direito (UNESA), aluno extensionista do projeto de pesquisa e extensão *A Comunicação Interna e a Gestão de Procedimentos Operacionais em PMI's* (UCB) e aluno voluntário do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: albertotus@hotmail.com

4. Pesquisadora é discente da graduação em Administração (UCB) e aluna voluntária do programa institucional de iniciação científica e tecnológica no projeto *Gestão Estratégica da Informação – Panorama atual* (UCB). E-mail: jessica.amaral95@hotmail.com



Cada vez mais a informação possui importância fundamental nas organizações. A gestão moderna exige que a tomada de decisão seja feita com o máximo aparato de conhecimentos. Isso leva a considerar que, a quantidade de informações recebidas pelas empresas e os dados de nelas contidos são, para as empresas, um importante recurso que necessita ser gerido. Para Lira *et al.* (2008), novas formas de obtenção de informações e de criação de estratégias competitivas surgem em consequência da nova economia. Dessa forma as empresas atuam buscando adaptação e reestruturação na para resolver questões relacionadas à gestão. Tal postura é estratégia adotada para manter a condição competitiva.

No atual cenário macroeconômico, a informação tornou-se o foco das atenções. A sobrevivência de uma organização depende, cada vez mais, de uma constante troca e análise de informações sobre o seu ambiente. A quantidade de dados e informações existentes nas empresas vêm crescendo rapidamente. Este fator exerce influência direta no processo de tomada de decisão, uma vez que, absorver e administrar grande quantidade dados requer coerência, consistência e rapidez, de modo a preparar os operadores informacionais para os desafios do presente e as oportunidades do futuro.

Todas as áreas de uma organização precisam administrar estrategicamente as informações com as quais realiza a tomada de decisão. Isso ocorre não somente com as áreas mais funcionais, mas também com todas as outras e a integração entre elas favorece o processo de administração estratégica. (ROCHA, 2012 p. 4).

Praticamente todas as empresas possuem sistemas de informação que armazenam dados. O uso da tecnologia aumenta a cada dia e uma prova disso é a grande utilização dos sistemas informacionais – ambientes de complexidade, onde a circulação de informações é volumosa e intensa. O avanço constante das tecnologias fez com que as organizações ganhassem um novo perfil no mercado e exige uma adequação a essa nova realidade. Para isso, as empresas necessitam de subsídios para a identificação da melhor forma de captação e utilização das informações, em benefício da realização do adequado gerenciamento das mesmas.

Segundo Barbosa (2008), na medida em que os ambientes corporativos apresentam características mais complexas e mutantes, a informação se transforma "em uma arma capaz de garantir a devida antecipação e análise de tendências, bem como a capacidade de adaptação, de aprendizagem e de inovação".

Este artigo tem como objetivo demonstrar os benefícios da gestão estratégica da informação e a sua aplicação, que se dá por meio de ferramentas adequadas para que essa gestão ocorra.

2. Metodologia

O presente trabalho trata-se de pesquisa pura, na qual se observa a aquisição do conhecimento de forma teórica (CORDEIRO, 2012) e exploratória, proporcionando conhecimento sobre assunto já conhecido, visto sob nova perspectiva (CASARIN, 2012). A pesquisa compreendeu leitura textual em livros, artigos científicos e sites, abrangendo a realização de reflexões críticas sobre os elementos que compreendem o conjunto

multidisciplinar abordado. Segundo Mascarenhas (2014, p. 49) a investigação bibliográfica baseia-se na análise de livros, artigos, dicionários e enciclopédias, por exemplo.

Para Lima e Mioto (2007), a pesquisa bibliográfica tem grande volume de utilização em trabalhos de caráter exploratório, sendo um procedimento metodológico bastante usual. A escolha desse procedimento parece ser a forma mais adequada para a exposição da pesquisa que aqui se apresenta (LIMA e MIOTO, 2007).

3. Referencial Teórico

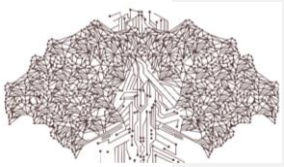
3.1. A informação

Siqueira (2005), explica que a informação compõe os principais recursos econômicos das empresas, havendo uma necessidade de valorização, manutenção e desenvolvimento da mesma, a ser realizada com uma devida organização. O autor complementa que "administradores e gerentes de tecnologia da informação já perceberam que a experiência, a perícia e o nível de especialização no negócio dos seus profissionais eram os principais ativos que um determinado setor poderia ter".

Caiçara Júnior (2015, p. 21) expressa que a definição do termo informação não é uma tarefa fácil. Para Ferreira e Anjos (2005) ela pode ser entendida como "a medida da redução da incerteza sobre um determinado estado de coisas por intermédio de uma mensagem". Batista (2004) explica que as informações são simultaneamente a base para a tomada decisão e o resultado direto de suas ações subsequentes. Para Castells (2000) as tecnologias se realizam para viabilizar ao homem que o mesmo atue sobre a informação propriamente dita, o que não era a tendência das eras anteriores, nas quais se utilizava a informação para que a mesma agisse sobre as tecnologias, em prol da criação de novos implementos nos sistemas.

No cenário econômico atual, explicam Lira *et al.*(2008), onde as empresas têm buscado melhores formas de obtenção de informações, em prol da mantenência de uma boa condição competitiva, se percebe que a informação tem papel fundamental nas organizações, "possibilitando um reposicionamento dos negócios com maior rapidez e agilidade de resposta às novas necessidades", Diante disso, reiteram os autores que "um dos principais desafios para as pessoas e para as organizações é saber detectar e gerenciar a informação eficaz, em busca de um melhor posicionamento no espaço competitivo no qual atua".

Soares *et al.* (2011) discorreram sobre o impacto da tecnologia da informação no ambiente organizacional. Disseram que "essa capacidade de gerar impacto existe devido às inúmeras



facilidades que estes sistemas podem nos oferecer em nossas rotinas empresariais". Os autores citam exemplos de algumas funções que podem ser executadas:

> Uma delas é a sua aplicação para a tomada de decisões e a solução de problemas relacionados com a vantagem competitiva das empresas. Desta maneira estes sistemas concentram-se na garantia da prosperidade da empresa bem como a sua sobrevivência no mercado. O objetivo destes mecanismos é oferecer condições para competir no mercado de igual para igual com seus concorrentes ou substitutos em geral. A utilização da TI permite uma relação mais estreita entre empresa e fornecedores, na medida em que qualquer pedido ou sugestão da parte da empresa é possível de ser atendida ou apenas testada pelos fornecedores, assim permitindo uma modificação na maneira de pensar e de agir dos produtores e consumidores. (Soares *et al.* 2011).

3.2. A importância do gerenciamento de informações

As tecnologias de automação e otimização da informação estão em toda a parte. Desde uma empresa de pequeno porte (como padarias, lanchonetes, ou livrarias) até organizações de grande porte ou multinacionais, estão cada vez mais, dependentes das tecnologias para automatizar e distribuir as informações entre seus setores, entre suas unidades de negócio e seus stakeholders. Sabe-se que, atualmente, o volume de informações que temos de manipular é muito maior, comparando com os dados e informações que manipulávamos até poucos anos atrás. Essa avalanche de informações, que vem aumentando a cada dia, só é possível por causa das tecnologias computacionais e dos sistemas de informação, que nos possibilitam um universo de possibilidades na tomada de decisão organizacional realizada por seus gerentes (SOUZA, 2015, p. 7).

No entendimento de Cronin (1990), a informação, no âmbito organizacional, é um recurso de suma importância para a formulação de estratégicas. Há uma gama de valores que se aplicam para esse tipo de recurso e, em consequência, podem ser estabelecidos princípios para a criação e o funcionamento de Sistemas de Informação Estratégica. Para Caiçara Júnior (2015, p. 24), um ponto de vista sobre a gestão da informação é vê-la como "um conjunto estruturado de atividades que incluem a maneira como as organizações obtêm, distribuem e usam a informação".



A importância de um adequado gerenciamento das informações é um fator que tem sido cada vez mais relevante no mundo dos negócios. Entretanto, é bastante interessante o fato de as regras, por exemplo que governam a economia, serem bastante divergentes em relação à temática informacional. As regras da economia abrangem uma esfera diversa das que comandam o mundo da informação, pois estas não se encontram limitadas pelas barreiras de tempo e espaço, existentes no mundo físico (PITASSI e LEITÃO, 2012, p. 77 e 78).

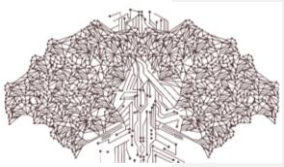
A visão instrumental, aplicada ao processo de implantação dos sistemas de informação, resulta na deformação do entendimento da natureza da informação, da linguagem e da comunicação, com sérias consequências para as organizações produtivas (PITASSI e LEITÃO, 2012, p. 77 e 78).

Barbosa (2008) explica que a identificação das necessidades e a utilização da informação são os grandes desafios da gestão. Quando as informações são coletadas, produzidas, organizadas e distribuídas considera-se a informação como um fenômeno maior do que o conhecimento, visto que este é existente exclusivamente na mente das pessoas. O autor exemplifica citando as "páginas amarelas corporativas", iniciativa, de gestão da informação, que tinha objetivo de "possibilitar a identificação e localização de conhecimentos e competências possuídos pelos membros de uma organização".

Para Coelho (2017), a gestão estratégica trata-se de uma administração do futuro, de modo a consolidar um conjunto de princípios, normas e funções, para alavancar harmoniosamente o processo de planejamento da situação futura desejada. Dessa forma, ela, como instrumento do processo de gestão, procura interligar as principais funções – planejamento, organização, direção e controle – bem como os fatores externos de influência – positiva ou negativa –, os quais são denominados de oportunidades e ameaças.

Frade *et al.*(2003) veem a gestão estratégica da informação como sendo "o elo entre o usuário da informação, que busca, recebe e julga a informação, e as tecnologias, apresentadas como resposta à problemática do gerenciamento prático". Para eles, a transferência de informações se resume na eficácia do gerenciamento das mesmas e o objetivo dessa prática é a melhoria na capacidade organizacional, no que é referente à gestão informacional. Consideram que a gestão estratégica da informação, como prática gerencial, se volta para o controle da oferta, e como prática social "se faz pela subjetividade do usuário da informação, no que diz respeito à recepção e distribuição da informação". Completam que, "cabe ao homem representar o seu conhecimento, gerar informações, formar redes e se transformar".

3.3. Estratégias e tecnologias utilizadas para a gestão da informação



No entendimento de Siqueira (2005), as estratégias determinam o posicionamento da empresa nas diversas relações com clientes, fornecedores, com a sociedade e com os demais integrantes do ambiente empresarial. Segundo ele, "a estratégia não precisa ser correta, mesmo porque a quantidade de variáveis de um mercado em constante evolução é infinita". O autor relata que, um modelo de gestão estratégica que talvez seja o mais aplicado no mundo dos negócios é o *Balanced Scorecard* – BSC, recurso que procura "acompanhar, controlar e disseminar as ações estratégicas em medidas financeiras e operacionais, externas e internas, de resultado e de desempenho, tendo como principal benefício gerenciar a estratégia em todos os níveis".

As organizações contemporâneas são caracterizadas pela produção contínua, pelo processamento e pela utilização da informação. A partir disso, considera-se "que os processos críticos da gestão da informação sejam a organização e o tratamento da informação" (BARBOSA, 2008). O mesmo autor menciona que, o volume crescente de informações que as empresas de hoje em dia necessitam processar evidencia ser importante a utilização de um sistema que "seja capaz de representar o conteúdo informacional dos documentos, de forma a possibilitar a sua futura recuperação". Para Pereira (2017) "a elaboração de procedimentos planejados e formalizados pode viabilizar o bom andamento das atividades empresariais".

Bazzotti e Garcia (2006) dizem que "a tecnologia de informação oferece recursos tecnológicos e computacionais para a geração de informações", corroborando que "os sistemas de informação estão cada vez mais sofisticados, propondo mudanças nos processos, estrutura e estratégia de negócios". Soares *et al.* (2011) explicam que a aplicação da tecnologia sobre a informação resulta em proporcionar "às organizações, profissionais, usuários e à sociedade" uma capacidade privilegiada para "ampliar, adquirir, manipular e comunicar informações referentes aos negócios, vida profissional e pessoal de todos". Dessa forma se torna possível superar formas estagnadas de procedimentos, aplicando-se novas maneiras de pensamento, proporcionando ações e reações em tempo real e favorecendo aos públicos de interesse de acordo com o que se deseja. Os autores complementam que, nas últimas décadas, "os sistemas de informação foram essenciais para auxiliar o gestor neste processo decisório, dando agilidade aos processos e maior exatidão nas informações coletadas".

Para Moraes, Terence e Escrivão Filho (2004), embora tenha aumentado a quantidade de pequenas empresas que utilizam a tecnologia da informação para a gestão dos seus negócios, "percebe-se que poucas conseguem efetivar o potencial que esta ferramenta proporciona em relação à vantagem competitiva, pois o seu uso está voltado às tarefas operacionais e rotineiras e não a atividades do processo estratégico". Os autores corroboram que há a necessidade de

realização de pesquisas que tratem sobre o uso das tecnologias de informação e que elas são "ferramenta estratégica nas empresas de pequeno porte" e auxiliadoras para que o dirigente possa elaborar, implementar e controlar estratégias, monitorar o ambiente e tomar decisões, proporcionando assim vantagem competitiva ao referido segmento de empresas.

O big data trata-se de um "conjunto de softwares que fazem análises complexas a partir de grandes bases eletrônicas de dados" (GIARDELLI, 2015). O autor também complementa que essa tecnologia tem modificado, inclusive, a forma de trabalho de profissionais de áreas que não são de tecnologia, o que demonstra uma nova tendência no gerenciamento de informações. Segundo a Revista Exame (2015), a procura por gerentes de projeto com experiência em big data mais do que dobrou (123%) em 2014, segundo pesquisa realizada em âmbito mundial.

Para Vianna, Dutra e Frazzon (2016), o termo big data, na prática e visto sob uma perspectiva de ferramenta para a tomada de decisão, resume, de certo modo, "um conceito de explosão de dados de forma incontrolável e a necessidade de transformar esses dados em informações". Nesse prisma, tais informações se utilizam para o direcionamento de negócios e estratégias organizacionais, minimizando riscos e sendo um forte apoio para o processo de tomada de decisões.

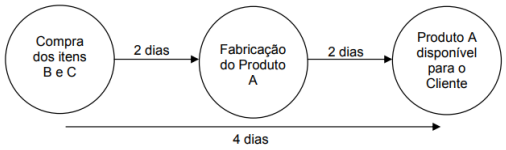
No ano de 1990 surgiu o conceito de *Business Intelligence* - B.I.. Segundo Barbosa (2002), a inteligência empresarial compreende o estudo da natureza da concorrência sob uma perspectiva mais ampla, procurando incorporar, na análise das informações, interfaces de cunho econômico, social e político que possam ser de importância para o sucesso do negócio. Primak (2008) explica que o termo *Business Intelligence* referencia o "processo inteligente de coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoração de dados contidos em *Data Warehouse* / *Data Mart*, gerando informações para o suporte à tomada de decisões no ambiente de negócios".

Esteves (2007) explica que o MRP (Material Requirements Planning – Planejamento das Necessidades de Material), é um tipo de sistema de planejamento que visa a otimização do sistema produtivo através do cálculo correto das necessidades de material e através da redução dos atrasos de entrega de pedido. O autor reitera que, a implantação do MRP, pode contribuir favoravelmente para que a empresa obtenha ganho em competitividade.

No entendimento de Corrêa e Gianesi (1993), o princípio básico do sistema MRP consiste no cálculo das necessidades. Nesse sentido, se podem identificar as quantidades e os momentos em que são necessários os recursos de manufatura, para que sejam cumpridos os prazos de entrega com um mínimo de formação de estoque. A figura 1 ilustra o princípio. Nela se pode ver, a título de exemplo, um produto A, composto por duas peças, B e C, que são compradas de um fornecedor que demora dois dias para entregá-las e que tem um tempo gasto de dois dias para ser fabricado.

Tais peças precisam ser solicitadas no limite máximo de quatro dias antecedentes, para que o produto A esteja disponível em estoque.

Figura 1: Princípio básico do funcionamento do MRP



Fonte: Adaptado de Corrêa e Gianesi, 1993, pág. 105.

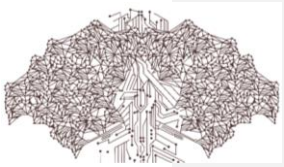
O termo CRM nunca foi definido de um modo unificado e formal. É possível dizer que o CRM é a infraestrutura para implementar-se a filosofia *one to one* de relacionamento com os clientes (PEPPERS e ROGERS, 2004, p. 59). De acordo com o Gartner Group (2017):

> CRM é uma estratégia de negócios que otimiza a receita e a rentabilidade, promovendo a satisfação e a lealdade do cliente. As tecnologias de CRM permitem a elaboração de estratégias e identificam e gerenciam o relacionamento com o cliente, pessoalmente ou virtualmente. O software de CRM oferece funcionalidades para as empresas em quatro segmentos: vendas, marketing, atendimento ao cliente e comércio digital.

Segundo Padilha e Marins (2005), o CRM é a operacionalização do "*DataBase Marketing*", onde, por meio da "base transacional e de todas as informações disponíveis sobre os clientes", realizam-se "análises que permitam um atendimento diferenciado, identificando necessidades e tendências de grupos de consumidores, além de facilitar a fidelidade dos clientes".

Caiçara Júnior (2015, p. 125 e 127) explica que, os sistemas ERP dividem-se em módulos e que a modulagem é uma das suas principais características. Entre os seus módulos básicos podemos exemplificar as categorias controladoria, finanças planejamento de produção e gerenciamento de materiais. Padilha e Martins (2005) comentam que, antes da disseminação dos ERPs, os grandes depósitos de dados (*Data Warehouses*) e suas ferramentas de extração (*Data Mining*) "as bases para a implementação destes conceitos e ferramentas não possuíam a viabilidade hoje existente".

Todas as informações recebidas pela empresa podem ser gerenciadas estrategicamente, de maneira que atenda às necessidades desejadas pelos gestores (BEUREN e MARTINS, 2001). Souza e Szafir-Goldstein (2005) consideram bastante importantes as ferramentas computacionais, ou de tecnologia da informática, no que tange ao gerenciamento empresarial, mas ressaltam que,



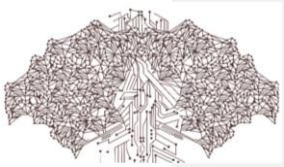
cada ferramenta ou tecnologia tem a sua característica de especificidade para a execução de soluções e limites no que tange à visão holística do cenário real em prol da tomada de decisão, não podendo, por enquanto, substituírem os gerentes.

De acordo com o entendimento de Borges (1995), os sistemas de gestão de informações "são fortes recursos estratégicos na consecução de atividades empresariais", sendo, porém importante ser discutido com acuidade o fato de a informação ser favorável e melhor aproveitada "quando integrada à organização como um recurso fundamental do planejamento, da definição de estratégias e da tomada de decisão".

4. Discussões

No que tange às organizações, impende salientar que, com o avanço constante das tecnologias, elas ganharam um novo perfil no mercado, tendo a informação papel fundamental nessa nova postura. O gerenciamento das informações está entre os maiores desafios das organizações. Tal entendimento foi explicitado por Lira *et al.* (2008). Outro ponto importante sobre as organizações, abordado por Souza (2015, p. 7), é que as tecnologias de automação e otimização da informação estão em toda a parte, desde as organizações pequenas até as empresas de grande porte. Barbosa afirma (2008) que as organizações contemporâneas são caracterizadas pela produção contínua, processamento e utilização da informação. Esse entendimento faz bastante sentido, pois o volume de informações que uma empresa recebe e os dados de nelas contidos constituem um importante recurso que precisa ser bem gerido.

É uma característica da gestão moderna que, a tomada de decisão seja feita com o máximo aparato de conhecimentos. Isso leva a considerar que, a quantidade de informações recebidas pelas empresas e os dados de nelas contidos são um importante recurso na rotina dos gestores. Lira *et al.* (2008) fazem abordagem, e aqui se estende o assunto sobre as novas formas de obtenção de informações e sobre a criação de estratégias competitivas adotadas pelas as empresas, envolvendo todas as áreas corporativas, em especial a gestão. Tal postura de fato é favorável, para que se progrida e avance na condição competitiva dos negócios. Caiçara Júnior (2015, p. 24) vê a gestão como "um conjunto estruturado de atividades que incluem a maneira como as organizações obtêm, distribuem e usam a informação". Perceber a gestão como sendo um conjunto estruturado de atividades, tendo inclusa a maneira como as organizações obtêm, distribuem e usam a informação, trata-se de um ponto-chave a ser tratado no âmbito corporativo. É afirmação de Barbosa (2008) que a identificação das necessidades e a utilização da informação são os grandes desafios da gestão. Isso pode ser percebido quando vemos as empresas sempre se modernizando no armazenamento e distribuição documental e na realização das suas comunicações, tanto interna quanto externa – considere-se inclusa na comunicação interna a comunicação integrada. Outra abordagem que Barbosa (2008) faz sobre a gestão é quanto



aos desafios, ressaltando ser a utilização da informação um dos grandes desafios da gestão. Tal apontamento retrata de fato a forma de proceder das organizações.

Os sistemas de informação estão presentes em todas as empresas e o crescimento tecnológico avança cada vez mais aceleradamente, proporcionando a disponibilização de sistemas cada vez mais eficazes. É entendimento de Souza (SOUZA, 2015, p. 7) que a chegada de informações nas empresas deve acontecer por meio da viabilidade proporcionada pelos sistemas. De fato, quando as informações são gerenciadas por um sistema adequado e que atende necessidades específicas com rapidez e segurança de conteúdo ocorre, sobretudo um processo válido, favorecedor para o cumprimento dos objetivos organizacionais. De acordo com Cronin (Cronin (1990), podem ser estabelecidos valores para a criação e o funcionamento de Sistemas de Informação Estratégica. Esse é um registro bastante interessante e que merece ser ressaltado, visto o exercício de qualquer atividade e procedimento deve seguir uma adequada eticidade. Embora o autor seguramente tenha feito tal afirmação objetivando abordar valores locais específicos, é cabível o acréscimo sobre o tem da ética. Pitassi e Leitão (2012, p. 77 e 78) despertam o assunto da visão instrumental que se aplica ao processo de implementação dos sistemas. Percebe-se nesse ponto um fato preocupante, por razão de poder gerar consequências desfavoráveis para o entendimento da natureza da informação, situação que pode prejudicar de alguma forma a produtividade. Se faz oportuno, por fim, reiterar o entendimento de Borges (1995), que define os sistemas de gestão como “fortes recursos estratégicos na consecução de atividades empresariais”. A definição dos sistemas de informação recursos estratégicos retrata bem a visão favorável de uma gestão que almeja uma adequada utilização de sistemas no que concerne ao âmbito da estratégia.

Tratando-se de ferramentas de gestão e da abordagem quanto âmbito da tecnologia da informação, importa ressaltar o quanto a tecnologia da informação qualifica e agiliza a tomada de decisões nas empresas. Esse entendimento foi demonstrado por Pitassi e Leitão (2012). Tal processo representa um grande avanço organizacional, que é derivado da crescente e constante evolução tecnológica. Nas investigações acerca das novas tecnologias e sistemas de informação, foi visto o conceito de Giardelli (2015) que relatou ser o big data “um conjunto de softwares que fazem análises complexas a partir de grandes bases eletrônicas de dados”. Já Vianna, Dutra e Frazzon (2016), dizem que o termo big data, na prática e quando visto sob a perspectiva de ser uma ferramenta para a tomada de decisão, resume se apresenta como um conceito de explosão de dados de forma incontrolável e que tem a necessidade de transformar esses dados em informações”. Quanto ao B.I. Barbosa (2002) compreende ser o estudo natureza da concorrência sob uma perspectiva mais ampla, procurando incorporar, na análise das informações, interfaces

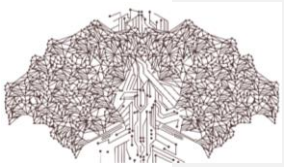
de cunho econômico, social e político que possam ser de importância para o sucesso do negócio, enquanto Primak (2008) diz que o termo trata-se de um processo inteligente de coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoração de dados contidos em *Data Warehouse* / *Data Mart*, gerando informações para o suporte à tomada de decisões no ambiente de negócios. A diferenciação no enfoque dos conceitos de B.I. evidencia a riqueza da ferramenta. Esteves (2007) diz que o MRP é um tipo de sistema planejamento que visa a otimização do sistema produtivo através do cálculo correto das necessidades de material e através da redução dos atrasos de entrega de pedido e reitera que a implantação do referido sistema pode contribuir favoravelmente para que a empresa obtenha ganho em competitividade. Já Corrêa e Gianesi (1993) abordam o princípio básico do MRP, que é o cálculo das necessidades consiste no cálculo das necessidades. Vê-se aqui, além da evidenciação de características do sistema, outro ponto interessante que é a riqueza de subjetividades. A investigação das características e funcionalidades dos sistemas de informação expressa no ajuntamento de exposições conceituais resultou no alcance de conhecimentos benéficos para que a gestão possa ter uma visão holística dos benefícios da utilização da tecnologia da informação no âmbito organizacional.

Para Giardelli (2015) os sistemas de gerenciamento têm modificado a forma de trabalho e de gestão das informações. Há de se considerar, de fato que um adequado gerenciamento informacional é essencial para uma boa gestão empresarial. Barbosa (2002) aborda a questão da incorporação, na análise das informações, de questões de cunho econômico, social e político, sendo essas imprescindíveis para o sucesso do negócio. Isso representa uma ilustração do favorável alcance em avanços de desenvolvimento organizacional com a utilização estratégica das informações gerenciadas.

5. Considerações Finais

O presente estudo demonstrou que os sistemas de informação assumem, nas organizações, papel estratégico, auxiliando na celeridade da tomada de decisões e favorecendo para que sejam tomadas medidas acertadas, revitalizando os processos de negócios. Eles tornaram-se recursos indispensáveis no registro e no tratamento dos dados das organizações, de maneira a proporcionar maiores opções nas escolhas das estratégias organizacionais, sendo, portanto essenciais para o gerenciamento empresarial.

A gestão estratégica da informação é a prática de gerir as informações com as quais se exerce determinada atividade, envolvendo análises e a utilização de tecnologias, a partir de uma



estrutura de planejamento estratégico, englobando a busca, o recebimento, o estudo, o processamento, o julgamento e a destinação da informação.

Um ponto a ser considerado como limitação da pesquisa é a falta de aprofundamento nas funcionalidades dos sistemas de informação mencionados. As evoluções nas funcionalidades dos ERPs nas atividades de gestão empresarial, ocorridas nas últimas décadas, é um estudo que o presente trabalho fez despertar.

A abordagem da gestão estratégica da informação demonstrou a grande importância que a informação tem para as empresas, bem como os atributos das principais ferramentas de gestão da informação, às quais viabilizam a realização de estratégias que tendem a proporcionar vantagem competitiva.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Ricardo. Rodrigues**. Inteligência empresarial: uma avaliação de fontes de informação sobre o ambiente organizacional externo**. DataGramaZero, v. 3, n. 6, p. A03-0, 2002. Disponível em: <http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/v/a/1274>. Acesso em: 28 de outubro de 2017.

_____. **Gestão da Informação e do conhecimento: origens, polêmicas e perspectivas**. Informação & Informação, Londrina, v. 13. n. especial, p. 1-25, 2008, Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1843/1556> . Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

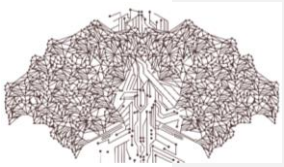
BATISTA, Emerson de Oliveira. **Sistemas de Informação: o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BAZZOTI, Cristiane, GARCIA, Elias. **A Importância do Sistema de Informação Gerencial na Gestão Empresarial para Tomada de Decisões**. Ciências Aplicadas em Revista, Unioeste, Paraná, v. 6, n. 11, 2006. Disponível em: http://e-revista.unioeste.br/index.php/csaemrevista/article/view/368**>.** Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

BORGES, Mônica Erichsen Nassif. **A Informação como Recurso Gerencial das Organizações na Sociedade do Conhecimento**. Ciência da informação, v. 24. n. 2, 1995. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/584/586>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

CAIÇARA JÚNIOR, Cícero. **Sistemas Integrados de Gestão – ERP: uma abordagem gerencial**. 2. ed. Curitiba: Intersaberes, 2015.

CASARIN, Helen de Castro Silva; CASARIN, Samuel José. **Pesquisa científica: da teoria à prática**. Curitiba: Intersaberes, 2012.



CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. In: A Sociedade em rede, v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COELHO, Ana Cláudia Araújo. **Fundamentos da Administração**. Apostila II da disciplina Fundamentos da Administração. Rio de Janeiro: Universidade Castelo Branco, 2017. p. 51.

CORDEIRO, Gisele do Rocio; MOLINA, Nilcemara Leal; DIAS, Vanda Fattori [Orgs.]. **Orientações e dicas para trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Intersaberes, 2012.

CORRÊA, Henrique L.; GIANESI, Irineu G. N.. **Just in time, MRP II e OPT: um enfoque estratégico**. São Paulo: Atlas, 1993.

CRONIN, B. **Esquemas conceituais e estratégicos para a gerência da informação**. Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG, v. 19, n. 2, p. 195-220, 1990. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/1446>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

ESTEVES, Vinicius Rodrigues. **Utilização do MRP como Ferramenta para o Planejamento e Controle de Produção em uma indústria de Embalagens Plásticas Flexíveis p Estudo de Caso.** X, 63. 29,7 cm (EPD/UFJF, Graduação, Engenharia de Produção, 2007) Monografia – Universidade Federal de Juiz de Fora, Departamento de Engenharia de Produção.

FERREIRA, Marina Baird; ANJOS, Margarida dos. [Coord.]. ***Dicionário*** **Escolar da Língua Portuguesa**. 1. ed. *Curitiba*: *Positivo*, 2005.

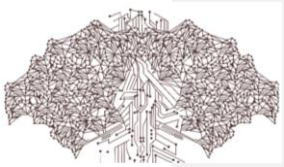
FRADE, Ana Cristina Morado Nascimento; NASCIMENTO, Denise Morado; TOMAÉL, Maria Inês; ALVARENGA NETO. Rivadávia Correa Drummond de. **Gestão Estratégica da Informação: a distribuição da informação e do conhecimento**. Informação. & Sociedade. João Pessoa, v. 13, n. 2, p. 37-64, jul./dez. 2003. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/90>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

GIARDELLI, Gil. **Como o Big Data Está Mudando o Mercado**. Revista Exame. 15 de maio, 2015. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/carreira/como-o-big-data-esta-mudando-mercado>. Acesso em: 28 de outubro de 2017.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO Regina Célia Tamaso. **Procedimentos Metodológicos na Construção do Conhecimento Científico: a pesquisa bibliográfica**. Rev. Katál. Florianópolis v. 10 n. esp. p. 37-45 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rk/v10nspe/a0410spe>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

LIRA, Walesca Silveira; CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde; ARAÚJO, Geraldo Maciel de; BARROS, Marcelo Alves de. **A Busca e o Uso da Informação nas Organizações**. Perspectivas em Ciência da Informação, v. 13, n.1 p. 166-183, jan./abr. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v13n1/v13n1a11>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

MASCARENHAS, Sidnei A. [Org.]. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson, 2014. (Série Bibliográfica Universitária Pearson)



MORAES, Giseli Diniz de Almeida; TERENCE, Ana Cláudia Fernandes; ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. **A Tecnologia da Informação como Suporte à Gestão Estratégica na Pequena Empresa**. Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação, v. 1, n. 1, 2004, p. 27-43. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/jistm/v1n1/03.pdf>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

PADILHA, Thais Cássia Cabral; MARTINS, Fernando Augusto Silva. **Sistemas ERP: características, custos e tendências**. ***Revista Produção***, v. 15, n. 1, p. 102-113, Jan./Abr. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/prod/v15n1/n1a08.pdf>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

PEREIRA, Cristiane Silva do Nascimento; CORREIA, Alberto Quintanilha Alves da Silva; LOURENÇO, Fernanda Estevão; OLIVEIRA, Maria Laura da Silva. **Comunicação interna e gestão de procedimentos operacionais: interfaces com a educação corporativa**. **SUCEG - Seminário de Universidade Corporativa e Escolas de Governo,** [S.l.], v. 1, n. 1, p. 430-439, dec. 2017. Disponível em: <http://anais.suceg.ufsc.br/index.php/suceg/article/view/68>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

PITASSI, Cláudio; LEITÃO, Sérgio Proença Leitão**. Tecnologia de Informação e Mudança: uma abordagem crítica**. RAE - Revista de Administração de Empresas. Abr/Jun. 2002, n. 2, p. 77-87. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v42n2/v42n2a07.pdf>. Acesso em: 27 de outubro de 2017.

PRIMAK, Fábio Vinícius. **Decisões com B.I. (Business Intelligence)**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008.

ROCHA, Águida Garreth Ferraz [Org.]. **Planejamento e Gestão Estratégica**. São Paulo, Pearson, 2012.

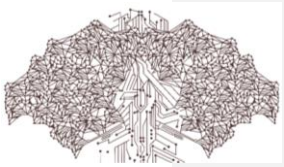
SIQUEIRA, Marcelo Costa. **Gestão Estratégica da Informação: como transformar o conteúdo informacional em conhecimento valioso**. Rio de Janeiro: Brasport, 2005.

SOARES, Denis Domingos; SOUZA, Eduardo Ribeiro de; SOARES, Mariana Fernandes; CUSTÓDIO, Everton Rodrigo Salvático. **Tecnologia da Informação como Ferramenta de Gestão**. Educação e Pesquisa: a produção de conhecimento e a formação de pesquisadores. III Encontro Científico e Simpósio de Educação Unisalesiano. Lins, 2011. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2011/publicado/artigo0162.pdf>. Acesso em: 31 de outubro de 2018.

SOUZA, Helcimara Affonso de. **Administração de Sistemas de Informação**. Rio de Janeiro: Seses, 2015. 168p.

VIANNA, William Barbosa; DUTRA, Moisés Lima; FRAZZON, Enzo Morosini. **Big Data e Gestão da Informação: modelagem do contexto decisional apoiado pela sistemografia**. Informação & Informação, Londrina, v. 21. n. 1, p. 185-212, jan/abr. 2016. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/23327/18993>. Acesso em: 31 de janeiro de 2018.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



GRADES OU REDES: O APRISIONAMENTO DOS CONTEÚDOS DE APRENDIZAGEM[1]

Susan Kratochwill[2]

RESUMO

A pesquisa de doutorado em Ciências da Educação deu origem a este artigo que tem como objetivo debater sobre a disponibilização e a interação com os conteúdos de aprendizagem no cenário da cibercultura, considerando-se a educação "não-presencial" ou (educação a distância (EaD)" ou "educação online", ou ainda, "educação em rede". Considerou-se este estudo relevante mediante a expansão mundial das práticas de educação a distância (ou online). Tais práticas vêm necessitando cada vez mais de estudos que propiciem aporte teórico e práxis referentes a essa modalidade de ensino. Foram analisadas as questões que permeiam o sujeito da pós-modernidade enquanto integrante de uma sociedade em rede e da qual emana a cibercultura. A relação desse sujeito com a aprendizagem e com o conhecimento vem se alterando categoricamente quanto a forma, espaço, meios e conteúdo. A análise da relação do sujeito pós-moderno com a forma e o meio utilizados para apresentação dos conteúdos de aprendizagem remete a uma proposta estática, fechada e de transmissão unilateral dos saberes. Repensar metodologia significa repensar o material didático que, no caso brasileiro, não tem reforçado a autonomia nem a autoria no estudante, o que seria uma das premissas da eaD.

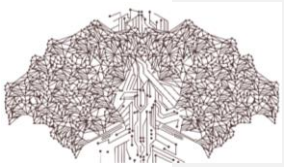
Palavras-chave: cibercultura; educação a distância; material didático; conteúdos de ensino.

O Contexto da Pesquisa

Este artigo originou-se de uma das etapas da pesquisa de doutorado em Ciências da Educação, com defesa em 2016. A pesquisa de doutorado objetivou analisar como se adequam as

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes; do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. A Pesquisadora é professora da Instituição de Ensino Superior e atua na EaD da UERJ desde 2004, além de outras IES (professora, tutora, conteudista, coordenadora). É Mestre em Educação e Contemporaneidade (UNESA – linha: tecnologias da informação e da comunicação nos processos educacionais) e Doutora em Ciências da Educação (Universidad Americana) e participa como convidada sem vínculo do Grupo de Pesquisa GPDOC - Grupo de Pesquisa Docência e Cibercultura (PROPED/UERJ). E-mail: susanprofessora@gmail.com



concepções conceituais e de desenvolvimento de educação a distância, a partir de documentação formal, para cursos de graduação, no período de 1970 a 2015, nos países Brasil e Espanha, frente às demandas da cibercultura, do sujeito pós-moderno e da sociedade contemporânea em rede.

Almejando-se analisar concepções de educação a distância nos dois países, o cenário da cibercultura apresentou-se como contexto e pilar para a discussão e análise dos dados coletados por meio de documentos garimpados por diferentes percursos e fontes na internet.

Com o material coletado, um dos eixos teóricos considerados para discussão e análise foi 'Cibercultura' e uma das categorias analisadas com base nesse eixo foi 'Material didático: concepção e disponibilização'. Assim, a partir de tal categoria, deflagrou-se este artigo que apresenta como objetivo debater sobre a disponibilização e a interação com os conteúdos de aprendizagem no cenário da cibercultura, considerando-se a educação "não-presencial" ou (educação a distância (EaD)" ou "educação online", ou ainda, "educação em rede".

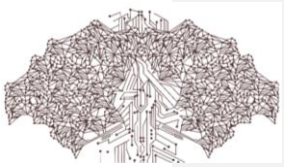
Este estudo justifica sua relevância mediante a expansão mundial das práticas de educação online. Tais práticas vêm necessitando cada vez mais de estudos que propiciem aporte teórico e práxis referentes a essa modalidade de ensino, principalmente no Brasil que ainda enfrenta preconceitos e questionamentos quanto a validade de metodologias de ensino pautadas em cenários não presenciais, tardiamente incorporadas a seu sistema educacional.

Destarte, o presente estudo poderá ser aproveitado por outros pesquisadores para o aprofundamento das questões aqui sinalizadas, podendo seus benefícios virem a enriquecer as discussões educacionais, por meio dos educadores e dirigentes de IES; podendo também contribuir com as questões políticas e sociais, por meio dos órgãos reguladores e trazendo uma nova perspectiva à trajetória da educação online no Brasil e mesmo em outros territórios, considerando-se o contexto da cibercultura.

O Método de Estudo

Este artigo trata de um estudo cujo o procedimento segue a pesquisa documental, a partir de materiais garimpados virtualmente e fisicamente em sites e plataformas da Universidade Aberta do Brasil e mais duas universidades privadas, e bibliográfica, posto que buscou referencial teórico acerca da cibercultura, do sujeito da pós-modernidade e da sociedade em rede.

A partir de seu objetivo, caracteriza-se como um estudo descritivo, pois descreve o fenômeno da produção e da disponibilização dos conteúdos atrelados às metodologias de ensino utilizadas na EaD (online), além das experiências da pesquisadora, sem nenhuma interferência ou manipulação sobre os mesmos, subsidiando a investigação e a análise.



O estudo buscou abarcar a abordagem multirreferencial,

> [...] a análise multirreferencial das situações das práticas dos fenômenos e dos fatos educativos se propõe explicitamente uma leitura plural de tais objetos, sob diferentes ângulos e em função de sistemas de referências distintos, os quais não podem reduzir-se uns aos outros. Muito mais que uma posição metodológica, trata-se de uma decisão epistemológica. (ARDOINO, 1995, p. 7)

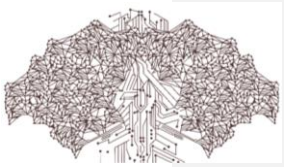
Com esta abordagem, não se pretende esgotar o objeto de estudo, nem tampouco recorta-lo ou reduzi-lo a elementos mais simplificados, pelo contrário, pretende-se compreender os fenômenos em seu total dinamismo e contexto, enfatizando que nenhuma proposição levantada deva ser considerada absoluta, posto que a pesquisa em educação reflete diferentes contextos e sujeitos.

O Cenário Educacional na Cibercultura

O contínuo envolvimento com educação a distância e online, há mais de uma década, reforça o interesse desta pesquisadora em investir cada vez mais em estudos nessa área, trazendo à luz dos debates questões que só se revelam quando vivenciadas. Muitas dessas questões surgiram no âmbito da docência ou da gestão em educação a distância e online, a partir da dinâmica de criação e implantação de projetos voltados para modalidades de educação a distância.

As mudanças de cenários a partir da cibercultura vêm evidenciando cada vez mais as possibilidades de interatividade real, em espaços não físicos, entre as tecnologias e entre as pessoas que se utilizam desta tecnologia em rede. A evolução da internet tem propiciado a verdadeira experiência interativa de participação, de criação, de criação compartilhada, da dialogia e da colaboração. As evidências e experiências contemporâneas não permitem mais o pensamento de uma educação online enraizada na lógica da sala de aula presencial, pois a 'presença' precisa ser ressignificada para concepções que sejam efetivas e que se configurem para além da presença física.

Estar diante de um professor ou estar no interior de uma biblioteca manuseando um livro não pode ser considerado como garantia de aprendizado ou de qualidade de ensino. Nas últimas



décadas, constata-se vasta literatura preocupada com o "como ensinar - os percursos", mas não se pode deixar de inserir nessa lógica:

"o que ensinar" < > "os cenários de ensino e de aprendizagem" < > "as fontes do ensino".

Trazer ao debate tais questões torna-se importante para contribuir com a percepção de que 'indicadores de qualidade de EaD' voltados para estruturas físicas e 'metodologias de ensino' enraizadas no ensino presencial acaba por criar uma lógica equivocada diante de um cenário cibercultural, desconsiderando as necessárias demandas da sociedade em rede para os processos de ensino e de aprendizagem, seja em modelos educacionais presenciais ou online.

A cibercultura é considerada um fenômeno ligado à revolução tecnológica baseada na microeletrônica, nas tecnologias da informação e da comunicação, na biotecnologia, na nanotecnologia.

Conforme Edméa Santos (2011, [s/p])

> [...] contemporaneamente, devemos evitar definir as coisas. Cibercultura, em poucas palavras, é a cultura contemporânea, mediada pelas tecnologias digitais em rede. Na verdade, muitos dizem que as tecnologias são protagonistas, mas há um processo híbrido entre todo o desenvolvimento científico, o próprio uso das tecnologias e seu desenvolvimento, e os usos que os praticantes, os sujeitos culturais, fazem dessas tecnologias. Em poucas palavras, é a cultura contemporânea mediada por tecnologias digitais em rede.

Segundo Lévy (2005, p. 249) "a cibercultura mantém a universalidade ao mesmo tempo em que dissolve a totalidade". Ao mesmo tempo que possibilita a integração do todo, formando uma "única comunidade mundial", única em seu gênero de humana, na prática, evidenciam-se as desigualdades, unindo-se e dissolvendo-se constantemente nas suas "micrototalidades dinâmicas".

Para Lévy, não há mais espaço para percursos de aprendizagem pautados exclusivamente na totalidade, apoiados em fontes específicas, desconsiderando-se a lógica inaugurada na cibercultura e suas micrototalidades dinâmicas. Cada grupo social<>cultural possui um registro instituído de sua cultura que se impregna nas pessoas, em suas relações com os outros e com os meios comunicacionais, ou seja, nas redes. São esses registros que nos mostram que "quaisquer meios de comunicações ou mídias são inseparáveis das suas formas de socialização e cultura que são capazes de criar, de modo que o advento de cada novo meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio" (SANTAELLA, 2002, p. 45-46). É nesse sentido que nasce a tese

de Marshall McLuhan: "o meio é a mensagem [3]". Sua percepção para essa tese revela que o meio não é apenas um canal por onde passa a mensagem, pois ele traz consigo uma carga contextual e ideológica que não o desvincula da mensagem nem tampouco dos grupos socioculturais que o utiliza.

Ao considerar cada grupo social e os meios com os quais se comunicam e produzem informações e saberes, é possível entender que a apropriação da informação e a sua significação terá direta relação com o meio que a propagou.

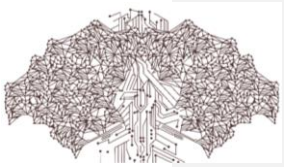
Parece óbvio que se há uma mudança nos meios e formas comunicacionais, nos meios e formas de produção e disseminação do conhecimento, também haverá as mesmas mudanças nos meios e formas de ensinar e aprender. Além das formas de ensinar, os conteúdos de interesse também mudariam, assim como mudaram as necessidades por produtos, serviços e produção cultural diante do cenário cibercultural. Não se separa o consumidor, o trabalhador, o cidadão da cibercultura do estudante da cibercultura. Mas ainda se questiona em qual nó dessa teia tais mudanças serão consideradas, ou mesmo percebidas.

A experiência desta pesquisadora na Educação Básica e Superior constata que ainda se vivencia uma educação que repudia os artefatos digitais móveis, como os celulares, por exemplo, assim como é de conhecimento público que se repudiou a mídia analógica há décadas atrás, como a TV. Mesmo ao se constatar que a recusa da TV pelas e nas escolas só contribuiu na formação de gerações reféns de mais um aparelho ideológico de massa, parece que as gerações de educadores e de instituições de ensino ainda não se deram conta da repetição do equívoco.

O estudante da cibercultura não aceita mais uma educação transmissiva, fechada no saber do mestre, nos livros didáticos, nas bibliotecas físicas. Aos mestres e às bibliotecas rende-se todo respeito, exaltando-se as bibliotecas como repositórios físicos imensuráveis, de valor filosófico, cultural, científico e histórico, dos saberes construídos pela humanidade, como uma representação concreta de tudo que a humanidade foi capaz de construir. Um espaço para além de consulta aos saberes, mas um espaço representativo, carregado de simbologias, propício à contemplação e ao respeito.

Os docentes necessitam cada vez mais representarem os sujeitos incentivadores do desejo de conhecer, os mediadores entre aquilo que se sabe e aquilo que se deseja saber. São essenciais para manter e despertar o desejo pelo conhecimento e pelos caminhos e formas mais eficazes de

[3] Em co-autoria com Quentin Fiore, McLuhan publica em 1967 uma obra com o título, The Medium is the Message: An Inventory of Effects, Harmondsworh: Penguin.



se desenvolver esses conhecimentos, deixando de assumir o mero papel de detentores e transmissores do saber.

O Sujeito Pós-moderno e sua Relação com o Saber

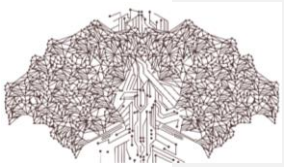
A partir do cenário apresentado como cibercultura, pareceu-nos essencial a busca por conhecer o sujeito que permeia essa cultura, sujeito este que tem sido considerado como o sujeito da pós-modernidade, aquele que produz a cibercultura e é produzido por ela, tendo como base teórica Stuart Hall, na busca de melhor compreender os personagens envolvidos nos processos sociais e educacionais contemporâneos.

De acordo com Stuart Hall (2011), a valorização do indivíduo científico e racional, que foi colocado como protagonista no centro do universo e livre do domínio dos dogmas, ocorreu a partir do início da modernidade. Desde então, a identidade do sujeito vem apresentando significativas mutações, as quais acarretam momentos de crise, como a atual que ele sugere ter iniciado no fim do século XX.

Stuart Hall (2011) analisa o sujeito contemporâneo e considera que este perdeu o "sentido de si", estando em "descentração". Hall (2011, p.9) considera esse fenômeno como uma crise de identidade, inclusive cita Kobena Mercer (1990, p. 43) para justificar a necessidade de se compreender a identidade do sujeito nesses novos tempos: "a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza".

Desta forma, compreender os novos sujeitos tem sido um desafio da atualidade exatamente porque o "eu" dos sujeitos está em crise, ou seja, está em profunda reestruturação. Hall não julga esse processo como bom ou ruim, pois desde a entrada na modernidade já ocorreram outras crises, vislumbrou-se o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e atualmente o sujeito pós-moderno, ou seja, a humanidade está em constante transformação e isso sempre ocorre na mesma proporção que a subjetividade, ou seja, a identidade dos sujeitos.

Diante de tantas questões, dúvidas e buscas, o sujeito se desconstrói em busca de uma nova reconstrução, suas representações preexistentes não respondem mais suas dúvidas, dando lugar às inquietações sobre seu próprio eu e o espaço ao qual pertence. Hall (2011) procurou mostrar que a globalização e o universo de possibilidades geradas por ela caracterizam-se como um dos principais fenômenos deflagradores da atual "crise de identidade". O sujeito busca se redescobrir e redescobrir sua identidade, não a partir dos estereótipos anteriormente impostos, mas reconhecendo outras possibilidades e identificações dentro daquela cultura que não é tão fechada



nem tão autentica quanto se imaginava, percebendo que há diferentes nichos dentro da própria cultura.

A nova perspectiva de tempo e de espaço tem sido fundamental na atual percepção do sujeito de si mesmo e do mundo que o cerca. Perceber um "mundo menor" e "mais próximo" é uma possibilidade resultante das tecnologias contemporâneas que só propiciaram ainda mais o fenômeno globalizante.

Em qual contexto esse sujeito pós-moderno, a globalização e a cibercultura se situam na constituição de uma nova sociedade e das demandas desta sociedade, como a educação, por exemplo?

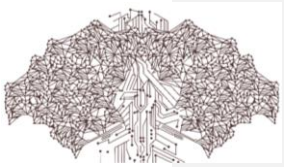
O sujeito pós-moderno é o formador da sociedade contemporânea e, se esse sujeito está em crise (HALL, 2011), podemos considerar que a sociedade também está em crise. Quando falamos de crise, precisamos ressaltar que intencionamos trazer à reflexão as questões evolutivas e de 'repercepção' do sujeito social de si mesmo e de seus lócus de vivência física.

Tenta-se compreender um pouco mais da sociedade nesse momento, e a concepção de crise surge como uma visão de algo que não está estático, e também não está apenas em movimento, mas está em transformação e em questionamento, a partir de forças externas aos sujeitos, forças que mexem com toda a estrutura social que, conforme a perspectiva de Castells (2006, p. 27): "entendemos por estrutura social aqueles acordos organizativos humanos em relação com a produção, o consumo, a reprodução, a experiência e o poder, expressos mediante uma comunicação significativa, codificada pela cultura" (tradução nossa).

Para Castells, estudioso da complexidade das sociedades contemporâneas, pensar a sociedade nos dias atuais, é pensar em uma sociedade descentralizada, que se articula e se manifesta através e por meio das redes da internet, que não necessita de uma liderança para se articular, mas busca nas teias virtuais, não só as relações sociais, mas também informações e parceiros ideológicos. Repensar o sujeito e sua identidade é repensar a sociedade formada por esses sujeitos.

Segundo Castells (2005), existem alguns pontos-chave com relação à sociedade em rede: na economia, incluindo-se aí o mundo do trabalho; nas comunicações; na sociabilidade e também na política. Dentre todos os argumentos que apresenta, articulados com esses pontos-chave, referindo-se às mudanças, percebe-se claramente um papel preponderante do processo educacional na reestruturação dos sujeitos:

> este inovador ser humano produtivo, em plena crise do patriarcalismo e da família tradicional, requer uma reconversão total do sistema educativo, em todos os seus níveis e domínios. Isto refere-se,



> certamente, a novas formas de tecnologia e pedagogia, mas também aos conteúdos e organização do processo de aprendizagem [...] uma das grandes razões para o sucesso do Modelo Finlandês na sociedade em rede reside na qualidade do seu sistema educativo, em contraste com outras zonas do mundo (CASTELLS, 2005, p. 27).

É necessário passar pelo cenário da cibercultura e da sociedade em rede para que se perceba os sujeitos que as permeiam e as necessidades que esses sujeitos passam a apresentar. Dentre inúmeras necessidades, a educação sempre foi considerada a única forma de humanizar e civilizar a humanidade. O que pode parecer, de certa forma, incoerente afirmar, mas o ser humano, segundo Kant (2006), necessita ser educado para desenvolver os entendimentos morais e intelectuais necessários para viver em seus grupos sociais.

> [...] não é um ser moral por natureza. Torna-se moral apenas quando eleva sua razão até aos conceitos de dever e da lei. Pode-se, entretanto, dizer que o homem traz em si tendências originárias para todos os vícios, pois tem inclinações e instintos que o impulsionam para um lado, enquanto que sua razão o impulsiona ao contrário. Ele, portanto, poderá torna-se moralmente bom apenas graças à virtude, ou seja, graças a uma força exercida sobre si mesmo, ainda que possa ser inocente na ausência dos estímulos (KANT, 2006, p.95).

Não muito obstante, Freire (2005) também percebe os sujeitos como seres inacabados, que necessitam do processo educacional para "se tornarem". Ocorre que Freire apresenta uma perspectiva interacionista, onde os sujeitos não são apenas espectadores passivos do processo, mas também atores essenciais para que ocorra o processo.

Na plenitude de sua consciência, ou inconsciência, de sujeito inconcluso, inacabado, o sujeito pós-moderno assume novas posturas no mundo do trabalho e no mundo educacional. A lógica dos processos de ensino e de aprendizagem precisa se integrar à lógica operativa das sociedades contemporâneas. O ensino que se dá de forma professoral, de transmissão, não atende mais às necessidades do atual ator social. O fato de compartilhar do mesmo espaço físico e mesmo espaço temporal não tem garantido dialogia nem interatividade entre quem ensina e quem aprende.

Indo além da sala de aula presencial, a sociedade contemporânea tem admitido outras modalidades de ensino, principalmente pela busca de resolver novas demandas urbanas, e também rurais, mas também pela busca de outras formas, outras lógicas para a aprendizagem, como na modalidade de educação a distância.

A Disponibilização e a Interação com os Conteúdos de Aprendizagem na EaD

A prática educativa no Brasil tem carregado o ranço da pedagogia tradicional que se pauta no ensino transmissivo, como diz Freire (2005), "educação bancária".

Para evitar esses equívocos, os teóricos e educadores comprometidos com a Educação a Distância - EaD - vêm buscando construir as propostas desta modalidade de ensino sobre bases sólidas de interação, interatividade, dialógica e não linearidade (hipertextualidade), utilizando as potencialidades das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) digitais.

Para Lévy (2005), a EaD da contemporaneidade é uma forma de ensino e aprendizagem completamente imbricada a cibercultura. Com o auxílio das TIC – Tecnologias da Informação e da Comunicação – as tecnologias e as formas de comunicação oriundas da "Revolução Telemática", desenvolvidas a partir da década de 1970 e ampliadas nos anos de 1990, percebemos uma nova cultura, uma nova postura do cidadão, e assim, uma nova geração ou proposta de EaD, mais integrada a esse novo conceito cultural.

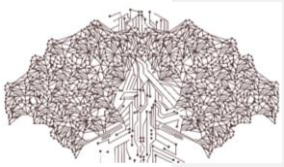
As TIC são meios que favorecem a comunicação com maior eficiência, fluência e plasticidade, seu conteúdo torna-se menos palpável por circular em redes, como a internet, e por serem digitalizados, daí a sua plasticidade.

A plasticidade do conteúdo comunicacional (a mensagem) favorece a coautoria, a dialógica, a interatividade e a autonomia. Assim, a mensagem passa a ser construída e modificada por todos, diluindo os polos de emissão e recepção, e também se tornando muito mais rápida.

Apesar de tais possibilidades e do próprio perfil dos sujeitos pós-moderno, que formam a sociedade em rede e deflagram a cibercultura, a EaD continua alienada em um ensino pautado em 'livros didáticos', talvez a educação nunca tenha conhecido sua forma mais "engessante" e "aprisionante" desde a invenção da imprensa. A quantidade e variedade de livros didáticos impressos, nas diversas áreas, níveis e modalidades de ensino, são arrebatadoras, sem dúvida, gerando um negócio muito lucrativo, conforme Silva:

> os livros didáticos, impulsionados, sobretudo pelo PNLD, são responsáveis por sessenta por cento de todo o faturamento da indústria livresca no Brasil. Os valores negociados entre o FNDE e as editoras que forneceram livros didáticos para o Ensino Fundamental em 2011, por exemplo, foi de R$ 880.263.266,15 (Assessoria de Comunicação FNDE, 2010). (SILVA, 2012, p. 810)

Por que a educação a distância (ou online) no Brasil ainda obriga a produção e fornecimento de materiais didáticos impressos aos estudantes de graduação? Essa é uma exigência elementar



para aprovação de um curso a distância nesse país. Que lógica está sendo utilizada nessa exigência retrógrada e improdutiva, que força instituições agirem na contramão da cibercultura, da emergência na conscientização das crises climática e ecológica contemporâneas? Uma atitude, mais uma vez 'engessante' e completamente equivocada com as novas possibilidades tecnológicas e ambientais.

A concepção do material didático ainda se configura muita engessada, sem considerar as perspectivas da cibercultura, da pós-modernidade e seus sujeitos, assim como da sociedade em rede. As concepções de conteúdos de ensino precisam considerar as redes como um espaço de construção e aprendizagem, assim como facilitadoras de acesso aos conhecimentos construídos pela humanidade, fato que a estrutura dos materiais disponibilizados não considerou em sua produção. O conhecimento está a disposição de todos em forma de informações em rede. Informações, objetos de aprendizagem, há muitas produções no ciberespaço que precisam ser exploradas em trilhas de aprendizagens.

Siemens (2004) desenvolveu o conceito de "conectivismo" pra provar que nos tempos atuais o "aprender" deve ser algo "acionável". Aprender é muito mais que memorizar informações ou mesmo compreender conceitos. Aprender é saber acionar o conhecimento nos espaços midiáticos, nas redes. Aprender é "saber o que se precisa" e "onde se encontra", ou seja:

> Conectivismo é a integração de princípios explorados pelo caos, rede, e teorias da complexidade e auto-organização. A aprendizagem é um processo que ocorre dentro de ambientes nebulosos onde os elementos centrais estão em mudança – não inteiramente sob o controle das pessoas. A aprendizagem (definida como conhecimento acionável) pode residir fora de nós mesmos (dentro de uma organização ou base de dados), é focada em conectar conjuntos de informações especializados, e as conexões que nos capacitam a aprender mais são mais importantes que nosso estado atual de conhecimento (SIEMENS, 2004, p. 5-6).

Todas as instituições de ensino superior, no Brasil, contratam professores para produzirem conteúdo em apostilas ou livros didáticos, conforme exigências da legislação de EaD. Esse material didático deve ser distribuído aos estudantes de graduação de forma impressa e, preferencialmente, devem ser o principal ou até mesmo único recurso de apropriação do conhecimento, ou como se fala didaticamente, conteúdo de ensino.

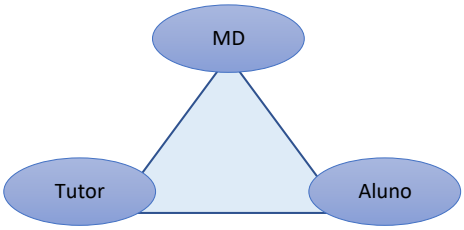
Muitas vezes a própria qualidade desse material é questionável por conta do limitado tempo de pesquisa, produção do conteúdo e revisão, e ainda correndo o risco da visão reducionista de

um único olhar sobre o tema e do limite de páginas que geralmente é imposto conforme carga horária da disciplina.

O conteúdo didático produzido por professores das IES, assume formato de livros impressos e/ou em PDF. Algumas vezes o conteúdo também é apresentado em formato de e-Book, para leitura em sistemas tipo android, mas os próprios estudantes ainda não adquiriram essa cultura porque o próprio formato dos e-Books não tem sido atrativos, são apenas uma outra forma de apresentar o mesmo conteúdo, não sendo adequados a linguagem digital, não propõem interatividade e hipertextualidade e fecham o conteúdo em si mesmos.

Além da forma de disponibilização, também se levou em conta a forma de interação com o conteúdo. Ao pensar na necessidade de produção de livros específicos para cada disciplina, a maioria das metodologias adotadas pautam-se na tríade:

MD = material didático

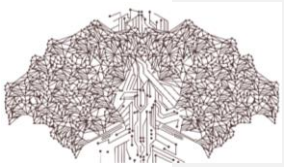


Considerando o conteúdo aprisionado no material didático, a metodologia vem ocorrendo de forma reativa, pois pretende-se que o aluno leia e procure a tutoria para tirar dúvidas. Essa proposta descarta a pesquisa, o debate, a reflexão (análise) e a produção (síntese).

O que ocorre é uma contradição à proposta inicial da EaD, fundamentada em suas possibilidades tecnológicas, que abarcaria interatividade, hipertextualidade e dialogia, proporcionando ao estudante autonomia e autoria.

Considerações Finais

A sociedade atual ainda está em fase de construção, vivenciando uma crise paradigmática que coloca em conflito o modelo industrial, mecânico e fechado em sua estrutura, de encontro a um modelo aberto, de conexões e sistemas flexíveis e plásticos. Essa crise dá origem ao sujeito pós-moderno, que repensa e busca se adaptar a esse novo fluxo, demandando novas perspectivas e necessidades. Respensando o planeta de forma humana e ecológica.



A Educação a Distância, neste estudo, foi considerada como uma educação em rede, que emana da cibercultura e do paradigma pós-moderno. O cenário sociotécnico que se instala propicia uma educação a distância que pode eliminar definitivamente a distância, tornando-se verdadeiramente uma "educação em rede". Pensar em "educação em rede" é fundamental para atender às necessidades e expectativas da sociedade em rede e da cultura que nela se instala.

O Brasil ainda deixa muito a desejar em suas metodologias de ensino na EaD, usando uma proposta estática, fechada e de transmissão. Ainda há muito a revisar e construir nas propostas metodológicas e na prática, semelhante à problemática da educação presencial.

As concepções de EaD brasileira precisam explorar mais as potencialidades tecnológicas, os conteúdos já produzidos e em rede e as necessidades da sociedade.

O reflexo da metodologia se percebe no material didático que, no caso brasileiro, não tem reforçado a autonomia nem a construção coletiva. O Brasil trabalha com livros impressos especialmente produzidos para as disciplinas. Esse procedimento desconsidera as questões ecológicas, além de deixar de aproveitar tanto conteúdo já produzido e de livre acesso nas redes.

Repensar métodos e processos de ensino na EaD significa repensar os recursos de ensino sob uma nova lógica, a lógica das redes entrelaças no maior espaço virtual acessível, o ciberespaço, do qual emergiu a cibercultura que se encontra engendrada nas diferentes culturas, seja geograficamente tangível ou virtual, mas sempre na perspectiva real.

Referências bibliográficas

ARDOINO, J. Multiréferentielle (analyse). In: ARDOINO, J. Le directeur et l'intelligence de l'organization: repéres et notes de lecture. Ivry: ANDESI, p. 7-9.

CASTELLS, M. La sociedade red: uma vision global. Madrid: Alianza Editorial, 2006.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, G. (Org.) A sociedade em rede: do Conhecimento à acção política. Conferência promovida pelo Presidente da República. Portugal: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 4 e 5 de março de 2005.

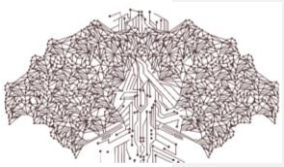
FREIRE, Paulo. Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

KANT, I. Sobre a Pedagogia. Tradução: Francisco Cock Fontanella. Piracicaba, SP: Ed. Unimep, 2006.

LÉVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora34, 2005.

_____. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. In MARTINS, F.M.; SILVA, J.M. da. Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Sulina-Edipucrs, 2000.



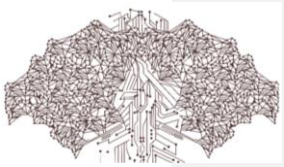
SANTAELLA, L. A crítica das mídias na entrada do século XXI. In: PRADO, J. L. A. (org.). Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hackers Editores, 2002.

SANTOS, E. Entrevista. Cibercultura: o que muda na Educação. Salto para o futuro. 11/01/2011. Disponível em: http://tvescola.mec.gov.br/tve/salto/interview;jsessionid=767E8E73942BCE01FA7BF9C723CF0188?idInterview=8460. Acesso em: 20 ago 2014.

SIEMENS, G. **Conectivismo:** uma teoria de Aprendizagem para a idade digital. (2004). Disponível em: http://wiki.papagallis.com.br/George_Siemens_e_o_conectivismo. Acesso em 15/06/2015.

SILVA, M. A fetichização do livro didático no Brasil. Revista Educação e Realidade. Porto Alegre, v. 37, n. 3, p. 803-821, set./dez. 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



GRID[1] COMO INTERCONEXÃO DO DESIGN VISUAL NA NARRATIVA DE UM APLICATIVO: COM A TECNOLOGIA DA REALIDADE AUMENTADA[2]

Marina Jugue CHINEM[3]
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

O presente artigo traz possibilidades para a reflexão nos campos de estudos e aplicações da Realidade Aumentada e as abordagens nas estratégias no design visual, por meio da análise de um aplicativo "*The never-ending forest APP* (Floresta sem fim)", premiado com ouro na categoria mobile no Festival de Publicidade de Cannes 2017. Estudar as evidências para as interações nas narrativas, as interconexões visuais e enquadramentos, e como essas estruturas contribuem dando-lhe a dimensão exata de como ela será apresentada aos receptores seguindo critérios dos conceitos organizativos do grid (considero aqui como um código invisível), na estética e nas escolhas adequadas dos planos ou formas de apresentar as imagens, e outros elementos gráficos na tela de um aplicativo para uma maior fluência na linguagem visual e interatividade.

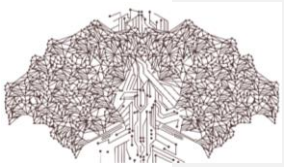
Palavras-chave: Realidade Aumentada. Grid. Design Visual. Publicidade.

A Realidade aumentada (RA) surgiu ainda nos anos de 1990. O princípio básico de seu funcionamento é feito por rastreamento óptico do ambiente físico através de uma câmera de vídeo. Esta tecnologia sobrepõe objetos materiais e digitais com a finalidade de enriquecer o acesso das pessoas à informação. (KIRNER e SISCOUTTO, 2007, p. 5). Suzete Venturelli afirma que: a RA é considerada, na ciência da computação, como um subconjunto da Realidade Virtual (RV), e

[1] No trabalho utilizarei a palavra GRID, pois é o termo mais utilizado no design gráfico e digital. Palavra de origem inglesa que pode significar grelha, rede ou malha.

[2] Artigo apresentado ao Eixo Temático 11: Games e processos de aprendizagem em contextos digitais, realidades aumentadas do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[3] Doutoranda pelo PGEHA, Pós-Graduação em Estética e História da Arte, USP. Pesquisadora do Colabor - Centro de Linguagens Digitais, ECA – USP (Universidade de São Paulo). Docente no curso de Publicidade e Propaganda e no curso de Administração da Universidade Metodista de São Paulo - UMESP e na Escola de Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS. Email: marinajugue@gmail.com



todo seu processo de criação e seu sistema imagético têm três princípios que começam primeiramente com o conhecimento que temos do mundo, depois com a fidelidade de reprodução que conseguimos dele e, finalmente, com a metáfora da nossa presença nele. Ou seja, é centrado no humano, no objeto e no ambiente (VENTURELLI, 2007, p. 9).

Para Kirner (2010), a Realidade Aumentada é prioritariamente uma tecnologia, mais precisamente: "um tipo de interface avançada que permite, ao usuário, ver, ouvir, sentir e interagir com informações e elementos virtuais inseridos no seu ambiente físico, através de algum dispositivo tecnológico[4]. Para tanto, são usados mecanismos de mapeamento e rastreamento gráfico, possibilitando aplicar as produções digitais às cenas reais, promovendo em tempo real a exibição de elementos virtuais sobre a visualização de determinadas cenas do mundo real, já que o "usuário" não se transporta a um espaço completamente simulado.

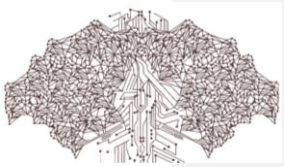
De acordo com Kirner e Siscoutto (2007, pp. 5, 6), o barateamento do hardware usado em aplicações de RA e a acessibilidade da tecnologia possibilitaram sua incorporação em diversos setores da sociedade. Apesar de terem mais de trinta anos de história, foi preciso avanços nas tecnologias mobile e de processamento de dados e na imagem em computadores pessoais, além da diminuição do preço dos equipamentos em geral e da banda larga, para que as realidades mistas ganhassem mais visibilidade (GABRIEL, 2010, p. 133).

Segundo Fogliano/Sogabe (2009, p.01) as mídias têm a função de armazenar informações e distribuí-las para a sociedade que as produz, introduzir novos conhecimentos e reflexões sobre as mídias, além de contribuir para a transformação e a ampliação da realidade.

A tecnologia digital possibilita o processo de que a realidade seja visualizada com o implemento de mais de uma camada de imagem que se denomina Realidade Aumentada, utilizada em várias áreas como educação, engenharia, arquitetura, artes e publicidade.

A comunicação e a ciência se intercalam na reflexão na narrativa, o conceito da "visualização dos dados" nos faz compreender melhor os aspectos conceituais mobilizados na produção comunicacional, pois surge como um campo de estudos cujo objetivo é analisar a

[4] KIRNER, Claudio. USANDO REALIDADE AUMENTADA EM PUBLICIDADE. 2010. Artigo Disponívelem:<http://www.ckirner.com/download/artigos/RA-Publicidade.html>. Acessado em julho 2017.



questão da visualização no contexto das tecnologias computacionais e a transição de informações numéricas e quantitativas em um modelo computacional que cria modelos visuais.

O conceito da "visualização" nos traz uma melhor compreensão das produções comunicacionais contemporâneas que se utilizam de recursos sofisticados de visualização como Realidade Virtual ou Realidade Aumentada, a maneira de como o homem realiza a visualização tem seu papel central na cultura humana sendo utilizada em vários campos da sociedade humana como o comércio, a cultura popular, na arte em todas as formas visuais de sua produção.

As observações individuais são transformadas em informação que são disponibilizadas à sociedade, numa troca de experiências e reflexões sobre os fatos da vida, construindo uma imagem em comum do que é a realidade. A tecnologia das mídias utilizadas define as características de como esse processo acontece, não sendo neutra, e influenciando a maneira de observar, pensar e registrar as experiências. (ROSSI: 89; LÉVY: 95 apud FOGLIANO/SOGABE, 2009: 05)

A tecnologia digital revoluciona e muda a percepção do mundo em que vivemos e a forma de como enxergamos a realidade está sempre em constante mutação. Na comunicação oral, os relatos de uma experiência constroem um mundo imaginário, não real presente na mente do ouvinte o qual ele conecta às suas realidades. Com a invenção do rádio, a comunicação oral ganha amplitude e fomenta as nossas realidades com notícias, histórias, canções, publicidade.

Na comunicação impressa, realidades não existentes se materializam na mente dos leitores através das palavras, a leitura nos proporciona adentrar em novas realidades. No campo visual, a pintura e o desenho, os artistas nos proporcionam a visão de lugares

distantes, como a superfície da lua ou de seres mitológicos existentes na imaginação do homem. As imagens em movimento em uma sala escura do cinema nos levam psicologicamente para outra realidade o qual podemos vivenciar temporariamente. A mídia do cinema tem o potencial de incorporar o diálogo entre o tempo real e o tempo ficcional de maneira não linear, mas percebidos como real. A televisão nos conecta com a realidade incorporando o tempo real como no cinema e o tempo instantâneo, o fato ao vivo em tempo no espaço do evento exibido.

A tecnologia digital é capaz de construir um universo visual através da virtualização de objetos do mundo real em um espaço denominado ciberespaço, este universo é denominado realidade virtual. Através de interfaces entramos em contato com o ciberespaço, e os dispositivos

como capacetes, luvas e diversos equipamentos como câmeras e sensores nos proporcionam contato e permitem penetrar e atuar nesse espaço.

Segundo Fogliano/Sogabe (2009), a mídia e a realidade se relacionam de acordo com o desenvolvimento tecnológico, se temos a relação livro e um filme em que o real se relaciona com o pensamento imaginário, já com o avanço da tecnologia, o interator pode se relacionar com a simulação virtual através de interfaces. Na realidade aumentada, o interator utiliza o mundo físico com elementos virtuais, também através de interfaces.

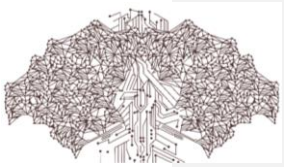
A realidade cíbrida móvel

É a realidade aumentada, misturada. A computação ubíqua em dispositivos *handless* e interfaces móveis caracterizam a existência cíbrida. As tecnologias móveis promovem a sociabilização e contribuem para o surgimento de eventos e manifestações organizadas por internautas e suas mensagens na internet.

Com o boom da telefonia celular nos últimos anos, a RA móvel trata de combinar as duas tecnologias utilizando este recurso com tecnologia móvel da computação em aparelhos celulares dotados de conexão online. O processo é o mesmo da Realidade Aumentada com o computador fixo, o que muda é a mobilidade que o aparelho do telefone celular oferece. Quando a câmera do aparelho celular é direcionada a um objeto com logos ou formas que a RA é capaz de reconhecer, tais elementos são substituídos por gráficos 3D enquanto todo o resto do mundo real permanece igual. O aparelho do telefone celular se torna a principal interface da RA móvel.

Outra grande vantagem da realidade aumentada está na possibilidade de inserção de informações e objetos virtuais tridimensionais interativos no espaço físico do usuário. O usuário acaba recebendo muito mais informações de um determinado objeto do que os seus cinco sentidos permitiam no passado, os dispositivos eletrônicos estendem o alcance e transformam a natureza de nossas percepções ampliando-as, assim consequentemente, a interação é muito mais ampla e ocorrerá de maneira intuitiva.

Além disso, a realidade aumentada possibilita a interação com objetos virtuais como alteração de: transparência, escala de dimensão e escala de tempo. Podemos dizer que a alteração de transparência permite a visualização das partes internas de um objeto. Assim, o ser humano pode viver e interagir com o mundo em que vive graças à realidade aumentada que oferece a possibilidade de que o ambiente físico seja potencializado com informações e elementos virtuais,



facilitando a interação do usuário com o mundo, onde vive, aumentando o seu desempenho e sua satisfação.

Sistema baseado em celular

Um dos sistemas possíveis é o do telefone celular, o aplicativo é instalado em um celular com câmera digital que é acionado através do código de barras do QR Code (Quick Response Code), a tradução literal é código de resposta rápida, a imagem aparece na tela do celular.

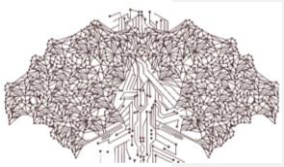
Segundo Ronald Azuma (1997), a RA[5] é um sistema que permitiria uma combinação de elementos virtuais com o ambiente real, a interatividade em tempo real e a concepção em três dimensões. Oferece a vantagem de revolucionar a relação e a forma de interação homem-máquina que antes vivia preso a uma localização precisa e conectado a um computador fixo, a RA oferece um ambiente todo propício para a interação, pois o usuário já não faz mais uma simples troca "face-monitor", mas agora interage em um espaço amplo e aberto com os objetos em sua volta. O usuário tem mais liberdade para realizar a interação

Potencial de aplicação da realidade aumentada

A realidade aumentada está sendo usada em várias áreas do conhecimento, isso é possível, pois se baseia na inserção de textos, imagens e objetos virtuais tridimensionais no ambiente físico com o qual o usuário interage. Em todos os casos possibilita ao usuário ver um cenário real com elementos complementares, repleto de informações simbólicas e textuais, além de objetos virtuais, que podem ser animados e sonorizados, para amplificar a sua capacidade de visualização e interação com o meio ambiente, no qual está inserido.

Couchot desenvolveu esse conceito a partir da famosa frase que Baudelaire escrevera: "O público é, comparado ao gênio, o relógio que atrasa." O gênio e o público agora chegam juntos em tempo real, as nomenclaturas e as funções mudam o gênio agora é o autor e divide a coautoria com aquele que outrora era somente um simples observador ou visitante, agora o visitante é um interator, ele se insere dentro da obra através da interação. O design visual e a tecnologia se tornam parceiros, a construção da poética de um experimento de comunicação em realidade aumentada se deve a evolução da tecnologia, publicitários e cientistas compartilham de um objetivo comum e juntos constroem a obra. Encontramos aqui a dicotomia design visual e tecnologia, a coexistência das duas áreas que, em simbiose, formam o produto final enriquecida com a interação

[5] Realidade Aumentada



do público mediado por um sistema inteligente. Ainda, segundo Fogliano /Sogabe (2009,p.09), as metáforas são como mecanismos relacionados à linguagem e ao próprio pensamento que podem ser considerados como um link semiótico entre o cérebro e o ambiente.

Pode-se pressupor que, mesmo com os avanços tecnológicos, a passagem evolutiva do simples observador para interator, um autor que deixa de ser gênio e divide a autoria com os interatores. Não obstante, a mudança de suporte da obra e as inovações tecnológicas não nos fazem menos criativos, novas metáforas são construídas a partir da realidade aumentada e de novos meios tecnológicos que oferecem novas possibilidades.

A coexistência de dois ou mais elementos na construção de uma obra mediada por um sistema inteligente nos faz pensar em uma continuidade sem fronteiras e sem limites para experimentos comunicacionais.

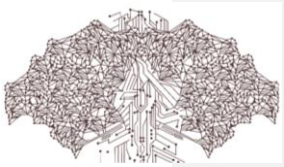
Desde a criação dos sistemas computacionais, a maneira sintética de representar o mundo nunca foi tão real, veloz e imersiva. Com o avanço das novas tecnologias, nomeadamente a realidade virtual e a realidade aumentada trabalhadas em conjunto, entramos numa nova forma de reapresentar o real, substituindo quase que por completo a necessidade física do produto pelos meios digitais.

Com isso, podemos experimentar de maneira visual e tátil um produto digital, e observar em tempo real aspectos físicos como reflexos, opacidade e volumetria, exatamente como um produto é na realidade. Trata-se de uma ferramenta que possibilita melhorar a qualidade da decisão da compra de um produto, além de significar um bônus nos aspectos de lazer e de valor agregado entregue ao consumidor final.

Narrativa visual ao utilizar um código invisível[6]

A narrativa é um modo central de compreender o mundo que nos rodeia. À medida que a narrativa se expandiu para a mídia digital, novas possibilidades surgiram para a criação e a análise de poderosas narrativas visuais que cada vez mais padronizam nosso mundo. As narrativas visuais criam novas formas de erudição e comunicação, novas mídias computacionais e sua aplicação à compreensão crescente de nosso passado, presente e futuro. Que lança novos desafios que estabelecem aplicações na próxima geração em mídias visuais.

[6] Considero aqui como código invisível o grid, como forma de organização do design visual e do pensamento.



Em uma novela, série, filme, site, na evolução de histórias se constrói narrativas visuais onde se compreende as imagens como linguagem e sua utilização nesta organização é impulsionada por seu visual e sensação: cores, formas, imagens, padrões, comportamentos interativos, e corte de planos - que direcionam a resposta emocional ao

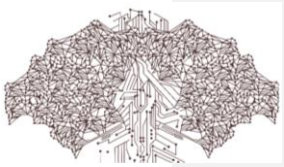
público, importante para a experiência das pessoas. A exibição na tela depende de uma organização visual intuitiva, esta narrativa visual coerente que leva as pessoas através de uma progressão lógica de elementos organizativos. Utilizam-se regras experimentadas e confiáveis de design visual, podemos contar uma história que irão orientar o telespectador para o ponto final desejado, diga-se que é possível utilizar o conceito do grid.

Os sistemas utilizados no design gráfico são ferramentas que auxiliam na percepção visual, a concepção e a organização de todos os elementos gráficos na composição de uma página. O grid é a estrutura de um trabalho, com esquemas de linhas, colunas e eixos que separam e organizam todos os elementos, como imagens, textos e símbolos. A criação deste conjunto de regras pode evitar a tomada de decisões ao acaso e este sistema, cria diferentes possibilidades de organização na comunicação visual. Possui algumas vantagens como: introduzir uma ordem sistemática na narrativa; diferenciar tipos de informação; facilitar a leitura; possibilitar mais rapidez na diagramação e inclusive criar condições de vários colaboradores em um mesmo projeto.

A narrativa visual como uma sequência de fatos interligados que ocorrem ao longo de certo tempo e possui elementos básicos na sua composição: Fato – corresponde à ação que vai ser narrada (o que); Tempo – em que linha temporal aconteceu o fato (quando); Lugar – descrição de onde aconteceu o fato (onde); Personagens – participantes ou observadores da ação (com quem); Causa – razão pela qual aconteceu o fato (por que); Modo – de que forma aconteceu o fato (como); Consequência – resultado do desenrolar da ação.

A narrativa se desenvolve em torno de um enredo, nome que se dá a sequência dos fatos. A partir do enredo chega-se ao tema, que é o motivo central da história a ser contada.

O design visual são áreas presentes no nosso cotidiano de representações de modo cada vez mais intenso, replicando, mediando ou construindo a realidade. Agimos e interagimos com as mesmas sem percebermos o quanto elas estão envolvidas com o mundo contemporâneo, transmitindo e moldando ideias e valores fundamentais da nossa cultura. No processo de manipulação de informação, decisão e ação, podemos dizer que é o processo criativo que demanda uma ação efetiva que se manifesta por um efeito real representável.



O cientificismo e o academicismo da arte eliminam de certa forma o prazer, relegando-o para esfera da psicologia que, por sua vez, não se detém muito no universo das questões estéticas, com exceção provavelmente da psicologia da *gestalt*, que trata das questões relativas à percepção visual. Essas representações estariam impregnadas de

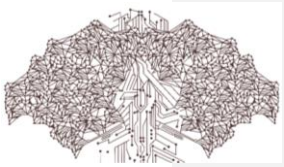
signos, sentidos e códigos visuais que se sobressaem constantemente, implicando seleções, sobreposições, relações, sucessões e uma troca dinâmica de valores. O juízo estético que exige de cada um a busca de uma comunicação universal e resgata esteticamente uma parte da proposta de uma adequada percepção visual.

O estudo busca compreender a importância que o fenômeno comunicacional vem assumindo na atualidade midiática. O grid assumido como um "código invisível", na organização visual e de planos por meio de um grid. Aponta para um ponto crucial que envolve esse processo, e diz respeito as nossas dificuldades ou desconhecimento da sistemática do perceber o "invisível", ou seja, os códigos invisíveis do universo percebido, mas, no entanto conscientizados, na medida em que esses códigos são os definidores do estado desse universo. (DEBRAY, 1993).

Abordar esses processos de design visual e os aspectos teóricos sobre a importância deste sistema organizativo para a percepção e estética com o embasamento que nos possibilita compreender como o conhecimento é construído na mente.

Apresentam-se as principais teorias e conceitos sobre os estímulos como gerador de informação tendo como foco o seu processamento no ato comunicativo. Na comunicação visual estão contemplados os conceitos básicos que definem um processo de comunicação tendo a linguagem visual como suporte, sua especificidade de conteúdo/forma e suas implicações estéticas e culturais.

Uma estrutura narrativa organiza essas imagens sequenciais em uma mensagem coerente, enquanto uma estrutura composicional externa organiza esses painéis através do layout físico de uma narrativa. Uma estrutura visual codifica as linhas físicas e formas que compõem as imagens, que constroem expressões significativas usando um léxico de esquemas gráficos, que aqui denomino grid, como uma ferramenta na estética para a narrativa visual na tela. Estas estruturas compreendem a "linguagem visual" que está por alinhavando às narrativas que seguem um design visual que estruturam novelas, filmes e outras narrativas visuais, que podem interagir em interações multimodais.



Este trabalho estuda as evidências para as interações de narrativas, significados visuais e enquadramentos, a familiaridade nessas estruturas contribui para uma maior fluência na linguagem visual. É uma ação de enquadrar uma imagem, dando-lhe a dimensão exata de como ela será apresentada aos receptores. Para a escolha adequada deste plano ou forma de apresentar a imagem, existem tipos de enquadramentos que servem para evidenciar o que se quer transmitir na tela pelo aplicativo.

A análise do aplicativo "Floresta sem fim" da Faber Castell

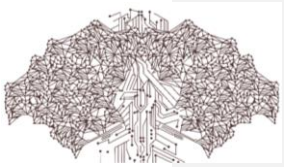
Com criação da agência David e em parceria com a Vetor Lab criado para a Faber-Castell. A agência David ganhou ouro no Festival de Publicidade de Cannes que elegem os melhores trabalhos em Mobile pelo case "*The never-ending forest* APP (Floresta sem fim)". No trabalho, os lápis são feitos com madeira reflorestada e se transformam em animais da fauna brasileira por meio do aplicativo. É um aplicativo que utiliza a Realidade Aumentada, especialmente criada para Faber-Castell como parte de seu projeto de sustentabilidade.

Ao apontar o celular para um Ecopencil Faber-Castell é possível vê-lo transformar-se em um animal que mora na floresta de onde todos os seus lápis provêm. O objetivo é disseminar o fato de que os lápis da linha EcoLápis são de madeira 100% reflorestada. Cada cor da coleção – que inclui 12 EcoLápis de cor e um EcoLápis grafite – se transforma em um animal diferente da fauna brasileira, que podem ser pintados à mão via download e compartilhados em fotos, tanto na versão original quanto na customizada. O aplicativo está disponível para Android e iOS.

"Hoje toda criança tem acesso à tecnologia. Abraçamos essa nova realidade e criamos um game que usa realidade aumentada para mostrar que dentro de cada Ecolápis Faber-Castell existe um bicho que você ajuda a preservar", disse Rafael Donato, vice-presidente criativo da David, em comunicado à imprensa.

Os objetos devem ter a forma de aplicativo para celular, dada à ubiquidade e hegemonia do formato nos meios de aquisição de informação e cultura dos jovens. Outra característica que reforça a utilização desse formato é a tecnologia dos próprios aparelhos, que atualmente possuem acesso à internet, processador gráfico e câmera de vídeo em sua grande maioria. Algumas características necessárias para o aplicativo são:

- Interação com o conteúdo e mensagem.



- O conteúdo presente no aplicativo predeterminado, ou seja, com reconhecimentos digitais que tentem prever a abordagem do produto e a temática central da sustentabilidade.

- A câmera do telefone para a interatividade entre o aplicativo e o produto (ecolápis).

- Personalização do aplicativo por parte do usuário.

- O aplicativo sugere ao usuário várias possibilidades de interatividade.

Os elementos característicos do aplicativo foram animações, diagramação dinâmica, trilha sonora, efeitos sonoros e interatividade. Para tanto, a divisão das páginas dinamizou as páginas entre as personagens e evitou excessos de texto em um único quadro. As animações foram empregadas em determinados elementos da cena, como objetos e personagens, e serviram como condutoras e reforçadoras das ações na trama, necessitando serem visualizadas para que o interator entendesse a história. A animação também foi desenvolvida para simular movimentos de câmera em alguns momentos, fazendo um *travelling* (na terminologia de cinema e audiovisual, é todo movimento de câmara em que esta realmente se desloca no espaço), ou aproximando (*zoom*) a cena, independente da vontade do interator, para direcionar a leitura.

A diagramação dinâmica, que também é um tipo de animação, foi criada para retomar a percepção visual global das páginas, uma vez que, para que houvesse uma valorização dos animais, os quadros foram mostrados primeiramente de forma individual, obtendo um maior detalhamento da imagem. Algumas vezes se optou por deixar uma imagem sobre os demais, enquanto todas as cenas estavam mais ao fundo. Em outros momentos, a diagramação dinâmica reforça a mensagem que esta imagem em destaque deve passar.

Singularidades no Design Visual

Em 1962, Umberto Eco publica seu livro Obra Aberta e fala sobre "narrativas que ganham vida no momento em que o leitor interfere com elas". Eco chama narrativas que se desenvolvem em várias direções com base nas decisões tomadas pelos leitores "obras abertas". O leitor pode decidir sobre o conteúdo, a estrutura ou o estilo da narrativa. O leitor não está mais ligado a uma única maneira de atravessar a narrativa apresentada a ele.

Relação figura e fundo: A câmera em escala e ângulo durante seu movimento contínuo, sem quebrar a continuidade visual, com possibilidades de uma visão dos animais que se aproximam, os movimentos na escala e no ângulo evidencia o primeiro plano, que faz o

movimento aumentar o espetáculo e a intensidade da experiência e isso cria um ritmo ao colocar em foco as outras ações do aplicativo entre figura (lápis=animal) versus o fundo (floresta). Transforma cada cor da coleção EcoLápis em diferentes animais da fauna brasileira.

Figura 1- Relação figura e fundo.



Fonte: Foto reprodução, novembro 2017.

Objetos em movimento: o movimento do objeto é usado para alterar o ritmo na tela. A densidade da experiência aumenta quando um animal aparece e a aparência de um objeto móvel adicional aumenta a densidade do evento, além disso, cada animal se movimenta mais rápido do que todos os outros objetos e fica muito perto do receptor. Assim, há um sentimento de aumento de ritmo quando um animal aparece.

Cor e iluminação: outros parâmetros visuais, como cor e iluminação, podem ser usados para significar a delineação da cena. Por se tratar de um produto que tem cores, há uma gama de áreas brilhantes, outras com cores frias seguidas por cores quentes o que estabelece uma sensação de ritmo e cria uma delimitação visual de cenas e sequências.

Figura 2- Relação cor e fundo.



Fonte: Foto reprodução, novembro 2017.

Tipografia: uma fonte com design que traz uma identidade com a mensagem e para o receptor que na maioria deles serão crianças.

Volume/Forma e Textura/Volume: são os outros fatores importantes que especialmente para o design visual: as diferentes texturas da paisagem criam ritmo.

Dimensão Tátil: é um aspecto muito importante no design arquitetônico. A textura e a sensação do espaço que atravessa tem um impacto na nossa percepção, uma sequência de várias qualidades táteis traz uma série de mudanças estéticas que possibilita um ritmo na experiência.

Som e o ambiente: o ambiente é outra questão que é muito importante, a maneira como o som soa devido à mudança na dimensão tátil ou acústica do meio ambiente, estabelecem uma conexão com a floresta e a biodiversidade da fauna e flora.

Ciclos de movimento: vai depender do local onde o receptor estiver mas ao fazer conexão com o lápis a estrutura rítmica consiste em uma mudança constante entre exploração das informações de cada animal, possibilidades de download dos desenhos, interação com os animais, visualizações, interações e compartilhamentos com outras pessoas.

Os resultados do aplicativo além da premiação superaram as expectativas: 600.000 downloads, 76 milhões de impressões, 18 milhões de visualizações, 4,5 milhões de pessoas que tiveram uma experiência com a marca, e as crianças ficaram 1200 minutos no tutorial.

Considerações Finais

O aplicativo utilizou estruturalmente a RA como elemento narrativo, comprova as possibilidades narrativas dessa tecnologia no âmbito dos aplicativos para a publicidade. Nessa narrativa hipermidiática, os traços artísticos, o enredo, e a produção da história estão interligados com este recurso, intensificando a utilização desta tecnologia na estrutura narrativa da trama. A

RA foi contextualizada para ressignificação da temática, apropriando-se das características desta tecnologia que é a interação de objetos reais e virtuais a partir de sobreposição de imagens por rastreamento ótico do ambiente físico com uma câmera de vídeo. A interação com o meio material foi acentuada pelo envolvimento do interator com o roteiro, o qual trouxe uma proposta que justificou a atuação do consumidor dentro da trama.

No entanto, este trabalho traz possibilidades para a reflexão dos campos de estudos e aplicações das novas poéticas intermídia e da Realidade Aumentada, o que proporciona direcionamentos ainda não explorados nas narrativas hipermidiáticas, que se abram e demonstrem a vastidão das possibilidades, muitas vezes ainda não exploradas.

REFERÊNCIAS

ALLIEZ, Eric. **Deleuze Filosofia Virtual.** São Paulo: Editora 34,1996.

AZUMA, Ronald. **A Survey of Augmented Reality. In Presence: Teleoperators and Virtual Environments** 6, 4, pp. 355-385, August 1997

COUCHOT, Edmond. **A tecnologia na arte: da fotografia à realidade virtual.** Porto Alegre: UFRGS, 2003. (Trad. Sandra Rey). 319 p.

ECO, Umberto. **Obra Aberta.** São Paulo: Ed. Perspectiva, 2003.

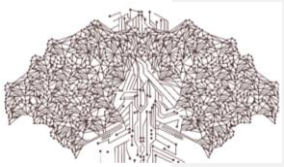
GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital: conceitos, plataformas e estratégias.** 1. ed. São Paulo: Editora Novatec, 2010, 424p.

KIRNER, Claudio. **USANDO REALIDADE AUMENTADA EM PUBLICIDADE. 2010.** Disponível em:

<http://www.ckirner.com/download/artigos/RA-Publicidade.html> Acessado em Janeiro de 2012.

MURRAY, Janet H. Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. Editora UNESP, São Paulo, 2003.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



HACKERS E SEU DESENVOLVIMENTO[1]

André Marques Batista[2]; Adani Sacilotti Cusin[3]; José Roberto Madureira Junior[4]

Resumo

O objetivo deste artigo é discutir sobre *hackers* e o significado dos seus possíveis comportamentos nas sociedades em que se encontram. Nisso, foi escolhido abordar na discussão aspectos sociais, históricos e tecnológicos que se envolvem com essa a manifestação e o "espírito hacker". O artigo investiga o assunto com base em pesquisas bibliográficas, incluindo uma entrevista com um membro de um espaço *hacker* chamado "Garoa Hacker Clube", localizado na cidade de São Paulo. Entendimento da atmosfera e atividade hacker com discussões e reflexões que envolvem o assunto, abrangem a concepção do artigo. Também existe uma explicação de como a inclusão da personalização e entretenimento com tecnologias realizadas a partir de aprendizados que estimulam a imaginação e a cooperação constroem o pensamento *hacker*. Concluiu-se na pesquisa que, existem possibilidades de usos alternativos das tecnologias, pois algumas pessoas conseguem desempenhar certas atividades não esperadas por usuários mais comuns e que utilizam as máquinas para fins mais limitados. Buscar e descobrir as propriedades que fazem as tecnologias funcionarem e criar caminhos diferentes para realizar um funcionamento é o diferencial dos *hackers*, pois estes visam o uso tecnológico colaborativo sem uma supremacia nas relações de poder, desenvolvendo disposições maiores e melhores em relação ao uso de tecnologias.

Palavras-chave: Tecnologia e Sociedade; Espírito Hacker; Hackerspace; Cibercultura.

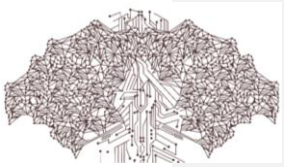
Introdução

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 21 – Cultura hacker, cultura maker, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisador é graduando em Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Instituição de Ensino Superior Fatec Jundiaí. E-mail: andra.batista@outlook.com

3 Pesquisadora é professora da Instituição de Ensino Superior Fatec Jundiaí. Mestre em Administração pela FACCAMP (2011). E-mail: prof_adani@yahoo.com.br

4 Pesquisador é professor da Instituição de Ensino Superior Fatec Jundiaí. Doutorando e Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2014). E-mail: madujr@gmail.com



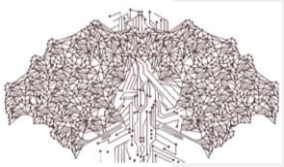
Existe a possibilidade de aspectos sociais gerarem indivíduos interessados em saber como os computadores funcionam e quais são as propriedades que permitem obtenção e checagem de informações impossibilitadas para o um uso mais comum e limitado. Existem caminhos para isso. A forma de como algumas pessoas podem conseguir informações consideravelmente mais valiosas e secretas e as manipularem pode ser desconhecida por parte de alguns observadores. O conhecimento aprofundado com tecnologias não é algo garantido para todos que as utilizam, pois estas podem envolver diferentes intenções em suas utilizações.

Qual seria a origem de como as tecnologias podem ser instrumentos de controle e de manifestação social? Como é o modo de como isso se desenvolve e acontece no mundo contemporâneo? O objetivo deste artigo é discutir sobre os chamados *hackers* analisando o sentido e o impacto de como agem nas sociedades em que se encontram. Foi escolhido abordar na discussão aspectos sociais, históricos e tecnológicos que se envolvem com a formação do assunto, buscando fornecer informações com base em pesquisas bibliográficas e pesquisa de campo por meio de uma entrevista realizada com um *hacker*.

Primeiramente, está desenvolvido um histórico a fim de apresentar um estudo sobre a origem da manifestação dos *hackers*, desde a Segunda Guerra Mundial, na qual ela começou a surgir, até os tempos atuais, mostrando suas definições e formas de atuação. Isso une-se à discussão sobre o modo de como as informações de tecnlogias são disponibilizadas, com reflexões relacionando o avanço tecnológico com avanços comerciais e comportamento sociais. Sendo assim, existe a preocupação da investigação com a produção e de difusão de conhecimento, discutindo como a disposição para um "espírito hacker" pode ser despertada em diferentes perspectivas, resultantes de espaços socias que constróem relações alternativas com as tecnologias e suas propriedades.

É discutido também que a atividade *hacker* está associada à imaginação, necessária no desenvimento de novas funcionalidades para as tecnologias. Os *hackers*, realizando experimentações, evoluem com um aprendizado o qual não consiste no acúmulo de informação, mas sim na capacidade de criar representações, utlizando a imaginação para desenvolver e trabalhar outros cenários possíveis. Discute-se que os processos científicos e artísticos necessitam ambos do estimulo da imaginação e da experimentação, não se devendo considerar a arte e a ciência como coisas opostas. A percepção das semelhannças entre arte e ciência contribui para a existência do *hacker*.

Apresentando as desenvolturas, contextos e concepções dos *hackers*

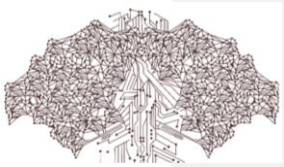


O termo "hacker" por volta de 1950 era usado para identificar aqueles que conseguiam resolver uma espécie de problema através de uma solução inspirada, pois isso era chamado de "hack", adotando o nome de *hacker* aquele que fazia tal ação. Mais tarde, então, isso se expandiria e se encaixaria na computação (MIKAMI, 2011). Mas um dos primórdios desse tipo de comportamento social já existia na década de 1940, na qual estava acontecendo a Segunda Guerra Mundial. O contexto foi marcado pelo combate militar entre potências dos Países Aliados contra potências dos países do Eixo, colocando interesses e poder em jogo (LEITE, GIMENIZ, 2011). Esse momento é considerado um dos primórdios dos *hackers* como denominamos hoje, pois, nessa época, grandes máquinas já capacitadas de realizar cálculos e enviá-los para outros países já existiam, dando espaço para o cenário *hacker*. Segundo Belém (2015) havia em especial uma máquina chamada *Enigma*, utilizada pela Alemanha nazista, que gerava códigos de mensagem supostamente indecifráveis, que eram constantemente trocados. Nesse contexto, a *Enigma*, cumpria uma função geradora de desconforto para alguns países que contra atacavam fazendo outra máquina capaz de decifrar seus códigos. Uma espécie de primórdio da espionagem pode ser notada. A Segunda Guerra Mundial estava ligada à obtenção e possessão de tecnologias, pois se tratava de uma disputa armamentista e de poder.

Alan Turing, que foi matemático, estudante e um dos formadores da ciência da computação, trabalhou para os Países Aliados na guerra, desenvolvendo técnicas para decifrar os códigos alemães. Com um grupo de cientistas, ele montou outra máquina que analisou as mensagens e suas combinações, comparando-as com códigos conhecidos e obteve a chave da decifração. O nome desse projeto era *Colossus*, sendo Turing considerado um dos percursores do desenvolvimento dos computadores digitais, apesar de ser um projeto secreto com informações confidenciais.

Temos já nessa época construções de máquinas com um funcionamento testando o modo de funcionar de outras, mostrando uma relação entre máquinas que reflete os interesses na guerra decorrente.

O primeiro computador eletrônico, o *ENIAC*, teve seu desenvolvimento iniciado na Segunda Guerra Mundial também e realmente expandiu a área de computadores, graças ao compartilhamento mais liberado de suas informações por parte de seu país desenvolvedor, os Estados Unidos. Com o objetivo de realizar cálculos balísticos, o *ENIAC* gastava uma quantidade considerável de energia comparado aos computadores atuais, devido a sua grande quantidade de componentes necessários para o seu funcionamento. A máquina somente ficou pronta depois do fim da guerra, devido às dificuldades para sua construção (MORIMOTO, 2005).

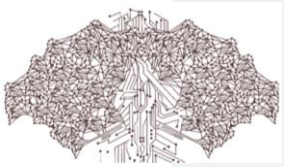


O período seguinte, o da Guerra Fria, que foi iniciado em 1945, logo após o desfecho da Segunda Guerra Mundial, vencida pelos Países Aliados, estendeu-se até 1991. Nessa época, um conflito indireto entre Estados Unidos e União Soviética surgiu e representou disputas de influência entre as duas grandes potências presentes naquele tempo. Essas potências divergiam e competiam em ideias políticas, mostrando um cenário de conflito entre o capitalismo norte americano e o comunismo da União Soviética. Mas como o período se caracteriza por não ter existido um conflito armado direto, a preocupação com o desenvolvimento de atividades computacionais demonstrava-se importante (ENRICONI, 2017).

Ocorreu um grande desenvolvimento armamentista para competição e exibicionismo. Isso consequentemente gerou uma expansão da área espiã, pois os países ficaram equipados para proteção e infiltração. Como o contexto contava com disputa de potências elas precisavam desenvolver armas que abalassem e desacreditassem seus adversários (GULGEMIN, 2015). A checagem de informação oculta na época se apresentava como possível.

É importante lembrar que a Guerra Fria foi marcada também pelo desenvolvimento de máquinas eletrônicas responsáveis por controle de fichas de salários em ambientes de trabalho. A capacidade de computação de dados também mostrava um bom desenvolvimento. Cálculos de alcance de mísseis já eram possíveis de ser realizados em algumas máquinas desenvolvidas na época. O período também alavancou o surgimento de alguns sistemas operacionais com utensílios que começaram a acompanhar as máquinas conforme ocorria o aperfeiçoamento delas para um uso mais ágil. Discos também se uniram aos computadores ajudando-os para se consolidarem como máquinas precisas e com alternativas interessantes de armazenamento. O computador, como conhecido hoje, começou a ganhar forma nessa época pelas ferramentas desenvolvidas (LAIA, 2013).

Esse uso e diferenciação tecnológica se mostraram possíveis em tempos tensos. A disputa de influência proporcionou várias formações de estruturas complexas. A possiblidade da existência de um conflito armado direto também ajudou nas construções que garantiam rápida comunicação e proteção dos dados. Segundo Kleina (2011), os Estados Unidos, por exemplo, desenvolveram uma rede de comunicação por dados com o fim de realizar troca de informações militares. Elas eram eletrônicas e já havia um computador principal que as recebia e as mandava para diversos outros países aliados. O objetivo dessa rede era que, caso um ataque atômico acontecesse, todos os políticos e militares poderiam se comunicar rapidamente e fazer um contra ataque. A rede era distribuída, ou seja, pacotes de dados seguiriam vários caminhos diferentes, podendo gerar uma comunicação bem diversificada. A informação era emitida de forma ampla, podendo chegar às mãos de muitas pessoas em diferentes locais e simultaneamente.

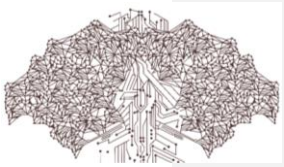


Empresas na época criaram um mercado e desenvolveram os computadores pessoais, que passaram a ser disponibilizados para venda, acrescentando os públicos que poderiam ter acesso à computação (CARDOZO, 2014). Desenvolvimentos tecnológicos aplicados nas relações sociais também proporcionaram intenções diferentes que podemos caracterizar como "bem e mal" por parte de certos pontos de vista no mundo que vivenciava a Guerra Fria. Essas intenções e concepções se expandem e se fortaleceram devido ao uso individual e pessoal, bastante característico do mercado capitalista praticado, sobretudo, pelos Estados Unidos. Um indivíduo reflete e se relaciona com as influências que se mostram para ele, convive e se envolve com uso da tecnologia da forma que o mesmo compreende. O consumo, a concorrência, os interesses financeiros fizeram com que o computador virasse um produto de loja, deixando de ser apenas um auxiliador de gerenciamento de tarefas e um realizador de cálculo.

O desenvolvimento e vendas de videogames nesse período também se aliaram a esse processo, já que os mesmos não deixam de ser computadores, oferecendo tecnologias e possibilidades unidas com a comercialização. O *Magnavox Odyssey*, lançado em 1972, foi o primeiro videogame doméstico a entrar em um mercado que iniciou e mostrou a interação deste tipo de tecnologia (AMOROSO, 2009). Os videogames ao longo dos anos trouxeram um incremento a um mercado voltado a eles, podendo ser explorados e abrindo margens para novas concepções dessa tecnologia. A indústria dos videogames nos dias de hoje se demonstra mais forte que a do cinema, pois conseguiu múltiplos caminhos de se expandir, com diversas possibilidades devido a modos de se jogar diferentes. Comunidades voltadas aos videogames surgiram pois eles demonstram potencialidades de articulação com a comunicação. A questão deles trabalharem a área cognitiva nos seus usuários fez com que eles se expandissem como um importante meio de aprendizado e comunicação (PERANI, 2014).

A área de informática se demonstrou possivelmente lucrativa e útil, com potencial de crescimento na Guerra Fria, gerando ampliação de interesses. Por exemplo, a expansão da informática de alguma forma influenciou os golpes de estado marcantes e acontecidos na época, pelo envolvimento financeiro, pelos interesses de mercado unidos a ideias políticas (SALATIEL, 2012).

A série de filmes *Star Wars* fez sucesso usando belos efeitos especiais, explorando os cenários de competição e as potencialidades oferecidas pela computação (ABRAMO, 1995). Com o entretenimento e imaginações de mundos novos aliados com a computação, o mercado consumidor se desenvolveu em diferentes possibilidades, refletidas nas produções de computadores, que se articulavam com o mercado competitivo.



Para se estabelecerem nesse mercado, várias empresas com potenciais diferentes incrementaram os sistemas operacionais e os softwares de auxilio no uso de computadores lançados com códigos fechados (JORDÃO, 2013). A propriedade de software unida com a competição e desejo de obtenção de poder com uma exploração de mercado gerou o surgimento da restrição no seu uso, levando em consideração a sua edição e o compartilhamento de suas informações.

Essa disponibilidade de novas tecnologias e ferramentas criou usos e concepções diferentes daquelas anteriormente existentes. Construções e diferentes tipos de manuseios de tecnologias deram espaço para algum tipo de "espírito hacker" se manifestar.

É importante notar a limitação do acesso do público aos softwares que depende de algumas condições, ou seja, se seus códigos-fonte são abertos ou não, se seus consumidores podem notar como são construídos e programados os produtos a eles disponibilizados, ou não. O público que consome um produto com código-fonte aberto tem capacidade de desenvolver propriedades diversificadas frente a ele, dando-lhe uma utilidade ainda maior, pois é possível saber como ele se construiu e funciona, notando o que existe em sua programação. Segundo Silveira (2010), limitar a edição e estudo de um produto gera uma produção cíclica dele, uma limitação calculada da expansão de suas propriedades e um público que não aproveita todo potencial daquilo que lhe é fornecido. Sendo assim, as condições do produto funcionar em outras ambientações acabam sendo mais limitadas quando o código-fonte é fechado. Ainda Segundo Silveira (2010):

> Softwares de grande relevância social com o códigofonte fechado não permitem saber quais rotinas de fato realizam, são inseguros por definição devido a sua opacidade e deixam seus usuários completamente dependentes da empresa que os desenvolveu (p. 37).

Esses aspectos dos códigos fonte fechados também se relacionam e se desenvolvem com a lógica de mercado, com estabelecimento de criminalidades e legalidades, embora já se tenha um cenário de computadores capazes de gerar um uso interpretativo e possivelmente diversificado.

Em 1989, a queda do muro de Berlim, o qual simbolizava a separação de Estados Unidos e União Soviética, mostrou que o período da Guerra Fria se encaminhava para o final. Países separados por interesses políticos diferentes agora se encaminhavam para um novo mercado, com novas capacidades de se comunicar e novas experimentações políticas e econômicas. Esse período da Guerra Fria demonstrou ser fundamental para entendermos como os computadores são o que

são hoje no cotidiano, pois com eles se conseguiu a adequação às diferentes ambientações e contextos.

É importante notar que já na década de 1980, o enfraquecimento do pensamento político da União soviética estava acontecendo, e devido a crises políticas e desgaste desse sistema, foi desfeito, finalmente, em 1991. A lógica e funcionamento capitalista dos Estados Unidos se mostrou prevalente para moldar o cotidiano após esse período (VICTOR, 2010). A nova época então visava um sistema que pudesse agir com vendas e empresas cada vez mais sofisticadas para aquisição de lucro, consolidando a hegemonia do capitalismo.

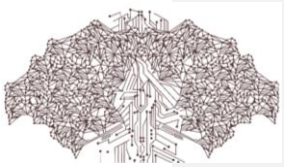
Após o fim da Guerra Fria, alguns pontos em relação à tecnologia são marcantes, como a consolidação dos utensílios e ferramentas auxiliares na utilização do computador. A década de 1990, por exemplo, se caracterizou por intensas disputas no mercado de jogos eletrônicos. A guerra entre as empresas Sega e Nintendo na era de *16 bits* dos videogames ocorreu com mascotes das duas empresas tendo os seus próprios jogos. É o caso dos personagens *Mario* e *Sonic*. A disputa entre tecnologias abriu até espaços para o marketing agressivo que fazia propagandas e práticas de mercado esnobando a empresa rival, principalmente por parte da Sega (LEMES, 2011).

As atmosferas imaginativas, distante da realidade imediata, foram possíveis de ser representadas em produtos que consistiam em jogabilidade, mostrando que a programação de jogos possui também um caráter artístico. As tecnologias para criação e edição de imagem e som já se apresentavam bem desenvolvida.

A internet e o "espírito hacker"

Temos nesse cenário o começo da internet já se expandindo como algo importante para a vida dos indivíduos e das coletividades, funcionando como uma rede de computadores programada para estabelecer comunicações entre diferentes manifestações e convívios sociais no mundo. Com as indústrias cada vez mais sofisticadas e propensas a fazer investimentos graças ao avanço do capitalismo, a internet passou a ser comercializada como um tipo de prestação de serviços. A qualidade dos serviços prestados pela internet passou a refletir a qualidade estabelecida das empresas e organizações dos diferentes países.

A internet ofereceu caminhos possíveis para a comunicação numa rede mundial usando mecanismos de busca avançados e apresentando caminhos alternativos a regras impostas no seu uso. O mundo se encaminhava para um ponto em que o poder de comunicação refletia a pluralidade de condições, vivências, culturas e diferenças.



A internet resultou em um cenário em que ela consegue se expandir facilmente com sua comercialização e serve tanto para quem age com legalidade tanto para quem age ilegalmente pois visa a comunicação de forma estrita e consegue fugir um pouco das limitações geográficas. Herdou o desenvolvimento de redes de teleprocessamento estimulado já na Segunda Guerra Mundial que foram se aprimorando durante os anos, e se enquadrou com o sucesso comercial e uso de computadores pessoais por diferentes camadas sociais (KLEINA, 2011). A internet consolidou o pensamento *hacker* em nosso cotidiano.

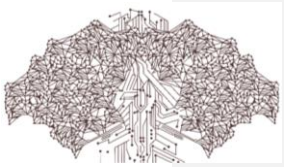
Com a internet foi possível articular aplicações de diversos tipos de tecnologia a uma cultura marcada por diferentes tipos de manifestações (música, filmes e *games* são exemplos) gerando modos peculiares de se produzir e consumir atividades culturais. Com a formação de diferentes tipos de produção cultural e comportamentos de consumo, é possível explicar o surgimento de pessoas que apresentam fascinação por tecnologias.

Nesse cenário contemporâneo há a presença de indivíduos que têm uma vida cultural relacionada diretamente com tecnologias computacionais ampliando-se o campo para atuação de manifestação *hacker*. Grupos, espaços e acervos podem também ser formados, refletindo-se em aberturas, diferenciações e até possíveis conflitos. A tecnologia criou alguns outros públicos diversificando nichos, como por exemplo, os de *otakus*[5], voltados a desenhos e *animes*, e o de cinéfilos, voltado aos filmes (HAMANN, 2012).

Nas primeiras décadas do século XX ocorreram acontecimentos que ganharam atenção em certos tipos de noticiários, pois estes vieram de práticas envolvendo embates sociais e utilização de tecnologia. O caso de Edward Snowden é um exemplo. Segundo Gomes (2015), Snowden é um ex-contratado da agência de segurança nacional dos Estados Unidos que revelou como a agência em que trabalhava obtinha acesso a dados privados de usuários e tinha possibilidade de utilizá-los em seu favor. Ganhando destaque nos noticiários de todo mundo, Snowden precisou fugir do país já que o mesmo revelou que governos e empresas tinham acesso e exploravam dados confidenciais da população sem o seu conhecimento.

Mais recentemente, a agência nacional de inteligência dos Estados Unidos, a *CIA*, responsável por investigação e fornecimento de informações sobre segurança para os senadores no país, alegou que um grupo de *hackers* russos influenciou nas eleições americanas acessando informações dos partidos concorrentes, usando essas informações para beneficiar a campanha do

[5] Termo citado por Hamann (2012), ele possui origem japonesa, e descreve o público apreciador de desenhos e histórias em quadrinhos.

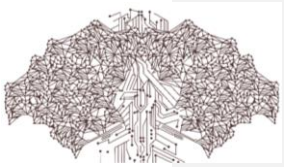


candidato eleito Donald Trump, prejudicando então a candidata adversária, Hillary Clinton. Porém, o candidato vencedor negou que isso tenha acontecido (GUILHERME, 2016).

Em 2017 foi revelado que um grupo de *hackers* da Coreia do Norte tem se mostrado com capacidade de roubar dinheiro através de meios digitais, inclusive de países ditos como adversários, conseguindo ter eficácia em suas ações até contra os Estados Unidos. Isso demonstra que a internet ligada a meios como comércios e bancos, pode gerar atividades que se moldam em diferentes concepções e capacidades de comunicação. Por exemplo, vírus de computador criados pelo grupo, passaram a ser uma espécie de arma cibernética (SANGER, KIRKPATRICK, PERLROTH, 2017).

Sonic Mania é um game lançado pela franquia *Sonic The Hedgehog* no ano de 2017. Foi feito por fãs que conseguiram simular o ambiente de jogos da série clássica da franquia, adaptando informações dos códigos desses jogos para as plataformas atuais e os fazendo funcionar nessas tais plataformas. Isso foi desenvolvido em um cenário em que a equipe oficial responsável pelo desenvolvimento de jogos da série, a *Sonic Team*, já se demonstrava a décadas produzindo jogos com mecânicas e ideias que causavam divisões de opinião, provocando então uma divisão na comunidade de fãs. Boa parte dos jogos nos últimos anos da franquia é apontada como no máximo, medíocre pela crítica especializada (PRANDONI, 2017). *Sonic Mania* trouxe um funcionamento que remetia aos tempos em que mecânicas e ideias aconteciam e evoluíam com um progresso natural na série, pois elas combinavam com a identidade original e não causavam divisões de opinião. Qual foi o resultado disso? *Sonic Mania* é o jogo mais bem avaliado pela crítica da série do personagem *Sonic* nos últimos 15 anos (GALVÃO, 2017). Esse acontecimento demonstra que uma comunidade contratada de fãs conseguiu fazer um jogo melhor que os recentes da desenvolvedora oficial com profissionais "experientes", questionando a capacidade da empresa *Sega*, distribuidora de jogos da série, em atender bem o seu público consumidor e com ideias apropriadas para funcionamento de jogos do *Sonic*.

O *Sonic Mania* foi um produto feito de fãs para fãs e é o resultado de uma vontade desse público em saber como as tecnologias permitiram que a série de jogos funcionasse anteriormente e como essa série originalmente era.. A série vivia um momento em que sua identidade não estava plenamente considerada, causando seu empobrecimento criativo. Pode-se considerar que o que aconteceu com a franquia *Sonic* foi uma espécie de distorção, em que cálculos financeiros e empresariais de alguma forma interferiram e limitaram a elaboração de ideias para os jogos. A solução encontrada para a continuidade e revitalização da série partiu do pensamento de pessoas comuns que viraram desenvolvedores fora do ambiente profissional e escolar.



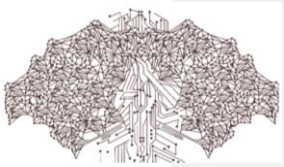
Páginas diferenciadas que formam uma gama de informações e estéticas diferentes se apresentam também de forma em que elas não estejam anexadas ao grupo de páginas recomendadas para leitura e visita acessíveis aos navegadores tradicionais. Assim temos a *Deep Web*. Segundo Harada (2015), a *Deep Web* é um grupo de páginas não anexadas aos tradicionais buscadores e navegadores divulgados para uso. Só são possíveis ao acesso através de caminhos específicos, começando o seu acesso através do navegador *Tor*. Nela, a divulgação de conteúdos considerados ilegais é feita de maneira mais comum, sendo um espaço mais confortável para *hackers* com intenções de nível mais obscuros e secretos. É um meio em que existe maior chance de escapatória de vigilância já que as páginas podem ser apagadas durante sua navegação, não deixando rastros. É um tipo de ação semelhante à ação da máquina *Enigma* no período da Segunda Guerra Mundial, com seus códigos rapidamente trocados.

A "internet das coisas" têm se apresentado também como possível, sendo a comunicação entre "coisas" (objetos) e a rede mundial de computadores (ZAMBARDA, 2014). É ressaltado o potencial da internet das coisas influenciar cotidianos e vivências caso sua instauração acontecer visando lucratividade. Vale notar que, sempre há lançamentos no mercado, mas alguns tipos de relações parecem seguir sempre a mesma intenção, com o mesmo objetivo de compra e venda vindas do espirito de competição. Isso se torna mais um desafio para os *hackers.*

Essas representações e práticas sociais descritas nos parágrafos anteriores mostram que a dinâmica social e individual tem sido manipulada por organizações sociais que capturam o desenrolar da vida cotidiana, resultando nas necessidades de ações *hackers.* As atividades feitas com pensamentos e intenções espontâneas geram resultados plenamente satisfatórios para o público que participa delas, pois não exigem esforços e vontades que vão além das capacidades sociais em que elas surgem (PAIVA, 2007). Os *hackers* se enquadram nesse tipo de representação, pois fazem atividades vindas do público para o público. Limitações impostas por questões de privacidade, estratégias e interesses financeiros têm seu efeito diminuído nessas atividades, pois elas são feitas interpretando as relações sociais em suas variadas perspectivas.

Paiva (2007) afirma que "[...] o avanço tecnológico, a financeirização da vida cotidiana e uma possível macdonaldização[6] da escola e seu mundo acabam operando um esvaecimento do homem, suas identidades e seus problemas sociais" (p. 325). As ações provocadas pelos *hackers* procuram questionar se as relações sociais constroem pessoas e organizações preparadas para viverem em uma sociedade sustentável, dinâmica e justa.

[6] Termo citado por Paiva (2007) que faz referência a processos de funcionamento de fast-foods adaptados e aplicados em instituições sociais.



Mas o que exatamente são os *hackers* e como se pode desenvolver um "espirito hacker" nos espaços sociais?

A área de informática demonstrou ser lucrativa e com potencial de crescimento, tornando-se importante no convívio social. Computadores processam informações rapidamente e criam modos de interação diferentes de acordo com seus objetivos e avanços, produzindo relações sistemáticas de controle. O que proporcionou certos usos e perspecivas diferentes refere-se a uma troca de relações sociais acontecida de maneira não totalmente prevista.

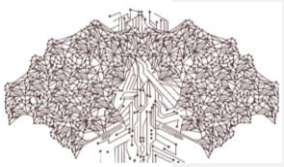
Quando alguém faz algo imprevisível com algum computador, além dos programas e caminhos que foram previstos para aquilo, essa atitude pode ser denominada como "espírito hacker". O despertar do espirito *hacker* produz ações inesperadas por organizações de controle, pois lide com relações horizontais e um uso mais ilimitado do computador (NOGUEIRA, 2010).

Não quebrar regras de convívio é a alternativa para se poder viver em um meio. Quebrá-las é visto como algo ilegal, dependendo do contexto. Cometer crimes resulta em cadeia para aqueles que não estão suficientemente incluídos socialmente de forma legal. E nisso entram também as condições para viver em diferentes meios e se instalar neles ou deles ser excluído. Mas os limites entre a legalidade e a ilegalidade são mais complexos.

A contratação de *hackers* que demonstram habilidades para invadir sistemas justamente para proteger esses próprios sistemas demonstra um interesse entre empresas e aqueles que driblam as seguranças fragilizadas. Essa situação mostra como o sistema de legalidades e ilegalidades cria diversos tipos de relações que se intercalam com diferentes intenções (PEREIRA, 2015).

Sendo assim, o "espírito hacker" é desenvolvido tanto por aqueles que praticam os atos considerados "bons" quanto os considerados "maus". Ações éticas ou antiéticas se intercalam, mas ambas existem por normas de convivência criadas e pelo incentivo ou desestímulo para tais ações. O "espírito hacker" coloca em questão esses limites.

Segundo Souza (2013), os *hackers* se desenvolvem com um comportamento de alto interesse procurando saber as propriedades de tecnologias que são e foram criadas na sociedade. Sua definição está na paixão por tecnologias e pelo aspectos que as fazem funcionar. Eles se identificam e formam espaços chamados de *hackerspaces*. Nesses lugares, as explorações de equipamentos tecnológicos que visam e elaboram outras possíveis utilizações são feitas e aproveitadas. É possível que o mundo dos hackers se adapte aos novos desenvolvimentos e consiga inventar novas técnicas de uso.



As tecnologias de alguma forma irão se enquadrar com as normas de convivência. O mercado com seus novos lançamentos faz seu ciclo de venda e consumo e isso gera acontecimentos de grandes proporções, podendo chamar atenção de diversas camadas sociais e despertar noções diferentes. Níveis sociais, com os modos de escolarização e aprendizado distintos, fazem com que isso aconteça de forma mais notável.

Martins (2017) afirma que os *hackerspaces* são alguns espaços feitos para pesquisa, produção e aprendizado e são criados para a atividade *hacker*. Esses espaços são ambientes com disponibilizações de tecnologias, trabalhos e atividades baseadas na cooperação. Acabam tendo seus desenvolvimentos marcados por relações que visam contrapor ordens trabalhando com relações horizontais de poder e de gerenciamento de atividades. Existe, portanto, uma contraposição com os tipos de relações dos ambientes escolares e de trabalho aplicados atualmente que possuem relações de poder de caráter mais desigual. A proliferação de culturas nesse tipo de ambiente pode ocorrer de forma natural. As experiências de participação que ocorrem para quem interage nesse tipo de espaço acabam acontecendo de forma fluida, pois partem do ponto de vista que o uso de tecnologias é estimulado por vias acolhedoras. Ainda Segundo Martins (2017):

> Cada um com sua especificidade, representam novas formas de produção e apropriação do conhecimento, ao deslocar de forma mais ou menos acentuados lugares de professor e aprendiz, de conhecimento acadêmico e leigo, trazendo o laboratório para os mais diversos espaços e abrindo a possibilidade de vinculação desses experimentos a variados territórios (p. 68).

Martins (2017) também cita a existência histórica de um espaço com um estilo aproximado dos *hackerspaces*, os *hackerlabs*. Iniciados e criados em meados do inicio dos anos 1990, os *hackerlabs* visaram a convivência e desenvolvimentos tecnológicos mais ligados à resistência política, caracterizados pela intensa comunicação dinâmica entre seus membros, já que participavam de algo em que todos tinham acesso a suas informações sem espécie de distribuição calculada e privada.

A existência desses tipos de espaços mostra potencialidades de agrupamentos de pessoas acontecendo por meio de uniões e convivências públicas, questionando as concepções de propriedade criadas pelas lógicas capitalistas. A alternativa se mostra interessante, pois visa a personalização de tecnologias. Aliada à questão da internet, é um meio de disseminação de informação e criação de espaços que abrem discussões questionando as mídias que controlam as informações divulgadas. A atividade *hacker* cria uma cultura capaz de se desenvolver pelas

inteligências e experiências coletivas. Esse tipo de cultura denomina-se *cibercultura* (CHAMPAGNATTE, CAVALCANTI, 2015). Nela, podemos notar que elaborações com a comunicação surgem, podendo isso se desenvolver com as tecnologias. Isso é impossível de acontecer em ambientes que consideram relações de caráter desigual e trabalham com imposições de produção e de tempo.

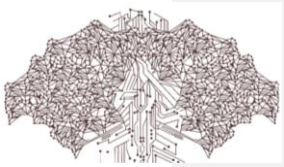
Os jogos eletrônicos, jogados pela internet com um servidor que armazena os dados dos jogadores conectados a ele, podem envolver participação e interação entre os jogadores conectados. Isso faz com que diferentes capacidades de comunicação possam refletir os desempenhos dos jogadores em relação ao jogo e à tecnologia, mostrando aspectos da cibercultura.

Mesmo que empresas capitalistas dominem certos mercados, espaços e culturas que não estritamente ajam de acordo com a sua lógica, podem produzir produtos que sejam aproveitados de maneiras distintas. Cada um tem o potencial de reagir de maneira diferente aos dispositivos tecnológicos e ter uma concepção e uso diferente deles. Como os *hackerspaces* exploram e trabalham com essas reações, também fazem com que seus participantes tenham plena prática com as tecnologias, podendo se pensar na elaboração da cibercultura.

Nos *hackerspace*s se constrói um estudo sobre as imposições de regras, buscando estratégias de resistência que resultam em uma atitude de cooperação e análise dos produtos. A partir disso, encontra-se um novo aproveitamento da tecnologia que pode ser usada como ferramenta útil para algum usuário e comunidade considerando as diferentes experiências com esses produtos. Consequentemente, nos *hackerspaces* ocorre o uso, desenvolvimento e exploração de tecnologias visando esse tipo de magnitude, contrariando o que é pretendido por empresas com o objetivo de limitar o público consumidor.

A articulação entre a ciência, a arte e a imaginação para os *hackers*

Hackers se diferenciam justamente por desenvolverem caminhos para descobrir maneiras e soluções novas quando apresentados em frente às tecnologias. A ciência e a sociedade moderna separam a manifestação artística da científica, tratando-as como coisas diferentes, opostas e hierarquizadas. Porém, tanto a arte como a ciência consideram a representação e a experimentação de algo. A imaginação, a criação de situações na mente para representar e solucionar algo, é necessária tanto na arte quanto na ciência. Os *hackers* precisam relacionar diversos tipos de informações e elaborar soluções utilizando tecnologias, e por isso sua imaginação é bem



trabalhada e podem criar usos tecnológicos surpreendentes para os quem não desenvolveram tal imaginação.

A sociedade atual possui instituições de ensino que não exercitam a imaginação, com aulas, no geral, consistindo apenas de acúmulo de informação. Não procuram traduzir a emoção das descobertas científicas, fazendo com que alunos não estimulados não experimentem as emoções enquanto aprendem.

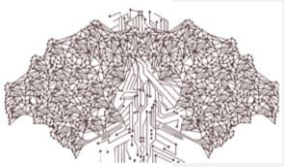
A imaginação é deixada de lado nos ensinos escolares e isso influencia na capacidade do desenvolvimento tecnológico. A criação, a ciência e a arte estimulam a imaginação. Saber criar, evoluir e solucionar questões em situações nas quais existem cenários abertos a possiblidades, utilizar de bases materiais para experimentações e organizações, contribuem para os processos científicos e artísticos.

A atividade *hacker* cria modos de convivência de um jeito único, gerando os *hackerspaces* citados. Os *hackers* indicam as bases para a instauração de uma sociedade criativa fundada no cooperativismo, desencadeando experiências que entretêm e que divertem, pois não agem de acordo com demandas e obrigações diretas de mercado.

A atividade *hacker* acrescenta algo para seus observadores e admiradores assim como ocorre nas obras de arte marcantes que provocam emoção porque não são direcionadas para um alguém em específico e sim porque são capazes de despertar sensações.

Atualmente, a sociedade se molda acreditando muito em uma separação entre "racional e irracional", entre "razão e emoção", mas o desenvolvimento científico (e artístico) não se desenrola separando o que é "lógico" do que é "ilógico" (PIETROCOLA, 2004). Os processos para o desenvolvimento científico e artístico na sociedade precisam considerar que a experiência e a pesquisa geram o real e interminável aprendizado, o qual é fundamental para a formação de um ser humano. Se observarmos um *hacker*, por exemplo, o seu essencial aspecto é a paixão por tecnologia e as suas propriedades. Sua trajetória histórica se desenvolve a partir disso. A paixão desenvolvida não se despertou por processos "racionais", pois ela está ligada à emoção, sendo fundamental para alguém se identificar como *hacker*.

Jogos eletrônicos bons são aqueles que expressam e potencializam a diversão alcançada a partir de um modo de jogar que visa a emoção, pois se refere a regras e critérios (PERANI, 2014). Editar jogos e suas propriedades leva ao entendimento de porque regras estão inseridas neles, o que há nelas que permite os funcionamentos desses jogos e porque também são feitas daquele jeito. Isso é uma atividade *hacker*, porque é compreensão de funcionamentos com alternativas de evolução e perspectivas em aberto.



Essa questão se expande para a tecnologia em geral, entendendo como ela funciona e suas regras. O usuário cria a compreensão, o acolhimento e a reelaboração dos produtos utilizados.

Trabalhando pela superação do que desassocia a arte e a ciência, o "racional e irracional", uma sociedade com manifestações sociais que envolvem a real paixão por tecnologia pode existir. O estabelecimento de relações sem desigualdades de poder gera o cooperativismo nos ambientes, presentes nos *hackerspaces*. Com isso, numa sociedade é possível a plena participação de seus integrantes e a superação das divisões.

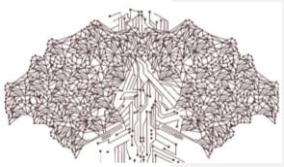
Entrevista

Para ganho de experiência e compreensão desse mundo dos *hackers*, foi visitado o *hackerspace* chamado "Garoa Hacker Clube" na cidade de São Paulo no ano de 2016. Nessa visita, uma entrevista foi realizada com um dos membros desse grupo. Foram realizadas perguntas para o entrevistado, questionando algumas coisas como: o que o incentivou a ser um *hacker*, qual sua história como um deles, sobre seu trabalho e estudo na área de *hackers*, seu pensamento sobre o futuro do espaço e o significado dele na sua vida.

Esse integrante afirmou que o seu primeiro incentivo a estudar a área de atuação dos *hackers* e mais tarde se juntar ao grupo, foi quando viu pela primeira vez um computador antigo ser aberto para um tipo de conserto, causando um fascínio nele. O entrevistado abordou também que a vontade de saber os motivos das coisas funcionarem, unida com a ajuda na construção de um sistema operacional na empresa em que trabalhava anteriormente, fizeram com que seu caminho de manuseio e entendimento de tecnologias pudesse ser transformado.

O entrevistado disse trabalhar hackeando sistemas operacionais, entendendo como eles funcionam e quais são suas construções. Ressaltou que os *hackers* se dividem em vários tipos, pois há inúmeras interações diferentes com tecnologias e ferramentas, sendo que o importante nisso, é que cada um deles busca ter um diferencial. Foi dito pelo entrevistado também que o compartilhamento de ideias e o distanciamento do ensino das faculdades são pontos característicos que ele nota fazendo parte do "Garoa Hacker Clube". E para quem quer ser membro novo no local, foi explicado que é importante estudar com enfoque em um assunto e não ter pressa para ampliação dos estudos, já que tudo vem no tempo certo.

Quando perguntado sobre o que pensa sobre o futuro do grupo, o entrevistado afirmou que acredita bastante no crescimento da comunidade, mas não enxerga isso como algo bom, pois entende que todo tipo de organização quando cresce muito, perde um pouco a essência. No seu ponto de vista, os grupos precisam ter sua liberdade respeitada e têm o direito de fazer o que



querem. As características que os tornam diferentes devem ser compreendidas e respeitadas, porém não traduzidas e usadas como uma imposição de valores. Com isso, foi explicado que o "Garoa Hacker Clube" no passado possuía uma união maior e havia mais liberdade e facilidade para os seus membros participantes. Se conhecerem. Conforme o grupo foi crescendo, surgiram dificuldades para conseguir plena união, liberdade e conhecimento dos seus membros, pois a comunicação se tornou mais limitada.

No fim da entrevista, respondendo a última pergunta que questionava a importância do grupo para o entrevistado, o membro disse que o local é muito importante para ele, pelo compartilhamento de conhecimentos, acesso a equipamentos caros no mercado, experiências de aprendizados com outras pessoas. Ressaltou que pode até receber visitas de membros da sua família ali, sendo o grupo algo diferenciado para ele, como uma "escola-família".

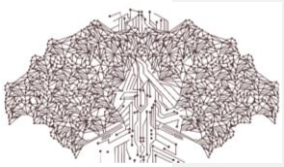
Considerações Finais

A Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria trouxeram tecnologias aliadas às relações de poder e de mercado. As adaptações e aparatos tecnológicos, como o desenvolvimento dos computadores e dos sistemas operacionais, em diferentes ambientes refletem a expansão capitalista, com sua produção voltada ao individualismo e ao controle sócio econômico. A internet, bem propagada, permitiu que a comunicação se ampliasse em um cenário de produtos disponibilizados perante as divergências sociais. O "espírito hacker", importante para a elaboração de manifestações sociais e aproveitamento cooperativo nos fornecimentos e usos das tecnologias, consolidou-se mostrando experimentações afastadas das concepções hegemônicas de trabalho e de produção de conhecimento.

A comunicação e a proliferação no uso da internet fizeram com que manifestações *hackers* pudessem ser exemplos de resistência e de embates sociais mostrando os diferentes interesses e contradições da sociedade.

O desenvolvimento científico e artístico, que deve se basear em relações de caráter mais participativo e igual, podem por meio da cooperação produzir tecnologias a serem exploradas de maneiras distintas e terem outras utilidades não previstas pelas lógicas capitalistas.

Os *hackers* manifestam seus interesses em tecnologias e suas ações acontecem indo além das concepções de "certo e errado" entendidas pelas sociedades. Eles realizam suas atividades com uma interpretação que vai além da instauração de normas.



Conclui-se, então, que a compreensão e aceitação das ações dos *hackers* aumentam com a possibilidade deles serem aceitos no convívio social enquanto importante fator para a transformação de uma sociedade. O que é desenvolvido por eles possibilita a criação de espaços feitos e pensados para uma formação tecnológica que une entretenimento, práticas e concepções de trabalho e de conhecimento para além de regras pré estabelecidas e de uma visão puramente econômica e tecnicista da tecnologia.

Referências bibliográficas

ABRAMO, Bia. **Trilogia "Guerra nas Estrelas" é relançada**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/starwars/texto04.htm>. Acesso em: 23 out. 2017.

AMOROSO, Danilo. **A história dos vídeo games: do osciloscópio aos gráficos 3D**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/xbox-360/3236-a-historia-dos-video-games-do-osciloscopio-aos-graficos-3d.htm>. Acesso em: 25 out. 2017.

BELÉM, Euler de França. **Turing foi importante para derrotar o nazismo. Mas a batalha foi decidida entre militares e políticos.** Disponível em: <http://www.jornalopcao.com.br/colunas-e-blogs/imprensa/turing-foi-importante-para-derrotar-o-nazismo-mas-batalha-foi-decidida-por-militares-e-politicos-28581/>. Acesso em: 12 mar. 2017.

CARDOZO, André. **Computador pessoal faz 33 anos, Conheça a história do IBM PC**. Disponível em: <http://tecnologia.ig.com.br/2014-08-12/computador-pessoal-faz-33-anos-conheca-a-historia-do-ibm-pc.html>. Acesso em 22 jan. 2018.

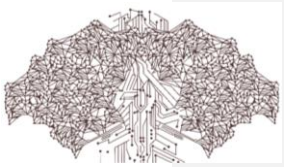
CHAMPAGNATTE, Dostoiewski Mariatt de Oliveira; CAVALCANTI, Marcos Alexandre de Pádua. Cibercultura – perspectivas conceituais, abordagens alternativas de comunicação e movimentos sociais. **Revista de Estudos da Comunicação.** Curitiba, v. 16, n. 41, p. 312-326, set. /dez. 2015. Disponível em: <http://www2.pucpr.br/reol/index.php/comunicacao?dd99=pdf&dd1=15877>. Acesso em: 03 mar. 2017.

ENRICONI, Louise. **Guerra Fria: A guerra ideológica entre duas potências**. Disponível em: <http://www.politize.com.br/guerra-fria/>. Acesso em 27 dez. 2017.

GALVÃO, Bruno. **Sonic Mania é o jogo da série com melhor classificação em 15 anos**. Disponível em: <http://www.eurogamer.pt/articles/2017-08-17-sonic-mania-e-o-jogo-da-serie-com-melhor-classificacao-em-15-anos>. Acesso em: 17 nov. 2017.

GOMES, Pablo. **Citizenfour**: **Documentário ganhador do Oscar mostra ato heroico de Edward Snowden**. Disponível em: <https://pablogomes.wordpress.com/2015/02/23/citizenfour-documentario-ganhador-do-oscar-mostra-o-ato-heroico-de-edward-snowden/>. Acesso em 19 jan. 2018.

GUILHERME, Paulo. **Hackers russos ajudaram Trump a ser eleito nos EUA, diz CIA**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/ataque-hacker/112637-hackers-russos-ajudaram-trump-eleito-eua.htm>. Acesso em: 22 nov. 2017.



GULGEMIN, Felipe. **Veja algumas ferramentas de espionagem usadas na Guerra Fria**. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/tecnologia-militar/39620-veja-algumas-ferramentas-de-espionagem-usadas-na-guerra-fria.htm.>. Acesso em: 10 mai. 2015.

HAMANN, Renan. **Erro 404: Os tipos de nerds [Ilustração]**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/erro-404/23378-erro-404-os-tipos-de-nerds-ilustracao-.htm>. Acesso em: 20 mar. 2017.

HARADA, Eduardo. **TecMundo Explica: o que é essa tal de "Deep Web"?**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/tecmundo-explica/74998-tecmundo-explica-tal-deep-web.htm> Acesso em 25 mar. 2017.

JORDÃO, Fabio. **A história dos sistemas operacionais [infográfico]**. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/sistema-operacional/2031-a-historia-dos-sistemas-operacionais-ilustracao-.htm>. Acesso em 23 nov. de 2013.

KLEINA, Nilton. **A história da Internet: pré-década de 60 até anos 80 [infográfico].** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/infografico/9847-a-historia-da-internet-pre-decada-de-60-ate-anos-80-infografico-.htm.>. Acesso em: 12 mar. 2017.

_____. **A história da Internet nos anos 90[infográfico].** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/infografico/10054-a-historia-da-internet-a-decada-de-1990-infografico-.htm.>. Acesso em: 24 nov. 2017.

LAIA, Wilson. **A evolução do software.** Disponível em: <https://www.tiespecialistas.com.br/2013/03/a-evolucao-do-software/>. Acesso em: 16 jan. 2018.

LEITE, Juliana; GIMENIZ, Natália. **Derrota do Eixo**. Disponível em: <http://trabalhosegundaguerram.blogspot.com.br/2011/05/derrota-do-eixo.html>. Acesso em 22 jan. 2018.

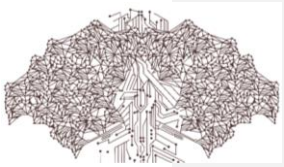
LEMES, Daniel. **A história da Internet dos videogames: a guerra Sega x Nintendo**. Disponível em: <http://www.memoriabit.com.br/historia-sem-fim-a-guerra-sega-x-nintendo/>. Acesso em: 24 nov. 2017.

MARTINS, Beatriz Cintra. Hackerspaces, ciência cidadã e ciência comum: apontamentos para uma articulação. **Liinc em Revista.** Rio de Janeiro, v.13, n.1, p. 59-71, maio 2017. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3752/3205>. Acesso em: 31 out. 2017.

MIKAMI, Michael Hikaru. **Entenda sobre os Hackers**. Disponível em: <http://dicasemgeral.xpg.uol.com.br/dicas-em-geral/14350/entenda-sobre-os-hackers/>. Acesso em: 22 nov. 2017.

MORIMOTO, Felipe E. **ENIAC**. Disponível em: <http://www.hardware.com.br/termos/eniac>. Acesso em: 05 nov. 2017.

NOGUEIRA, Paulo. **O espírito hacker**. Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-espirito-hacker/>. Acesso em: 24 nov. 2017.



PAIVA, Wilson Akves de. A formação do homem no *Emilio* de Rousseau. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.33, n.2, p. 323-333, maio/ago. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ep/v33n2/a10v33n2>. Acesso em: 18 nov. 2017.

PERANI, Leticia. Jogando para comunicar, comunicando para jogar: por um lugar dos games nas Ciências da Comunicação e da Cibercultura. **Anais do VIII Simpósio Nacional do ABCiber**. São Paulo, 3 a 5 de dezembro de 2014. Disponível em: <https://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/leticia_perani_soares_39.pdf>. Acesso em: 31 out. 2017.

PEREIRA, Leonardo. **Hackers: Saiba por que as empresas devem contratá-los**. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/fique_seguro/noticia/hackers-saiba-por-que-as-empresas-devem-contrata-los/47810>. Acesso em: 24 nov. 2017.

PIETROCOLA, Maurício. Curiosidade e imaginação- os caminhos do conhecimento nas ciências, nas artes e no ensino. In: **Ensino de ciência unindo a pesquisa à prática**. CARVALHO, Anna Maria Pessoa (org.). São Paulo, Pioneira Thomson learning (2004).

PRANDONI, Cláudio. **Com nostalgia 'turbo', "Sonic Mania" é herdeiro digno da era do Mega Drive**. Disponível em: <https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2017/08/14/com-nostalgia-turbo-sonic-mania-e-herdeiro-digno-da-era-do-mega-drive.htm>. Acesso em: 17 nov. 2017.

SALATIEL, José Renato. **Militarismo militar na argentina: A ditadura militar na Argentina**. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/historia/militarismo-na-america-latina-a-ditadura-militar-na-argentina.htm>. Acesso em: 12 mar. 2017.

SANGER, Davie E.; KIRKPATRICK, David D.; PERLROTH, Nicole. **Hackers da Coréia do Norte podem roubar até US$ 1 bi por ano e provocar caos global**. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/the-new-york-times/2017/10/16/hackers-da-coreia-do-norte-podem-roubar-ate-us-1-bi-por-ano-e-provocar-caos-global.htm>. Acesso em: 16 nov. 2017.

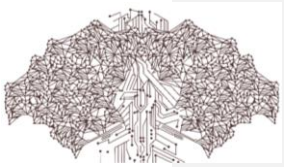
SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **REVISTA USP,** São Paulo, n.86, p. 28-39, junho/agosto 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/download/13811/15629>. Acesso em: 16 nov. 2017.

SOUZA, Ramon de. **Laboratório de garagem: visitamos o Garoa Hacker Clube.** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/estabelecimentos/43938-laboratorio-de-garagem-visitamos-o-garoa-hacker-clube.htm>. Acesso em: 12 mar. 2017.

VICTOR, Alan. **Muro de Berlin – O símbolo da Guerra Fria**. Disponível em: <https://f5dahistoria.wordpress.com/2010/12/01/o-fim-da-guerra-fria/>. Acesso: 26 mar. 2017.

ZAMBARDA, Pedro. **'Internet das coisas': entenda o conceito e o que muda com a tecnologia**. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/08/internet-das-coisas-entenda-o-conceito-e-o-que-muda-com-tecnologia.html>. Acesso em: 25 mar. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



HIBRIDAÇÃO ENTRE CORPO E TECNOLOGIA: A PERCEPÇÃO E AS FORMAS DE ARTE EM UM CONTEXTO PÓS-HUMANO[1]

Roberta Cristiane de Oliveira[2]; Soraya Maria Ferreira Vieira[3]

1 Introdução

Um hacker aceita uma pílula vermelha que o levará a conhecer a verdade sobre Matrix. Um homem, ao fazer a barba, percebe uma saliência em seu rosto que, posteriormente, se expande transformando todo seu corpo em um monstro metálico. Um jovem programador é enganado por Ava, uma robô humanóide dotada de inteligência artificial, que o abandona à própria sorte trancado em uma casa isolada no meio das montanhas. O que esses três enredos têm em comum? Todos eles abordam a relação simbiótica entre humanos e tecnologia.

O interesse pelas formas que transcendem o humano não é sintomático da sociedade contemporânea. Os anjos, como entidades intersticiais entre o divino e o humano; o Minotauro, figura abominável da mitologia grega, metade homem, metade touro; Frankenstein, a criatura trazida à vida e abandonada por seu criador devido ao seu aspecto monstruoso. Esses são alguns exemplos utilizados por Di Felice (2010), como metáfora do que ele chama de "Trespassing", para indicar a superação do humano, "formas que mostram a terrível tentativa do humano de ir além da própria essência e ultrapassar-se" (DI FELICE, 2010, p.78).

Desde o Jardim do Éden, local onde foram gerados os primeiros seres humanos, segundo a Bíblia, criou-se a concepção axiomática de que o homem era o parâmetro para todas as coisas, prerrogativa que o trouxe à centralidade e o transformou em representante universal daquilo que se conhece como humano: superior às outras espécies em vista de sua racionalidade. O pensamento humanista, propalado durante a Idade Moderna, se perpetuou durante séculos e ajudou a formatar a consciência coletiva ocidental, ditando as regras nos modos de convivência, comportamento e de representação. Entretanto, os avanços tecnológicos deram origem a uma nova compreensão sobre as bases que assentam o significado do que é "ser humano", e a

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 - Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM-UFJF. É graduada em Comunicação Social (UFJF). E-mail: robertacrol@hotmail.com

3 . Pesquisadora é professora associada do Programa de Pós-graduação em Comunicação - PPGCOM-UFJF. É pós-doutoranda do Programa de Pós-graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital - TIDD (PUC-SP). E-mail: sovferreira@gmail.com

imutabilidade da posição nuclear do homem passou a ser cada vez mais questionada, até dar margem ao que hoje se denomina Pós-humano.

> O pós-humanismo nasceu com a tecnologia, muito mais tarde, como uma versão evolutiva, muito avançada do humanismo, e visava mudar tudo o que era o ser humano e o que eles pensavam que eram. Ao inventar robôs e descobrir o espaço, por exemplo, diminuímos aquilo que nos tornava especial como uma espécie, focalizando cada vez mais em descobertas científicas que tornariam nosso passado mais claro e nosso futuro mais fácil. Essas tendências foram refletidas por e na arte, em todos os seus campos, seja na literatura ou nas artes visuais (KORDIC et al, 2016).

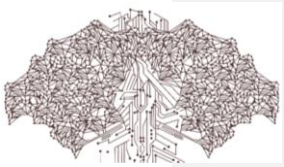
A arte, sem dúvida alguma, é um dos campos de criação capaz de refletir as nuances de um período. Já afirmava Ezra Pound, e ratificava Marshall Mcluhan, que "os artistas são as antenas da raça[4]", alertas às menores vibrações de mudança que ondulam no ar. Em suas obras, os artistas medievais retratavam o cristianismo e temas religiosos que posicionavam Deus como centro do universo. Posteriormente, a religião deu lugar às representações de uma visão científica do homem e do mundo, concepção que os artistas da época refletiam em suas pinturas e esculturas. No contexto caracterizado como Pós-humano também emergem formas de arte que seguem o mesmo ritmo. Tal como afirma Di Felice (2010), "as formas 'bioestéticas' produzidas por Orlan e Stelarc tornam necessária a consciência de uma passagem de um sentir antropocêntrico para um sentir técnico" (p.73).

Assim como enfatiza Basbaum (2012), ao relembrar o pensamento de Mcluhan "de que as tecnologias, ao imporem uma reorganização de nossos sentidos, moldam a maneira como organizamos pensamento e conhecimento" (p.262), o Pós-humano, pautado na reflexão sobre a relação entre homem e tecnologia, pode provocar mudanças no processo perceptivo e, desta forma, fomentar novas maneiras de representar a realidade através das várias produções artísticas.

Desta forma, este artigo busca refletir sobre as formas como a percepção é impactada pelos avanços tecnológicos, como estas mudanças se refletem nas obras de arte contemporâneas e como estas podem ser consideradas indícios de um cenário caracterizado como Pós-humano.

2 A percepção diante de novas tecnologias

[4] . Em sua obra "O ABC da Literatura", Ezra Pound se refere aos artistas como "antenas da raça". Na introdução da 3ª edição de "Understanding Media" (Os meios de comunicação com extensão do homem), Marshall Mcluhan, através da alusão à metáfora empregada por Pound, presta tributo ao poeta americano.



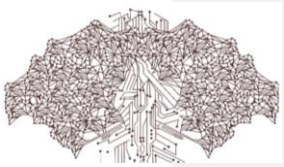
Perceber o mundo é como fazer uma leitura através dos sentidos. É estar apto a captar as mudanças que ocorrem no ambiente ao redor e, a partir disso, interpreta-los e construir um quadro compreensível da realidade. A habilidade de perceber sempre despertou o interesse dos estudiosos: Marshall Mcluhan, Merleau-Ponty, Rudolf Arnheim, Ernst Gombrich e Charles S. Peirce são alguns exemplos contundentes. Principalmente após a vertiginosa evolução dos processos tecnológicos a partir do século XIX, a compreensão dos processos mentais que regem a percepção se tornou assunto atrativo à reflexão.

Apesar de a capacidade perceptiva identificar os elementos do mundo exterior e efetuar transformações através dos órgãos dos cinco sentidos (Guimarães Jorge, 2011), há uma tendência, proposital ou inconsciente, de reduzi-la aos fenômenos visuais. Segundo Santaella (2012), tal disposição não é de todo estranha, visto que esta seria uma questão evolutiva.

> [...] provavelmente devido a razões de especialização evolutiva, 75% da percepção humana, no estágio atual da evolução, é visual. Ou seja, a orientação do ser humano no espaço, grandemente responsável por seu poder de defesa e sobrevivência no ambiente em que vive, depende majoritariamente da visão. Os outros 20% são relativos à percepção sonora e os 5% restantes aos outros sentidos, ou seja, tato, olfato e paladar (SANTAELLA, 2012, p.1).

A autora lança uma hipótese, que explicaria a sobreposição de um sentido sobre o outro, de que meios e artefatos tecnológicos de extensão da visão foram criados, tais como o telescópio, o microscópio, a câmera fotográfica, provocando enormes revoluções na ciência e, consequentemente, no modo como os processos perceptivos e cognitivos se desenvolveram. Estes avanços nos equipamentos que priorizam a visualidade acabaram se retroalimentando, provocando o fortalecimento e constância das ideias que superestimam a visão sobre os outros sentidos humanos (Santaella, 2012). Logo, compreende-se que a percepção é diretamente afetada pela ação da técnica.

Benjamin, no ensaio "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica", já descrevia a ação que os meios técnicos de reprodução podem exercer sobre o processo perceptivo, nos modos de sentir. Segundo o pensador alemão, a perda da aura não é a única consequência advinda da produção massificada dos produtos culturais. O cinema, por exemplo, aprofundou a percepção, e possibilitou que aquilo que antes passava despercebido pudesse, enfim, ser analisado de diferentes perspectivas até então inacessíveis à pintura ou ao teatro. A fotografia e os filmes tornaram possíveis, pela primeira vez, a experiência do que Benjamin chamou de Inconsciente



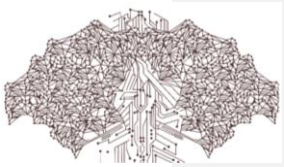
Óptico, por serem capazes de alargar a consciência sobre os objetos dos quais tomamos conhecimento (Benjamin, 1987).

> No interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência. O modo pelo qual se organiza a percepção humana, o meio em que ela se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente (BENJAMIN, 1987, p.169).

Os diversos produtos forjados e distribuídos pela máquina da indústria midiática, ao permitir um novo tipo de dinâmica de fruição, acabam influenciando e moldando a percepção. Tal como conclui Basbaum (2005), "a tecnologia parece intervir decididamente no campo perceptivo da cultura" (p.125). Uma das claras constatações desta premissa é a forma como o sistema de representação do espaço, a Perspectiva Direta, florescido durante o Renascimento, foi assimilado e incorporado pela percepção e se estendeu por todo Ocidente. Segundo Machado (2015), "toda nossa tradição cultural logrou identificar essa construção perspectiva com o efeito de 'real'" (p.76).

Para que a Perspectiva Direta figurasse como uma representação do mundo visível, alguns aspectos da percepção humana foram suprimidos. Um dos mais notórios é a substituição do olho duplo humano pelo olho unitário, imóvel, da Perspectiva. Cada olho da face enxerga uma porção diferente do campo visual, que depois são combinadas pelo cérebro, dando impressão de uma única imagem, porém dotada de volume e profundidade (Machado, 2015). Na Perspectiva, essa propriedade é excluída de modo a insinuar à percepção a projeção de uma imagem tridimensional na superfície bidimensional da tela. Ou seja, a conformação do processo perceptivo, impetrada pela tecnologia da noção perspectiva da Renascença, amalgamou-se ao olho humano. Tal influência se firmou de tal forma, que os instrumentos ópticos inventados posteriormente seguiram a mesma lógica estrutural perspectivista, como por exemplo, a máquina fotográfica.

Os avanços tecnológicos não estagnaram no passado, pelo contrário, permanecem em progressão contínua. Consequentemente, a percepção continua sendo remodelada e ajustada nesta dinâmica. A emergência da tecnologia digital é, indubitavelmente, uma das condições que têm levantado novas reflexões acerca dos impactos provocados sobre os modos de perceber. Sergio Basbaum defende que a contemporaneidade se vê diante de um novo padrão perceptivo, a Percepção Digital, que corresponderia a condição perceptiva que se sobressai nas sociedades contemporâneas mediadas por dispositivos digitais. Segundo ele, na atualidade,



> [...] a percepção, que [tipicamente] agencia nossos laços existenciais com os outros e com a ciberpaisagem, se oculta para nos dar a experimentar um mundo pleno de significação impensada e dissimulada, e o primado da percepção digital impõe [...] seu próprio regime, essa espécie de sinestesia tecnificada (BASBAUM, 2005, p.279).

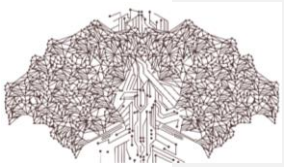
As mudanças observadas no contexto atual denotam que o mundo não é mais o mesmo que era há algumas décadas. Os avanços tecnológicos imprimiram uma nova forma de representar o mundo e de representar-se no mundo, "assim, o mundo do iletrado é diferente do mundo do letrado" (STANGL, 2010, p.319). A invenção da Perspectiva Direta coincidiu com o período da história em que uma burguesia emergente se posicionou frente a Deus e ao clero, recusando-se a ocupar um lugar inferior aos cânones divinos (Machado, 2015), constituindo a superação do Teocentrismo pelo Antropocentrismo.

A criação de instrumentos ópticos, como o telescópio de Galileu, marcou a origem tecnológica da percepção da natureza, em que a técnica passou a ser algo interno ao homem, "estabelecendo no seu uso uma nova aliança entre o orgânico e o inorgânico, a técnica, a informação e o meio ambiente" (DI FELICE, 2010, p.28). Hoje, observa-se como o digital impregna-se ao processo perceptivo humano, em nítida simbiose. Diante destas conjunturas proporcionadas pelas tecnologias atuais, identifica-se uma nova maneira de pensar o que é ser humano na sociedade contemporânea, algo que se estende além do conceito tipicamente conhecido. Deste momento de ruptura nasce o Pós-humano.

3 O nascimento do Pós-humano

Ainda no início do século XX já se insinuavam os ares da chegada de novos tempos. A publicação do Manifesto Futurista[5], pelo poeta italiano Filippo Tommaso Marinetti, em 1909, marcou o surgimento do Futurismo, um dos primeiros movimentos da Arte Moderna. Nele, a velocidade, a energia e a força proporcionadas pelos avanços tecnológicos da época eram ovacionadas de forma laudatória. A crença no potencial de uma realidade pautada no crescimento

[5] . "O Manifesto Futurista foi escrito pelo poeta italiano Filippo Tommaso Marinetti, e publicado no jornal francês Le Figaro em 20 de fevereiro de 1909. Este manifesto marcou a fundação do futurismo, um dos primeiros movimentos da arte moderna. Consistia em 11 itens que proclamavam a ruptura com o passado e a identificação do homem com a máquina, a velocidade e o dinamismo do novo século." Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Manifesto_Futurista. Acesso em: 21 Jul.2017.



forjado pelas máquinas e pelas descobertas científicas, cada vez mais, fortalecia a relação entre humanos e tecnologia.

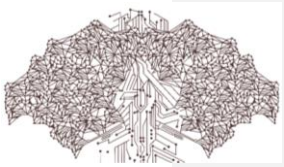
A eletricidade trouxe perspectivas inéditas ao desenvolvimento das sociedades: comunicação, transporte, entretenimento, educação. Nada mais seria igual! A velocidade e a simultaneidade se transformaram em sinônimos de progresso e, definitivamente, compreendeu-se que a humanidade havia alcançado um novo patamar em seu processo evolutivo. Mcluhan, ao dedicar-se a refletir acerca da "mudança de escala, cadência ou padrão que qualquer meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas" (MCLUHAN, 2007, p.22), compreendeu como as capacidades e sentidos humanos foram paulatinamente estendidos para fora do próprio corpo, transpondo espaço e tempo.

Tal cenário implicou em alterações técnicas da percepção do que seja humano: ao contemplar a amplitude da natureza e das tecnologias que podem nela intervir, os preceitos propagados pelo Humanismo foram, aos poucos, se dissolvendo e reinventando aquilo que se entende por humano (Di Felice, 2010). Michel Folcault, em crítica ao Humanismo, afirmou que o fim estaria muito próximo e que seria certo apostar que o homem se dissolveria tal como a areia na beira do mar (Sepe, 2013). Esta descentralização da figura humana é um dos pilares daquilo que constitui o Pós-humano.

> [...] o pós-humano crítico recusa qualquer ramos da filosofia humanista que, postulando a unicidade da essência humana, toma como segura a universalidade da natureza humana. Contra qualquer forma de universalismo ou de qualquer cenário fixo eterno, o pós-humano reconhece a heterogeneidade, a multiplicidade, a contradição, o contexto, a objetividade situada como constitutivos do humano, do que decorre uma nova ontologia das instabilidades (SANTAELLA, 2010, p.126).

Da queda da irredutibilidade humana, marca indelével da irrupção do Pós-humano, surgiu uma nova maneira de pensar o homem. "A analogia proposta entre o funcionamento do orgânico e do maquínico" declarou o "humano como um sistema de processamento de informação que apresenta similaridades com qualquer máquina dotada de certa inteligência" (FELINTO e SANTAELLA, 2012, p.27).

A crescente complexidade da ciência cibernética e as mudanças que a tecnologia passou a impor gradativamente sobre os modos de vida das sociedades atraiu a atenção de artistas, críticos e pensadores da cultura. Donna Haraway, com o seu "Manifesto Ciborgue", de 1985, foi umas das pioneiras a perceber a fronteira tênue entre a humanidade e a máquina, pois "a imagem do ciborgue nos estimula a repensar a subjetividade humana; sua realidade nos obriga a deslocá-



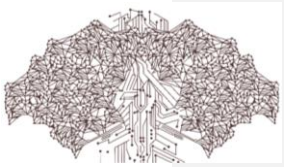
la" (HARAWAY e KUNZRU, 2000, p.13). A autora parte da premissa de que os ciborgues não são seres apenas limitados à ficção, mas que eles se personificam nas hibridizações entre corpo e próteses tecnológicas (Felinto e Santaella, 2012).

Diferentemente do alarmismo que o tema provoca em algumas pessoas, na insistência de que o Pós-humano significa a extinção do homem, Hayles (1999) afirma que ao contrário do fim da humanidade, o Pós-humano marca o fim de uma certa concepção do humano. Ele oferece novos recursos para repensar o que seja o humano na atualidade. "Assim como o pós-humano não precisa ser anti-humano, então também não precisa ser apocalíptico" (HAYLES, 1999, p.289).

A convergência entre orgânico e inorgânico tem provocado abalos na noção de corpo, de sujeito, em que as velhas dicotomias entre masculino e feminino, natural e artificial, vida e morte, têm sido despedaçadas. Ela cria um ser cujas capacidades são estendidas e cujo corpo é possuído pelas tecnologias, marcando-o com a "presença estrutural de práticas e aparições de mediação que inscrevem a tecnologia como 'segunda natureza'" (BRAIDOTTI, 2016, p.19). Tal como salientam Felinto e Santaella (2012), o estopim da quebra destes paralelismos reside nas revoluções biotecnológicas. Pesquisas nos ramos da fisiologia, genética, próteses, células-tronco, fazem pensar como a fronteira entre biologia e tecnologia é reconfigurada e acaba, inevitavelmente, gerando questionamentos. É a partir destas revoluções tecnológicas que o Pós-humano emerge, afinal, nesta concepção é impensável a aparente separação entre o humano, o ambiente que o rodeia e suas implicações (Pepperell, 2003).

> Na evolução da interface homem-máquina, o corpo é, portanto, o elemento central. E, apesar de frequentemente se falar sobre a "desumanização" devido às máquinas e à tecnologia, sempre me pareceu, pelo contrário, que estamos sempre centrados no corpo, estendendo a capacidade e constituindo quase uma segunda pele. Na nossa relação com as máquinas, todavia, existem horizontes mais amplos que vão também para além da dimensão do corpo como o conhecemos (CAPUCCI, 2010, p.258).

Um indivíduo, como Neil Harbisson, que possui uma antena implantada em sua própria cabeça que lhe permite identificar as cores, capacidade até então impossível por ser portador de um raro daltonismo, ainda pode ser considerado humano? Em entrevista publicada em junho de 2017, no site português *Future Behind*, Harbisson afirma que sua percepção da realidade foi completamente afetada, alterando seu sentido de identidade. Ele profetiza que, no futuro, os softwares e hardwares se tornarão cada vez mais orgânicos, inclusive na aparência,



sendo adicionados diretamente ao DNA das pessoas. Isto inauguraria uma nova era pós-ciborgue[6], além de confirmar a definição de Pós-humano empregada por Robert Pepperel, em que há "a convergência geral dos organismos com as tecnologias até o ponto de se tornarem indistinguíveis" (SANTAELLA, 2003, p.192). Aliás, essa é uma das peculiaridades da tecnologia: ela não apenas atrai os sentidos através de sua ação fascinante, mas se acomoda facilmente ao cotidiano (Basbaum, 2005). Sua atuação opera não através da imposição, mas pela conquista de espaços, transformando-se em algo íntimo e confortável.

O impacto sobre a percepção provocada pela confluência entre tecnologia e corpo acaba por reverberar nas várias esferas de produção humana. Considerando que a percepção envolve todas as formas de arte e que é seu papel criar efeitos estéticos e artísticos que sensibilizem o observador e o obriguem a deixar sua zona de conforto (Guimarães Jorge, 2011), é interessante observar como as produções artísticas contemporâneas têm refletido as mudanças tecnológicas de seu tempo.

4 Formas de arte do Pós-humano

"Cada período da história da arte no Ocidente tem sido marcado pelos meios que lhe são próprios" (SANTAELLA, 2003, p.151). Desde as primeiras manifestações representativas da realidade, que vão das pinturas em cavernas e grutas, passando pelas noções de perspectiva forjadas durante o Renascimento (que moldaram dispositivos ópticos, como a máquina fotográfica, até o olhar de quem observa), é possível notar as formas como os meios tecnológicos influenciaram o processo criativo dos artistas e como isso se refletiu em seus trabalhos, seja no desenho, na pintura, na escultura ou na arquitetura.

A sensibilidade apurada do artista é capaz de identificar, anteriormente aos demais, as mudanças que se desenrolam através do tempo. Um de seus desafios é manter vivas as heranças do passado e, através de sua engenhosidade, aplica-las ao presente, muitas vezes fazendo referências ao futuro. É por esse motivo que, por vezes, a arte pode não ser compreendida a principio, e somente depois suas intenções passam a fazer sentido. Benjamin soube perceber no Dadaísmo a tentativa de antecipar algo, até então, não concretizado. "[...] o Dadaísmo tentou

6 . "Homo Harbisson: O primeiro ciborgue". Disponível em: https://www.futurebehind.com/neil-harbisson-o-primeiro-ciborgue/. Acesso em: 22 jul.2017.

produzir através da pintura (ou da literatura) os efeitos que o público procura hoje no cinema" (BENJAMIN, 1987, p.191).

> Sendo a arte um registro de nossas impressões e de nossa imaginação, seu reconhecimento permite a criação de um espaço comum de sentido em que novas tecnologias são experimentadas e familiarizadas. As ficções que tratam de robôs, por exemplo, nos educam e nos acostumam a uma realidade possível (STANGL, 2010, p.322).

Tal como afirma Santaella (2003), técnicas para produzir arte sempre houve, porém elas foram se tornando mais e mais independentes das habilidades manuais e transladadas para as potencialidades que os dispositivos elétricos e eletrônicos poderiam desenvolver. Da pintura à fotografia. Do cinema ao vídeo, passeando pela holografia, a arte computacional, a ciberarte. Se ao pensar em arte pictórica a mente é logo remetida à época clássica da Renascença, atualmente é possível afirmar que a heterogeneidade de estilo é maior do que no passado, sendo que a hibridização é um dos elementos que mais se sobressaem na contemporaneidade. Esta variedade de formas de abordagens é uma das prerrogativas do Pós-humano, que ao descolar-se dos ideais universalizantes defendidos pelo Humanismo, conferiu maior liberdade aos artistas para que explorem diferentes pontos de vistas a partir de diversas perspectivas (Kordic et al., 2016).

Lucia Santaella, no livro Culturas e artes do pós-humano (2003), empreende uma longa rememoração das formas de arte e de suas técnicas de produção, caminhando desde o clássico renascentista até alcançar a era digital contemporânea. A autora trata a emergência da tecnologia digital como o início de uma verdadeira revolução. Neste decurso desponta a ciberarte. Nela, o artista idealiza ambientes interativos, imersivos, capazes de permutar a posição usuário-receptor. Entretanto, ela permite mais do que isso.

> Trata-se também de se dar conta da complexidade, da semio e tecnodiversidades crescentes que resultam da hibridização inextricável dos meios para se produzir arte que hoje comprimem ao máximo a capacidade de informação e processamento em um espaço mínimo [...] concentrando-se em pontos densos de tempos e espaços que oscilam entre o visível e o invisível, o material e o imaterial, o presente e o ausente, a matéria e sua virtualidade, a carne e seus espectros (SANTAELLA, 2003, p.175).

A autora também traz como exemplo de cibearte a realidade virtual, as ciberinstalações e os ambientes simulados, dos quais o filme Matrix oferece uma representação plausível. Entretanto, os artistas que imprimem uma atitude tipicamente pós-humana, procuram evidenciar os modos como a natureza humana está em constante evolução. É uma arte que propõe

o diálogo, muito mais do que um monólogo unilateral, que parte do artista para o público. Uma arte que abriga a relação entre corpo e tecnologia, entre ciência e arte (Kordic et al., 2016). Nela, o artista lança mão dos dispositivos tecnológicos, não somente como ferramentas, mas "levam às últimas consequências seu caráter de próteses corpóreas e mentais expansivas, capazes até mesmo de transmutar nosso sistema nervoso, sensório e cognitivo" (SANTAELLA, 2003, p.180).

É interessante observar que durante séculos o corpo sempre foi usado como objeto de representação, em pinturas, afrescos, esculturas, um elemento cuja presença era quase obrigatória. Entretanto, o século XX nos mostrou uma nova faceta divergente na abordagem do corpo: ele se tornou matéria-prima de muitos artistas, um substrato transformado segundo a imaginação do sujeito em seu ato criativo (Santaella, 2003). A esse corpo modificado pela tecnologia, Lucia Santaella dá o nome de Corpo Biocibernético.

> Por partes do corpo biocibernético quero significar as artes que tomam como foco e material de criação as transformações por que o corpo e, com ele, os equipamentos sensório-perceptivos, a mente, a consciência e a sensibilidade do ser humano vêm passando como fruto de suas simbioses com as tecnologias (SANTAELLA, 2003, p.271).

As formas de arte alicerçadas neste corpo biocibernético podem ser classificadas em: arte do corpo protético, arte do corpo remodelado, arte do corpo esquadrinhado, arte do corpo plugado (aqui se incluem os avatares, a imersão híbrida, a telepresença e a realidade virtual), arte do corpo simulado, arte do corpo digitalizado e a arte do corpo molecular. Este artigo não pretende discorrer integralmente sobre todas as formas classificadas por Santaella (2003), porém alguns exemplos serão abordados adiante.

O artista performático Stelarc é um daqueles que assumiu a tarefa de experimentar e demonstrar em seu próprio corpo a simbiose entre carne e tecnologia. Suas apresentações já contaram com filmagens endoscópicas, suspensão de seu corpo através de ganchos que perfuravam sua pele, próteses, esculturas e exoesqueletos. Uma das mais conhecidas performances do artista, chamada "Ear on Arm" (Figura 1), contou com o implante cirúrgico de uma orelha em um de seus braços. O próximo passo de Stelarc é conectar a orelha adicional à internet para que todos tenham acesso aos sons que o implante está escutando. Esta seria uma metáfora do processo de miniaturização da tecnologia que, quanto mais se prolifera mais biotecnológica se torna e, assim, é incorporada pelo corpo humano[7]. O trabalho artístico de Stelarc

[7] . "Artista implanta orelha no braço e quer conectá-la à internet". Disponível em: https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/artista-implanta-orelha-no-braco-quer-conecta-la-internet-17170258. Acesso em: 22 jul.2017.

materializa a metáfora do “Trespassing” idealizada por Di Felice (2010), algo em transição, rumo à superação do significado de humano.



Figura 12 - Stelarc em "Ear on Arm" e com uma de suas próteses extensivas. Fonte: Med in Art e Youtube[8]

ORLAN, artista performática francesa, também reconfigurou seu corpo, porém através de cirurgias plásticas filmadas e exibidas ao redor do mundo. A necessidade de transmitir todo o processo de transformação e torná-lo perceptível na própria carne do artista converge para o sentido que o estudioso das Belas Artes, Robert Pepperell, atribui à arte no Pós-humano. Para Pepperell, a arte nestes termos é interessante não somente por ser algo, que segundo o senso comum, define o homem “mas também por representar uma área de atividade em que o processo de invenção, criação e produção estética são altamente concentrados e visíveis” (PEPPERELL, 2003, p.101).

No projeto Intitulado “Reencarnação de Santa ORLAN”, iniciado em 1990, a artista modificou seu rosto de forma que sua fisionomia retratasse diferentes imagens clássicas de mulheres, como a testa da Monalisa, de Leonardo Da Vinci, e o queixo da Vênus, de Botticelli.

> Em dez cirurgias estéticas, ela adaptou seu rosto para se encaixar em uma variedade de ideais de beleza feminina que refletem modelos masculinos clássicos, em uma mistura e combinação de beleza feminina, fragmentada e fictícia. Os críticos feministas poderiam ver isso como um desprezo total das táticas feministas para quebrar os padrões patriarcais de beleza, mas a identidade facial continuamente cambiante de ORLAN enfatiza especificamente esse processo particular de modificação e, portanto, critica a pressão social de alcançar uma beleza impossível e ficcional (BRADLEY, 2015, p.19).

[8] . Disponíveis em: <http://www.medinart.eu/works/stelarc> e <https://www.youtube.com/watch?v=TqtiM1hK6lU>. Acesso em 22 jul.2017.

Desde 1994, ORLAN se dedica a realização de uma série de fotografias digitais, intitulada “Self-hybridations” (Figura 2), em que seu rosto se funde com representações faciais de máscaras, esculturas e pinturas. A obra da artista se destaca como um expoente do Pós-humano não só por trazer em sua própria carne as transformações impostas pela tecnologia, mas por utilizar a tecnologia como maneira de refletir os conceitos marcantes desta era da imagem digital, como por exemplo, a hibridização fotográfica.

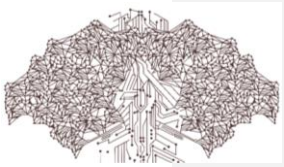


Figura 13 - ORLAN em "Self-hybridations"[9]

No cenário brasileiro destaca-se Eduardo Kac. Seu trabalho integra robótica, biologia e as redes explorando a posição dos sujeitos imersos no mundo pós-digital. Kac se tornou uma das primeiras pessoas a ter um microchip implantado no próprio corpo. Porém, suas intervenções não se limitam a sua pele: em “Genesis”, Kac utilizou um gene sintético que, ao ser introduzido em bactérias, através da ação de usuários remotos via web, provocavam modificações no código genético destes micro-organismos após eles serem expostos à luz ultravioleta. Posteriormente, na obra “GFP Bunny”, genes de fluorescência foram inoculados nas células reprodutivas de uma coelhinha, de modo que seus descendentes, quando expostos à luz azul, emitam uma luminescência esverdeada.

Em um âmbito menos invasivo, porém muito mais imersivo, os games e ambientes que simulam realidades alternativas são outras formas de repensar o corpo fora de seu *locus* natural. Segundo Basbaum (2005), a convivência e intimidade com essas tecnologias acabam por adestrar a percepção diante de uma nova ordem que se impõe. Os jogos de computador permitem o desenvolvimento das capacidades cognitivas, resultando em uma maior aptidão para resolução de problemas, para lidar com quantidades maiores e variadas de informação, além de modificar e

[9] . Disponíveis em: < http://www.orlan.eu/>. Acesso em: 22 jul.2017.



expandir o domínio perceptivo (Santaella, 2013). Essas tecnologias, que se tornaram quase onipresentes, cuja existência é somente notada em circunstância de sua ausência, "não são, porém, ao que parece, nem neutros nem inocentes, já que o corpo, a percepção, a experiência vivida são transformados no curso da convivência com as engenhocas" (BASBAUM, 2005, p.127).

De maneira perspicaz, Santaella (2003) relembra que após a invenção da fotografia e, posteriormente, do cinema, o corpo passou a ser esquadrinhado por todos os ângulos, quadro por quadro, pedacinho por pedacinho, até que o olho alcançasse o seu interior através das radiografias, exames de ultrassom e endoscopias. A progressiva evolução tecnológica estabeleceu uma nova relação com o corpo, com a percepção do mundo. O digital, além da possibilidade de hidridizar mídias, despertou a consciências da hibridização dos corpos carnais orgânicos com os corpos inorgânicos da tecnologia. Contexto que, certamente, influi de forma aguda sobre os processos perceptivos e criativos.

5 Conclusão

O Pós-humano surgiu em decorrência de uma nova forma de pensar o homem inserido no mundo. A perda de sua centralidade diante das tecnologias, que se tornam cada vez mais pervasivas, obrigou a uma reflexão sobre o que a humanidade está se tornando, para onde caminha, até onde pode chegar. Nesta realidade, o corpo deixou de ser algo sagrado e sua conjunção carnal com a tecnologia liberou frutos que, se não são profanos, também não inspiram santidade. Sua ação não é inocente visto que o corpo, os processos perceptivos e cognitivos, relações sociais e amorosas são gradativamente alterados pela tecnologia, gerando estados de dependência que somente podem indicar que ela já é parte integrante de sua composição física.

A necessidade de refletir sobre as influências que as tecnologias que nos envolvem exercem sobre o corpo, em todas as suas dimensões, reside no fato de que elas ajudam a moldar os modos como pensamos, aprendemos, nos comunicamos, nos expressamos, agimos. Essa influência é possível pelo fato de ela atingir diretamente a nossa percepção, modificando-a. Consequentemente, a arte ganha outros contornos, diversos daqueles a que estamos acostumados. Os artistas são aqueles que podem apontar as veredas do futuro.

Stelarc e Orlan são exemplos que ousaram ferir sua própria carne para mostrar sua interpretação da arte na contemporaneidade. Entretanto, as tentativas que procuram conjugar a tecnologia ao impulso artístico se articulam da mesma forma com uma iniciativa Pós-humana: aquelas que nos emergem em ambientes virtuais, simulados, também recrutam nossas redes perceptivas, ativando nossos sentidos, adaptando-os, modificando-os. São formas artísticas que harmonizam corpo e tecnologia nos transformando em sujeitos híbridos, algo que supera a tradicional definição de ser humano.

Do mesmo modo que a invenção da imprensa e o uso da eletricidade revolucionaram a forma como compreendemos e representamos o universo, ainda mais contundente será a atuação das tecnologias digitais sobre as ações humanas. Por este motivo, é necessários estarmos sempre atentos às evidências que se forçam sobre nossa percepção diariamente.

Palavras-chave: pós-humano; percepção; tecnologia; hibridação; arte.

Referências bibliográficas

BASBAUM, Sergio. **Sinestesia e percepção digital**. Revista Digital de Tecnologias Cognitivas – TECCOGS, São Paulo, n.6, p.245-266, 2012.

_____. **O primado da percepção e suas conseqüências no ambiente midiático**. 2005. 304f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica – Signo e significação nas mídias). Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, PUC/SP. São Paulo, 2005

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BRADLEY, Katherine. **Envisioning Our Posthuman Future.** Art, Technology and Cyborgs. 2015. 51f. Dissertação (Master of Arts with Honours Fine Art). The University of Edinburg. Edinburg, 2015.

BRAIDOTTI, Rosi. Posthuman critical theory. In: BANERJI, Debashish; PARANJAPE, Makarand. **Critical posthumanism and planetary futures**. Califórnia, Springer India, 2016.

CAPUCCI, Pier Luigi. A inteligência do corpo: a sua evolução e a sua hereditariedade. Tecnologias do Vivente. In: DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario. **Pós-humanismo**. As relações entre o humano e a técnica na época das redes (Org.). São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

DI FELICE, Massimo. Estéticas Pós-humanistas e formas atópicas de habitar. In: DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario. **Pós-humanismo**. As relações entre o humano e a técnica na época das redes (Org.). São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

FELINTO, Erick; SANTAELLA, Lucia. **O explorador de abismos**. Vilém Flusser e o pós-humanismo. São Paulo: Paulus, 2012.

HARAWAY, Donna; KUNZRU, Hari. **Antropologia do ciborgue**. As vertigens do pós-humano. Org. Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

HAYLES, N. Katherine. **How we became Post-human**. Virtual bodies in cybernetics, literature and informatics. Chicago: The University of Chicago Press, 1999.

KORDIC, Angie; GODWARD, Frederic; MARTINIQUE, Elena. **Posthumanism and contemporary art.** Texto publicado pelo site Widewalls**.** 2016. Disponível em: <http://www.widewalls.ch/posthumanism-contemporary-art/>. Acesso: 19 Jul.2017.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**. Uma teoria da fotografia. São Paulo: Gustavo Gilli, 2015.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicações como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

PEPPERELL, Robert. **The Posthuman Condition**. Consciousness beyond the brain. Bristol, Great Britain: Cromwell Press, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua**. Repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

_____**Percepção**. Fenomenologia, ecologia, semiótica. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

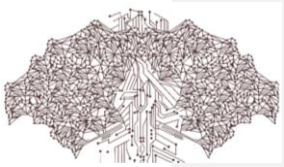
_____. Pós-humano, pós-humanismo e anti-humanimo: discriminações. In: DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario. **Pós-humanismo**. As relações entre o humano e a técnica na época das redes (Org.). São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

_____. **Cultura e artes do pós-humano**. Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SEPE, Fernando. **Pensar para além-do-homem**: crítica ao humanismo em Michel Foucault. Revista de Filosofia – Griot, Amargosa, v.8, n.2,

STANGL, Andre. Marshall McLuhan e o pós-humanismo. In: DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario. **Pós-humanismo**. As relações entre o humano e a técnica na época das redes (Org.). São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



HIPERCONECTADOS: OS NATIVOS DIGITAIS QUE POSSUEM A INTERNET COMO EXTENSÃO DA SUA MENTE1

Reinaldo de Sá Cirilo[2]

"Conectividade não é sinônimo de interatividade"

Nestór Garcia Canclini

RESUMO

A internet e a tecnologia nas últimas duas décadas causaram transformações muito densas no comportamento dos cidadãos. Neste grupo, com certeza os mais impactados são os jovens da chamada geração Z. Esses jovens, nascidos entre a metade da década de 90 e o ano de 2010, já foram inseridos diretamente na *World Wide Web*, portanto esta é a geração que mais se apropriou das novas ferramentas de comunicação. Tal apropriação acabou impactando diretamente esses jovens e causando alterações neurológicas, sendo que ganharam aptidões cerebrais no que se refere à velocidade do automatismo, em detrimento de outras como o raciocínio. O objetivo é explorar o comportamento dessa geração e fazer um resgate histórico desta evolução. Sejam bem-vindos, portanto, à Era dos Hiperconectados.

PALAVRAS-CHAVE
Geração Z. Hiperconectados. Tecnologia. Cibercultura. Internet.

INTRODUÇÃO

A evolução tecnológica e suas plataformas trouxeram grandes alterações na maneira como o ser contemporâneo se comunica, inclusive causando impactos e transformações neurológicas e cognitivas. Não resta dúvida de que a World Wide Web, criada em 1990 por Tim Berners-Lee, foi a grande responsável pela imersão humana nos novos meios e caminhos para se comunicar.

Com o surgimento da web também surge uma definição sociológica para a geração de pessoas nascidas entre a metade da década de 90 e o ano de 2010, que nós chamamos de geração Z.

Essa nova geração também é conhecida por ser formada pelos nativos digitais. Tal geração se apropriou como ninguém da web e de todo o aparato tecnológico

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 – Inteligência Artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor da Instituição de Ensino Superior ESAMC/Santos e Belas Artes/SP. É Mestrando em Comunicação Social (UMESP). E-mail: reinaldo.cirilo@gmail.com

que surgiu na década de 90. A mobilidade no acesso da internet por meio de aparelhos celulares, o excessivo compartilhamento de arquivos e a fácil adaptação aos novos gadgets também são características dessa turma.

Esses jovens, mesmo que tenham tido experiências bem cedo com a internet e as tecnologias digitais, não podem ser considerados experts na web. Sua maioria desconhece o funcionamento dos bancos de dados dos mecanismos de pesquisa, a deep web e os recursos eletrônicos que não são gratuitos na internet.

A imensa maioria deles também não teve a oportunidade de fazer comparação entre os pontos fortes e fracos da web se comparado a livros e revistas impressas. Mas quando o assunto é navegação na internet, aí sim, são imbatíveis.

Os adolescentes vão dedicar grandes quantidades de tempo fora da escola navegando na web (LEVIN & ARAFEH, 2002). Eles não tendem a colocar restrições de tempo em si mesmos, por isso acabam passando quantidades exorbitantes de tempo navegando em atividades pessoalmente relevantes para eles.

Outro ponto que merece destaque no comportamento desses jovens é a capacidade de interagirem simultaneamente em vários equipamentos eletrônicos, de realizarem multitarefas. Como Tapscott diz: ‘’Eles são multitarefeiros, realizam várias atividades ao mesmo tempo” (DÁVILA, 2009).

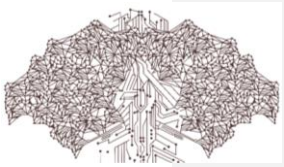
Dessa forma, o termo “hiperconectado”, criado pelos cientistas sociais do Canadá Anabel Quan-Haase e Barry Wellman, se aplica exatamente ao perfil da geração Z. O termo é resultante de seus estudos de comunicação pessoa-pessoa e pessoa-máquina. Este significado refere-se ao uso de múltiplos meios de comunicação, como: e-mail, mensagens instantâneas, telefone, contato presencial e serviços de informação da web 2.0, intrinsicamente ligado, portanto, ao uso exagerado dos meios de conectividade e de informação. O pensador Marshall McLuhan já na década de 60 mostrava que a chamada cultura letrada estava oferecendo lugar para uma formação cultural de teor mais audiovisual, o que trazia consigo profundas transformações no aparato mental e sensorial dos indivíduos.

Nessa linha, também faremos um resgate histórico da evolução da tecnologia e da informação.

INFORMAÇÃO

Os que habitam o cenário da hiperconectividade interagem a maior parte do tempo com a *web*. A urgência é característica do modo de vida contemporâneo e nos leva à necessidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo, como disserta Alana Soares Albuquerque (2014). Ocorre uma verdadeira enxurrada de troca de informações, excesso de imagens, notícias em demasia e interações superficiais, como já pregava McLuhan com a consagrada citação – “o meio é a mensagem”.

Essa geração é uma geração sobrecarregada, na qual o prefixo “hiper” impera: hiperinformados, hiperinterativos e hiperconectados. Lipovetsky (2004) se refere ao prefixo “hiper” para descrever a época em que vivemos hoje, a qual chama de hipermodernidade. O autor indica que o sufixo “pós” já não é adequado para descrever a época atual, já que o que vivenciamos é uma hipermodernização do mundo. O que vemos não é a morte da modernidade ou a sua superação, mas sim o seu remate, que se concretiza



no liberalismo globalizado, na mercantilização generalizada dos modos de vida, na exploração da razão instrumental e em uma hiperindividualização. Se antes tínhamos uma modernidade limitada, agora temos uma modernidade consumada.

Buscando uma maior compreensão sobre a tradução do significado da palavra "informação", acabamos por avaliar que está intrinsicamente ligada ao conhecimento, conforme explica o Professor Doutor Sebastião Squirra, que

um denominador comum aponta que a *Sociedade do Conhecimento* representaria a combinação das configurações e aplicações da informação com as tecnologias da comunicação em todas as suas possibilidades. É importante destacar que seu escopo de abrangência vai além do mundo da internet e está redefinindo a economia global, trazendo consigo a transformação do mundo 'inteligente' em todas as suas dimensões. (SQUIRRA, 2005)

Ainda em busca de uma definição literal de informação, Squirra nos apresentou a definição encontrada no *Oxford English Dictionary* que a define como "a ação de informar, formação ou moldagem da mente ou da personalidade, treinamento, instrução, o ato de ensinar, o ato da comunicação de conhecimento instrutivo". O termo até os dias de hoje ainda é muito complexo e causa discussões teóricas profundas entre renomados profissionais da área acadêmica. Squirra mergulhou em alguns autores como Thomas Davenport que pergunta: "Afinal de contas o que é a informação?", explicando que devemos começar por distinguir as diferenças entre dados, informação e conhecimento. Esse autor entende que "durante anos, as pessoas se referiram a dados como informação; agora, veem-se obrigadas a lançar mão de conhecimento para falar sobre a informação". Nas suas andanças teóricas, resgata a definição de Peter Drucker que definiu informação como "dados dotados de relevância e propósito".

Seguindo a nossa jornada em busca de delimitar os conceitos, encontramos o autor Armand Mattelart (2002), que conceitua sobre a Sociedade da Informação acrescentando que "a noção de sociedade global de informação é resultado de uma construção geopolítica". O próprio Mattelart ainda cita Francis Bacon, um intelectual para o qual "a palavra informação significa o mesmo que inteligência" (2002, p. 14).

Em *A terceira onda*, Alvin Toffler (1992) explica que a primeira onda veio antes do advento da mídia de massa, então a criança crescia em uma pequena aldeia, com crescimento lento, imagens limitadas e com poucas fontes, tais como sacerdotes e professores. Já a segunda onda o autor define como a chegada dos meios de comunicação de massa, ampliando assim as imagens que o indivíduo recebia. E finalmente, na terceira onda, somos forçados a uma aceleração paralela dentro de nós, novas informações chegam diariamente e somos obrigados a revisar nosso arquivo de imagem continuamente, com uma frequência cada vez maior. Portanto, saímos de uma infosfera de uma segunda onda para uma terceira onda, que transforma inclusive nossa psique (TOFFLER, 1992, p. 162).

3 TECNOLOGIA

No livro *#Hiperconectados*, a autora Lucía Taboada (2015, p. 5) nos conta a história da primeira chamada telefônica que revolucionaria a indústria da informação: em 3 de abril

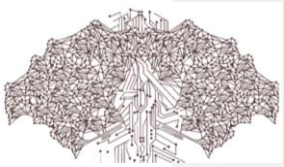
de 1973, Martin Cooper fez uma chamada para Joel Enger na Sexta Avenida em Nova Iorque: "Joel, aqui é Marty. Eu estou chamando você de um telefone celular, um verdadeiro celular portátil". Foi a primeira chamada móvel registrada da história. Martin Cooper era diretor da Motorola, e Engel era engenheiro da Bell Labs, seu maior concorrente no setor. É bom ter seu inimigo por perto, especialmente para esfregar seus sucessos. O dispositivo era robusto, incontrolável. Ele pesava 790 gramas, 8,9 centímetros de espessura e 33 centímetros de altura. Para completar sua carga eram necessárias dez horas. Enquanto Martin estava andando fazendo graça, os populares paravam no seu caminho, foi jamesbondiano, futurista ver como alguém poderia estar andando durante um telefonema. Em uma entrevista para a BBC, Martin Cooper explicou como que com essa primeira chamada veio a liberdade: "Os telefones móveis são sinônimos de liberdade. Estou contente por ter impactado a vida das pessoas porque os telefones móveis fizeram suas vidas melhores. Promover a produtividade torna a vida confortável e leva as pessoas a se sentir seguras" (TABOADA, 2015, p. 5).

Importante lembrar que há 10 anos surgia o primeiro smartphone realmente inteligente, conforme cita Taboada (2015), e que ele criou uma ruptura do padrão de acesso móvel à internet, afinal, em 2007 era disponibilizado o primeiro iPhone da Apple. A maneira como as pessoas se relacionaram na internet após seu surgimento e o padrão de aparelhos para se conectar, navegar e trocar mensagens sofreu uma guinada de 180 graus, que nunca mais parou de ser aprimorada.

Uma conquista importante com o avanço da tecnologia de rede foi a descentralização da informação contida em lugares onde não era acessível sem que houvesse um deslocamento físico, como uma biblioteca, por exemplo (PELLANDA, 2008). Ocorre que acessar terminais de conexão à internet, de maneira física, ainda era necessário. O cenário com dispositivos móveis descentralizou o acesso e facilitou a chegada dessa informação de maneira instantânea. Era o último elo na corrente entre o conteúdo e o internauta, como explica Pellanda. As atividades sociais deixaram de estar vinculadas aos lugares físicos: "Como resultado, estamos experimentando uma mudança radical nos nossos sensos de local, identidade, tempo, valores, ética, etiqueta e cultura" (MEYROWITZ, 2003, p. 97). O ser humano tem a necessidade de estar conectado o tempo todo com outros seres sociais, e para esse tipo de comportamento foi criado um termo *always on,* que mais do que nunca tem tudo a ver com o homem contemporâneo. Não estar conectado é sinal de derrota, de estar sendo excluído, de estar fora do círculo de conversa de um modo ou de todo um estilo de vida (PELLANDA, 2008).

Quando os telefones não tinham identificação, as pessoas atendiam todas as ligações para saber quem queria falar e qual era o assunto. Com as chamadas já identificadas em seu visor (ID) e sabendo quem é, a curiosidade é saber o que esta pessoa quer falar, o que evidencia a curiosidade humana de tentar estar em contato, participar da rede (PELLANDA, 2008):

Seres humanos são frequentemente mais famintos por informações do que por comida. Um telefonema pode interromper subitamente um jantar. Na verdade, é tão irresistível uma chamada telefônica – que pode ser de qualquer pessoa, incluindo a pessoa que mais nós queremos ouvir, seja para lazer ou negócios, até para uma chamada de telemarketing – que pode ter preferência sobre qualquer coisa, incluindo namorar. Teóricos da mídia chamam este efeito como 'telephonus interruptus'. (LEVINSON, 2004, p. 44)



O aplicativo WhatsApp é um grande exemplo da evolução da comunicação móvel, pois se trata de um app híbrido de mensagem (SMS), gravação de áudio, vídeo, chamadas via VoIP e por vídeo, e tudo isso em *real time*, que é a característica mais admirada pela nova geração que se apresenta.

4 GERAÇÃO Z

A geração Z em definição pela literatura é aquela que nasceu de meados da década de 90 até o ano de 2005 (WIKIPÉDIA, 2017b). O "Z" vem do verbo "z"apear, utilizado para designar o ato de mudar constantemente o canal de TV, caracterizando o que a geração tem em comum, o ato de fazer várias coisas ao mesmo tempo (CERETTA; FROEMMING, 2011). Uma das principais características dessa turma é ter a capacidade de ser multitarefa. Nos Estados Unidos essa geração também é conhecida como *iGeneration*, *Post-Millennials*, *Plurals* e também *Homeland Generation*. O termo surgiu pela primeira vez em 2007 em um artigo publicado na revista *Brand Strategy*, pelo profissional de *branding* Crispin Reed (WIKIPÉDIA, 2017b). Nesse artigo, Reed questiona qual seria a próxima geração que surgiria após a geração Y e especula se seria chamada de geração Z, afirmando: "É difícil dizer qual será o próximo? Será que vamos encontrar a geração Z? Este grupo apocalíptico pode sinalizar um novo conjunto de jovens que levam a fragmentação da mídia e multitarefas para um outro nível" (REED, 2007).
Essa geração foi a primeira a ter em mãos de maneira imediata o acesso à internet e às novas tecnologias, portanto são chamados também de nativos digitais. A educação desses jovens teve impacto direto da tecnologia. Os equipamentos *mobiles*, mídias sociais, a internet móvel, além de redes sem fio espalhadas e cada vez mais comuns moldaram o perfil desse jovem, que se utiliza dos equipamentos para interagir com pessoas de suas redes privadas e mais próximas. Eles já nasceram mídia, pois além de consumidores todos são produtores de conteúdo em grande escala na internet, os chamados "YouTubers" seriam um exemplo disso. Anthony Turner (2015) caracteriza a geração Z por ter um "vínculo digital com a internet" e argumenta que isso pode ajudar os jovens a escapar de lutas emocionais e mentais que enfrentam *off-line*. Essa geração pode ser considerada um tanto ''imprevisível''. Apesar de estarem adentrando ao mercado de trabalho recentemente, já percebemos, ao conviver com jovens dessa faixa etária, que possuem uma mentalidade de "curto prazo", que substituiu a de "longo prazo" como afirma Bauman em seu livro *Modernidade líquida* (2001, p. 169). Pais (2001, p. 73) caracteriza essa geração como "ioiô", uma interessante metáfora que traduz bem a ideia da vida inconstante da geração atual.
Um tipo de comportamento típico dessa geração é que eles já vêm dotados de uma nova mentalidade para encarar situações como pré-conceitos. Não costumam entrar em embates sociais, assim como não possuem pré-conceitos contra o racismo e o homossexualismo, convivendo bem com as diferenças. Mannheim (1982) explica que é como se fosse uma resposta ao momento. Por isso que a geração "(...) é um dos guias indispensáveis à compreensão da estrutura dos movimentos sociais e intelectuais". Já Bauman (2001, p. 169) explica que essa geração substitui uma antiga mentalidade por uma nova mentalidade, além de afirmar que "os homens se parecem mais com seus tempos que com seus pais".



Em entrevista à Revista Época (SOPRANA, 2016), Corey Seemiller, Ph.D em educação superior na Universidade do Arizona e autora do livro *Generation Z goes to college*, esclarece que a geração atual tem a capacidade de assistir a um vídeo enquanto envia mensagens aos amigos, enquanto redige um trabalho e enquanto compra on-line. Por isso pode parecer que a geração Z é boa em multitarefas. No entanto, só porque eles são multitarefas não significa que sejam bons nisso. Eles podem não prestar atenção completa em nenhuma das atividades. Além disso, com a vasta informação a qual estão expostos, podem se perder. Encontram uma informação útil, depois clicam em outro *link* com outra informação útil, depois descobrem outra página com mais informação e clicam repetidamente. Isso pode levar a uma falta de fluxo de pensamento e tornar a concentração mais difícil. Em contraponto, a preocupação de muitos estudiosos desta geração que acreditam que eles tenham a menor capacidade de concentração entre todas as gerações até agora, Jeremy Finch explica que, na verdade, eles são incrivelmente adeptos a filtrar rapidamente o conteúdo no qual não têm interesse de ver para dedicarem mais tempo ao conteúdo que seja relevante – o autor do artigo What is Generation Z (WHAT IS..., 2015) chama isso de "filtro dos oitos segundos". Para ele, estes jovens cresceram em um mundo onde suas opções são ilimitadas, mas seu tempo não é. Como tal, a geração Z então se adaptou para classificar rapidamente e avaliar enormes quantidades de informações.
Os dados sobre esta geração impressionam de verdade. Um estudo publicado no ano de 2016 e elaborado pela agência de publicidade WMcCANN (ESTUDO da..., 2016), chamado *A verdade sobre os jovens*, nos traz dados riquíssimos de como essa geração encara as mídias sociais, a tecnologia e os relacionamentos interpessoais. A agência ouviu 33 mil pessoas de 18 países, sendo que no Brasil foram entrevistadas 1.811 pessoas. Para se ter uma ideia, os jovens brasileiros de 16 a 20 anos enviam em média 206 mensagens por dia (contra 73 da faixa etária de 21 a 30 anos e 20 mensagens de 35 a 50 anos). Como efeito comparativo, a média mundial de envios de mensagens entre 16 e 20 anos cai para 120 por dia, o que evidencia quão ativos são os brasileiros nas redes. Neste mesmo estudo, cerca de 44% deles declaram que se expressam melhor por meio de recursos audiovisuais do que pela fala ou escrita. Um outro dado interessante desse grupo é que 25% dos entrevistados declararam já ter recebido mensagens de cunho sexual, como nudes. Isso demonstra a transferência dos relacionamentos realizados na vida *off-line* sendo incorporados em uma vida *on-line*. Por ter descoberto dados como esse na pesquisa, a WMcCANN atualizou o *status* desses jovens de "nativos digitais" para "sempre conectados". A vice-presidente de planejamento da agência, Débora Nitta, explica que uma das conclusões é que "para eles, já há inversão, em que o eu digital toma uma dimensão, um espaço e uma verdade, tão grande ou maior que o eu fora do mundo digital'' WMcCANN (2016).

5 HIPERCONECTIVIDADE

A hiperconectividade é um termo inventado pelos cientistas sociais canadenses Anabel Quan-Haase e Barry Wellman, decorrentes de seus estudos de comunicação pessoa-pessoa e pessoa-máquina em organizações em rede e sociedades em rede. O termo refere-se ao uso de múltiplos meios de comunicação, como *e-mail*, mensagens instantâneas, telefone, contato pessoal e serviços de informações da *web* 2.0. A hiperconectividade também é uma tendência na rede de computadores em que todas as coisas que podem ou devem se comunicar por meio da rede se comunicarão pela rede.

Isso abrange comunicação pessoa-pessoa, pessoa-máquina e máquina-máquina. A tendência está alimentando grandes aumentos na demanda de largura de banda e mudanças nas comunicações devido à complexidade, à diversidade e à integração de novas aplicações e dispositivos que usam a rede (WIKEPÉDIA, 2017c). Ao buscarmos uma definição literal ao termo e consultarmos o Dicionário Collins (HYPERCONNECTIVITY, 2017), achamos o seguinte significado para hiperconectividade: "O uso de múltiplos sistemas e dispositivos para permanecer constantemente conectado a redes sociais e fluxos de informações" (tradução nossa). Essa era que estamos vivendo seria a era do exagero, do excesso? Tudo é hiper? Hipercapitalismo, hiperindividualismo, hipermercado, hipertexto... o que mais não é hiper? O que mais não expõe uma modernidade elevada à potência superlativa? (LIPOVETSKY, 2004). Inegável, sim, é que chegamos ao maior tráfego de dados e informações disponíveis que se tem notícia na humanidade.

A internet e seus milhões de sites, bilhões de páginas, trilhões de caracteres (...), as aglomerações urbanas e suas megalópoles superpovoadas, asfixiadas (...), milhões de câmeras, meios eletrônicos de vigilância e identificação dos cidadãos (...). A escalada paroxística do "sempre mais" se imiscui em todas as esferas do conjunto coletivo. (LIPOVETSKY, 2004, p. 55)

O professor de computação Adrian Cheok, da Universidade de Londres e autor do livro *Hyperconnectivity and the future of internet communication* (2015 apud HIPERCONECTIDADE..., 2016), nos brinda com uma definição brilhante sobre o tema. A hiperconectividade refere-se não apenas à tecnologia que permite a comunicação e a interação, mas também ao impacto que essa tecnologia possui em nossas vidas pessoais, negócios, governo e comportamento social. A hiperconectividade resulta de uma combinação da maior disponibilidade de expansão da internet de banda larga, o crescimento exponencial da proliferação de dispositivos de computação móveis e *wearable* e acesso à internet sem fio de alta velocidade. Inclui o domínio das mídias sociais e dos meios de comunicação gerados pelo consumidor na sua vida cotidiana e, recentemente, pelo uso da nuvem para acesso a dados e aplicativos. A comunicação hiperconectada inclui não apenas o formato humano-humano (como indivíduos e como membros de grupos e usando uma vasta gama de mídias digitais), mas também a comunicação pessoas-máquinas e máquinas-máquinas sem qualquer envolvimento humano direto.

Podemos pensar na hiperconectividade como uma condição de conexão contínua e generalizada na qual estamos imersos por meio de nossos dispositivos móveis de acesso à internet. As tecnologias de comunicação criam novas necessidades na vida dos sujeitos, como a de estar *on-line* na maior parte do tempo (ALBUQUERQUE, 2014). Bauman (2011) ressalta que neste nosso mundo sempre desconhecido, imprevisível, que constantemente nos surpreende, a perspectiva de ficar sozinho nos assusta. Os aparelhos eletrônicos respondem a uma necessidade que não criaram, apenas tornaram-na mais aguda e evidente, ao colocarem ao alcance de todos, de modo sedutor, os meios de satisfazê-la sem exigir qualquer esforço maior que apertar algumas teclas ou deslizar os dedos em um visor.

Os hiperconectados prezam pela possibilidade de, ao estarem em um espaço público, em meio a outras pessoas, em uma multidão ou pequeno grupo, estarem juntos, mas ao

mesmo tempo manterem certa distância ao se reservarem à sua solidão habitada por presenças que não estão próximas fisicamente. Ao mesmo tempo que, quando se está sozinho, pode-se compartilhar de um mesmo momento com alguém distante, também só, estando dessa maneira a sós, juntos (ALBUQUERQUE, 2014). Inegavelmente a geração Z é a que mais se adaptou a essa chamada era da hiperconectividade, com a constatação da Carolina Althaller, da agência WMcCann, de que os jovens enxergam a tecnologia e as redes como um meio. Usam o *on-line* como ferramenta para se manter conectados, não como um fim (WMCCANN, 2016).

Importante fazer um registro de que ser hiperconectado não é somente exclusividade dos jovens da geração Z. É certo dizer que foram os que melhor se apoderaram dos equipamentos tecnológicos, os que se adaptaram mais rapidamente ao acesso da internet por equipamentos móveis e que muitos nem sequer tiveram um computador pessoal. Mas uma pesquisa realizada em 2016 pela SeniorLab, empresa de inteligência de mercado, que se chamou *Os 60+ e a Internet* nos trouxe alguns dados que nos fazem enxergar que a hiperconectividade não é exclusividade dos jovens somente. Foram entrevistados 534 homens e mulheres com mais de 60 anos de idade, que utilizam o Facebook (Brasil). O publicitário Martin Henkel, proprietário da empresa que conduziu a pesquisa, afirma com base nos dados extraídos que "a nova terceira idade é hiperconectada" (INSTITUTO MONGERAL AEGON, 2017). São números impressionantes que a pesquisa desnuda, como: 83% dos entrevistados acessam a internet todos os dias e ficam *on-line* em média de 57 minutos; 62% possuem smartphone, 44% notebook, 36% desktop e 30% tablet. Outro dado importante é que 89% utilizam WhatsApp; e 49% fazem compras pela rede. Henkel explica que para os sêniores, a rede é uma aproximação com o mundo real. Enquanto para os jovens a internet pode ser um meio de isolamento e é mais usada para entretenimento, para os mais velhos ela é uma grande catalizadora e aproximadora de pessoas que eles conhecem, de amigos a familiares e ainda de novas amizades. Eles são críticos, seletivos e sensíveis. As escolhas de consumo são mais ponderadas: só 3 em cada 10 compram por impulso. São fiéis e decididos, dificilmente mudam de ideia. Mas a lealdade não pode ser unilateral (INSTITUTO MONGERAL AEGON, 2017).

6 CONCLUSÃO

A revolução tecnológica e por consequência da informação, nos últimos 28 anos, período desde que se teve o início a *World Wide Web*, causou diversas transformações no comportamento do homem contemporâneo e nas suas relações pessoais. A oferta de equipamentos para se integrar a rede *web*, assim como a facilidade de se encontrar conexão *Wi-Fi*, eliminou as barreiras físicas de acesso, democratizando e muito a inserção dos indivíduos nas redes. Tal processo impactou sobremaneira diversas gerações, como a geração Y e inclusive a geração dos mais idosos que leva o nome de *baby boomers*, mas é inegável que impactou de maneira mais brusca a geração Z.

Os chamados nativos digitais já nasceram em um planeta conectado e digital, por isso estão sendo objetos de diversos estudos, principalmente na área de psicologia, para entender o comportamento destes jovens que, por serem multitarefeiros, um comportamento muito recriminado nos dias atuais, já foram tachados de imediatistas, ansiosos e superficiais. A hiperconexão é uma outra característica marcante, pois esses

jovens não conseguem mais separar a vida *on-line* da *off-line*. O professor de psicologia Olivier Houdé da CNRS-Sorbonne (O DESAFIO..., 2015), quando questionado se o cérebro das crianças da era digital era diferente, explicou que o cérebro é o mesmo, mas os circuitos mudam. Diante do excesso de tela, complementa que os nativos digitais têm uma espécie de trem de alta velocidade cerebral que vai do olho ao polegar, utilizando sobretudo uma zona do cérebro, o córtex pré-frontal, para melhorar essa rapidez de decisão e de adaptação multitarefa, ligadas às emoções. Isso causa um excesso de respostas impulsivas, que precisam ser trabalhadas na formação do indivíduo para que sejam evitadas.

A era do excesso de informação rompeu com os processos comunicativos que conhecíamos até então. O professor Squirra (2016) diz que nestes cenários transmutados tudo se materializa em todos os lugares, o tempo todo, de todas as formas e sentidos. Essa necessidade de estar conectado e não perder nenhum assunto presente acaba trazendo impactos emocionais nos indivíduos hiperconectados, inclusive uma síndrome que vem se tornando comum em países desenvolvidos e que é chamada de FOMO (*fear of missing out*), que seria o medo de se perder algo que está acontecendo no momento e uma falta de satisfação psicológica, por não conseguir acompanhar tudo em *real time* (WIKIPÉDIA, 2017a).

Ao lidarmos, portanto, com os indivíduos hiperconectados da geração Z, precisamos ter muito tato em nossa comunicação. É necessário deixarmos informações organizadas para que eles mesmos busquem soluções e consigam sanar suas dúvidas. Os vídeos, mensagens de textos e atendimentos em qualquer tipo de canais precisam ser curtos e sucintos. A educação é outro desafio, pois precisamos deixá-los explorarem por conta própria caminhos que necessitem se aprofundar, trazendo, portanto, discussões mais amplas, como um *overview* e aguardando um retorno positivo de cada jovem a determinado assunto, se colocando para sanar dúvidas e pesquisar em conjunto com o que acharem mais interessante. Ainda é cedo para fecharmos um diagnóstico do perfil comportamental e de evolução destes jovens, pois ainda estão chegando nas universidades e também ao mercado de trabalho, com poucas contribuições significativas em áreas de destaque, mas é inegável que eles têm mais apelo e interesse em se aprofundar e contribuir em áreas como Ciências e Tecnologia. Outro ponto que precisamos acompanhar e aguardar em países subdesenvolvidos como o Brasil é o acesso à internet de banda larga, pois é notável que não alcança a nossa população em sua totalidade, custa caro e por vezes não tem expansão da rede atual, o que também impacta na formação desses jovens, principalmente em regiões mais remotas e distantes, criando uma diferenciação enorme entre indivíduos dessa mesma faixa etária. O tema é muito amplo e leva a diversos caminhos que vão se cruzando e nos guiando por uma trilha sem volta, que é a da hiperconexão, da mobilidade de acesso à internet e da formação psíquica destes jovens, pois até o momento não possuem um diagnóstico fechado se são indivíduos evoluídos ou apenas uma geração de incapacitados de concentração.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Alana Soares. **Cartografias de um sujeito hiperconectado**: ciberescritas instantâneas em dispositivos móveis. Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social e Institucional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Psicologia. Rio Grande do Sul, 2014.



BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2001.

CERETTA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Maria. Geração Z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **Revista Eletrônica do mestrado profissional em administração**, Natal: UN, 2011. Disponível em: <http://repositorio.unp.br>. Acesso em: 1º/7/2017.

DÁVILA, Sergio. Estudioso da web analisa "geração digital" que elegeu Obama. Folha de S.Paulo. 26/1/2009. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u494508.shtml>. Acesso em 1º/7/2017.

ESTUDO da McCann mostra que geração Z continua buscando 'verdades fundamentais'. **BlueBus**. 24/10/2016. Disponível em: <http://www.bluebus.com.br/

estudo-da-mccann-mostra-q-geracao-z-continua-buscando-verdades-fundamentais/>. Acesso em: 1º/7/2017.

GERAÇÃO Z – uma (nova) relação com o consumo. Aldeia. Disponível em: <http://aldeia.biz/blog/comportamento/geracao-z-uma-nova-relacao-com-o-consumo/>. Acesso em: 1º/7/2017.

GOMES, Helton. 'Geração Z' envia 206 mensagens por dia e 25% já receberam 'nudes'. Globo. 24/10/2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/10/geracao-z-envia-206-mensagens-por-dia-e-25-ja-recebeu-nudes.html>. Acesso em: 1º/7/2017.

Hiperconectividade: como ela ainda vai transformar os negócios. Uppertools. 10/3/2016. Disponível em: <https://www.uppertools.com.br/blog/hiperconectividade-como-ela-ainda-vai-transformar-os-negocios/>. Acesso em: 1º/7/2017.

HYPERCONNECTIVITY. Dicionário online Collins Dictionary. 1º/7/17. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hyperconnectivity>. Acesso em 1º/7/2017.

INSTITUTO MONGERAL AEGON. Nova terceira idade é hiperconectada, atesta pesquisa. 19/5/2017. Disponível em: <http://institutomongeralaegon.org/dinheiro/nova-terceira-idade-e-hiperconectada>. Acesso em 1º/7/2017.

LIPOVETSKY, G. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LEVIN, Douglas; ARAFEH, Sousan. The digital disconnect: the widening gap between internet-savvy students and their schools. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project, 2002. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2002/PIP_Schools_Internet_Report.pdf.pdf>. Acesso em 1º/7/2017.

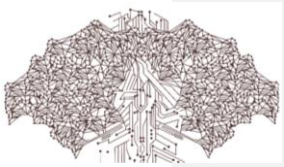
LEVINSON, Paul. Cellphone. New York: Palgrave, 2004.

MANNHEIM, Karl. Sociologia. São Paulo: Ática, 1982. p.67

MATTELART, Armand. História da sociedade da informação. São Paulo: Loyola, 2002.

McLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1995.

_____. Understanding media: the extensions of man. New York: McGraw-Hill, 1964.



MEYROWITZ, J. Global nomads in the digital veldt. In: NYÍRI (ed). Mobile democracy. Essays on Society, Self an politics. Viena: Passagem Verlag, 2003.

NOMURA, Maria Carolina. **Conheça a geração Z**. Disponível em: <http://economia.ig.com.br/carreiras/conheca-a-geracao-z/n1237745110115.html>. Acesso em: 1º/7/2017.

O DESAFIO de educar o cérebro hiperconectado da Geração Z. Exame. 23/2/2015. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/ciencia/o-desafio-de-educar-o-cerebro-hiperconectado-da-geracao-z/>. Acesso em: 1º/7/2017.
PAIS, José Machado. Ganchos, tachos e biscates: jovens, trabalho e futuro. Porto: Ambar, 2001.
PELLANDA, Eduardo Campos. Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul, 2008.
REED, Crispin. **What makes 'Y' tick**, Brand Strategy, February 2007.

SAVAGE, Sam. The generation z connection: teaching information literacy to the newest net generation. 19/2/2016. Disponível em: <http://www.redorbit.com/news/technology/397034/the_generation_z_connection_teaching_information_literacy_to_the_newest/#ikyRFzQzj8XSePOg.99>. Acesso em: 1º/7/2017.

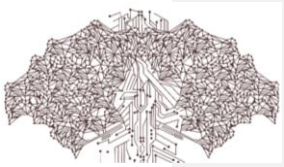
SOPRANA, Paula. Adolescentes hiperconectados à internet conseguem se concentrar? Revista Época. 7/6/2016. Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2016/06/adolescentes-hiperconectados-internet-conseguem-se-concentrar.html>. Acesso em: 1º/7/2017.

SQUIRRA, S. A tecnologia e a evolução podem levar a comunicação para a esfera das mentes. Revista Famecos, v. 23, n1, 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/21275/13699>. Acesso em 1º/7/2017.
SQUIRRA, S. Sociedade do Conhecimento. IN: MELO, José Marques de, SATHLER, Luciano (orgs.). Direitos à comunicação na sociedade de informação. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2005.
STEVENSON, John. Hyperconnectivity and the future of internet communication. 22/5/2015. Disponível em: <http://www.city.ac.uk/news/2015/may/hyperconnectivity-and-the-future-of-internet-communication>. Acesso em: 1º/7/2017.

TABOADA, Lucía. #Hiperconectados en una relación estable con internet. Barcelona: Editorial Planeta, 2015.

TOFFLER, A. A terceira onda. Rio de Janeiro: Record, 1992.

TURNER, Anthony. Generation Z: technology and social interest. ***Journal of Individual Psychology.*** *71 (2): 103–113, 2015.* doi:10.1353/jip.2015.0021.



WIKIPÉDIA. Fear of missing out. Última atualização em 22/6/2017a. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Fear_of_missing_out>. Acesso em: 1º/7/2017.

WIKIPÉDIA. Geração Z. Última atualização em 29/6/2017b. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Gera%C3%A7%C3%A3o_Z>. Acesso em: 1º/7/2017.

WIKIPÉDIA. Hyperconnectivity. Última atualização em 17/6/2017c. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperconnectivity>. Acesso em: 1º/7/2017.

WHAT IS Generation Z, And What Does It Want? Fast Company. 05/04/2015. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/3045317/what-is-generation-z-and-what-does-it-want>. Acesso em: 1º/7/2017.

WMcCANN. A verdade sobre os jovens. 25/10/2016. Disponível em: <https://www.wmccann.com/estudos/a-verdade-sobre-os-jovens/>. Acesso em: 1º/7/2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

HUMOR RELIGIOSO NO YOUTUBE: REPRESENTAÇÃO DOS USOS TECNOLÓGICOS E DO IMAGINÁRIO RELIGIOSO ESPÍRITA NO CANAL AMIGOS DA LUZ[1]

Grazyelle de Carvalho Fonseca[2]

Resumo

Este artigo busca refletir acerca das relações entre as materialidades tecnológicas e seus atravessamentos no cotidiano, representados através do ponto de vista religioso. São analisados três vídeos compartilhados pelo canal espírita do YouTube, "Canal Amigos da Luz". Atentando-se para a compreensão de que o humor no tempo presente tem sido um recurso para se aproximar dos jovens, bem como, para apontar problemas nos costumes sociais e renovar a compreensão da ligação com o sagrado.

Palavras-chave: Humor; Cibercultura; Religiosidade; YouTube; Representação.

Introdução

Este artigo busca refletir acerca da construção de representação audiovisual do imaginário religioso contemporâneo através do humor, no ambiente virtual, em específico, na plataforma YouTube. O uso do humor religioso no YouTube é uma estratégia narrativa de diferentes religiões, desde os católicos, evangélicos até espíritas e umbandistas, tais como vídeos compartilhados das filmagens das pregações nos púlpitos ministradas pelo falecido Padre Léo e também pelo Pastor Cláudio Duarte, bem como, esquetes cômicos do "Paxtorzão" e Canal Amigos da Luz, e *stand up comedy* do Papo da Banda e outros.

Para o historiador George Minois (2003), o humor moderno e a ironia são menos descontraídos do que nos séculos anteriores, pois se trata de uma perda de sentido da vida com relação às perspectivas de progresso e "evolução". Buscando se apropriar do discurso secular a seu favor, a religião procura na contemporaneidade se aproximar do humor para reviver as escrituras, após propagar durante séculos a concepção do riso como diabólico, blasfematório e

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros e Youtubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Grazyelle de Carvalho Fonseca é mestranda em História Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). É graduada em Estudos de Mídia (UFF). E-mail: grazyellecarvfonseca@gmail.com

antirreligioso, diminuindo a distância entre o espírito humano e as palavras reveladas pelo divino. Com isso, ter liberdade para lançar mão do humor na prática da leitura religiosa parece ser então como uma possibilidade de provocar o texto e questioná-lo (MINOIS, 2003), mas também revivê-lo.

Desta maneira, nos propusemos a analisar o humor religioso com relação às demandas temporais e tecnológicas do presente. Dentre os nomes anteriormente elencados, atentamos neste artigo para a ação da Companhia de Teatro Amigos da Luz, formada por um grupo de atores da Baixada Fluminense e criada em 2007. A produção teatral e audiovisual do grupo aborda o espiritismo utilizando o gênero humorístico e ressignifica os discursos que geralmente são utilizados pelo senso comum para ridicularizar as religiões que lidam com os espíritos. Produzindo, assim, uma linguagem que busca se aproximar dos jovens, dos simpatizantes e dos membros da doutrina.

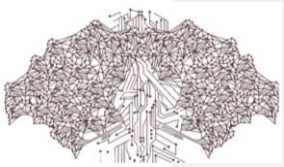
Foi com o canal criado na plataforma digital *YouTube*, em 2015, que o grupo entrou em maior evidência, denominando-se de "Canal Amigos da Luz", onde contam com cerca de 179[3] mil inscritos de diversas partes do país, possibilitando distintas formas de interações com uma gama variada de identidades e identificações simbólicas. Com base nisso, utilizaremos como fonte de reflexão e análise três vídeos produzidos pela Companhia de Teatro Amigos da Luz, de Nova Iguaçu - Rio de Janeiro, e publicados no Canal Amigos da Luz entre os anos de 2016 e 2017, intitulados "Selfie", "*Pop-ups* na prece" e "Recém-desencarnados". Tais representações do atravessamento do tecnológico no cotidiano aparecem como parte integrante da vida material em contraposição à vida imaterial. Neles, o discurso sobre a morte é atenuado pelo humor e pelo uso de aparatos tecnológicos que compõem a cena e que são usados no nosso cotidiano.

Assim, desejamos compreender as seguintes questões: como os usos e funções sociais das tecnologias de comunicação – tais como *smatphones*, computadores, aplicativos e internet – são representados com relação ao religioso? Como aparecem os embates entre as demandas da materialidade da comunicação e a conexão espiritual?

Experiência religiosa e tecnologia: humor no YouTube

Considerando, assim como Gumbrecht (2010a) e Felinto (2001), que o campo da Teoria das Materialidades não se opõe à concepção hermenêutica, ao contrário, propõe-se como alternativa de compreensão para o conhecimento daquilo que não se refere diretamente ao sentido,

[3] Último acesso ao dado em 30/09/2017.



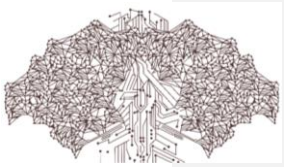
mas à influência material na produção da mensagem, acreditamos que através desta teoria pode-se analisar a dicotomia ainda presente entre o sujeito, a construção e a interpretação do sentido com relação à influência da materialidade dos meios de comunicação na composição da mensagem e do próprio sujeito-usuário. Trata-se de um momento de intensa "produção de presença", não somente temporal como também material, relacionada "a todos os tipos de eventos e processos nos quais se inicia e se intensifica o impacto dos objetos 'presentes' sobre o corpo humano", cujos objetos em presença são chamados "coisa-mundo" (GUMBRECHT, 2010b, p. 15).

Para Gumbrecht (2010b), as tecnologias de comunicação despertam novamente o desejo de presença, isto é, de uma relação material e espacial entre o mundo e os objetos. A tecnologia, assim, impacta nos corpos humanos, tornando-se tangível. Os objetos / coisas do mundo podem tanto produzir efeito de presença – eventos e processos que ocorrem, ou são catalisadores do impacto que os objetos causam sobre os corpos humanos –, bem como, produzir efeitos de sentido – produção de interpretação e significado sobre o objeto. Todavia, é a partir do efeito de presença que o feito de sentido é requisitado. Ou seja: o sentido possui conexão com a materialidade e a produção de presença não consegue ser totalmente transmitida pelo sentido.

Todavia, embora o autor defenda o estudo da materialidade da comunicação e seus afetos nas relações sociais, para ele, não há equívoco em se estudar a produção de sentido ou a hermenêutica. O problema do estudo dos sentidos seria justamente sua institucionalização enquanto principal via de compreensão, deixando-se de lado a importância da interferência da materialidade nas relações com os eventos e pessoas. Segundo o autor, "qualquer forma de comunicação, com seus elementos materiais, tocará os corpos das pessoas que estão em comunicação de modos específicos e variados" (GUMBRECHT, 2010b, p.39).

Com isso, o autor está preocupado com os efeitos das próprias materialidades da comunicação no corpo humano. Tal proposição remete-nos a McLuhan (1969), que considera a capacidade gradual da tecnologia proporcionar um ambiente diferenciado para o ser humano. Sendo tal ambiente um processo ativo, cujos meios de comunicação funcionam como extensões do conjunto psíquico e social do ser humano.

Partimos da hipótese de que a representação humorística desses atravessamentos tecnológicos com o espiritual aponta para o desconforto com as demandas materiais de comunicação do tempo presente que estão voltadas cada vez mais para a nossa interação com os objetos. Enquanto que a interação espiritual aparece compreendida com mais interação com o sujeito e o pensamento, na qual "o corpo serve apenas como instrumento secundário, para a



articulação ou mesmo ocultação do sentido, cuja criação cabe ao espírito" (FELINTO, 2001, p. 10).

Por outro lado, a atenção voltada para as questões tecnológicas também conectam o espiritismo contemporâneo às preocupações da sua origem, na França do século XIX, a partir da codificação espírita de Allan Kardec, pois os postulados espíritas mesclavam concepções científicas, filosóficas e religiosas, propondo-se como uma reinterpretação iluminista que buscava provar que a conexão com o mundo dos espíritos. Partia-se da concepção que os espíritos eram também ordem natural e não sobrenatural, cujo espírito possuía uma condição material que estaria fora da compreensão humana. Todavia, ao longo da história do espiritismo e ao longo da sua inserção no Brasil entre a segunda metade do século XIX e ao longo do século XX, a doutrina sofreu metamorfoses após a sua estratégia de manutenção em relação ao catolicismo, permitindo a parapsicologia como forma de defesa às acusações aos espíritas e não mais como forma de experimentação "científica, filosófica e religiosa". (LEWGOY, 2006)

Assim, a produção audiovisual no ambiente virtual e teatral da Companhia Amigos da Luz, ao aliar humor e espiritismo, acompanha a necessidade de mudança nos prosélitos da doutrina, possibilitando que a mensagem doutrinária tenha uma linguagem mais jovem, menos rebuscada e afete diferentes receptores, principalmente, os mais jovens. Mesmo sabendo que a relação entre religião e humor ainda seja conflituosa e levante críticas por parte de alguns religiosos que compreendem o riso enquanto um desrespeito a Deus, consideramos que essa aproximação do religioso em relação ao humor é fruto da necessidade de renovação do religioso que passa por um momento de ruptura entre crença e prática na contemporaneidade.

Conforme Ranquetat Jr. (2009) e Hervieu-Léger (2015), no contemporâneo, os sujeitos podem compor o seu próprio sistema de fé, uma espécie de bricolagem, sem vínculo religioso definido, abarcando a possibilidade de descrença. Logo, as diversas religiosidades precisam atentar-se para os novos movimentos religiosos cada vez mais desinstitucionalizados, sem o caráter de Igreja e hierarquia rígida, voltado para o bem-estar corporal e realização pessoal. Por outro lado, também pode-se notar que, embora papel das instituições religiosas que regram a fé esteja em declínio, a crença não desapareceu e se relaciona com o público e o privado, "ela se desdobra e se diversifica, ao mesmo tempo em que rompem, com maior ou menor profundidade de acordo com

cada país, os dispositivos de seu enquadramento institucional" (HERVIEU-LEGER, 2015, p. 44).

Ademais, de acordo com Lewgoy (2008), desde a década de 1990, as crenças e valores Nova Era - com sua busca por bem-estar físico e espiritual, bem como, a destradicionalização da autoridade religiosa - tem influenciado nos valores das classes médias urbanas, que compõem grande parte dos seguidores do espiritismo "kardecista". Sendo a internet uma forma de reagrupar os espíritas que vivem, inclusive, no exterior, possibilitando o intercâmbio de informação e da prática religiosa entre grupos.

Fotografia e dispositivo móvel

No que concerne ao vídeo "Selfie", publicado em 18 de novembro de 2016, com música de suspense, semelhante a filmes de terror, ele aborda a aparição espiritual através da fotografia de autorretrato (ou *selfie*) e do vídeo feitos com *smartphone*. O objetivo do vídeo é abordar um ensinamento / uma concepção da doutrina espírita de que o espírito ao desencarnar muitas vezes ainda está apegado ao mundo material, sentindo dificuldade em compreender que já não é mais a sua condição. Fala-se com tranquilidade sobre o assunto, buscando abordar a temática da morte como algo inerente e natural do ser humano, não como um fim, mas como relação às ações do presente. Tal material audiovisual possui a seguinte descrição:

> Otávio faz uma *selfie*, mas o que ele vê na foto não é exatamente o que esperava... "No momento da morte, tudo, a princípio, é confuso; a alma necessita de algum tempo para se reconhecer; sente-se como atordoada, no mesmo estado de um homem que saísse de um sono profundo e procurasse compreender a sua situação. A lucidez das ideias e a memória do passado lhe voltam à medida que se extingue a influência da matéria de que se desprendeu, e que se dissipa essa espécie de nevoeiro que lhe turva os pensamentos" (Comentário de Kardec, questão 165, Livro dos Espíritos). (CANAL AMIGOS DA LUZ, 2016)[4]

Com isso, é necessário que levemos em consideração que a doutrina espírita "kardecista" carrega consigo a dimensão memorialística do sujeito que está em "evolução" na vida terrena, na vida após-morte e, por conseguinte, na sua possível reencarnação. Então, a doutrina espírita recorre frequentemente ao que uma pessoa fora na vida passada, bem como, na trajetória do guia espiritual. De certa forma, presentificando o passado e naturalizando a sua relação com o além.

[4] Disponível em: https://youtu.be/8nFyECuwsNE (último acesso de 25/09/2017)

Conforme Lewgoy (2006), além dessa naturalização da questão do além, o espiritismo também se apropria da concepção de karma a partir da perspectiva iluminista, mesclando a questão do livre-arbítrio, a biografia individual do sujeito e características mecanicistas do universo das leis morais e naturais

Inclusive, o desejo de receber comunicação com os mortos e de materializar o mundo espiritual é uma forma de manifestação do efeito de presença com relação ao passado, desejando-se a presentificação dele (VARELLA, 2007). Pois, antes de tudo, Gumbrecht considera o efeito de presença uma relação que ocorre no espaço, e não necessariamente no tempo, enfatizando uma relação entre o mundo e objeto. Isto é, ele enfatiza as relações corpóreas e de materialização com capacidade de impacto nos corpos humanos.

Máquina e cérebro: relação homem-máquina

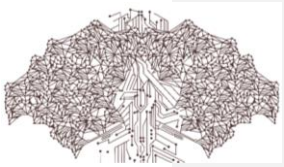
Já "Pop-up na prece", publicado em 2 de junho de 2017, busca abordar a questão do religioso em relação às preocupações humanas com a vida econômica e as relações sociais. Sendo os principais tópicos abordados: condições e dificuldade materiais de vida, indisciplina, falta de planejamento e a cobiça na vida do outro. Pela moral, entende-se que o contato com o plano superior necessita de purificação da mente e disciplina da vida material.

Há um jogo entre a personagem e o espectador, onde se pode visualizar as telas do pensamento, as quais compõem o humor cujo cérebro é comparado a um computador, carregadas de conteúdos "impuros" que aparecem como pop-ups[5] na hora da prece, ou conexão espiritual. O vídeo possui a seguinte sinopse:

> Às vezes, na hora da prece, pensamentos que não têm nada a ver ficam "pulando" na nossa mente, tomando conta do pedaço e nos atrapalhando a concentração. São as turbulências naturais da nossa mente ainda pouco disciplinada. Podemos tentar resolver isso buscando o recolhimento através de uma respiração serena, que traz paz à mente, permitindo, talvez, que ela até vague um pouco para que possamos então retomar o controle. O importante é não se render à nossa "bagunça mental" e nem abandonar esse hábito tão gostoso que é trocar uma ideia com o Plano Superior. (CANAL AMIGOS DA LUZ, 2017a)[6]

[5] Pop-ups são janelas que aparecem no navegador do computador sem solicitação, podendo ser desativadas ou abertas somente com a solicitação do usuário. Geralmente, elas não ocupam a tela inteira, mas podem abrir várias ao mesmo tempo, dependendo do site. Bem como, podem conter conteúdos maliciosos em forma de propaganda, ser apenas publicidade ou uma aba de um site de banco, por exemplo.

[6] Disponível e: https://youtu.be/4pjIxRaM_Bk (último acesso em 26/09/2017)



Como nos referimos acima, ao longo da narrativa, pôde-se verificar que, neste vídeo, a personagem está preocupada com as contas a pagar, o trabalho e cobiça as possíveis conquistas financeiras da ex-esposa, esquece o aniversário da mãe e pensa na pensão que precisa pagar da filha. Isto é, a mente dele funciona tal como as tecnologias propagam o discurso de mercado, não conseguindo estabelecer uma relação com o transcendente. Com isso, consideramos importante lançar mão de perspectiva distinta das materialidades de Gumbrecht, no caso a perspectiva dos Estudos Culturais de Martin-Barbero (2013), na qual o autor compreende que, no cenário de comunicação contemporâneo cuja forma é mais globalizada, a tecnicidade permite a aceleração da relação discursiva entre públicos e relatos midiáticos virtualizados e em formatos produzidos para mercantilização.

Com isso, não se trata somente das mediações e tecnicidades propriamente ditas, como também dos usos sociais dos meios para a publicização do discurso, e dos atravessamentos e ritualismos culturais. Neste sentido, embora neste vídeo tanto a comunicação como a própria mediação por computador pareçam estar imbricadas, ao ponto de o cérebro ser assimilado à programação computadorizada, é preciso ter em conta que a comunicação está além da questão da própria tecnologia, ela também é uma ação social na qual o indivíduo é parte integrante desse processo. Assim, muito além de ser a própria mediadora entre as pessoas e o mundo, a tecnologia é também a grande mediadora da sociedade de mercado (MARTIN-BARBERO, 2013).

Comunicação por dispositivo móvel

Em "Recém-desencarnados", publicado em 23 de setembro de 2017, também se considera que o pensamento é uma forma comunicativa mais importante para além da matéria, valorizando-se a interação face a face. Aborda-se, assim, a temática do reconhecimento espiritual, o imaginário sobre o plano espiritual em contraposição aos usos e funções sociais da conexão através da internet e a sociedade conectada. Descrevem:

> Ao desencarnar, muitos de nós ficamos ainda por algum tempo sob forte influência da matéria e, às vezes, dependendo do nosso grau evolutivo, temos dificuldades em aceitar as diferenças do mundo físico e do espiritual. (CANAL AMIGOS DA LUZ, 2017b)[7]

Então, a tecnologia aparece como criação humana e influência material, sendo, portanto, a comunicação face a face a conexão mental essencial para a vida no plano espiritual. O cenário da mata aparece como a perda material, os medos e os mistérios. Desta maneira, a internet, a conexão

[7] Disponível em: https://youtu.be/fA6F9p057uI (último acesso em 26/09/2017)

sem fio, o *Facebook* e *Whatsapp* são fios condutores e diferenciadores das relações materiais e oposição à vida espiritual, na qual, brinca-se que a troca de mensagens entre um plano e outro ocorre através do "Pensazap", pois o pensamento é compreendido como ação de movimento e comunicação muito superiores à tecnologia humana.

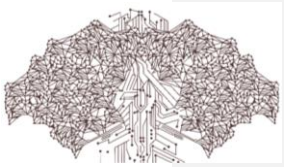
No contemporâneo, conforme aponta Pellanda (2008), com as comunicações móveis, as barreiras entre público e privado aparecem menos nítidas, cujos espaços físicos tornam-se cada vez mais permeados pelas conexões sociais "*always on*", midiatizadas pelas redes sociais virtuais. Tratam-se dos anseios por onipresença, cujo ser humano desloca-se o mínimo possível e está conectado simultaneamente a várias territorialidades:

> A questão do todo tempo conectado em um lugar (always on) pode ser explicada, em parte, pelo desejo do ser humano estar conectado aos demais seres sociais. Não estar conectado significa estar excluído, fora do círculo de conversa, de um modo ou de todo um estilo de vida. (PELLANDA, 2008, pp. 4-5)

Observa-se que a dependência e o uso das demandas tecnológicas do nosso tempo se contrapõe a laços e comunicações que dependem do grau de aprendizado das trocas afetivas, ao mesmo tempo em que as tecnologias de comunicação são recursos cada vez mais utilizados para proselitismo religioso. De acordo com Miklos (2010), as esferas do religioso e do midiático têm-se contaminado reciprocamente no tempo presente, no qual, a religião tem cada vez mais se midiatizado, produzindo líderes religiosos célebres. Bem como, a mídia tem realizado um papel de objeto de fé, cujos cultos são transmitidos e transformados em espetáculos e experiências religiosas são importadas para o espaço virtual.

Neste sentido, nos três casos acima abordados, a questão do humor é utilizada como forma de correção dos costumes, apontando para uma certa dicotomia entre a relação do sagrado ou transcendente com o plano material ligado ao tecnológico. As tecnologias do tempo presente, inevitavelmente, atravessam as nossas relações sociais e a nossa forma de compreender o mundo, à vista disso, o humor do canal Amigos da Luz personifica a tecnologia tal como os efeitos do pensamento humano, compondo-a de traços antropomórficos.

A materialidade, então, também está carregada de sentido, ao mesmo tempo em que presentifica a relação com o transcendente. Para Peter Berger (2011), ao rir do aprisionamento do espírito humano à questão dos vícios e materialidades, o humor implica na possibilidade do aprisionamento ser superado, não sendo portanto a causa final da condição humana. Neste caso, o humor pode ser compreendido como um signo de ligação com a transcendência sob a forma de redenção, podendo assim ser compreendido como uma apropriação do jogo humorístico para uso religioso.



Considerações finais:

A partir da análise em conjunto desses três vídeos, pode-se observar que a tecnologia móvel media a forma como se lida com o espiritual, cujo personagem até questiona se as aparições têm relação com a ação de algum aplicativo instalado no smartphone. O que está em jogo na narrativa desses vídeos não é somente a questão do ato de transmissão e recepção da mensagem, mas como a tecnologia de comunicação afeta na maneira como as relações sociais se estruturam e na própria maneira de organização do pensamento humano em relação à máquina. Trata-se da relação intrínseca entre percepção do objeto e sua relação com o corpo durante a produção de sentido e de significado.

Um ponto importante a se destacar é que o pensamento espírita, desde a sua estruturação sob a forma da codificação espírita publicada por Allan Kardec no século XIX, busca relacionar-se com os aspectos científicos. Todavia, em alguns momentos mais e outros menos, como no Brasil, no século XX, cuja figura de Chico Xavier representou um cristianismo redivivo. Assim, o espiritismo e o cientificismo, ora apresentam grande convergência, ora ambiguidade: em alguns momentos, ele se apresenta racionalista, conforme as demandas da modernidade, em outros, mais ligado às questões da sacralidade.(LEWGOY, 2006; 2008)

Bem como, ao considerar que o pensamento tem ação própria e autônoma tanto quanto a programação em uma janela do navegador de computador, pode-se compreender estas ações com relação ao movimento de virtualização das ações sociais do tempo presente com relação aos objetos. Elas afetam não somente a informação e a comunicação, como também intervém nos corpos, na economia, na democracia e o exercício da inteligência e, inclusive, na constituição da coletividade, ultrapassando a informatização (LEVY, 1996).

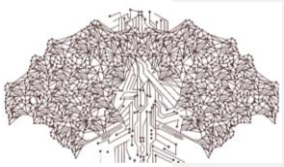
Referências bibliográficas

BERGER, Peter. **A rumor of angels: Modern society and the rediscovery of the supernatural.** New York: Open Road Media, 2011 (ebook).

FELINTO, Erick. Materialidades da comunicação: por um novo lugar da matéria na Teoria da Comunicação. In: **Ciberlegenda**, n, 5, 2001.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. O campo não hermenêutico ou a materialidade da comunicação. In: **Teresa** revista de Literatura Brasileira [10:11]; São Paulo, pp. 386 – 407, 2010a.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto; Ed. PUC-Rio, 2010b.



HERVIEU-LÉGER, Danièle. **O peregrino e no convertido: a religião em movimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**? São Paulo: Ed.34, 1996.

LEWGOY, Bernardo. Representações de ciência e religião no espiritismo kardecista: antigas e novas configurações. In: **Civitas**, Porto Alegre, v. 6, n. 2, jul-dez. 2006, pp. 151 - 167.

LEWGOY, Bernardo. A transnacionalização do espiritismo kardecista brasileiro: uma discussão inicial. In: **Religião e Sociedade**. Rio de Janeiro, 28 (1): 84 - 104, 2008.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1969.

MIKLOS, Jorge. **A construção de vínculos religiosos na cibercultura: a ciber-religião.** São Paulo: PUC, 2010 (tese de doutorado).

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio.** São Paulo: Editora Unesp, 2003.

PELLANDA, Eduardo Campos. Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008.

RANQUETAT JÚNIOR, Cesar Alberto. Reflexões antropológicas sobre a religião na modernidade: declínio ou reconfiguração do religioso. In: **Interações** – Cultura e Comunidade, Belo Horizonte, Brasil, v. 4, n 5, pp. 99-110, 2009.

VARELLA, Flávia Florentino. Verdade, sentido e presença: história e historiografia em Heidegger e Gumbrecht. In: **OPSIS**, vol. 7, nº 9, jul-dez 2007.

Fonte documental:

CANAL AMIGOS DA LUZ. **Selfie**, (2016). In: YouTube, publicado em 18 de novembro de 2016. Disponível em: https://youtu.be/8nFyECuwsNE (último acesso de 25/09/2017).

CANAL AMIGOS DA LUZ. **Pop-ups na prece**, (2017a). In: YouTube, publicado em 2 de junho de 2017. Disponível em: https://youtu.be/4pjIxRaM_Bk (último acesso em 26/09/2017).

CANAL AMIGOS DA LUZ. **Recém-desencarnados**, (2017b). In: YouTube, publicado em 23 de setembro de 2017. Disponível em: https://youtu.be/fA6F9p057uI (último acesso em 26/09/2017)

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

INFLUENCIADORES DIGITAIS E MARCAS: UM MAPEAMENTO EXPLORATÓRIO[1]

Luana Guimarães Peres[2]; Issaaf Karhawi[3]

Resumo

Este artigo é resultado de uma pesquisa anterior que busca entender: como a Comunicação Corporativa tem trabalhado com os influenciadores digitais? Para tal, realizaram-se entrevistas e estudos de caso com o objetivo de definir um perfil do influenciador digital e identificar padrões de ações e campanhas com influenciadores. O resultado da pesquisa é um mapeamento, ainda que exploratório, desse mercado em construção.

Palavras-chave: influenciadores digitais; comunicação; marcas; influência

1. Introdução

Cada vez mais marcas e organizações têm se aliado aos influenciadores para se relacionar com seu público consumidor. Shirky (2011) já alertava para os riscos em se opor a essas transições e a participação das pessoas através das mídias sociais. O cenário ilustrado pelo autor antecipava maior sujeição a um relacionamento difícil com os consumidores, cada vez mais migratórios e pouco atentos à mídia paga das marcas.

> O público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e o os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura. Produtores que não conseguirem fazer as pazes com a nova cultura participativa enfrentarão uma clientela declinante e a diminuição dos lucros. As contendas e as conciliações resultantes irão redefinir a cultura pública do futuro (SHIRKY, 2011, p.53)

O autor também explica que a capacidade dos consumidores de equilibrar consumo, produção e compartilhamento; e a habilidade de nos conectarmos uns aos outros, está transformando o conceito de mídia. De um determinado setor restrito da economia a um mecanismo barato e globalmente disponível para o compartilhamento organizado. Jenkins ainda afirma que as corporações precisam trabalhar de uma nova forma para manter os seus públicos de

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 20: Influenciadores, blogueiros, Youtubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.
[2] Especialista em Comunicação Corporativa (Anhembi Morumbi) e jornalista pela Universidade Católica de Santos. E-mail: luanagperes@hotmail.com
[3] Doutoranda em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e mestre pela mesma instituição. Pesquisadora do COM+ (ECA-USP) e bolsista do CNPq. E-mail: issaaf@gmail.com

interesse próximos, o movimento da participação e a convergência da cultura tem que ser compreendidos para que haja o alinhamento de novas estratégias.

> A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficasse, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meio de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2009, p.47).

Por conta disso, algumas marcas passaram a dialogar com seus públicos "barulhentos" nas redes em uma tentativa de estabelecer uma comunicação mais eficiente. E uma possibilidade para tal é atuando ao lado de influenciadores digitais.

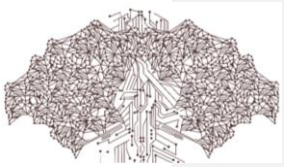
Os influenciadores digitais têm definido novas possibilidades de atuação para o mercado de Comunicação. Desde novas atividades profissionais, até novos formatos de relacionamento entre consumidores e marcas. É na tentativa de compreender esse cenário de inovação que a presente pesquisa surge. Como recorte de pesquisa anterior[4], este artigo parte do seguinte problema: como as marcas estão se relacionando com os influenciadores digitais? Por meio de entrevistas e estudos de casos, buscamos identificar o perfil dos influenciadores digitais no Brasil, conhecer os intermediários entre marcas e influenciadores (agências, plataformas, etc.), além de identificar os formatos de ações e campanhas com influenciadores.

2. A noção de influenciador digital

Apesar do aspecto inovador do termo, a noção de influenciador faz parte das pesquisas de Comunicação desde os estudos sobre formadores de opinião. Em 2011, por exemplo, Terra já vislumbrava a emergência de um perfil de internauta participativo das redes sociais digitais muito similar ao de influenciadores. Definido pela autora como usuário-mídia, esse sujeito era considerado,

> [...] um heavy user tanto da internet como das mídias sociais e que produz, compartilha, dissemina conteúdos, próprios e de seus pares, bem como os endossa perante suas audiências em blogs, microblogs,

[4] PERES, Luana Guimarães. Influenciadores digitais e relacionamento com as marcas. 2017. 63 f. Monografia (Especialização) – Pós-graduação em Comunicação Corporativa, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2017 [sob orientação da profa. Issaaf Karhawi].



> fóruns de discussão on-line, comunidades em sites de relacionamento, chatas, entre outros meios. (TERRA, 2011, p. 68)

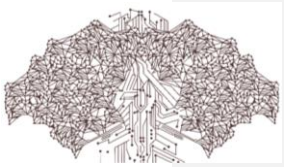
Ao caracterizar o usuário-mídia, Terra ilustra um cenário de possibilidades de participação na rede em que "[...] todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência" (JENKINS, 2009, p. 189). A motivação para participar pode ser impulsionada pelo desejo de integrar-se a uma comunidade de interesse ou de compartilhar aquilo que se gosta, como um hobby: "a mídia social acaba com os custos de descoberta: o acesso à web nos permite encontrar pessoas que gostam de construir modelos de trens e fazer macramê, ou desenhar aviões de papel, [...]" (SHIRKY, 2011, p.83). A mudança na lógica do *broadcast* permitiu a entrada de amadores no polo da produção e cada vez mais esses sujeitos têm aprimorado sua atividade na rede.

O influenciador digital faz parte desse processo. Poderíamos dizer que esses produtores de conteúdo são, hoje, "especialistas amadores": um sujeito que leva para a rede aquilo que gosta – como escrever textos sobre culinária em um blog -, se profissionaliza e começa a trabalhar com o assunto. Para Karhawi, por sua vez,

> o termo influenciador digital (e antes dele, sua versão em língua inglesa; digital influencer) passou a ser usado mais comumente, no Brasil, a partir de 2015. Um dos principais motivos pode estar atrelado a entrada de novos aplicativos na esfera de produção desses profissionais que deixaram de se restringir a apenas uma plataforma – só o YouTube, no caso dos vlogueiros; ou só o blog, no caso dos blogueiros. (KARHAWI, 2017, p.53)

A atuação em múltiplas plataformas amplia também a possibilidade de renda que pode vir tanto de novos modelos de negócios, como de plataformas como o YouTube até as parcerias com marcas que veem nesses sujeitos uma possibilidade de relacionar-se mais diretamente com seu público consumidor. A produção de conteúdo acaba gerando uma conexão com a comunidade em sua volta: como Shirky sinaliza, aquilo que o amador produz acaba, por vezes, gerando ainda mais repercussão e confiança do que a experiência compartilhada de um especialista.

Outro aspecto importante sobre a evolução de quem é o influenciador digital hoje, é a questão de que, ele tem essa nomenclatura no momento, mas anos atrás, ele chegou a ser chamado de blogueiro, vlogueiro, formador de opinião. Karhawi (2017, 55) explica que "o termo influenciador não anula dinâmicas dos "extintos" vlogueiros ou blogueiros, não representa, necessariamente, uma novidade em termos de práticas de comunicação – mas uma ampliação das possibilidades de atuação". Um influenciador, portanto, não é uma figura pronta e estabelecida. Parte do que vislumbramos hoje é resultado de anos de apropriações de ferramentas e redes sociais

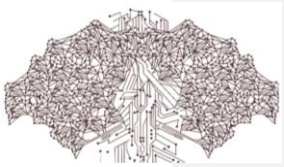


digitais. O influenciador digital seria o ápice de uma cultura da participação que facilita e incentiva a integração com sistemas de comunicação digital diversos.

Avançando na definição dos influenciadores digitais, pudemos elencar algumas características importantes que parecem definir o cenário e as práticas dos influenciadores digitais. São elas: *visibilidade, adequação, apropriação, versatilidade, popularidade, credibilidade.*

A noção de *visibilidade* vem daquilo que Shirky (2011) discute ao falar sobre amadores e especialistas, pessoas que transformaram suas habilidades em especialidade e deram visibilidade a elas através das redes sociais. Estar visível para os influenciadores é ter a atenção de um público sobre as suas especialidades e seu conteúdo. Shirky explica que "o uso de ferramentas que apoia a expressão pública se transformou de pequeno, em grande no espaço de uma década. O que parecia um novo canal para a mídia tradicional está na verdade mudando-a; o que parecia ameaçar a uniformidade cultural está na verdade criando diversidade" (2011, p.167). Assim, além da internet propiciar meios de participação, ela também facilita a diversificação. No caso dos influenciadores, é possível considerar a existência de diversos nichos, propostas e conteúdos diferentes.

Essas multifaces se devem a época em que vivemos, da diversidade de possiblidades e propósitos. Brown e Hayes (2008) explicam que as mídias sociais incluem tecnologias e técnicas online que as pessoas usam para compartilhar opiniões, ideias, experiências e perspectivas. É preciso muitas formas diferentes, incluindo texto, imagens, áudio e vídeo. Esses sites geralmente usam tecnologias como blogs, fóruns, podcasts, wikis e vlogs para permitir que os usuários interajam. Complementando essas multifunções que as mídias proporcionam, Terra (2011) explica que esse é o momento da possibilidade de usarmos as mídias digitais e ir além dos instrumentos de divulgação, exposição e expressão pessoais tornando-nos um canal para difundir nossos próprios conteúdos. Ou seja, os influenciadores digitais têm que lidar com a adequação de acordo com seus propósitos. Isso vai de encontro com a ideia de que essa pessoa que chamamos de influenciador digital usa de suas habilidades, não só aquelas desenvolvidas pelo gosto pessoal, mas também sobre a utilização das redes sociais para espalhar sua influência ou para participar do mercado. Ainda mais; cada influenciador conversa com um público, e esse público pode ser um grupo extremamente específico, como por exemplo, pessoas interessadas em um conteúdo de engenharia aeronáutica. Ou um público abrangente, como por exemplo, moda ou vida saudável.



Além disso, Brandt, Lopes (2016, p.128), em sua pesquisa sobre estratégias de aproximação da Petite Jolie com produtoras de conteúdo digitais, trazem uma outra característica para influenciadores, de *apropriação*, dizendo que os influenciadores digitais se "apropriam de redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat, entre outras, para compartilhar seus conteúdos, alcançar seu público e também ampliar seu alcance". Utilizam desses espaços que as redes oferecem para que sua mensagem chegue ao seu público e até além dele para se apropriar disso para criar conexões.

Alinhado com a questão da *versatilidade*, o influenciador, também abraça todas as redes sociais possíveis para se comunicar com o seu público, e atingir um número relevante de audiência e popularidade. Ser versátil é ter qualidades em um determinado ramo.

Outro fator importante na atuação dos influenciadores digitais é a *popularidade***.** Martino, ao falar de webcelebridades, já afirmava que essa notoriedade "decorre de vídeos amadores, produzidos sem a intenção de uma maior divulgação e que, a partir de uma replicação constante, se tornam virais e alcançam um público amplo". (2015, p.175). Essa descrição coincide com a história de influenciadores digitais brasileiros que começaram produzindo conteúdo na "inocência", e através desse ponta pé inicial, ganharam popularidade nas redes sociais.

Mas ser influenciador digital, é ser popular como uma celebridade? Moreira, Rios (2016, s/p), entenderam em sua pesquisa que sim, influenciadores digitais, em certo ponto, se tornam celebridades ou têm características de uma. "Eles geralmente estão ligados à mídia e ao consumo, pois usam de sua influência para realizar publicidade sobre determinado produto que eles - a marca - poderiam vender". Os influenciadores digitais, chegam em um ponto, que deixam de apenas produzir conteúdo apenas por hobby, e começam a fazer daquilo que se gosta, por lucro.

Ou seja, não basta ser visível, ou popular, o público tem que interagir com o influenciador, falar sobre ele, indica-lo para outras pessoas, interagir. Essa popularidade que falamos aqui não é só baseada em números. Isso porque "poucos (3 por cento) em uma comunidade são conectores sociais genuínos com influência" (BROWN; HAYES, 2008, p.160). E apesar dos números concederem popularidade e ampliarem a visibilidade, é a *credibilidade* que mantém a atividade do influenciador em voga. A credibilidade se constrói no cotidiano do influenciador, nas relações que estabelece com aquelas que o acompanham. O *influencer* tem que ser verdadeiro, agregar valor, passar confiança para seu público. O público seguidor conhece muito bem os influenciadores que segue. Mesmo porque, o influenciador precisa disso para ter sucesso em sua comunicação com seus seguidores, pois Brown e Hayes (2008, p.142) explicam que "uma

mensagem carregada por um influenciador é reforçada apenas pelo fato de que é um influenciador que faz a comunicação. Se o influenciador disser isso, deve ser verdade". É nesse processo de construção de credibilidade que o influenciador se estabelece como formador de opinião de diversos assuntos. Resultando em um interesse das marcas por sua figura de influência e crédito na rede.

2.1 Tipos de influenciadores digitais

Há diversos conceitos e características que caminham para definir os diferentes tipos de influenciadores digitais. Uma dessas categorizações é proposta pelo site americano Traackr (2013), na qual o influenciador aparece em diversas formas, separadas em 10 categorias:

Figura 1 - Tipos de Influenciadores



Fonte: www.traackr.com

São elas: a celebridade, a autoridade, o conector, a marca em pessoa, o analista, o expert, o infiltrado, o disruptor e o jornalista. Nomes com conceitos fáceis de serem entendidos, que estão no cotidiano, porém, com a participação das pessoas ativamente produzindo e compartilhando todo tipo de conteúdo, elas passaram a assumir alguns papéis que antes eram de especialistas.

Outro autor que também define tipos de influenciadores é Gabriel Ishida (2016), em três tipos: Broadcasters, Conectores e Legitimadores. Onde ele os define com as seguintes características:

Tabela 1 – Tipos de Influenciadores Digitais

BROADCASTERS	**CONECTORES**	**LEGITIMADORES**

Volume acima da média de seguidores (tendo como referência a média na área de atuação do perfil ou o público-alvo estabelecido); Comentários dos seguidores são focados no conteúdo do post ou na figura pessoal do (a) influenciador (a) Alto volume de interações no post, principalmente comentários e replicações; Geralmente recebem convites e propostas de marcas para participar de eventos ou recebem brindes e presentes, expondo-os nas redes sociais e gerando muitas citações em notas de sites e blogs.	Muitas menções espontâneas de outros perfis, principalmente de broadcasters; Alta taxa de engajamento (interações / seguidores) em seus posts; Alto poder de propagação, em que os compartilhamentos atingem o segundo e terceiro grau nos seguidores. Um perfil pode ser conector e broadcaster ao mesmo tempo e, geralmente, está em contato direto com broadcasters ou legitimadores.	Perfil dos seguidores bastante homogêneo, ou seja, com interesses bastante similares; Costumam postar sempre sobre o mesmo assunto; Possuem altas taxas de engajamento, principalmente comentários; Proporcionalmente, geram muitas menções espontâneas de outros usuários ou veículos, por serem referências nas áreas que atuam.

Fonte: Ishida (2016, p.168-172)

Na esteira dos autores, ampliamos e relacionamos os conceitos em uma nova divisão dos influenciadores digitais no Brasil. Podemos contar com a definição dos perfis encontrados no exterior, e mesclar com o que Ishida (2016) concluiu em sua pesquisa de mensuração de resultados com influenciadores digitais. Os influenciadores no Brasil têm o perfil de *autoridade*, *rompedor* e *conector*, além daqueles com características mais populares e o mais fácil de ser identificado como os influenciadores *celebridade* e *marca em pessoas*.

Influenciadores *celebridades* e *marcas em pessoas* poderiam ser definidos na figura de Kéfera[5], PC Siqueira[6], Gabriela Pugliesi[7], Christian Figueiredo[8], entre outros. A Traackr, define esses perfis como não diferente de uma real celebridade. O trabalho com esse influenciador é sempre baseado em trocas monetárias uma vez que seu nome se tornou um produto, uma marca - ou é vinculado a uma - o que também é uma característica de um influenciador broadcaster, de acordo com Ishida (2016). Não só pela sua popularização nas redes sociais, mas também pelas atividades extras que eles passaram a exercer. Muitos passaram a escrever livros, produzir filmes, entraram na indústria midiática, paralela à atividade de influenciador digital. Ou seja, esse é o influenciador, não tem tanto engajamento quando falamos de valor de discurso, por conta de sua popularidade demasiada e perdendo um pouco o foco de quem de fato é o seu público. Um influenciador mercadológico.

Os influenciadores celebridades têm mais popularidade, mas há outros que usam sua popularidade não a partir da construção de uma marca pessoal, mas por meio da relevância de seu discurso de especialista. Esse pode ser considerado o influenciador *autoridade*, que agrega valor para a comunidade, e legitima seu discurso por se tornar referência no tema que fala. E assim como o legitimador, conceito utilizado por Ishida (2016), costuma postar geralmente sobre um assunto só. Exemplo disso é a empreendedora brasileira Bel Pesce, conhecida como a "menina do Vale", por ter estudado no MIT.

Há também aquele que consideramos o *rompedor*, tipo de influenciador que traz debates sobre temas relevantes para as redes sociais, como por exemplo a Jout Jout[9], jornalista e youtuber do canal Jout Jout Prazer, que sempre em seus vídeos tenta dialogar sobre temas de forma despretensiosa e sem medo de críticas questões como Empoderamento feminino e que possui um alto teor de engajamento sobre determinados assuntos.

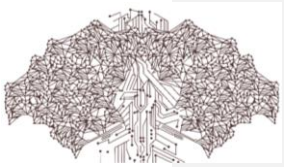
[5] Kéfera Buchmann, dona do canal 5inco Minutos no Youtube, com 11 milhões de inscritos. Disponível em:<https://www.youtube.com/user/5incominutos> Acesso em: 26/01/2018

[6] PC Siqueira, dono no canal maspoxavida no Youtube, com 2 milhões de inscritos. Disponível em:<https://www.youtube.com/user/maspoxavida> Acesso em: 26/01/2018

[7] Gabriela Pugliesi, dona do canal Vendi Meu Sofá no Youtube, com 560 mil inscritos. Disponível em:<https://www.youtube.com/channel/UCpk58NDdaKdX0QiiA2e79tg> Acesso em: 26/01/2018

[8] Christian Figueiredo, dono do canal Eu Fico Loko no Youtube, com 9 milhões de inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/euficoloko> Acesso em: 26/01/2018

[9] Jout Jout, dona do Canal Jout Jout Prazer no Youtube, com 1 milhão de inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/joutjoutprazer> Acesso em: 26/01/2018



Outro tipo é o *conector*, que conecta habilidades e cria diversos links. Com características similares aos conectores definido por Ishida (2016). Poderíamos considerar esse tipo de influenciador um dos que agrega valor tanto para si, quanto aos outros, Tipo de pessoa que sabe usar as redes sociais de uma forma positiva e que reúne um pouco de cada perfil descrito, ainda que em proporções menores. Um exemplo poderia ser o da nutricionista Lara Nesteruk[10], um nome que talvez não tenha a proporção de uma Gabriela Pugliesi, mas que através do Snapchat e Instagram, dialoga sobre sua atividade profissional com diversos públicos e constrói uma comunidade de confiança e afinidade ao seu redor. Ishida (2016, p.270) explica que um conector "é referência para perfis populares e também serve como conexão para diversos grupos com perfis distintos, onde espalha tendências e consegue estimular conversas entre diversas tribos". Lara tem o discurso sobre a vida saudável, e traz autoridade falando sobre nutrição, agregando sim, algo para a comunidade, não se expõe como um influenciador celebridade, a ponto de se tornar um produto, mas o que ela mostra é legítimo; baseado em sua atividade profissional e suas crenças pessoais, não necessariamente em acordos comerciais.

Ainda na tentativa de definir quem são os influenciadores digitais, em 2016, o YouPix desenvolveu a pesquisa "Influencers Market 2016". Referência no mercado de influenciadores digitais, o YouPix apresentou números e um perfil baseado no contexto do país sobre esse público e como eles estão abrangendo o mercado. Assim como entendemos, a pesquisa do YouPix também segue o conceito de que os influenciadores passam pelo processo de compartilhar e participar das redes sociais por hobby e amadorismo e só depois passam a exercer essa atividade como negócio. Além disso, a pesquisa separa os influenciadores digitais das celebridades, explicando que para ser influenciador deve haver uma conexão com o consumidor e seus nichos de relevância. A pesquisa também define o cenário atual de influenciadores digitais no Brasil: de um total de 230 mil influenciadores, de acordo com a YOUPIX, 60% são homens e 40% mulheres. Divididos no Instagram, Facebook, Twitter e Youtube.

Outra categorização que circula, especialmente nas discussões do mercado profissional de Comunicação, é a diferença entre os microinfluenciadores e macro influenciadores. Celso Ribeiro, Sócio-Diretor da BR Media Group diz que "que o mercado de influência evoluiu, os parâmetros agora já são outros. Passamos para um patamar de desenvolvimento global do

[10] Lara Nesteruk, nutricionista, dona da conta do Instagram @laranesteruk, com 453 mil seguidores. Disponível em: < https://www.instagram.com/laranesteruk/?hl=pt-br> Acesso em: 26/01/2018

mercado de influenciadores"[11]. E sendo assim, o cenário já comporta um perfil de *macro influenciador:*

> Os macros influenciadores têm o potencial de ampliar a exposição, gerar grande repercussão, buzz. Desempenham, de certa forma, o papel que em outros tempos era exclusivo das celebridades. As ações com macro influenciadores despertam desejo, afinal eles são admirados e até venerados por seus seguidores.

E de *micro influenciador:*

> Muito mais do que uma melhor opção para orçamentos limitados, os micros influenciadores detêm o respeito e a confiança dos seus seguidores. Por isso, suas taxas de engajamento e conversão são maiores. Eles geram mais do que puro awareness. Ao contrário dos macros influenciadores, que são generalistas, este grupo é em sua maioria composto de especialistas nos mais diversos temas e nichos. Assim, se relacionam de perto com sua audiência. Dominam o tema que abordam. Sua base de seguidores é menor, mas mais atuante e os acompanha com mais frequência.

Outra perspectiva é trazida por Diego Oliveira[12], Youpper Consumer & Media Insights, que compreende que ainda não se há um perfil dos influenciadores no Brasil, mas da importância e benefícios que eles trarão para o mercado.

> Os influenciadores são bastante oportunos e eficientes na promoção do engajamento. Para além de meras celebridades temporais, como na maioria dos casos, eles promovem a aproximação com a mente, com o coração, com o cotidiano da vida – já que usam exatamente esse cotidiano, tão comum, tão familiar, para influenciar e angariar muitos, muitos seguidores.

Por sua vez, Debra Aho Williamson, para o Advertising Age, escreveu que "as marcas estão se apegando aos influenciadores para tentar combater o bloqueio às peças publicitárias, para dar um novo brilho criativo para suas ações de comunicação"[13], e de fato estão. Dessa forma, com

[11] Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2017/03/14/macro-micro-e-everyday-influencers-afinal-quem-e-a-bola-da-vez.html> A cesso em 26/01/2018

[12] Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2016/12/01/entendendo-os-superpoderes-das-webcelebridades.html> Acesso em 26/01/2018

[13] Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/03/04/como-as-marcas-podem-usar-influenciadores.html> Acesso em: 26/01/2018

a intenção de sintetizar as definições apresentadas até aqui e atribuir novos *insights* para a discussão sobre tipos de influenciadores digitais, propomos o seguinte esquema:

Tabela 2 – Influenciadores Digitais no Brasil

<table>
<tr><th colspan="4">MACRO INFLUENCIADOR</th><th rowspan="3">MICRO INFLUENCIADOR</th></tr>
<tr><td colspan="4">Potencial de ampliar a exposição, gerar grande repercussão;
Podem desempenhar alguns papéis similares aos de celebridades;
As ações despertam desejo, são admirados por seus seguidores.</td></tr>
<tr><th>AUTORIDADE</th><th>CONECTOR</th><th>ROMPEDOR</th><th>CELEBRIDADE MARCA EM PESSOA</th></tr>
<tr><td>Agrega valor para a comunidade;

Legitima seu discurso por se tornar referência no tema que fala.</td><td>Conecta habilidade e cria diversos links;

Agrega valor tanto para si, quanto para outros influenciadores;

Alta taxa de engajamento;

Espalha tendências e consegue estimular conversas entre diversas tribos;

Legitimidade: trabalha com aquilo que acredita.</td><td>Traz debates sobre temas relevantes para as redes sociais;

Levanta a bandeira por um assunto. Ex.: Empoderamento feminino.</td><td>Alta possibilidade de ter que se pagar para ter atenção desse influenciador;

Popularização nas redes sociais;

Baixo engajamento, perda de valor de discurso, por conta de sua popularidade demasiada;

Público indefinido, seguidores com muitos tipos de interesses.</td><td>Opção para orçamentos limitados;

Detêm o respeito e a confiança dos seus seguidores;

Alta taxa de engajamento.
Especialistas nos mais diversos temas e nichos;

Relacionamento com seu público;

Base de seguidores é menor, mas mais atuante.</td></tr>
</table>

Fonte: elaborado pelas autoras

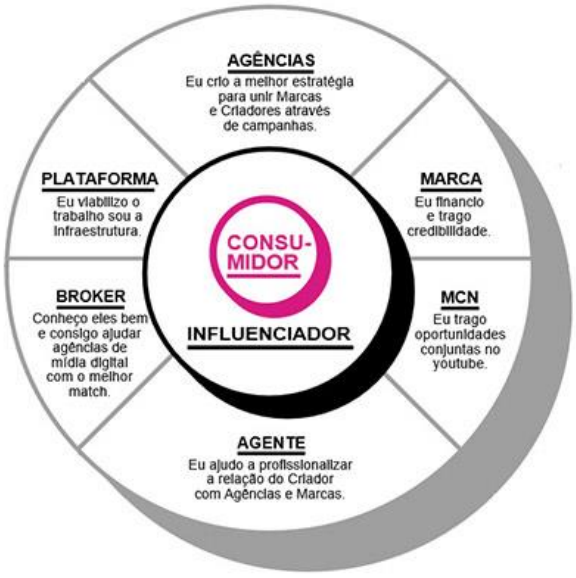
No Brasil, vislumbramos a consolidação do trabalho com influenciadores digitais e a ampliação das possibilidades de relacionamento e estruturação das trocas entre marcas, públicos

e influenciadores. Seguindo a nova tendência, especialistas em comunicação buscam entender quem são os influenciadores digitais brasileiros, qual é o perfil adequado, onde cada um se encaixa e percebem que os benefícios para aqueles que trabalham com comunicação são inúmeros. Basta saber escolher o melhor tipo de influenciador e alinhar com as estratégias mercadológicas; assunto que guiará nossa próxima discussão.

3. Mercado de comunicação e influenciadores digitais

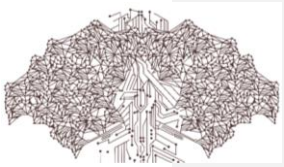
Dados do Portal Comunique-se (2017)[14] apontam que 84% das marcas pretendem em breve trabalhar alguma ação com influenciadores. Mas entre as marcas e os influenciadores, há todo um mercado atuando como intermediário. De acordo com dados do YouPix (2016), há desde agências criando estratégias de comunicação para atuar com influenciadores; plataformas que reúnem influenciadores; até agentes e brokers que trabalham não com as marcas, mas com os produtores de conteúdo da rede, em outras palavras, os próprios influenciadores digitais (Figura 2).

Figura 2 - Mapeamento do mercado de influenciadores digitais



Fonte: YOUPIX

[14] Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=qZFAhykh_mI&feature=youtu.be> Acesso em 01/10/2017.



De acordo com a jornalista Daniele Rodrigues[15], que atua na comunicação da Coca-Cola com influenciadores digitais, algumas marcas além da Coca, já tem investido na construção de narrativas em ações com influenciadores. Mas nem todas estão preparadas para isso; trata-se, comumente, o influenciador como mais uma mídia e, por isso, Rodrigues explica que a comunicação acaba sendo pouco efetiva, ou seja, muitas marcas estão usando o influenciador para gerar números através de likes, visualização, etc., mas o conteúdo e retorno é vazio. Por isso é tão importante saber como escolher influenciadores e como se relacionar com eles, pois muitas vezes o influenciador não tem engajamento, e sim alcance.

A pesquisa do YouPix já alerta para as possibilidades de como as marcas podem se relacionar. Há diversas formas de se atingir os seus consumidores por esse caminho. Esse nicho está abrindo portas para fazer negócio. Rodrigues conta que a primeira coisa a se levar em consideração é que o relacionamento das marcas com influenciadores tem que ser de ganha-ganha, ou seja, "o influenciador traz o endosso para a marca, mas ao mesmo tempo, a marca tem que trazer relevância para o influenciador". Além disso, uma relação de co-criação é muito importante, pois na construção da campanha com o influenciador, a marca não pode assumir o controle dos canais, tem que ter confiança e conhecimento sobre o trabalho do influencer. Para trabalhar com influenciadores, Daniele Rodrigues afirma que as marcas precisam aprender a contar histórias com eles. Uma história que se conecte com o público de forma racional e emocional, pois as pessoas conectadas querem experiências, e "só se constrói com pessoas, e o influenciador traz a verdade".

Como são muitas opções de trabalho com o influenciador digital, durante essa pesquisa, contatamos empresas que já estão atuando no Brasil com influenciadores digitais no intuito de compreender qual a prática e o mecanismo do relacionamento entre marcas e influenciadores digitais. As empresas escolhidas foram a consultoria *E.Life,* as agências *Digital Stars* e *Press Pass.*

3.1 E.Life

Especializada em inteligência de mercado e gestão de relacionamento digital, a consultoria E.Life[16], localizada em São Paulo, atua desde 2004 nesse ramo. A E.Life percebeu

[15] Palestra Com+ sobre influenciadores digitais, realizada no dia 23 de junho de 2017

[16] Mais informações disponíveis em:< http://elife.com.br/> Acesso em: 26/01/2018

que a atuação com mídia online cresce cada vez mais e que gerir o relacionamento das marcas com influenciadores digitais é uma tendência. Assim, no final de 2016, lançou o serviço de identificação e gestão de reputação com micro influenciadores digitais. A ideia desse serviço é de proporcionar para as marcas a identificação de influenciadores, dados de relacionamento e medição de *awareness* (termo para determinar a percepção do consumidor relativa a produtos e marcas) e engajamento com macro e micro influenciadores. Hoje eles atuam com marcas como Coca-Cola, L'Oréal, Johnson, Kimberly-Clark.

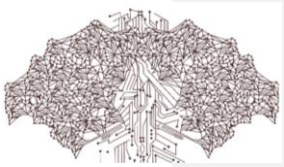
A E.Life atua como intermediária, entre a marca e o influenciador, ou seja, segundo a pesquisa do YouPix, a consultoria atua com o *perfil de broker e agência.* Em palestra realizada por William Ferreira[17], coordenador de projetos da E.Life, ele explicou que a consultoria percebeu que de 2015 para 2016, 20% do investimento de mídia off-line, migrou para a mídia online. O número foi um sinal de que o mercado brasileiro teria espaço para o trabalho com influenciadores digitais.

Segundo Ferreira, a empresa acredita que os influenciadores têm uma linguagem e abordagem de maior alcance, porém são os micros influenciadores que vão atingir um maior engajamento, em grande parte das ações. A proposta da E.Life não é de trabalhar com influenciadores celebridades, como a Kéfera. Eles tendem a ter um alto nível de popularidade, mas não necessariamente conseguem manter um relacionamento de longo prazo com o público. Já o micro influenciador, por ser especializado e ter uma cadeia de seguidores fiéis, tem mais possibilidade de converter resultados positivos para as marcas. Porém, a E.Life não descarta a possibilidade de trabalhar com influenciadores celebridades, a depender do objetivo de comunicação de seu cliente. Ferreira afirma que "trabalhamos não apenas ações pontuais, mas um programa de ações e relacionamento a longo prazo".

E.Life se baseia no estudo da Takumi[18] para determinar o perfil de influenciadores e micro influenciadores: influenciadores têm mais de 100 mil seguidores e micro influenciadores 1.000 seguidores ou menos, com base no número de seguidores do Instagram. Sendo assim, a E.Life segue três passos de relacionamento com influenciadores: identificação e validação, relacionamento, monitoramento de *awareness rate*.

[17] Palestra realizada na Universidade Anhembi Morumbi em 4 de junho de 2016.

[18] Estudo disponível no link: https://blog.takumi.com/crunching-the-numbers-on-social-media-influencer-engagement-456df91bcee0



Erica Tresinari, em entrevista no escritório da E.Life[19], explicou que a forma de buscar os influenciadores depende do *briefing* da marca, seus objetivos de comunicação. Como consultoria, a E.Life busca filtrar possíveis influenciadores por questões topográficas, ou seja, olham para a rede para ver a conectividade dessas pessoas e as que podem gerar real impacto para determinada ação. Também, observa-se o perfil da marca e busca-se um influenciador que esteja alinhado a esse perfil, à cara da marca.

O relacionamento que a E.Life vem propondo para as marcas consiste em um conjunto de ações como envio de amostras, convite para eventos, patrocínio e experiências que tragam o influenciador próximo à marca. Outra aposta são as ações que não sejam pagas ao influenciador, investindo em um relacionamento diferenciado. William Ferreira explica que a ação paga sempre existiu, mas não é o foco:

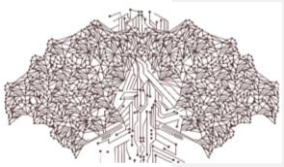
> A E.Life procura os micros influenciadores, pessoas que não tem o impacto de um Neymar, mas que dentro da sua rede consegue converter melhor o produto. Ela conversa com a amiga dela, a probabilidade dessa pessoa comprar porque ela falou é muito maior que o Neymar indicar para essa mesma pessoa. A marca pode pagar, mas ela não vai fazer isso nesse caso, pois ela quer resultados orgânicos, sem investimento de mídia.

A E.Life realiza suas pesquisas e mensura parte dos resultados de ações com influenciadores por meio do Buzzmonitor, software desenvolvido pela empresa, além de um acompanhamento em tempo real. Também leva em consideração outros fatores checando a taxa de engajamento desse influenciador através de filtros, observando comentários, likes, interesses em comum entre os seguidores e como essas pessoas se comportam nas redes sociais.

Para Ferreira, "é um trabalho novo, mas muitas marcas começaram a se mobilizar", e por isso dois fatores são importantes na hora de se pensar em ações com influenciadores: 1) o número de seguidores não é suficiente, é preciso impactar; 2) o influenciador, hoje, pode não ser influenciador amanhã, para isso ele precisa ser monitorado. Para Bomfim (2016, p.14), “algumas pessoas tiveram seu período de fama e foram esquecidas. Entretanto, existem muitas webcelebridade que conquistaram um público específico, e esse público se tornou extremamente fiel a elas”.

Erica Tresinari também concorda e explica que a E.Life percebeu que no mercado o micro influenciador está ganhando força e, hoje, já conta com uma equipe destinada a análise de

[19] Entrevista realizada dia 14/06/2017 no escritório da E.Life em São Paulo



resultados das ações com influenciadores. Ainda assim, as marcas "não sabem como combinar o influenciador com o seu 'fit'", complementa.

3.2 Digital Stars

Diferente da E.Life, que atua com diversos segmentos, a Digital Stars[20], também localizada em São Paulo, é uma empresa que atua somente com influenciadores na gestão de carreira e negócios. Hoje a maior do Brasil, a Digital Starts possui em seu casting 6 dos 10 maiores influenciadores do Brasil, dentre eles estão nomes como Kéfera, Castanhari e Christian Figueiredo. De acordo com a definição de possíveis relacionamentos com influenciadores da pesquisa do YouPix, a Digital Stars se enquadra no *perfil de agente e broker*, ou seja, profissionaliza e atua ao lado de influenciadores digitais.

Entrando em contato com a agência por e-mail[21], obtivemos a resposta da Luiza Freitas, Content & Talent Management, sobre o trabalho realizado com influenciadores digitais: "nós potencializamos todas as frentes de negócios de todos os nossos canais".

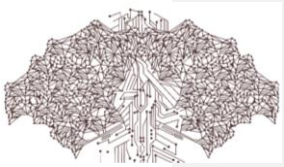
Assim, como na pesquisa do YouPix, que defende a diferença de celebridade e influenciadores digitais, a Digital Stars acredita que influenciadores digitais são pessoas autênticas, com linguagem própria e de conexão direta, ou seja, diferentes de celebridades.

De acordo com as informações da gerente de conteúdo: "um influenciador Digital Stars é um criador de conteúdo, que consegue passar sua mensagem de forma ética, criativa, e comprometida com o seu público. E o que o difere de uma celebridade é a forma como eles lidam com o seu público. Uma celebridade tem fãs, influenciadores têm seguidores, o ponto de contato é muito mais profundo e verdadeiro". Porém, como analisamos antes e observando o casting da Digital Stars, a maior parte dos influenciadores estão no limite de deixarem de ser influenciadores digitais, para serem celebridades.

A Digital Stars enfatiza muitas vantagens em se escolher influenciadores digitais como mídia, Freitas diz que uma delas é por se obter resultados fora da curva, segmentado e totalmente focado no target certo e no público final. Além disso, os resultados obtidos das relações com influenciadores são orgânicos, ou seja, naturais e mensurados por uma equipe de pós-venda extremamente focado em métricas e comparativos. Esses resultados orgânicos são extremamente valiosos por conta de serem resultados de qualidade e relevância para as empresas.

[20] Mais informações disponíveis em: < http://digitalstars.com.br/> Acesso em: 26/01/2018

[21] Entrevista realizada por e-mail no dia 7 de junho de 2017.



Sabendo das vantagens de se trabalhar com influenciadores, e fazendo disso seu carro chefe, com 36 canais e 31 talentos em seu casting, questionamos Luiza Freitas, sobre o processo do trabalho entre eles que possuem acesso rápido e fácil com influenciadores, para com as marcas. Segundo Freitas, ao se escolher um influenciador, deve-se elevar em conta os valores da marca e, também, a compreensão do influenciador do mercado de publicidade, ou seja, seu profissionalismo. "Geralmente nós definimos o melhor perfil para as marcas, de acordo com a história de vida, e sobre qual assunto esse influenciador aborda. Como temos um trabalho muito próximo com os influenciadores, acabamos tendo facilidade quanto a indicação de perfil para as marcas". Ou seja, por ter como carro chefe a relação com *influencer*, não há dificuldades nesse intermédio.

A Digital Stars hoje atua com product placement (inclusão de marcas em conteúdos de entretenimento), spots (áudio publicitário), vídeos patrocinados, campanhas off-line (uso de imagem) presença em eventos, além de influenciadores como embaixadores de marca, trabalhar com o mercado literário, cinema, televisão e licenciamento.

3.3 Press Pass

A Press Pass[22], é uma agência de comunicação e marketing, que atua no mercado desde 2006. Ela se enquadra no **perfil de agência**, seguindo os estudos obtidos pelo YouPix. Em entrevista[23], Kiki Ferreira, responsável por projetos especiais da Press Pass, explicou que estão familiarizados com influenciadores e que somente agora essas pessoas com quem já se relacionavam ganharam uma denominação.

> Há oito anos atrás, já escolhíamos pessoas formadoras de opinião para vestir as marcas que representamos porque entendíamos que elas influenciavam seus círculos de amizade. Nessa época, o Instagram ainda não era a ferramenta que é hoje, Snapchat nem existia e o Facebook não era expressivo. Desde então, sempre acreditamos que o formato orgânico é a melhor maneira de trabalhar com o público formador.

Martino também acredita em formadores de opinião para influenciar, ou seja, que "indivíduos que repassam as informações dos meios a outros indivíduos do grupo, menos ativos, exercendo assim influência sobre estes" (2009, p.2). Além de considerar os influenciadores

[22] Mais informações disponíveis em: < http://www.presspass.com.br/> Acesso em: 26/01/2018

[23] Entrevista realizada por e-mail no dia 23 de junho de 2017.

digitais formadores de opinião, a Press Pass acredita que são pessoas que influenciam diretamente o seu grupo, sua comunidade, através das redes sociais e internet.

A agência atua com conteúdo, jornalismo, produção de moda, gestão de mídias sociais, relacionamento, música, direção de arte e produção executiva por meio de diversos segmentos de comunicação e ferramentas. Por isso, para atuar com influenciadores digitais, Kiki Ferreira explica que é necessário definir a mensagem que o cliente quer passar e para quem. Depois, precisa-se investigar o estilo de vida desse influenciador. Algumas questões são levantadas: 1) Seus seguidores eles são potenciais consumidores para essa marca? 2) Esse influenciador vai entender corretamente a mensagem que o cliente quer passar? 3) Quem são os amigos importantes desse influenciador que também poderiam amplificar a mensagem?

Mas nesse trabalho há outros cuidados. Especialmente pelo fato de um influenciador não ser uma mídia, mas um sujeito. A Press Pass que atua há oito anos com influenciadores leva a sério comprometimento na hora do trabalho. Kiki Ferreira explica que ao trabalhar com influenciadores há falhas, e alerta:

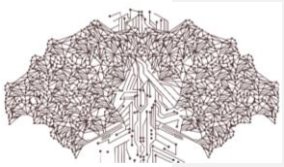
> Acredite se quiser, mas tem muita gente que não cumpre o que é prometido. Sejam pessoas pagas ou não pagas, os influenciadores as vezes são "difíceis". Então, para a gente, um bom influenciador é alguém que realmente entende o trabalho, tem amor pela marca e cumpre o combinado.

O que se evidencia é a *credibilidade* como fator determinante para um influenciador, até porque na maioria dos casos, ações com marcas são ações dialógicas: a marca ganha engajamento, mas também ajuda o influenciador a ganhar mais visibilidade.

Além disso, uma mensagem clara, bom relacionamento e a forma que vão gerenciar experiências são chave para o sucesso de uma ação com influenciadores para a Press Pass: "eles ajudam a dar legitimidade à marca", afirma a responsável por projetos especiais da agência.

Além de legitimidade, engajamento também é algo que as marcas procuram e os influenciadores são capazes de entregar isso. Kiki Ferreira afirma que influenciadores abordam seu público de forma única, e que quando trabalha com eles, "está, na verdade, de olho no público que o segue".

Para efetivo sucesso das ações, a mensuração é importante, e cada empresa utiliza um recurso para isso. A Press Pass lança mão de ferramentas mais simples como análise da quantidade de curtidas, views e a quantidade de comentários relacionados à marca; passando pela análise da quantidade de pessoas qualificadas que comentaram nas fotos e posts das ações, até a



medição do aumento de seguidores nas páginas das marcas que estão trabalhando em parceria com influenciadores.

Outro aspecto é a multiplicidade de plataformas nas quais os influenciadores digitais atuam. Cada rede exige um influenciador específico. Para definir de forma coerente, a Press Pass também faz um monitoramento mais especifico para a plataforma e os formatos de trabalhos possíveis: "tem alguns que são vloggers, tem outros que são Instagrammers. Tudo depende de onde eles funcionam melhor e onde eles têm mais seguidores", explica Kiki Ferreira.

4. Ações com Influenciadores Digitais

Percebemos que as possibilidades com o trabalho junto ao influenciador digital desenvolvidas no Brasil são variadas. Compreendemos quem são os influenciadores digitais brasileiros, sua profissionalização, e também quem são aqueles que trabalham junto a eles. Há que ter cuidados, porém também há muitas vantagens nesse trabalho.

As empresas e agências podem percorrer diferentes caminhos. Karhawi (2016) já havia destacado as principais parcerias entre influenciadores e marcas, a saber: presença em eventos, desenvolvimento de produtos, campanhas exclusivamente digitais e campanhas publicitárias. Além dessas ações, e após nosso levantamento e pesquisa empírica com agências do mercado de influenciadores, selecionamos outras possibilidades de trabalhos com influenciadores digitais e marcas:

Tabela 3 – Ações com influenciadores digitais

E.LIFE	DIGITAL STARS	PRESS PASS

1. ENVIO DE PRODUTOS 2. CONVITE PARA EVENTOS 3. PATROCÍNIO 4. EXPERIÊNCIAS DIFERENCIADAS PARA APROXIMAÇÃO DO INFLUENCIADOR DA MARCA	1. PRODUCT PLACEMENT 2. LANÇAMENTO DE PRODUTOS 3. SPOTS (ÁUDIO PUBLICITÁRIO) 4. VÍDEOS PATROCINADOS 5. CAMPANHAS OFFLINE (USO DE IMAGEM) 6. PRESENÇA EM EVENTOS 7. INFLUENCIADORES COMO EMBAIXADORES DE MARCA 8. TRABALHAR COM O MERCADO LITERÁRIO, CINEMA, TELEVISÃO E LICENCIAMENTO	1. EVENTOS COM INFLUENCIADORES 2. LANÇAMENTO DE PRODUTOS 3. PRODUÇÃO DE CONTEÚDO 4. PRODUÇÃO DE MODA 5. RELACIONAMENTO

Fonte: Elaborado pelas autoras

Novas formas estão surgindo e empresas adotam caminhos diferentes, de acordo com seu perfil dentro do mapa de relacionamento com influenciadores digitais. E a medida em que os influenciadores digitais se profissionalizam, as marcas, agências e organizações diversas devem, também, acompanhar a profissionalização. Exige-se, cada vez mais, uma postura mais estratégica em relação ao trabalho com influenciadores, ainda que o trabalho pareça intuitivo.

> Incorporar mensagens influenciadoras em seus planos de marketing é consideravelmente mais fácil nestes dias de mídia social. Basta se ligar a um influenciador e você terminou. Mas às vezes você precisa ir um pouco mais longe - os clientes simplesmente não querem ser levados para a água, ocasionalmente você tem que beber para eles também. (BROWN, HAYES, 2008, p.143)

A medida em que o negócio com influenciadores cresce, ações de institucionalização são mais frequentes. A Associação Brasileira dos Agentes Digitais (Abradi), por exemplo, anunciou um "Código de Conduta para Agências Digitais na Contratação de Influenciadores"[24] para auxiliar as agências e marcas e propor boas práticas de relacionamento no mercado de influenciadores.

Considerações Finais

[24] Código de Conduta para Agências Digitais na Contratação de Influenciadores disponível em: <http://www.abradi.com.br/wp-content/uploads/2017/07/Abradi-Influenciadores1.pdf>

Nota-se que, hoje, no Brasil há muita especulação de quem é o influenciador digital. Jornalistas, comunicólogos, publicitários estão esculpindo e descobrindo as características desse influenciador, que não muito tempo atrás era o blogueiro, e também foi o vlogueiro. Nesse artigo, tentamos estruturar e caracterizar o perfil daquele que podemos concluir ser o influenciador digital brasileiro. A partir de conceitos teóricos e entrevistas com o mercado profissional, pudemos definir como se compreende o papel do influenciador no mercado da comunicação.

Por ora, poderíamos dizer, grosso modo, que o influenciador digital é um sujeito que, imbuído das possibilidades de participação, participa ativamente das redes sociais e motiva, de forma genuína, seus seguidores. Se o termo lançado pelo mercado perdurará, não se pode dizer. A ideia de influenciador, como alguém que influencia na decisão de compra ou coloca assuntos em pauta, já é usual. O digital é que imprime distinção a esse sujeito.

É sabido que a conectividade vem mudando o comportamento das pessoas e também das empresas, que estão tendo que se adaptar a essa realidade. Dentre os assuntos que permeiam as corporações e a comunicação corporativa, o relacionamento com influenciadores digitais é um tema relativamente novo e, ainda, pouco discutido no Brasil. O assunto vem se mostrando como tendência e ganhando espaço a cada dia. Por conta disso, almejamos que este estudo, ainda que exploratório, contribua para o entendimento desses novos recursos na comunicação das marcas.

Referências bibliográficas

BROWN, D., HAYES, N. **Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?** Butterworth Heinemann,2008

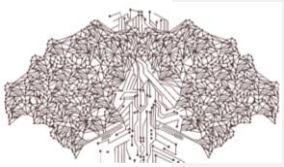
BRANDT, K., LOPES, P. **We Love Fashion Blogs: estratégias de aproximação da Petite Jolie com produtoras de conteúdo digitais**. In: Revista Temática, ano XII, n. 03, NAMID/UFPB, Março/2016. Disponível em: http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/viewFile/28360/15192

BOMFIM, Natália. **A Transferência de Audiência das Webcelebridades para os perfis das Marcas**. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social- Publicidade e Propaganda) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: https://repositorio.ucb.br/jspui/bitstream/123456789/8141/1/Nat%C3%A1liaBomfimDePinhoTCCGRADUACAO2016.pdf

ISHIDA, G. **Influenciadores**. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). Monitoramento e Pesquisa em Mídias: Metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KARHAWI, I. **Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria**. In. SAAD-CORRÊA, Elizabeth Nicolau; SILVEIRA, Stefanie Carlan. Tendências em Comunicação Digital. São Paulo: ECA-USP, 2016.



KARHAWI, I. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. In: Revista Communicare, volume 17 – Edição especial, 2017. Disponível em: https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-1-Communicare-17-Edição-Especial.pdf

MARTINO, L. C. **Dois Estágios da Comunicação versus Efeitos Limitados: Uma releitura**. In: XVIII Encontro da Compôs, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, junho de 2009. Disponível em: www.compos.org.br

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes**. 2 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2015

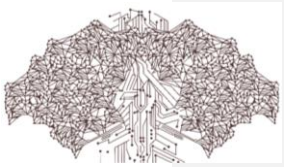
MOREIRA, T., RIOS R. **A Construção da Celebridade Midiática no contexto dos Digital Influencers**. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação INTERCOM, São Paulo, 2016. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2488-1.pdf

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro; Zahar, 2011.

TERRA, C. F. **Mídias sociais...e agora? O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais**. São Caetano do Sul, SP: Difusão; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2011.

TERRA, C. F. **USUÁRIO-MÍDIA: nova figura influenciadora para a Comunicação Organizacional?** In: XIV Congresso Internacional IBERCOM. São Paulo, 2015. Disponível em: http://rpalavreando.com.br/wp-content/uploads/2015/06/Artigo_Assibercom_Mar2015_Carolina-Terra_11-03-15.pdf

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL: REPENSANDO A MEDIAÇÃO[1]

Dora Kaufman[2]

Resumo: Cunhado em 1956 por John McCarthy, o termo "Inteligência Artificial" (IA) deu início a um campo de conhecimento associado com linguagem e inteligência, raciocínio, aprendizagem e resolução de problemas. O avanço recente (Deep Learning) permite às máquinas executar tarefas tradicionalmente desempenhadas pelos seres humanos e outras que superam a capacidade humana. Estabelece-se uma matriz de inputs que introduz inéditas formas de mediação. Os algoritmos interferem diretamente nos processos cognitivos, na interação nas redes sociais, e na redistribuição de funções e de poder entre os agentes.

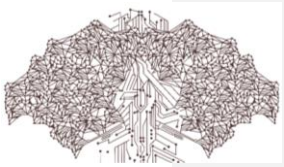
Palavras-Chave: *Inteligência Artificial. Algoritmos. Mediação. Comunicação ecológica.*

Abstract*: Coined in 1956 by John McCarthy, the term "Artificial Intelligence" (AI) has initiated a field of knowledge associated with language and intelligence, reasoning, learning and problem solving. The recent breakthrough (Deep Learning) allows machines to perform tasks traditionally performed by humans and others that surpass human capacity. It sets up an array of inputs that introduces new ways of mediation. The algorithms directly interfere in cognitive processes, in the interaction on social networks, and the redistribution of functions and power among the agents.*

Keywords: *Artificial Intelligence. Algoritms. Mediation. Ecological communication.*

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 – Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pós-Doutoranda no TIDD-PUC/SP. Pós-Doutora pela COPPE/UFRJ. Doutora em Comunicação pela ECA-USP, participa do Grupo de Pesquisa Atopos ECA/USP. E-mail: kaufman1955@gmail.com

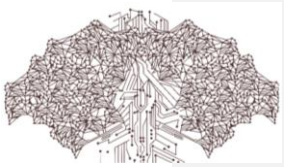


1. Comunicação Ecológica, do Bóson de Higgs às Redes Sociais Digitais

Em julho de 2012, a mídia internacional noticiou amplamente a "descoberta" do "Bóson de Higgs" pelo CERN (*Conceil Européen pour la Recherche Nucléaire*), após mais de 40 anos de investigações, confirmando a existência do chamado "campo de Higgs" e validando as teorias do campo da física de partículas. O ponto de partida é o reconhecimento de que a massa do elétron não é uma propriedade intrínseca, mas algo que se forma em sua interação com as chamadas Partículas de Higgs. "Os elétrons parecem ganhar massa por estarem se movendo não pelo espaço vazio, mas por uma lama de partículas de Higgs. Ele fica mais pesado porque, quando é empurrado, também são empurradas todas as partículas de Higgs que estão ao redor" (SMOLIN, 2004, p. 66). Há uma referência explícita à ideia relacional e de interdependência: "o fato de o elétron ter ou não massa depende de sua interação com as partículas de Higgs, o que por sua vez depende da condição de o mundo conter o gás de partículas de Higgs, que por sua vez decorre das condições globais de temperatura do universo" (KAUFMAN, 2017, p.27). A evidência básica, presente na física desde o início do século XX, é que a vida neste planeta é um sistema interconectado e interdependente.

Esse paradigma, dentre outros das ciências da natureza, influenciou as ciências sociais e está na base da ideia ecológica da comunicação, em que a comunicação não é mais percebida como um fluxo de informações. Di Felice (2017b) propõe substituir o termo *media*, "que exprime inevitavelmente uma relação de instrumentalidade, pela expressão 'forma formante' ou por 'condição habitativa', capaz de projetar-nos em uma dimensão ecológica e não mais funcionalista dos processos de interação e comunicação" (pp. 39-40). Segundo ele (DI FELICE, 2009, 2012, 2017a, 2017b), nas conexões das redes digitais - indivíduo, mídia, informação, território, dispositivos, banco de dados, etc. - as relações entre os atores não são realidades distintas. "Observa-se uma interdependência e uma indistinção entre cada um dos autores, numa condição habitativa que redefine cada entidade a partir de sua conexão com as demais entidades" (KAUFMAN, 2017, p.53).

O avanço recente da Inteligência Artificial (IA), particularmente o processo de aprendizado profundo (*Deep Learning*), agrega novos elementos à essa ecologia de



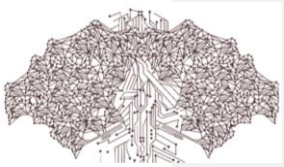
interação e comunicação ao permitir às máquinas executar tarefas tradicionalmente desempenhadas pelos seres humanos (reconhecimento visual, tomada de decisão, reconhecimento de voz, tradução) e outras que superam a capacidade humana (manipular e processar grandes bases de dados, denominado em inglês de "Big Data"). Estabelece-se uma matriz de *inputs* que introduz inéditas formas de mediação."Hoje nós não estamos mais numa interação entre humano e técnica […] Estamos falando de interações entre inteligências[3]" (DI FELICE, 2017a, p. 133).

Um dos primeiros a prever a possibilidade da Inteligência Artificial foi o matemático britânico Alan Turing[4]. Seu artigo "Computing Machinery and Intelligence", de 1950, descreve o teste "The Imitation Game", concebido para responder a pergunta "Can Machines Think?". Para Turing era claro que não se tratava de um "pensamento" propriamente, contudo ele acreditava na possibilidade de construir uma máquina apta a "jogar o jogo" de forma satisfatória. Essa máquina seria um tipo particular, denominado por ele de "computador eletrônico" ou "computador digital", destinada a realizar qualquer operação passível de ser processada por um "computador humano" (TURING, 1950). Surgiram várias objeções, contestadas por Turing no mesmo artigo, agrupadas em nove categorias. Destacamos a quarta objeção "O Argumento da Consciência", sugerido por Geoffrey Jefferson em 1949, impondo condições prévias para a existência de um máquina inteligente:

> Não até que uma máquina possa escrever um soneto ou compor um concerto por causa de pensamentos e emoções sentidas, e não por causa de símbolos, poderemos concordar que essa máquina é igual ao cérebro - isto é, não só escreve, mas sabe o que escreveu. Nenhum mecanismo pode sentir (e não apenas um sinal artificial, um dispositivo simples) prazer em

[3] Definição de Inteligência (referência): *"Individuals differ from one another in their ability to understand complex ideas, to adapt effectively to the environment, to learn from experience, to engage in various forms of reasoning, to overcome obstacles by taking thought. Although these individual differences can be substantial, they are never entirely consistent: A given person's intellectual performance will vary on different occasions, in different domains, as judged by different criteria. Concepts of "intelligence" are attempts to clarify and organize this complex set of phenomena. Although considerable clarity has been achieved in some areas, no such conceptualization has yet answered all the important questions and none commands universal assent*". *Intelligence: Knowns and Unknowns,* https://www.mensa.ch/sites/default/files/Intelligence_Neisser1996.

[4] Alan Mathison Turing (1912-1954) foi influente no desenvolvimento da ciência da computação e na formalização do conceito de algoritmo e computação, importante na criação do computador moderno. Turing foi o responsável pela "quebra do código" alemão (Enigma) na Segunda Guerra Mundial.



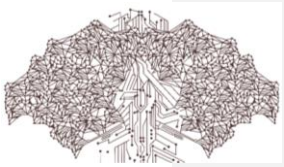
> seu sucesso, queixa quando suas válvulas se fundem, seja aquecido por lisonjas, seja miserável por seus erros, fique encantado pelo sexo, fique bravo ou deprimido quando não pode obter o que quer (TURING, 1950, p.445).

Quase setenta anos depois, a Inteligência Artificial está compondo música, escrevendo soneto, pintando quadro, criando arte, não necessariamente por causa de pensamentos e emoções sentidas como vaticinou Jefferson[5]. Definir pensamento, emoção, sentimento, bem como consciência, não é uma tarefa simples nem consensual. Na conferência Ethics of Artificial Intelligence, em 2016, na Universidade de Nova York, perante o argumento de distinção entre humano e artificial atribuído à consciência por alguns filósofos, o Prêmio Nobel de Economia Daniel Kahneman, psicólogo de formação, contra-argumentou: "Sobre o que afinal vocês estão falando? como podem considerar consciência ou ausência de consciência, se não avançamos em nada sobre o entendimento do que seja consciência?". Circunscrito a temática do artigo responder à essas questões não é essencial; o propósito é descrever e refletir sobre os impactos das tecnologias de IA na mediação, tomando como exemplo os algoritmos da rede social Facebook. Antes, porém, uma breve introdução ao campo da IA.

2. Contextualizando o Campo da Inteligência Artificial (IA)[6]

Cunhado em 1956 por John McCarthy, o termo "Inteligência Artificial" (IA) deu início a um campo de conhecimento associado com linguagem e inteligência, raciocínio, aprendizagem e resolução de problemas (RUSSELL; NORVIG, 2009). A IA propicia a simbiose entre o humano e a máquina ao acoplar sistemas inteligentes artificiais ao corpo humano (prótese cerebral, braço biônico, células artificiais, joelho inteligente e similares),

[5] Retornaremos à Turing, o que desejamos pontuar aqui é o seu papel como precursor das máquinas inteligentes.
[6] O conhecimento e informações da autora sobre IA têm origem (a) na leitura de extensa bibliografia, (b) em cursos, simpósios, e conferências no Brasil e no exterior e (c) nas interações da autora com o cientista da computação Davi Geiger, Courant Institute / NYU.



e a interação entre o homem e a máquina como duas "espécies" distintas conectadas (homem-aplicativos, homem-algoritmos de IA). Tema de pesquisa em diversas áreas - computação, linguística, filosofia, matemática, neurociência, entre outras -, remete à capacidade de raciocínio por máquinas, referenciado no funcionamento da mente humana. A diversidade de subcampos e atividades, pesquisas e experimentações, dificulta descrever o "estado-da-arte" atual da IA. Os estágios de desenvolvimento bem como as expectativas variam entre os campos e suas aplicações, que incluem os veículos autônomos, reconhecimento de voz, games, robótica, tradução de linguagem natural, diagnósticos médicos, assim por diante. Atualmente, os sistemas inteligentes permeiam praticamente todas as áreas de conhecimento.

> Por milhares de anos, tentamos entender como pensamos; isto é, como um mero punhado de matéria pode perceber, compreender, prever e manipular um mundo muito maior e mais complicado do que ele mesmo. O campo da inteligência artificial, ou IA, vai ainda mais longe: tenta não apenas compreender, mas também construir entidades inteligentes (RUSSELL; NORVIG, 2009, p. 1).

Existem inúmeras definições de Inteligência Artificial, reflexo das especificidades intrínsecas a cada campo de conhecimento. Russell e Norvig (2009) listam oito delas agrupadas em duas dimensões: (a) as relativas à pensamento, processos e raciocínio e (b) as relativas à comportamento.

> Historicamente, todas as quatro abordagens de IA tem seguidores, cada uma por pessoas diferentes com métodos diferentes. Uma abordagem centrada no ser humano, em parte, está associada a ciência empírica, envolvendo observações e hipóteses sobre o comportamento humano. Uma abordagem racionalista, envolve uma combinação de matemática e engenharia. Os vários grupos tem tanto depreciado quanto ajudado uns aos outros. (Idem, p. 2)

Duas definições generalistas servem ao propósito do artigo. A primeira de John McCarthy "É a ciência e a engenharia de fazer máquinas inteligentes, especialmente

programas de computador inteligentes"[7] e a segunda de Russell e Norvig "O estudo e concepção de agentes inteligentes, onde um agente inteligente é um sistema que percebe seu ambiente e realiza ações que maximizam suas chances de sucesso" (RUSSELL; NORVIG, 2009 - p.27).

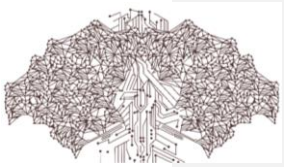
Russell e Norvig (2009)[8] aventam duas perguntas filosóficas: (a) pode a máquina atuar de forma inteligente? e (b) pode a máquina realmente pensar? Retomando ao "Teste de Turing", seu objetivo era a máquina "convencer" o interrogador de que ela era um ser humano. A dinâmica do teste consistia em colocar um observador numa sala se comunicando por meio de teletipo[9] com um computador em uma segunda sala e com um humano em uma terceira sala, por um período específico; o computador é inteligente se e somente se o observador não for capaz de perceber a diferença entre o computador e o humano. Não ficam claras algumas variáveis do teste, tais como o tempo de duração, as qualificações dos interrogadores e quais tópicos podem ser abordados (conteúdo das perguntas). Entre os questionamentos, evidenciam-se (a) o fato dos envolvidos serem alunos universitários, aumentando a probabilidade de respostas corretas, e (b) o fato de Turing nunca ter mencionado a necessidade de prover a máquina de memória, de criar um perfil, de capacitá-la a responder às perguntas. Reduzindo, em parte, suas ambições, Turing chega a propor substituir a pergunta "As máquinas podem pensar?" por "Pode um computador grande e rápido de uso geral ser programado para jogar o Jogo de Imitação?" (MCDERMOTT, 2014).

O filósofo Ned Block (2009) aponta algumas idiossincrasias do teste. A primeira está no fato da decisão derivar do comportamento discriminatório de um observador humano: os resultados são função do seu conhecimento e formação, ou seja, se o

[7] Q. What is artificial intelligence? A. It is the science and engineering of making intelligent machines, especially intelligent computer programs" Disponível em *http://jmc.stanford.edu/artificial-intelligence/what-is-ai/index.html*; último acesso em 29/jan/2018.

[8] Publicado originalmente em 1994 e seguido de várias novas edições, adotado nas universidades americanas como o livro de referência sobre IA.

[9] Aparelho telegráfico, transmite diretamente um texto por meio de um teclado datilográfico, registrando a mensagem, no posto receptor, sob a forma de letras impressas.



observador for um especialista em IA a probabilidade dele identificar corretamente a máquina é significativamente maior do que de um leigo. Ademais, substituir o conceito de inteligência pelo conceito de "passar no teste de Turing" parece a Block destituído de sentido.

> Se o propósito da substituição é prático, o teste de Turing não é um grande sucesso. Se alguém quiser saber se uma máquina joga bem xadrez ou diagnostica pneumonia corretamente ou se é capaz de planejar estratégia numa partida de futebol, o melhor é observar os resultados da máquina em ação, e não submetê-la ao teste de Turing. (Idem, p. 378)

O foco no desempenho e não na competência seria outra falha: "É claro que o desempenho é uma prova da competência, mas o núcleo de nossa compreensão da mente reside na competência mental, não no desempenho comportamental" (BLOCK, 2009, p. 384).

> O que temos discutido até agora é o primeiro tipo de definição de inteligência, a definição da palavra, não a coisa em si. A definição de Turing não é o resultado de uma investigação empírica sobre os componentes da inteligência do tipo que levou à definição de água como H2O. […] Uma maneira completamente diferente de proceder é investigar a própria inteligência como os físico-químicos investigam a água (Idem, p. 384)

Para Block (2009), na abordagem computacional, a discussão restringe-se a um aspecto da mente, a inteligência. "Para os nossos propósitos, podemos pensar a inteligência como uma capacidade para atender a várias atividades inteligentes, tais como a resolução de problemas de matemática, decidir ir ou não para a pós-graduação e descobrir como é feito o spaghetti" (p. 392).

Os questionamentos ao "Teste de Turing" são pertinentes, vários elementos não são devidamente esclarecidos e o teste carece de rigor científico. No entanto, ele preserva seu mérito na medida em que introduz os meandros do campo da IA. As nove objeções e as réplicas de Turing (TURING, 1950) ainda fazem sentido no estágio atual de desenvolvimento da IA.

A seguir alguns conceitos - chave que facilitam o entendimento posterior da relação da Inteligência Artificial com a mediação na comunicação e nas redes sociais.

a) Máquinas inteligentes vs Cérebro

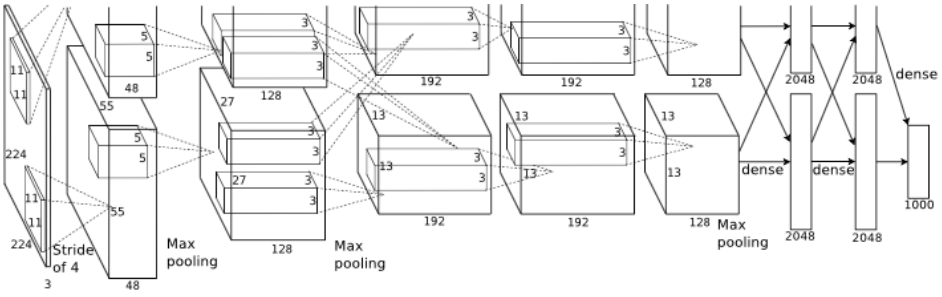
As chamadas máquinas inteligentes não reproduzem o funcionamento do cérebro, cuja complexidade, e ainda relativamente pouco entendimento, inviabiliza qualquer tentativa nessa direção. É mais correto dizer que a construção das máquinas de IA é inspirada no cérebro humano. A parte do córtex do cérebro, espécie de “capacete” que reverte o cérebro, é onde está a inteligência humana. O cérebro é composto de neurônios, que por sua vez são formados por detritos que se conectam por meio de sinapses: cada vez que os detritos dos neurônios se encontram provocam uma sinapse (conexão). Essa configuração, por analogia, é a chamada Redes Neurais, ou “Coneccionismo", em que o equivalente aos neurônios no computador são as unidades, ou seja, cada unidade do computador equivale a um neurônio no cérebro humano. Se temos 100 “sinapses" num computador, significa que temos 100 informações chegando e se conectando. As novas unidades, localizadas num novo layer (“camadas"), recebem as informações, processam e “cospem” o output para as unidades de um novo layer.

No processo de visão, por exemplo, a retina, um censor de luz, representa o primeiro layer. A retina é impactada por feixes de luz, que são as primeiras informações originadas no exterior. O mesmo se passa no ouvido com relação ao som, no olfato com relação ao cheiro, e no tato com relação a sensibilidade. São informações elétricas e químicas, posteriormente enviadas para o cérebro. O aparelho perceptivo da visão é o único dos sentidos em que o primeiro layer contém neurônios (logo, já é “cérebro”). Não por coincidência é o mais sofisticado, correspondendo a 1/3 do cérebro, ou seja, esta parcela do cérebro é dedicada à visão (a segunda atividade predominante no cérebro são os movimentos). A luz inicialmente encontra o censor da retina, que é o primeiro layer, em seguida segue para um novo layer, neste caso localizado na parte de trás do cérebro, chamada de V1, continua se deslocando entre vários layers, até retomar para a parte frontal do cérebro (vision path way). O cérebro tem 10 áreas, e cada área cerca de 140 milhões de neurônios.

O computador criado pela Microsoft há dois anos atrás, considerado o mais avançado atualmente na tarefa de reconhecimento de imagem - Image res.Net - tem 152 layers, ou seja, as unidades vão se conectando e transmitindo informação a outras unidades ao longo de 152 layers.

Fazendo um paralelo entre a visão humana e a câmara fotográfica, a nossa retina corresponde ao sensor de imagem da câmara. Em ambos, o que desencadeia o processo é a incidência de luz. O input da luz se transforma num número. Como isso é possível? A luz é composta de fótons, então importa calcular quantos fótons “caíram" na minha retina por unidade de tempo. Simplificando, o que permite diferenciar um objeto de outro é o exatamente o numero de fótons que sensibilizam a retina. Se todos os inputs viram números, temos um conjunto de números no primeiro layer. O processo é semelhante no cérebro e nas máquinas inteligentes. Cada unidade (unit), que corresponde ao neurônio humano, tem a decisão em relação ao que ela envia adiante para outro layer (ou não envia), observando-se que o que sai não necessariamente é igual ao que entrou no layer anterior significando certo grau de autonomia.

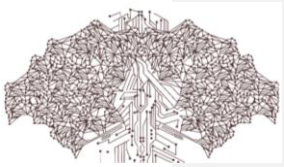
Cada unit recebe informações (inputs) de muitas units do layer anterior. No estado de evolução atual da IA, o operador humano arbitra o número de layers. No futuro, existe forte indicação neste sentido, as máquinas vão construir outras máquinas inteligentes (sem arbitragem humana). O que define uma máquina inteligente são dois componentes: o valor de cada conexão e a arquitetura, traduzido no número de layers. A figura abaixo ilustra uma arquitetura típica, com a delimitação de responsabilidades entre duas CPUs (Central Processing Unit):



Fonte: 4824-imagenet-classification-with-deep-convolutional-neural-networks, p.5.

b) Machine Learning

Subcampo da IA, dá aos "computadores a capacidade de aprender sem serem explicitamente programados. Arthur Lee Samuel, um pioneiro norte-americano no campo de jogos de computador e inteligência artificial, cunhou o termo “Machine Learning" em 1959 (enquanto funcionário da IBM). Evoluindo a partir do estudo do reconhecimento de



padrões e da teoria de aprendizagem computacional na IA, o Machine Learning explora o estudo e a construção de algoritmos que podem aprender e fazer previsões sobre dados - esses algoritmos seguem instruções estritamente estáticas ao fazer previsões ou decisões baseadas em dados, através da construção de um modelo a partir de entradas de amostra. O aprendizado de máquina é empregado em uma variedade de tarefas de computação, onde o projeto e programação de algoritmos explícitos com bom desempenho é difícil ou inviável.

A técnica não ensina as máquinas a, por exemplo, jogar um jogo, mas ensina como aprender a jogar um jogo. O processo é distinto da tradicional "programação". Para fazer uma máquina "aprender" algo, é possível utilizar diversas técnicas baseadas em princípios lógicos e matemáticos, mais ou menos complexos. O objetivo é fazer com que um sistema apreenda informações dadas e execute uma tarefa visando o melhor resultado, sem depender de interferência humana. É um método usado para conceber modelos e algoritmos complexos que se prestam à previsão. Esses modelos analíticos permitem que pesquisadores, cientistas de dados, engenheiros e analistas produzam decisões e resultados confiáveis e replicáveis, e revelem "idéias ocultas" através da aprendizagem de relacionamentos históricos e tendências nos dados.

c) Deep Learning

Na década de 1980, inspirados no cérebro humano, cientistas da computação criaram um subcampo da ML (Machine Learning) propondo um processo de aprendizado com base nas redes neurais, com resultados mais concretos nesta década. O pioneiro foi Geoffrey Hinton, com a ideia de "Neural Networks" em artigo publicado na Revista Nature de 1986[10]. Começou a florescer na década de 1990, em função (a) da crescente disponibilidade de grande quantidade de dados (Big Data), (b) da maior capacidade computacional e (c) da evolução dos algoritmos. O foco são problemas solucionáveis de natureza prática, relacionados a uma tarefa concreta. "As redes

[10] "Learning representations by back-propagating errors", David E.Rumelhart, Geofrrey E. Hinton & Ronald J. Williams, Nature, Vol. 323, October,1986. Disponível em https://www.iro.umontreal.ca/~vincentp/ift3395/lectures/backprop_old.pdf. Acesso em 29/jan/2018.

profundas ainda funcionam em domínios relativamente restritos, mas estamos vendo resultados mais impressionantes todos os dias à medida que as redes aumentam e são treinadas com mais dados" (ALPAYDIN, 2016, p.109).

O treinamento de uma rede neuronal artificial consiste em mostrar exemplos e ajustar gradualmente os parâmetros da rede até obter os resultados requeridos, denominado "aprendizagem supervisionada": são fornecidos os resultados desejados (output) e, por "tentativa e erro" (processo das máquinas não inteiramente conhecido/dominado pelos humanos) chega-se ao resultado - meta.

> Uma vez que temos dados - e hoje em dia temos dados "grandes" - uma computação suficiente disponível - e agora temos centros de dados com milhares de processadores - apenas esperamos e deixamos o algoritmo de aprendizagem descobrir tudo o que é necessário por si só. […] Descobrir essas representações abstratas é útil não só para a previsão, mas também porque a abstração permite uma melhor descrição e compreensão do problema (ALPAYDIN, 2016, p.108).

A rede geralmente tem entre 10-30 layers empilhados de neurônios artificiais. Num reconhecimento de imagem, por exemplo, o primeiro layer procura bordas ou cantos; os layers intermediários interpretam as características básicas para procurar formas ou componentes gerais; e os últimos layers envolvem interpretações completas. Na identificação de fotos nas redes sociais, a máquina percebe padrões e "aprende" a identificar rostos, tal como alguém que olha o álbum de fotos de uma família desconhecida e, depois de uma série de fotos, reconhece o fotografado. O reconhecimento de voz, que junto com a visão computacional está entre as aplicações mais bem-sucedidas, já permite a comunicação entre humanos e máquinas, mesmo que ainda precária (Siri, Alexa, Google Now). Na cognição, onde estão os sistemas de resolução de problemas, ocorreram igualmente importantes avanços.

No senso comum, Inteligência Artificial está associado aos filmes de ficção científica com os robôs, em geral, ameaçando a espécie humana. A robótica, contudo, é apenas um dos campos de aplicação da IA, e já estão disponíveis no mercado "robôs do bem". Na maior conferência de tecnologia da Ásia, Rise, em Hong Kong, na edição de

julho/2017, a Ubtech Robotics apresentou o Alpha 2 como o primeiro humanoide para a família, capaz de lembrar compromissos, fazer pequenos reparos, cozinhar, configurar alarmes, lembrar horários de medicamentos, fazer ligações telefônicas, checar mensagens de voz, ler e enviar textos e emails. Seu antecessor, o Alpha 1 pode ser comprado na Internet por R$ 1.541,45. O robô Sophia participou como palestrante na Rise sobre o tema "o papel dos robôs no futuro da humanidade". Produzido pela Hanson Robotics, Sophia incorpora a beleza clássica de Audrey Hepburn, foi capa de revista feminina, cantou em concerto, e debateu em fóruns de negócios.

d) Algoritmos

Algoritmo é um conjunto de instruções matemáticas, uma seqüência de tarefas para alcançar um resultado esperado em um tempo limitado. Os Algoritmos antecedem os computadores – o termo remonta ao século IX ligado ao matemático al-Khwãrizmi, cujo livro ensinava técnicas matemáticas a serem equacionadas manualmente. "Algorismus" era originalmente o processo de calcular algarismos hindo-arábicos. Ed Finn (2017) define um Algoritmo como "qualquer conjunto de instruções matemáticas para manipular dados ou raciocínio através de um problema" [p.17] ou, numa definição pragmática, "os algoritmos são adequados para um propósito, iluminando caminhos entre problemas e soluções" (p.18). Brian Christian e Tom Griffiths (2016) extrapolam o conceito para além do âmbito da matemática : "Quando você cozinha pão a partir de uma receita, você está seguindo um algoritmo, o mesmo quando você tricota uma peça com base num determinado padrão. […] Algoritmo faz parte da tecnologia humana desde a Idade da Pedra" [p.4]. De forma mais pragmática, o Google define Algoritmo como "processos e fórmulas computacionais que levam suas perguntas e as convertem em respostas" (Algorithms - Inside Search - Google). Seja como for, o Algoritmo é hoje um conceito fundamental na ciência da computação (e em nossas vidas).

O Algoritmo é a matemática da Inteligência Artificial. Ao combinar múltiplas formas de cálculos estatísticos na análise de dados, permite desde compreender o comportamento dos usuários das redes sociais, ou até mesmo identificar "suspeitos" a serem eliminados por Drones militares, passando por determinar o grau de periculosidade de criminosos e consequentemente a pena do condenado (Compas - Correctional Offender Management Profiling for Alternative



Sanctions). Os Algoritmos de Inteligência Artificial interferem nos processos de contratação de empréstimo bancário e de profissionais, nos diagnósticos médicos, e estão substituindo os humanos em inúmeras tarefas, mecânicas e cognitivas.

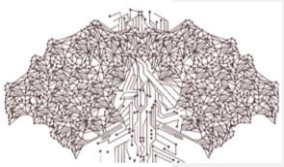
3. Os Algoritmos de IA Alteram a Mediação (Interação e Comunicação)

Como enfatiza Fernanda Bruno (2003) "seja pelo corpo, pelas capacidades cognitivas, pelas estruturas simbólicas, pelos intermediários humanos ou pela tecnologia, nossa experiência do mundo se dá por mediações" (p. 2). A crença nos primórdios da Internet de um local sem centro de decisão, sem controle, sem filtragem ou seleção das informações, ou seja, sem mediadores, não parece coerente nem com a diversidade das interfaces digitais nem com a expansão contínua dos algoritmos. As características das redes digitais - descentralizada, promotora da autonomia individual e da redistribuição do poder, transparente, etc. - de certa forma induz a essa percepção equivocada, mas como argumenta Bruno (2003)

> A transparência da informação que vigora na Internet implica não uma supressão dos mediadores, mas uma mudança na sua 'natureza' e no seu modo de atuação. Talvez possamos afirmar que a Internet elimina ou transforma os mediadores tradicionais – jornalistas ou homens de comunicação em geral, políticos, Estado, produtores culturais (editores, marchands, críticos de arte, indústria fonográfica etc) – mas não implica a supressão da mediação ela mesma (pp.4-5).

A mediação não está confinada a comunicação e formas relacionadas de mídia, mas permeia toda atividade humana e não-humana. Neste sentido, Grusin (2015) propõe repensar o conceito de mediação, e introduz a ideia de "Mediação Radical" em que a mediação não se interpõe entre um sujeito e um objeto preexistentes, mas traduz ou gera experiências, e não ocorre exclusivamente entre humanos.

> Como a transação e outros dados são agora coletados, minados e analisados em quase tudo o que os humanos e os não-humanos fazem, a mediação de dados molda todos os tipos de ação institucional. E como os defensores da internet das coisas



> trabalham para um mundo no qual todos os seres humanos e não-humanos estejam interligados e mediados, a ligação da mediação com a comunicação, tão essencial nos séculos XIX e XX e ainda relevante, precisam ser desfeitas ou abertas para que a mediação possa ser vista como um processo mais fundamental do que qualquer mídia ou comunicação jamais poderia sugerir ou pretender (GRUSIN, 2015, p.138).

O tema da mediação é complexo e objeto de múltiplas abordagens (Simondon, Hegel, Adorno, Benjamin, Peirce, McLuhan, Callon, Latour, Martin-Barbero, Santaella, Di Felice). O foco do artigo não é o conceito de mediação; apenas como tentativa de fortalecer os argumentos antes de entrar no tema - descrever e refletir sobre a complexidade adquirida com a inclusão dos algoritmos de IA - pontuamos duas contribuições (a) a introdução dos atores "não-humanos" ou mediação técnica e (b) indivisibilidade dos atores no contexto das redes digitais.

Na década de 1980, um grupo de franceses liderados por Michael Callon e Bruno Latour introduziu novos elementos na mediação consolidados na Teoria Ator-Rede (TAR), como mediação técnica e a agência não - humana (LATOUR, DATA). No texto On Technical Mediation: Philosophy, Sociology, Genealogy, Latour (1994) propõe quatro definições para mediação, sendo a mediação técnica o tema da "Mediação como Caixas Pretas Reversíveis". Latour indaga por que é tão difícil mensurar, qualquer que seja a precisão, o papel da mediação técnica. A resposta estaria no fato de que a ação que está se tentando medir está sujeita a uma "caixa-preta", a qual torna totalmente opaca a produção conjunta dos atores. Qualquer objeto é uma "caixa preta", que contém diversos outros objetos e distintas montagens. Numa situação normal, esses objetos permanecem "silenciosos", invisíveis, transparentes, mas isso não significa que não exista movimento, que eles não estejam mediando ações. Os algoritmos de Inteligência Artificial, ao "filtrar" o fluxo de informações, interferem na mediação entre os usuários da web como agentes "silenciosos" e invisíveis, coerente com o conceito de "Mediação Técnica" de Latour.

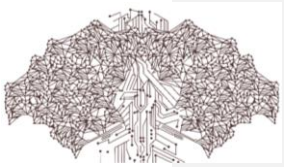
No âmbito das redes digitais, Di Felice (2009) enfatiza a mudança dos contextos de sociabilidade no século XXI que se manifestam em ambientes híbridos, no interior dos

quais os atores são indivisíveis. As redes digitais alteraram não somente a estrutura física e arquitetônica, mas o próprio significado de habitar. Para ele, a digitalização é um "processo de conexão que faz com que uma matéria, sem perder a própria substância, sem perder a própria característica, adquira pelo processo de digitalização um conjunto de outras possibilidades e de performances que inevitavelmente vão alterar a própria substância material originária (DI FELICI, 2017, p.140).

Os Agentes Inteligentes, por exemplo, em simbiose com os humanos e outros atores, agem como facilitadores ou mediadores da comunicação digital. “São seres eletrônicos indispensáveis ao funcionamento da sociedade em tempo real” (SANTAELLA, 2010b, p.108). Denominados inicialmente de “Knowbots” (robôs do saber), “buscam informações em centenas de bases de dados, sites, bibliotecas, revistas, jornais do ciberespaço, de acordo com instruções baseadas nos centros de interesse de indivíduos ou grupos” (BRUNO, 2003, p.6). Essa mediação foi antecipada em meados dos anos 1990 por Nicholas Negroponte (1995) como “aquilo que chamamos de interfaces baseadas em agentes é o que vai emergir como maneira predominante de computadores e pessoas comunicarem-se uns com os outros” (p.101).

No século XXI, interagimos no cotidiano com dispositivos mediados pela IA[11], precisamente pelos algoritmos de IA que, como uma linguagem matemática, são utilizados em distintos processos. Os chamados “hyper-parameters” são variáveis que determinam a estrutura da rede e a forma como a rede foi treinada e, em geral, são definidas por especialistas; existem os parâmetros estimados pelo processo de “Deep Learning” (autonomia relativa), para citar duas configurações possíveis. Parte do sucesso da Netflix, por exemplo, está em seu sistema de personalização, em que algoritmos analisam as preferências do usuário (e de grupos de usuários com preferências semelhantes) e, com base nelas, sugere filmes e séries. Acessamos sistemas inteligentes para programar o itinerário com o Waze, pesquisar no Google e receber do Spotify recomendações de músicas. A Siri, da Apple, o Google Now e a Cortana, da Microsoft, são assistentes pessoais digitais inteligentes que nos ajudam a localizar informações úteis

[11] Propositalmente, substituímos o termo “máquina” por “dispositivo”, pela forte associação/conteúdo do primeiro as “máquinas mecânicas”.



com acesso por meio de voz. A mediação comunicacional extrapola os "suportes" tradicionais, contemplando, dentre outros, os eletrodomésticos: o conceito de "geladeira inteligente" é de "family hub", ou seja, a geladeira ser um centralizador de informações da família, com recursos simples como uma tela para fixar anotações e fotos, aos mais sofisticados como a visualização no smartphone do seu interior.

A título de ilustração, vejamos como os algoritmos de IA da rede social Facebook transformam a mediação entre seus usuários.

Mediação dos Algoritmos do Facebook

O Facebook AI Research (FAIR), criado em 2013, dedica-se ao desenvolvimento do campo da Inteligência Artificial visando criar tecnologias que promovam novas possibilidades de comunicação (mediações). O espectro das pesquisas abrange variados tópicos - tais como teoria, algoritmos, aplicativos, infra-estrutura de software e de hardware - e são compartilhados em publicações, software aberto, eventos e fóruns acadêmicos. As tecnologias de IA estão presentes em distintos produtos e iniciativas do Facebook, vamos nos ater aos impactos na mediação com os usuários no conteúdo publicado no "Feed de Notícias".

O Facebook utiliza algoritmos de IA no gerenciamento do que deve ou não ser mostrado na timeline (ou Feed de Notícias) de seus usuários, ou seja, o que é publicado em primeiro plano na tela principal do usuário. São disponibilizados diariamente cerca de 2 mil itens para cada usuário (mensagens, imagens, vídeos etc.). Dentre esse conjunto de informações, os algoritmos do Facebook identificam as preferências e interesses do usuário e selecionam de 100 a 150 itens a serem exibidos no Feed de notícias desse usuário, com a intenção de facilitar sua experiência. A seleção assertiva de "conteúdos relevantes" é processada por meio dos algoritmos de IA manipulando um conjunto de dados gerados das interações do usuário na sua rede de relacionamento, tais como seus "Likes", suas publicações (posts), as publicações comentadas e o conteúdo dos comentários, as publicações compartilhadas, as fotos publicadas e compartilhadas, as conexões prioritárias, o tempo de permanência em determinado tipo de postagem, em suma, todos os rastros da atividade do usuário na rede social. Com os dados coletados, os

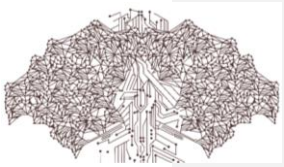
algoritmos buscam combinações e intersecções com base em quatro macro fatores: (a) quem postou, considerando o nível de interação entre os usuários, (b) quando postou (quanto mais recente maior a chance de aparecer no Feed de notícias), (c) tipo de conteúdo, com base na pesquisa de suas preferências e interesses, e (d) engajamento com o post, sua e de sua rede. Em paralelo, o Facebook segue um procedimento de categorização, conferindo prioridade a (a) amigos e família, (b) postagens informativas, (c) entretenimento, (d) convergências de opiniões e ideias, e (e) autenticação (elimina os spam, boatos, etc.). Periodicamente, são implementadas alterações, em geral, testadas em regiões pré-selecionadas (função das características do novo produto/sistemática) e anunciadas previamente[12].

Em janeiro de 2018, o Facebook anunciou uma mudança na classificação das mensagens no Feed de notícias, motivado, em parte, pela proliferação das Notícias Falsas (“Fake News”) que tiveram grande impacto nas eleições americanas de 2016, e, prioritariamente, para atender ao interesse de seus usuários. Pesquisas da própria rede social (complementadas por pesquisas externas), indicaram que os usuários preferem (“se sentem melhor”) interagir com conteúdos publicados por amigos e familiares[13]. Os algoritmos passaram a privilegiar as publicações de amigos e familiares em detrimento de publicações jornalísticas, de empresas e vídeos virais, ou seja, promover conteúdo originado de "interações significativas” e reduzir o "conteúdo passivo”.

> Uma das principais razões pelas quais as pessoas vêm ao Facebook é ver o que está acontecendo em seus News Feeds. Nosso objetivo com News Feed sempre foi mostrar às pessoas as coisas que eles querem ver. Quando as pessoas vêem conteúdo que é relevante para eles, tornam-se mais propensas a se envolver com News Feed. […] Como parte de uma pesquisa em andamento, perguntamos à centenas de milhares de pessoas como se sentem sobre o conteúdo em seus News Feeds. As pessoas nos disseram que

[12] Para acompanhar as mudanças e comunicados do Facebook: https://br.newsroom.fb.com.

[13] Pesquisa interna: grupo focal, 24 horas observando dois grupos de usuários, um concentrado em publicações de amigos/família e outro, publicações em geral. Fonte: entrevista no Facebook Brasil, janeiro/2018.



> queriam ver mais histórias de amigos e páginas sobre as quais eles se preocupavam e menos conteúdo promocional.[14]

O risco é privar os usuários de conteúdo jornalístico de qualidade (além de impactar os sites de notícias cuja audiência é maximizadas pelas redes sociais digitais[15]).

A principal crítica a esse sistema inteligente do Facebook (ou qualquer rede social digital) é a formação de "bolhas", ao promover a homogeneização das relações sociais. Wendy Hui Kyong Chun[16] introduz o conceito de "Homofilia" (gostar dos iguais) associado aos algoritmos das mídias sociais como criadores de "clusters", ou seja, mantém as pessoas em círculos sociais fechados, formado por iguais (pensamento, vivência, histórico, etc.). Trata-se de um tema polêmico, pode-se considerar o sentido de causa-efeito inverso: os algoritmos "entregam" o que os usuários desejam e, em geral, eles preferem se relacionar com seus iguais (fenômeno que antecede as tecnologias digitais, parte constitutiva da natureza humana, e mesmo dos animais). O fato observável é que os amigos "conservadores" tendem a desaparecer do Feed de Notícias de um usuário progressista (e vice-versa): os algoritmos do Facebook privilegiam os posts que recebem mais "likes"e/ou são mais comentados e compartilhados.

Os contra-argumentos do Facebook[17] são:

a) As mudanças são sempre implementadas com transparência e responsabilidade, antecedidas de pesquisas sobre os desejos e as expectativas dos usuários, e anunciadas previamente. O foco é sempre o usuário ("consumer-driven");

b) O Facebook tem compromisso permanente com a diversificação das informações, pontos de vista, visões, que circulam em sua plataforma;

[14] Fonte: https://www.facebook.com/business/news/update-to-facebook-news-feed.

[15] Pesquisa do Pew Research Center, apurou que 67% dos americanos em 2017 acessaram notícias por meio das mídias digitais, incluindo os usuários maiores de 50 anos.

[16] Palestra proferida no Festival Transmediale, Berlim, fevereiro/2017.
[17] Fonte: entrevista com equipe do Facebook Brasil, janeiro/2018.

c) Os usuários da plataforma têm relativo controle sobre seu Feed de Notícias, por meio de ajustes tais como “See First”, que decide quem e/ou que será privilegiado na seleção.



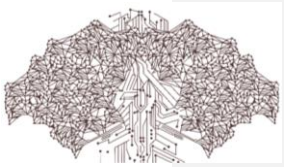
4. Considerações Finais

O dilema conveniência versus privacidade permeia os debates entre especialistas, acadêmicos e usuários da Internet, e tem sido destaque nos congressos e conferências[18]. A percepção predominante é a de que estamos cada vez mais dispostos a trocar nossos dados pessoais, advindos da movimentação online ("rastros digitais”), por conveniência — no sentido amplo: desde o acesso ao Facebook e ao Google e a tudo que essas plataformas oferecem, até o compartilhamento nas redes sociais, ou em comunidades de interesse, de questões específicas em busca de recomendação, solidariedade, troca de experiências, passando pelo acesso do aplicativo Waze aos nossos itinerários (rotinas).[19] Parte do significado do termo “conveniência" advém de sua relevância (quanto mais relevante, maior a percepção de utilidade e/ou conveniência).

Não por coincidência, a movimentação da web é cada vez mais baseada no conceito de “relevância”. Em seus primórdios, a Internet e a web ofereciam a perspectiva de "livro acesso” a toda e qualquer informação, se opondo a tradição da mídia com a figura do “GateKeeper”.

[18] Predominou, por exemplo, na Conferência RISE, o maior evento de tecnologia da Ásia, em sua versão de julho/2017.

[19] Não por acaso, cresce a exposição pública de temas até recentemente restritos ao âmbito privado (referência sexual, atividade sexual, questões de gênero, saúde, e similares).



Recentemente, o avanço dos algoritmos representou uma mudança no modo como a informação flui nas redes digitais, e como ela é personalizada por filtragens de conteúdo. Para Eli Pariser (2011) houve um deslocamento do Gatekeeper humano para o Gatekeeper algoritmo. O ativista político alerta que o Facebook não é o único que usa algoritmos para priorizar os conteúdos relacionados à um conjunto particular e individual de informações online, em um processo denominado por ele de "Filter Bubbles". O que as companhias de tecnologia - Facebook, Google - mostram é o que o usuário quer ver, e não o que o usuário "deveria ver". "Temos que assegurar que a web nos dê acesso não só ao que é relevante, mas também ao que é importante, desconfortável, desafiador e outros pontos de vista".[20]

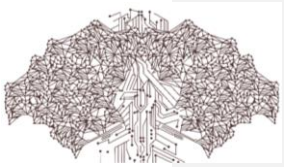
A matemática americana Cathy O'Neil (2016) destaca a quantidade significativa de poder do Facebook (assim como Google, Apple, Amazon, e outros conglomerados de tecnologia), na manipulação dos dados gerados pela movimentação de seus usuários, com interferência direta nos processos de mediação. Ela ilustra seu ponto de vista com o produto "voter megaphone", concebido para estimular os americanos à cumprir seu "dever cívico" de votar[21]. Durante as campanhas eleitorais de 2010 e 2012, os pesquisadores do Facebook observaram a influência dos posts sobre o comportamento do potencial eleitor, ou seja, a sensibilidade do potencial eleitor aos distintos conteúdos e formatos da publicações nos Feeds de notícias da plataforma.

> Nenhum pesquisador teve a oportunidade de acessar um laboratório humano dessa escala. Em poucas horas, o Facebook poderia colher informações de dezenas de milhões de pessoas, ou mais, medindo o impacto que suas palavras e links compartilhados. E poderia usar esse conhecimento para influenciar as ações das pessoas, o que, nesse caso, foi a decisão de votar ou não votar (O'NEIL, 2016, pp.180-181).

Não há consenso entre os experts sobre o futuro da Inteligência Artificial. Em relação ao tempo de concretização de uma "máquina inteligente", as pesquisas entre especialistas indicam 10% de probabilidade até 2020, 50% de probabilidade até 2040 e 90% de probabilidade até 2075,

[20] PARISER, TED "Tenha cuidado com os filtros bolhas on-line", 2011, disponível em https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=pt-br. Acesso em 29/jan/2018.

[21] "Estudos demonstraram que a satisfação silenciosa da realização de um dever cívico é menos propensa a mover as pessoas do que o possível julgamento de amigos e vizinhos"" (O'NEIL, 2016, p.180).



supondo que as atividades de pesquisa continuarão sem maiores interrupções (BOSTROM, 2014). Essas mesmas pesquisas apontam ser alta a probabilidade da superinteligência[22] ser criada em seguida a máquina inteligente no nível humano. Para Kevin Kelly a vantagem obtida com a cognição de objetos inertes será centenas de vezes mais perturbadora para nossas vidas do que as transformações obtidas pela industrialização (KELLY, 2010). "A chegada do pensamento artificial acelera todas as outras rupturas" (Idem, p. 30), e inaugura novas formas de mediação. Torna-se difícil identificar quem ou o que está agindo, e em localizar, compreender e isolar o papel e a função dos humanos e da tecnologia. O que caracteriza o "ser humano" tradicional encontra-se alargado pelo acoplamento com tecnologias, impossibilitando a identificação dos limites do que seja humano e não - humano; os limites do próprio corpo e da cognição estão expandidos. Temos desde as "tecnologias vestíveis" (Wearable) até a introdução de dispositivos de IA. Trata-se de inéditas mediações, de interações e diálogos entre inteligências.

5. Referências

ALPAYDIN, Ethem. Machine Learning. Cambridge, MA: MIT Press, 2016.

ANDERSON, Chris. The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete. Wired, 2008.

AIKEN, M. **The Cyber Effect: A Pioneering Cyberpsychologist Explains How Human Behaviour Changes Online**.. NY: Penguin Random House, 2016.

BENTLEY, R.A.; O'BRIEN, M. **The Acceleration of Cultural Change: from Ancestors to Algorithms**. Cambridge, MA: MIT Press, 2017.

BLOCK, Ned. The Mind as The Software of the Brain. Chapter 11, Thinking: Invitation to Cognitive Edition, Vol.3, Ed. by Edward E. Smith/Daniel N. Osherson. London, MIT Pres, 2009.

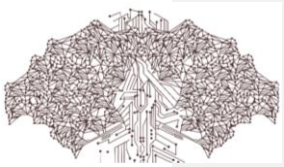
BOSTRON, N. **Superintelligence: Paths, Dangers, Strategeis**. UK: Oxford, 2014.

BRUNO, Fernanda. **A rede e o problema da mediação: uma nota sobre o ciberespaço**. Série Documenta, Rio de Janeiro, v. VIII, n. 1213, p. 185212, 2003.

BRYNJOLFSSSON, E.; MCAFEE, A. T**he Second Machine Age: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies**. NY: W.W. Norton&Company, 2016.

CHIRSTIAN, B.; GRIFFITHS, Tom. **Algorithms to Live By: The Computer Science of Human Decisions**. New York: Picador, 2017.

[22] Nick Bostrom (2014), no livro "Superintelligence", define superinteligência como "um intelecto que excede em muito o desempenho cognitivo dos seres humanos em praticamente todos os domínios de interesse".



DI FELICE, M. **Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. São Paulo: Annablume, 2009.

_____. **O Comum Digital: as dimensões conectivas e o surgimento de um novo comunitarismo**. **Revista Vida Pastoral**, Sao Paulo, 2016. Disponível em: http://www.vidapastoral.com.br/artigos/pastoral-e-comunicacao/...-dimensoes-conectivas-e-o-surgimento-de-um-novo-comunitarismo/ . Acesso em: 16 setembro 2016.

_____. **Redes digitais e significados da crise do Ocidente**. **Revista Paulus**, Sao Paulo, 2017. Disponivel em: http://fapcom.edu.br/revista-paulus/index.php/revista-paulus. Acesso em: 1º março 2017a.

_____. **Net-Ativismo: Da ação social para o ato conectivo**. São Paulo: Paulus, 2017b.

FINN, Ed. **What Algorithms Want: Imagination in the Age of Computing**. Cambridge, MA: MIT Press, 2017.

GRUSIN, Richard. **Radical Mediation**. **Critical Inquiry, Vol. 42, No. 1**, pp. 124-148. The University of Chicago Press, 2015. Disponível em: http://www.jstor.org/stable/10.1086/682998 Acesso em: 10 fevereiro 2017.

HARARI, Y.N. **Homo Deus: uma breve história do amanhã**. Sao Paulo: Companhia das Letras, 2016.

KAUFMAN, D. **O Despertar de Gulliver: os desafios das empresas nas redes digitais**. Lisboa, mediaXXI, 2017.

KELLY, Kevin. **What Technology Wants**. Nova York: Viking Press, 2010.

_____. **The Inevitable: understanding the 12 technological forces that will shape our future**. NY: Viking, 2016.

LATOUR, B. **On Technical Mediation: Philosophy, Sociology, Genealogy**. Common Knowledge, v. 3, n. 2, pp. 29-64, 1994. Disponível em: <http://www.brunolatour.fr/article?page=5>. Acesso em: 20 março 2014.

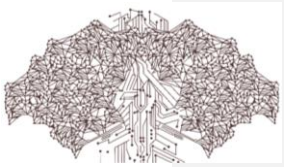
_____. **Reagregando o Social: uma introdução à teoria do Ator-Rede**. Salvador/Bauru: EDUFBA/EDUSC, 2012.

LAZARSFELD, P.; MERTON, R. **Mass communication, popular taste and organized social action**. In: BRYSON, L. **The communication of ideas**. New York: Harper, 1948. pp. 95-118.

LIAO, M. **Moral Brains: The Neuroscience of Morality**. UK: Oxford Press, 2016.

MCDERMOTT, D. **Imitation Game:Assessing The Theory Behind the Movie**. 2014. Desponível em: http://www.thecritique.com/articles/what-was-alan-turings-imitation-game/. Acesso em 10/01/2018.

NEUMAN, W. Russell. **The Digital Difference: Media Technology and the Theory of Communication Effects**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2016.



O'NEIL, Cathty. **Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy**. NY: Crown, 2016.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: what the Internet is Hiding from you.** Uk: Penguin, 2011

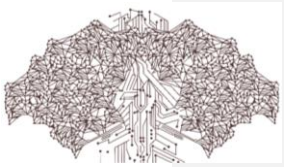
RUSSELL, S.J.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence: A Modern Approach**. New Jersey: Prentice Hall, 2009 (3º Ed.).

SANTAELLA, L. **Pós-Humano, pós-humanismo e anti-humanismo: discriminações**. **No livro pós-humanismo: as relações entre o humano e a técnica na época das redes**. Organizadores: Massimo Di Felice e Mario Pireddu. Sao Caetano do Sul: Difusão, 2010a.

_____. **Cultura e artes do pós-humano: Da cultura das mídias a cibercultura**. Sao Paulo: Paulus, 2010b (4º edição).

SHANAHAN, M. The Technological Singularity. Cambridge MA: MIT Press, 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



INTERNET DAS COISAS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: NOVAS POSSIBILIDADES PARA A PUBLICIDADE[1]

Claudir Segura[2]; Missila Loures Cardozo[3]

Resumo
Trata-se de uma pesquisa exploratória sobre como a inteligência artificial e a internet das coisas vem alterando as produções em Publicidade e Propaganda, bem como os processos criativos nesta área. A questão central foi identificar a utilização da inteligência artificial e da internet das coisas como ferramental na criação para publicidade e iniciar um entendimento sobre seus impactos a médio e longo. Este estudo preliminar foi desenvolvido através de pesquisa documental sobre internet das coisas, inteligência artificial e publicidade e propaganda. A principal constatação é de que tanto a internet das coisas, quanto a inteligência artificial tem contribuído para uma significativa mudança na criação e produção em publicidade e propaganda, com uma maior assertividade na peças produzidas e maior interatividade em relação ao receptor.

Palavras-chave

Internet das Coisas, Inteligência Artificial, Publicidade e Propaganda.

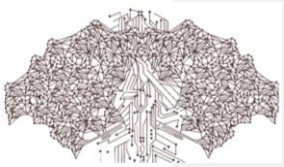
1. Introdução

Pode-se ponderar que as mudanças que vem ocorrendo na sociedade contemporânea são volumosas e aceleradas em comparação com o processo evolutivo da humanidade. Nos últimos 50 anos os avanços da tecnologia imprimiram uma velocidade de mudanças nos processos de muitas áreas do conhecimento. Com a comunicação não foi diferente. O advento da internet foi um dos grandes aceleradores de alterações nas relações sociais e na forma de consumo de produtos e de informação.

1 . Artigo apresentado ao **Eixo Temático 15:** Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Doutor em Processos Cognitivos e Ambientes Digitais pela PUC-SP do programa de Tecnologia da Inteligência Coletiva e do Design Digital. Docente da mesma instituição na área de Publicidade e Propaganda. E-mail: csegura@pucsp.br

3 . Doutoranda em Tecnologias e Inteligências do Design Digital pela PUCSP. Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, docente do curso de Comunicação Social da USCS – Universidade Municipal de São Caetano e do curso de Publicidade e Propaganda da PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. e-mail: missila.cardozo@gmail.com



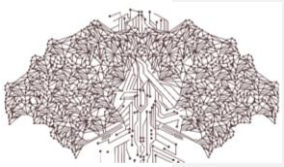
As ferramentas que proporcionam a formação de redes sociais online são a mostra de como as relações sociais de intensificaram e complexificaram nos últimos anos. São muitos os avanços que tem o potencial de modificar completa e definitivamente as relações sociais e de consumo. Dentre elas, pode-se destacar a Internet das Coisas (*IoT – Internet of Things*) e a inteligência artificial, ambas fruto dos avanços tecnológicos. Cada uma destas tecnologias, de forma integrada ou isolada, vem contribuindo para que processos, que antes eram custosos e lentos, aconteçam em uma fração de tempo e ainda com maior confiabilidade. Este artigo abordará a influência da Internet das Coisas e da Inteligência Artificial no âmbito da Publicidade e Propaganda, ramo da comunicação que mistura negócios e relações humanas.

2. Inteligência Artificial

Os estudos iniciais sobre Inteligência Artificial, ou IA, remontam a década de 1930. Porém, o termo Inteligência Artificial, e consequentemente a área de estudo, foi cunhado por John McCarthy em 1956, na proposta da Conferência de Dartmouth para a fundação Rockfeller (RUSSELL; NORVIG, 2009, p. 17). Tal proposta encontrou grande resistência, chegando a ser considerada um ultraje a condição humana. De qualquer forma, a área foi se consolidando e hoje é uma realidade presente diversos campos de estudo e atuação. Apesar de ser difícil definir devido as diversas interpretações que cada ramo da ciência dá ao estudo, pode-se definir Inteligência Artificial segundo o dicionário Houaiss como:

"Ramo da informática que visa dotar os computadores da capacidade de simular certos aspectos da inteligência humana, tais como aprender com a experiência, inferir a partir de dados incompletos, tomar decisões em condições de incerteza e compreender a linguagem falada, entre outros."

Simular a mente humana e os processos de aprendizagem e raciocínio parecem ser o grande alvo da Inteligência Artificial. Desde sua menção na década de 50, até os dias atuais muito já foi feito e os avanços são impressionantes. Parte dos cientistas apontam que um dos grandes objetivos é atingir a singularidade e poder transferir a mente humana para um equipamento computacional avançado e integre e efetivamente a mente humana e a artificial.



> "Atualmente, a IA abrange uma enorme variedade de subcampos, do geral (aprendizagem e percepção) até tarefas específicas, como jogos de xadrez, demonstração de teoremas matemáticos, criação de poesia, direção de um carro em estrada movimentada e diagnóstico de doenças. A IA é relevante para qualquer tarefa intelectual; é verdadeiramente um campo universal." (RUSSELL; NORVIG, 2009, p. 1)

São as utilizações presentes que nos interessam neste artigo. A forma como a capacidade de processamento de dados e o acesso ao chamado Big Data, vem possibilitando que aplicações possam ser criadas e desenvolvidas para facilitar e aprofundar o conhecimento sobre as relações sociais e compra. Sistemas como o Facebook aprendem, através dos mais variados algoritmos, o que usuários gostam, quais assuntos são mais relevantes e mudam diariamente, e a forma como a informação é entregue em suas *timelines*. A criação de assistentes virtuais com o uso de *chatbots*[4], tais como Siri, Cortana, Google Home, Alexa, dentre outras, vem estreitando as relações homem/máquina e alterando a forma como nos relacionamos com a tecnologia.

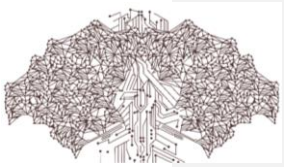
As transformações não estão apenas na forma do nosso relacionamento com a tecnologia, mas como a tecnologia passa a fazer parte do cotidiano, de forma quase natural e imprescindível.

3. Internet das Coisas

A Internet das Coisas não é um termo nem uma área nova. Fala-se aqui de pessoas conectadas a pessoas. De redes conectadas a redes. De pessoas conectadas a redes. De dispositivos conectados a pessoas. De dispositivos conectados a dispositivos. Mais de cinquenta anos se passaram desde que o Ministério de Defesa norte Americano, a partir da ideia de uma rede que permaneceria conectada, mesmo no caso de danos causados pela guerra - a ARPANET. O que não poderia se prever naquela ocasião é que aquela rede no século XX seria apenas o início de uma nova era que faria parte do cotidiano do homem

O conceito de Internet das coisas foi adotado ou "utilizado" pela primeira vez por Kevin Ashton, no início de 1999 conforme relatou no *RFID Journal (2009 p.1)*. Na ocasião, Ashton, elaborou uma apresentação a executivos da Procter & Gamble sugerindo a ideia de se etiquetar eletronicamente os produtos da empresa, a fim de facilitar a

[4] Programas ou sistemas que simulam a conversação entre computadores e os seres humanos.



logística da cadeia de produção com identificadores equipados com Rádio Frequência (RFID). Naquela época, tratava-se de uma grande inovação e que mudaria o rumo das novas tendências dos estudos relacionados à conectividade.

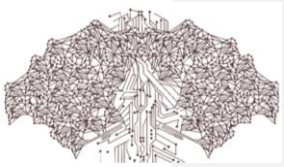
A Internet das coisas também pode ser considerada como uma ferramenta para promoção de produtos e serviços, comunicação com clientes, coleta de dados de pesquisa de mercado, segmentação de público e diversos outros fins de comunicação. Suas oportunidades podem ser ilimitadas. Embora, empresas e pesquisadores considerem isso como futuro, vemos a plena atividade nos dias de hoje. A Internet das coisas e o marketing demandam a necessidade de pesquisa científica, graças a sua flexibilidade e capacidade de expansão na comunicação, publicidade e ainda no marketing moderno.

Quando nos referimos à IoT na publicidade, ve-se que os métodos na comunicação com os consumidores tornam-se cada vez mais pessoais e customizados. Pode-se analisar a segmentação de uma audiência desejada com maior precisão e acuidade. Empresas podem oferecer produtos ou serviços para cada consumidor de forma individual. Tudo isso ocorre através das possibilidades dos inúmeros pontos de contato, capazes de enviar informações em tempo real a diversos bancos de dados em "nuvens e ambientes virtuais" que poderão construir novos caminhos, componentes da inteligência da comunicação e do consumo. Na era da Internet das Coisas, usuários, e mercado podem ter objetos vestíveis (wearables) - relógios com múltiplos sensores, monitorando desde a caminhada até seus batimentos cardíacos, sua temperatura, e dosagem glicêmica. Seu carro poderá "conversar" com a bomba do posto de gasolina. Apartamentos e casas monitoram sua própria infraestrutura.

O Prof. Luiz Carlos Lopes endossa essa afirmação:

> "O paradigma comunicacional do passado exigia a presença física ou sua referência de proximidade, a tal da ordem direta citada por Gui Debord (1967:1997). Hoje máquinas podem emular essa presença com um nível de eficiência que permite que se acredite, por exemplo, em desterritorialização e em um mundo ciberneticamente unificado. Em cada época surgem discursos que, utópicos ou realistas, servem para emular seus problemas práticos e simbólicos. (2003, p.165)

Todo o conteúdo digital será fornecido individualmente, para empresas e para os próprios consumidores.



Através de conteúdo totalmente possível de ser personalizado via sistemas de inteligência, uma empresa poderá informar a seu consumidor que o óleo de seu automóvel, trocado no último dia X deverá ser novamente trocado no local Y que se encontra com preços promocionais. Ainda, os profissionais de Marketing serão capazes de analisar o conteúdo gerado para novas tomadas de decisões. Em vez de amostras físicas é possível criar desenhos e experiências digitais ricos em tempo recorde e estendê-los para os aplicativos que apresentam os produtos. Clientes utilizarão a tecnologia em lojas e envolver-se-ão com marcas de empresas de maneira rápida e pontual.

3.1 O poder da informação no Universo da Internet das Coisas.

A Internet das coisas, hoje pode ser considerada como uma das principais fontes de informação para os mais diversos modelos de negócio, incluindo a publicidade.

Hoje, graças ao grande número de sensores disponíveis, o monitoramento de atividades de "alta resolução" possível ao mundo físico.

De acordo com Wortmann (2014, p.5)

> "A Internet das Coisas está aplicando esta lógica passo a passo ao mundo físico. Ela representa a visão onde cada objeto e localização no mundo físico pode se tornar parte da Internet. Objetos e localizações são geralmente equipados com minicomputadores, de tal forma que os mesmos se tornam objetos inteligentes que podem captar a informação sobre diversos meios ambiente e se comunicar com a Internet e outros objetos inteligentes. Esses minicomputadores são quase invisíveis, de tal forma que a dimensão física do objeto continua a ser a interface mais importante entre as pessoas."

A coleta de dados via sensores pode fornecer dados importantes aos profissionais dedicados à comunicação. Como mensurar quais áreas de determinada região serão afetadas por altas ou baixas de temperatura?

Neste exemplo, pode-se analisar sensores térmicos, que em constante monitoramento conseguem enviar dados a uma central e a partir dela fornecendo importantes informações, alimentando softwares e sistemas que auxiliam os profissionais na tomada de decisões.

Conforme observa Michael Miller (Localização em Kindle 658-659), a rede, não necessita obrigatoriamente estar conectada a internet, uma vez que redes independentes

poderão eventualmente conectar-se a outras redes de softwares e serviços que analisam os dados coletados pelos dispositivos / sensores e que por sua vez usam essas informações e o cruzamento entre elas para tomar decisões conforme podemos observar na Figura 1.

Se ponderarmos que o cruzamento destas informações gera novos dados e novos "*insights*", podemos considerar este "sistema" da IOT como gerador e criador de inteligências múltiplas no apoio, por exemplo, à uma comunicação mais eficiente.

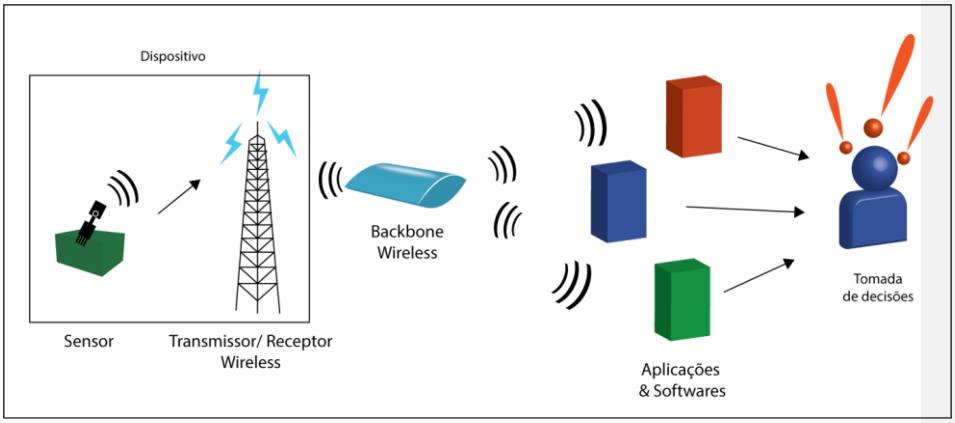
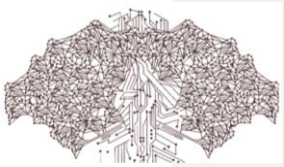


Figura 1 – A tecnologia da Internet das Coisas no apoio a tomada de decisões – Fonte: The Internet of Things – Michael Miller) - adaptação livre do autor.

Devemos considerar aqui, que este modelo pode ser aplicado para:

- Cidades Inteligentes;
- Construções e prédios inteligentes;
- Wearables ou os dispositivos vestíveis;
- Sistemas de segurança;
- Agronegócio;
- Indústrias inteligentes.

Se extrapolar-se esta visão tecnicista para uma visão mercadológica e de comunicação, vemos Kotler propor um modelo de estímulo-resposta (2005 p.45) para a compreensão do processo da tomada de decisão onde estímulos ambientais e de Marketing penetram no consciente do comprador.



Neste modelo o consumidor passa pelo processamento da informação, composto por três fatores que o influenciarão na tomada de decisão para a compra:

1) O Processamento da Informação

2) Percepção - Nível de envolvimento

3) Memória

Um dos fatores que influenciam o processamento dessas informações por parte do consumidor é o grau de envolvimento, definido por eles como a importância percebida ou o interesse pessoal em relação à aquisição ou consumo de bens e serviços.

3.2 O que são “coisas” e como se integram a um Ecossistema Digital?

Existem infinidades de dispositivos que podem ser conectados à Internet das Coisas. Um dispositivo pode ser algo grande e complexo, como um carro ou uma casa, ou ainda uma máquina industrial. Pode ser algo que você usa na vida cotidiana, como uma roupa, ou um simples par de tênis. Pode ser algo muito, muito pequeno, como uma fibra de tecido que pode funcionar como sensor discreto transmissor de informação em sua camisa, e até uma parte de um dispositivo muito maior e mais complexo. Para esse assunto, o que o IoT chama de "coisas" não tem que ser coisas físicas reais. Uma coisa pode ser a informação de sua localização ou a temperatura ambiente, coletada através de sensores como um termostato, *smartphone* ou computador.

Pode-se citar aqui um número incalculável de dispositivos e possiblidades de conexões no grande universo da Internet das Coisas. Mas uma das principais questões que podem ser levantadas é: O que fazer com informações desconexas e armazenadas em lugares separados? Não muita coisa, já que acreditamos ser um objetivo maior criar uma forma, ou sistema de inteligência necessária para o uso destes dados de maneira produtiva.

Conforme observa Francis daCosta (Kindle, loc. 722-727) a anatomia desta inteligência criada pela IoT pressupõe dinâmico crescimento, o suficiente para que a inovação seja constante.

Além disso, é importante ponderar-se que os sistemas componentes dessa Inteligência Artificial devem ser capazes de não eliminar erros, mas sim trata-los de

maneira adequada, uma vez que os mesmos são de fundamental importância para o constante aprendizado e aperfeiçoamento desses "ecossistemas digitais de aprendizado".

Este autor ainda pondera que algumas lições devem fornecer o material necessário para o desenvolvimento da internet tradicional como conhecemos e outras tecnologias como transformadoras a fim de sustentar alguns princípios básicos criadores dessa nova inteligência:

a) Deve especificar o mínimo possível e deixar muito aberto para os outros inovarem;
b) Os sistemas devem ser projetados para falhar com graça: buscando não eliminar erros, mas para acomodá-los;
c) Os níveis de funcionalidade e complexidade de rede são aplicados somente quando necessário;
d) A arquitetura da IoT deve ser criada a partir de conceitos simples que se acumulam em sistemas complexos usando o análogo fornecido por fenômenos naturais;
e) O significado pode e de preferência ser extraído de dados em tempo real.

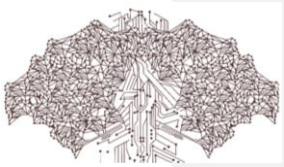
Com a Internet das coisas, a construção desse montante acessível de informação fará com que empresas possam melhor se posicionar no atendimento de suas necessidades.

A empresa Cisco, (2013 p.2), denominou de *Internet Of Everything*, ou Internet do Tudo, onde além da mobilidade, pondera-se a conexão e confluência de pessoas, processos, dados e "coisas", o que elevará este número para a casa dos 50 Bilhões de elementos conectados por volta do ano de 2020.

Pode-se considerar este como apenas o começo de uma era na comunicação mediada por sensores e máquinas construindo inteligência artificial.

4. Publicidade e Propaganda online

A publicidade é o meio que permite que o anunciante entre na mente do consumidor para provar e estabelecer o posicionamento da marca transmitindo a sua mensagem diferenciadora (baseada no produto e/ou de ordem emotiva e psicológica), segundo Sal Randazzo (1997). A publicidade faz isto ao criar uma mitologia da marca que transmite importantes benefícios baseados no produto ou de cunho emocional/psicológico, que por sua vez servem para posicionar a marca, tanto no mercado



quanto na mente do consumidor. Embora o posicionamento da marca, às vezes, possa ser transmitido ou reforçado pela embalagem, pelo preço, pelas promoções e assim por diante, o papel predominante neste processo cabe justamente à publicidade. E mais, a publicidade possibilita que os anunciantes superem os posicionamentos no mercado, que se baseiam nos atributos e vantagens físicas do produto. Permitindo que o anunciante penetre na mente do consumidor, a publicidade também nos possibilita criar poderosos posicionamentos emocionais/psicológicos que mexem com as emoções e os sentimentos do consumidor (RANDAZZO, 1997).

Hoje, o grande desafio da publicidade é se sobressair no mar de possibilidades comunicativas e se tornar uma alternativa, dentro do universo do novo consumidor, que também é produtor de conteúdo. Esta nova era é marcada pela web 2.0 e pelo surgimento das ferramentas que possibilitam a formação de redes sociais na internet.

O objetivo da publicidade online, como de toda a publicidade, é o de disseminar informações com o intuito de influenciara transação entre comprador e vendedor. Porém, segundo Zeff & Aronson (2000, p. 10), a Web trás a vantagem de permitir a interação do consumidor com a peça publicitária, diferentemente de outras mídias. Esta interação é possível já que com um clique o consumidor pode ter acesso a informações detalhadas do produto de seu interesse, comparar preços e efetuar sua compra, tudo no ambiente da Internet.

Na Web, todos os elementos do suporte interativo, podem ser transformados em publicidade, desde o produto / serviço, até a elementos que compõem a interface do computador, como papéis de parede com o logotipo da empresa ou imagem da marca.

De uma maneira geral, podemos dizer que a Internet, apesar de ser uma mídia de massa no tocante a sua abrangência, proporciona ao anunciante direcionar sua ação para um target muito especifico, tornando-a assim uma mídia extremamente segmentada. Este nível profundo de segmentação é obtido, sobretudo, pela utilização de ferramentas como o CRM (Customer Relationship Management)[5].

[5] Disponível em http://kmtools.crie.ufrj.br/km/ferramentas/definicoes.html#CRM

Pode-se definir a Publicidade Online, segundo Zeff & Aronson (2000, p. 12), como a convergência da publicidade tradicional e do marketing direto, como mostra a Figura 2:

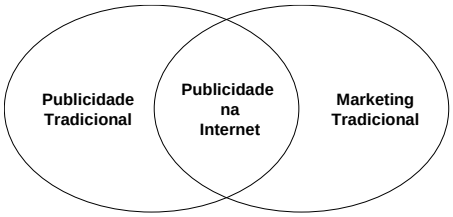


Figura 2. Fonte: The Zeff Group. 1999 (www.zeff.com)

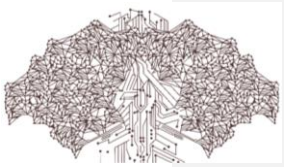
Além destas ainda faz a captação de dados: anunciar na Internet pode também, conduzir tráfego ao site, criar bases de dados de clientes para poder fazer marketing one to one, fidelizar clientes e fomentar a imagem de marca do site, produto ou empresa.

A publicidade tradicional está migrando para a Internet cada vez mais, conforme aumenta o uso da rede pelos consumidores. O estudo cada vez mais detalhado sobre o impacto da publicidade online e da tecnologia está tornado mais fácil a criação de anúncios online e também contribuiu para essa tendência, dizem analistas do setor.

Desta maneira, tornar a publicidade mais acertiva e mais próxima do consumidor, respondendo a seus anseios e não apenas distribuindo indiscriminadamente informações sobre produtos sem nenhuma relevância para ele, é um dos maiores objetivos. A saturação causada pelo excesso de informação com que as pessoas têm contato diariamente (em média em uma cidade grande são mais de 3000), faz com que a busca por se sobressair neste mar de informação seja uma constante busca do mercado publicitário. Ter a mão ferramentas que possibilitem uma seleção mais adequada e a oferta precisa de produtos e serviços é um dos grandes diferencias possíveis através da utilização da Internet das Coisas e da Inteligência Artificial pela publicidade.

5. Aplicações de Inteligência Artificial e Internet das Coisas na Publicidade

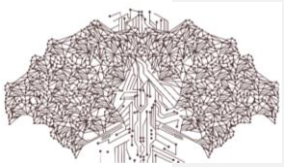
O uso de tecnologias que coletem e processem dados de forma eficiente traz para a publicidade uma gama de possibilidades que antes não era possível. Não apenas ter acesso a informações qualificadas sobre audiência e compradores, mas poder processar,



filtrar e cruzar tais informações se tornou uma variável preciosa para o uso na comunicação mercadológica. Das imputações mais relevantes da publicidade é mapeamento o do público alvo de forma a poder criar estratégias comunicativas mais assertivas, propiciando a criação de campanhas e de planos de ação estratégicos mais eficazes. A popularização das redes sociais, que produz um grande volume de informação sobre como as pessoas são, como se comportam, do que gostam e no que se engajam, gerou uma possibilidade de exploração de tais informações. O dilema ficou por conta entre volume de informação e qualidade. Em meio a enorme quantidade de informações, muitas vezes corriqueiras e irrelevantes, escondem-se verdadeiras joias, que podem ajudar em muito a criação de estratégias de comunicação mais eficazes. A chamada mineração de dados, que é a higienização dos dados, classificação e estratificação em padrões reprodutíveis e aplicáveis em campanhas de comunicação só foi realmente possível com os avanços da Inteligência Artificial, sobretudo com o aprendizado por máquina que podem ter dezenas de camadas de algoritmos que acessam este universo de informações, passou a ser possível não só conhecer, mas classificar o público e novamente organiza-lo, não mais em uma massa indistinta de consumidores, mas em grupos por afinidades e múltiplas semelhanças.

Duas grandes agências com operações internacionais estão movimentando o mercado publicitário com o uso de ferramentas de inteligência artificial na publicidade, as tecnologias Pangaea da agência J.W.Thompson e Marcel da Publicis Group. Pangaea teve seu lançamento oficial em julho de 2017 integra dados e os cerca de 12 mil funcionários da empresa no mundo. A ferramenta permite que funcionários façam buscas no sistema, desde assunto de rotina, até decisões estratégicas e podem receber respostas do próprio sistema ou de qualquer colaborador, sem barreiras culturais ou linguísticas. Segundo Ezra Geld, CEO da J. Walter Thompson:

> "O Pangaea é uma ferramenta entre diversos movimentos da agência de transformação do negócio, que encaramos como algo mais profundo. Antes de qualquer tecnologia, precisamos de uma forte revolução cultural, para encerrar um processo de trabalho pré-moldado. No mundo digital native, o modelo não é de linha de produção, mas de experimentar e errar rápido e de forma eficaz (TURLÃO, 2017)".



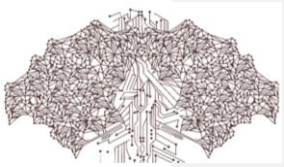
Já Marcel da Publicis Group é um sistema que integra Inteligência Artificial e machine learning e será lançado oficialmente em 2018. Pretende agregar cerca de 80 mil funcionários em 130 países, projetando a integração de mais de 200 capacidades profissionais. A ideia é gerar colaboração virtual em busca das melhores soluções criativas e de negócios. A ferramenta utiliza a natureza preditiva da IA para identificar oportunidades, antecipar necessidades dos clientes, conectar pessoas, liberando assim a criatividade ao mesmo tempo que explora a vasta base de dados da Publicis para gerar soluções de negócios (ABMED, 2017).

A detecção facial é outra forte utilização proporcionada pelas aplicações de inteligência artificial e big data. Esta pode acontecer na simples quantificação de pessoas em um espaço, passando pela classificação por sexo e faixa etária e culminando na associação a um perfil de consumo. A tecnologia de reconhecimento facial usa fórmulas matemática para criar um modelo digital da face de uma pessoa (REDAÇÃO LINK, 2017).

O uso de ferramentas de reconhecimento facial já estão municiando equipes de vendas com informações precisas sobre históricos de compra e tendências de consumo assim que o cliente entra no estabelecimento. Câmeras captam a entrada e ao fazer o reconhecimento fácil de um cliente já cadastrado, informam quem é o cliente, seu histórico de compras e principais interesses. De posse destas informações o vendedor pode personalizar seu atendimento, chamando o cliente pelo nome e apresentado a estes produtos que combinem com seu histórico de compras ou potencias compras (FUTEMA, 2017).

A rede de *fastfood* KFC na China implantou experimentalmente em sua loja em Hangzhou um sistema que permite o pagamento da compra apenas pelo reconhecimento facial. A aplicação é integrada ao sistema de pagamento móvel Alipay, que pertence a gigante do comércio eletrônico chinês Alibaba, e permite a comparação do usuário com sua foto no banco de dados cadastrados no Alipay para liberar a transação (O GLOBO, 2017).

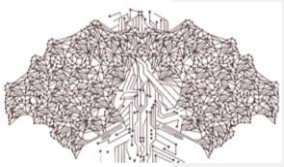
Outra área da publicidade que vêm se beneficiando do uso de ferramentas de Inteligência Artificial é o da chamada Mídia Programática, que se refere a compra de mídia por meio de um programa com pouco ou nenhuma interação humana (LIMA,



2017). O sistema recebe dados como perfil do público alvo, segmentação, valores a serem investidos, os objetivos de mídia e, desta maneira, o sistema elege as melhores opções de compra de espaço, com menores custos e máximo retorno, e faz automaticamente as negociações. Este tipo de ferramenta é direcionada para campanhas digitais, visto que as variáveis de compra são diversas e a possibilidade de diversificação em estratos é estrategicamente viável. Compras de espaço em grandes ferramentas como Google e Facebook são otimizadas com o uso da mídia programática. Diversamente a compra tradicional de mídia, que exibe uma mesma campanha para todos os usuários que acessam determinado canal, com a mídia programática o anúncio será exibido de forma segmentada para cada usuário, possibilitando resultados mais eficientes (VILLANOVA, 2017).

As Redes Sociais são outro terreno onde o uso de ferramentas de Inteligência artificial vem trazendo benefícios a publicidade. Empresas estão se organizando para monitorar o conteúdo publicado nas redes e percebem que podem atender o cliente de forma mais direta. Para tanto cresce, cada vez mais, o uso de ferramentas de relacionamento com consumidores, como os assistentes virtuais e os *chatbots*, que são robôs que conversam com o consumidor nas redes sociais. Tais aplicações estão na gama de ferramentas possíveis com o uso de inteligência artificial. Tanto os assistentes virtuais, como Siri ou Cortana, e os *chatbots*, que são camadas de software programadas com base em banco de dados e tem a capacidade de aprender com o decorrer das interações, pelo machine learning. A cada pergunta feita por um usuário, o sistema é alimentado com novas informações e pode dar respostar mais eficientes com o passar do tempo. Por outro lado, o que diferencia estes softwares de outros é a sensação de que se está conversando com uma pessoa, e não com uma máquina. Apesar de parecer contraditório, o uso de assistentes virtuais e *chatbots* com inteligências artificial, estão humanizando o atendimento das empresas e aproximando consumidores (JONCO, 2017).

O aplicativo de ensino de idiomas Duolingo é um bom exemplo desta interação. O aplicativo integrou uma ferramenta de *chatbot* que ajuda o estudante a aprender o idioma escolhido por conversar de texto ou áudio. Ao mesmo tempo que esta é uma ferramenta de aprendizado, torna-se também uma ferramenta de entretenimento (TUDOCELULAR, 2017).



O aplicativo de transporte Uber também se utilizou do *chatbot* para incrementar seu serviço. Mesmo sem ter o aplicativo instalado no celular, o usuário pode, através do Messenger do Facebook, pedir o serviço, digitando o endereço de destino na conversa.

A Netflix também implementou no Messenger do Facebook um *chatbot* para a divulgação da primeira série nacional 3%. Inspirado na temática da série, a aplicação te convida para começar um teste de personalidade, como em um processo de seleção de pessoas.

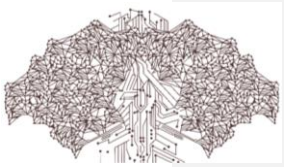
6. Considerações Finais

A área da comunicação, em particular a publicidade, está se beneficiando dos avanços tecnológicos e das conquistas na área da inteligência artificial e da internet das coisas. Conhecer melhor os consumidores e seus hábitos é uma das grandes tarefas das pesquisas em publicidade, de forma a tornar as campanhas mais assertivas. Em meio a esse universo de informações, surge a Internet das Coisas.

Dados, análises cruzamentos e estudos para a tomada de decisões eram demandas para dias, semanas, meses, mas que com o advento da Internet das Coisas, abrem-se novos horizontes, cada vez mais em expansão.

O uso de recursos do Big Data gerado pelas novas tecnologias, dispositivos e a portabilidade, para obter e captar mais informações sobre os consumidores podem sugerir padrões de criação mais efetivos na comunicação. A criatividade humana é ainda um grande trunfo dos profissionais e estes não perderão mercado para as máquinas. Apenas deverão adaptar-se a uma nova realidade, porque com maior velocidade e assertividade, peças digitais poderão ser materializadas em sites, portais e dispositivos móveis de acordo com a demanda surgida, pelo simples acesso aos dados criados por essa Inteligência.

Máquinas que hoje trabalham com dados disponíveis e ainda não tem a capacidade de ir além, poderão, num cruzamento de dados, avaliar a necessidade de incluir humor em suas criações. A empatia que um personagem pode gerar ou mesmo a chamada “grande sacada” de uma abordagem cômica ainda não são atributos que a máquina consiga desenvolver sozinha. Porém, é valido lembrar, que os avanços da IA tem sido surpreendente e os especialistas apontam que é possível que estes avanços



culminem no desenvolvimento de máquinas que possam, além de processar dados e fazer escolhas sobre estes, ter soluções criativas, tal qual a mente humana.

O número de caminhos possíveis que a Internet das Coisas proporciona para o desenvolvimento da Inteligência Artificial na comunicação é definitivamente promissor e realmente requer empenho e interdisciplinaridade, através de um viés humano tratado pela Experiência do Usuário, determinante no curto espaço de tempo de abordagem que os veículos de comunicação tem para chamar a atenção do consumidor.

A Inteligência artificial não pode e nem deve ser vista apenas como uma questão tecnológica e de novos inventos associada à comunicação. A prática com base na Experiência do Usuário certamente produzirá respostas eficientes e pontuais a fim de atender as demandas de comunicação, consumo e mercado.

Os avanços proporcionados pela interdisciplinaridade entre as áreas que compõem a Internet das Coisas, alimentando os novos caminhos da Inteligência Artificial, farão com que novos processos cognitivos alicerçados pelas máquinas escrevam uma nova era.

Nela, os resultados deverão ser constantemente monitorados a fim de se criar a estabilidade necessária para alicerçar novas plataformas de conhecimento aos profissionais de marketing e comunicação.

Ainda que exista resistência por parte dos profissionais, ora pela perda de bonificações oriundas das negociações de mídia, ora pelo medo da diminuição dos postos de trabalho, este é o momento de aproveitar o que a IA traz de melhor ao segmento, com a análise precisa de dados e a automação eficaz de compra de mídia (mídia programática) e da criação em massa de peças. No futuro, será preciso avaliar o quanto os dados automatizados poderão seguir sendo eficazes, com ou sem a interferência humana.



Referências bibliográficas

BRADLEY, Joseph, BARBIER, Joel, HANDLER. Doug. **Embracing the Internet of Everything To Capture Your Share of $14.4 Trillion - More Relevant, Valuable Connections Will Improve Innovation, Productivity, Efficiency & Customer Experience,** White Paper. CISCO. 2013

CASTRO, Álvaro de. **Propaganda e mídia digital: a Web como a grande mídia do presente**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

daCOSTA, Francis. Rethinking the Internet of Things: A Scalable Approach to Connecting Everything Apress. Kindle Edition. 2013

DRUCKER, Peter. Além da revolução da informática, in **E-business e tecnologia**. São Paulo, Publifolha, 2001.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0. From Products do Customers to the Human Spirit**. John Wiley & Sons, 2010

KRANENBURG, Rob Van. **The Internet of Things. A critique of ambient technology and the all-seeing network of RFID**. Network Notebooks - 2008

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo, et al, **Epistemologia da Comunicação**. Loyola, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MILLER, Michael. **The Internet of Things: How Smart TVs, Smart Cars, Smart Homes, and Smart Cities Are Changing the World** . Pearson Education. Kindle Edition.

PINHO, J. B. **Publicidade e vendas na internet**: técnicas e estratégias. São Paulo: Summus, 2000.

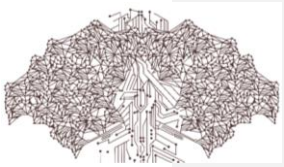
RANDAZZO, S. **Criação de mitos na publicidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

RUSSEL, S.J.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence: A Modern Approach**. New Jersey: Prentice Hall, 2009 (3º Ed.).

SANTAELLA, L. **Pós-Humano, pós-humanismo e anti-humanismo: discriminações. No livro póshumanismo: as relações entre o humano e a técnica na época das redes**. Organizadores: Massimo Di Felice e Mario Pireddu. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

ZEFF, Robbin & ARONSON, Brad. **Publicidade na Internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SITIOGRAFIA



ABMED. Publicis constrói plataforma corporativa com inteligência artificial e aprendizado por máquina. Disponível em: http://abemd.org.br/noticias/publicis-constroi-plataforma-corporativa-com-inteligencia-artificial-e-aprendizado-por-maquina. Acesso em: 17/10/2017.

FUTEMA, Fabiana. Loja do futuro usa reconhecimento facial para direcionar vendas. Disponível em: https://veja.abril.com.br/economia/loja-do-futuro-utiliza-reconhecimento-facil-para-direcionar-venda/. Acesso em: 03/12/2017.

JONCO, Camila Medeiros; SILVEIRA, Stefanie Carlan da. **Hey Siri: Inteligência artificial e a humanização dos assistentes pessoais.** Disponível em: http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/6407/Camila%20Medeiros%20Jonco_.pdf?sequence=1. Acesso em: 20/11/2017.

KAUFFMAN, Dora. **Inteligência Artificial: Questões éticas a serem enfrentadas.** Anais do IX Simpósio Nacional ABCiber. Disponível em: http://abciber2016.com/wp-content/uploads/2016/trabalhos/inteligencia_artificial_questoes_eticas_a_serem_enfrentadas_dora_kaufman.pdf .Acesso em 18 de Agosto de 2017.

LIMA, Sérgio. **O que é mídia programática**. Disponível em: http://propmark.com.br/digital/o-que-e-midia-programatica. Acesso em: 18/11/2017.

O GLOBO. **Rede de fast food inicia venda por reconhecimento facial na China.** Disponível em: https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/rede-de-fast-food-inicia-venda-por-reconhecimento-facial-na-china-21773839. Acesso em: 03/12/2017.

REDAÇÃO LINK, O Estado de São Paulo. Reconhecimento Facial ajuda empresas. Disponível em: http://link.estadao.com.br/noticias/geral,reconhecimento-facial-ajuda-empresas,10000032319. Acesso em: 30/11/2017.

RFID Journal acessado em http://www.rfidjournal.com/article/print/4986

TUDOCELULAR. **Duolingo inclui chatbots para ajudar a praticar conversação de idiomas.** Disponível em: https://www.tudocelular.com/android/noticias/n80028/Duolingo-aplicativo-pratica-de-conversacao-idiomas.html. Acesso em: 08/11/2017.

TURLÃO, Felipe. Tecnologia e dados ajudam na transformação das agências. Disponível em: http://propmark.com.br/mercado/tecnologia-e-dados-ajudam-na-transformacao-das-agencias. Acesso em: 09/10/2017.

VILLANOVA, Mariah. **Mídia Programática: o futuro da publicidade.** Disponível em: https://www.inlocomedia.com/blog/2016/02/10/midia-programatica-o-futuro-da-publicidade/. Acesso em: 18/11/2017.

WORTMANN, Felix; WEINBERGER, Markus; FLEISCH, Elgar. **Business Models and the Internet of Things.** Universitat St. Gallen – Bosch Internet of Things Lab, 2014

JOGO DIGITAL E TERCEIRA IDADE: RESIGNIFICANDO O CONCEITO DE VELHICE[1]

Guaracy Carlos da Silveira [2]

Resumo:

Inserido em uma proposta de compreensão das dimensões pedagógicas e culturais dos jogos digitais no contexto brasileiro, norteado por uma perspectiva interdisciplinar entre Educação, Arte e História da Cultura; e tendo como eixo de pesquisa a formação do docente para a tecnologia, o presente estudo têm como tema a análise de jogos digitais como dispositivos educacionais e mediadores culturais, com foco específico na terceira-idade. Nesta acepção, insere-se no eixo temático 11 - Games e Processos de Aprendizagem em Contextos Digitais, e em dimensão mais ampla, na proposta do simpósio acerca das dimensões híbridas e conectivas que marcam a comunicação digital atual, alterando às práticas econômicas, políticas, relacionais e as formas de aprendizagem. Objetiva-se compreender o papel dos jogos digitais e suas possíveis contribuições no redimensionamento dos conceitos de "velhice" e "terceira idade" doravante em curso.

Palavras chave: Jogos Digitais, Terceira Idade, Interdisciplinaridade, Velhice.

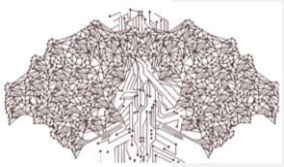
Introdução

De acordo com DEBERT (2007) a velhice é uma categoria socialmente produzida, onde faz-se uma distinção entre o fato natural (ciclo biológico) e o fato social/histórico (formas de conceber e viver o envelhecimento). Seja na perspectiva antropológica ou histórica, as representações sobre a velhice, a posição social dos velhos, e os tratamento que lhes é dado pelos mais jovens ganham significados particulares em contextos históricos, sócias e culturais distintos.

Já o termo terceira idade designa período cujo início cronológico coincidiria com a aposentadoria (60 a 65 anos) que se caracterizaria por mudanças no organismo do indivíduo, alterando suas funções e por consequente causando mudanças nos comportamentos, percepções, sentimentos, pensamentos, ações e reações, e também papeis sociais e é considerada por muitos um eufemismo para o conceito de velhice. De fato, nem velhice, nem terceira idade, são termos realmente adequados, uma vez que a idade cronológica pode não ser idêntica à idade biológica (conceito que busca aferir o estado de "preservação" do corpo) e a idade social (conceito

[1]. Artigo apresentado ao **Eixo Temático 11 – Games e Processos de Aprendizagem em Contextos Digitais,** do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Pesquisador Doutorando em Educação, Arte e História da Cultura (Universidade Presbiteriana Mackenzie), participa do Grupo de Pesquisa de Estudos Sobre Inovação Pedagógica e Docência – GEIPED (Universidade Presbiteriana Mackenzie), bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. E-mail: guaracycarlos@gmail.com



referente a adequação de um indivíduo ao desempenho de papeis sociais esperados para pessoas de dada idade).

Vivenciamos hoje um período de intensa mudança no tocante a concepção de velhice, resultado de uma complexa série de fatores que incluem: avanços da medicina e farmacologia que elevaram a expectativa de vida da população, de uma maior compreensão e mudança de atitudes acerca de hábitos alimentares e prática de atividades físicas que permitiram um retardamento da chamada idade biológica, características demográficas como diminuição do número de filhos e consequente maior acesso a renda e valores sociais mais flexíveis referentes ao casamento e vida sexual. Como resultado tem-se hoje um cenário cultural onde uma geração está forçando uma revisão de parâmetros relativo ao que é esperado (ou permitido) aos indivíduos da chamada terceira idade.

Se para a geração anterior a terceira idade referia-se a um estado final do ciclo de vida, caracterizado pela fragilidade, isolamento, resguardo, baixa atividade social e cognitiva, a geração que hoje ingressa na terceira idade traz consigo grandes mudanças comportamentais e atitudinais no bojo de tais mudanças sociais e culturais que se desenrolam tem especial papel a tecnologia, em destaque a informática e as telecomunicações, que criam condições para uma nova articulação social e cultural da terceira idade.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Pnad 2015, nos últimos 10 anos a fatia populacional acima dos 60 anos passou de 9,8% do total da população para 14,3%. É possível perceber que o crescimento desta população nos próximos anos será expressivo.

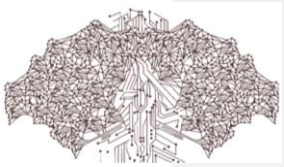
Seja nas dimensões do consumo (compras via internet e celular, agendamento de viagens e hotéis), seja nos aspectos sociais (contato a distância com grupos de interesse e família), seja nas dimensões de formação e lazer (aprendizado e entretenimento), seja na ampliação da prática profissional (teletrabalho), ou até mesmo no campo de relacionamento (encontros e namoro) a tecnologia tem ampliado os horizontes deste grupo.

No presente artigo, circunscritos a discussão acerca das mudanças possibilitadas pela tecnologia, lançamos olhar aos Jogos Digitais e sua relação com a terceira idade.

O Jogo como objeto de Estudo

No último século a área de estudos culturais acerca dos jogos (e jogos digitais) vem conquistando sua legitimidade como campo científico. Destacam-se os trabalhos germinais de HUIZINGA (1999) e CAILLOIS (1990) acerca da relação e função dos jogos na estrutura social, que explicitam a estreita relação entre jogo e cultura. Em estudo etnográfico acerca do truco e futebol no Brasil (GASTALDO, *et al*. 2016) destacam a paixão pelos jogos por parte dos brasileiros e as dimensões altamente ritualizadas da prática do jogar na função deste como ferramenta de reforço de laços sociais.

Os jogos digitais em específico, ensejam uma compreensão transdisciplinar como fenômeno, dada a sua pluralidade de possibilidades e significados. De especial interesse para este artigo é a conceituação dos jogos digital nas dimensões da cultura e sociedade nos trabalhos de (ALVES, 2015, 2016), (SANTAELLA, 2009), (ARRUDA, 2011) e (FLANAGAN; NISSENBAUM, 2016) e no referente as contribuições cognitivas geradas pela interação com jogos são referência os trabalhos de (PRENSKY, 2010, 2012), (JOHNSON, 2012) e (SINGER, 2007).



O presente momento é particularmente auspicioso a estudos desta natureza, considerando-se que em pouco menos de uma década adentrará na terceira idade a primeira geração de seres humanos a ter contato com os jogos digitais desde o momento de seu nascimento. Há relativo consenso de que a década de 70 pode ser considerada como a do início da disponibilidade comercial de jogos digitais (há certa discussão acerca da data exata do surgimento do primeiro jogo digital).

Em sua pesquisa com a população idosa portuguesa (TORRES; ZAGALLO, 2006) consideram que uma das formas de diminuir a morbilidade[3] consiste no encontro de novas alternativas de entretenimento para a população idosa, destacando-se os jogos digitais, porque além de estimularem as atividades mentais e possuírem uma vantagem sobre outras formas de entretenimento, há também o fato de poderem ser executados sozinhos.

Segundo dados da pesquisa GAME BRASIL 2016 somente 4,2% da população brasileira com mais de 54 anos afirma jogar jogos digitais, nos EUA, segundo o portal STATISTA (2017), pesquisas indicam que este percentual pode chegar a 20%. A tendência é que tais números aumentem, principalmente se considerado o suporte em que o jogo digital é utilizado. A concepção (errônea) de grande parte das pessoas é que os jogos digitais estão circunscritos aos vídeos games de console, esquecendo-se que os computadores e principalmente os *smartphones* são os grandes responsáveis pela popularização dos jogos digitais junto a população mais velha. Principalmente os "jogos sociais" como *Farmville* e Colheita Feliz, e os jogos casuais (*leisure games*) como *Bejeweled* e *Candy Crush*

Para DIAS (2012) a apropriação de tecnologias digitais por parte dos idosos implica em três aspectos articulados entre si: o operacional (aprender e a mexer na máquina), a linguagem da máquina (que envolve leitura, interpretação e compreensão de novas formas de comunicação) e a abordagem pedagógica, em seu estudo fica premente que esta relação com a tecnologia se caracteriza por um processo de "aculturamento" para com o dispositivo em questão. No seu experimento o número de usuários da internet na população sênior aferido foi muito baixo, mas o mesmo não se deu com relação ao celular e a televisão, o que nos leva a considerar as dimensões "familiaridade" e "desejo de uso".

O Idoso e o Jogo Digital

Já há robusto arcabouço teórico acerca dos benefícios cognitivos decorrentes do ato de jogar, (OLIVEIRA, *et al*. 2012) apontam que os benefícios gerados para a memória são significativos, em análise referente a oficina de jogos lúdicos para terceira idade, destacando o papel dos jogos como ferramenta para preservação de acuidade cerebral.

O geriatra Newton Terra fala em expansão das capacidades mentais (e não somente da memória) por meio de jogos digitais, que funcionariam como instrumentos de modulação cognitiva, por meio de alterações bioquímicas e na estrutura do cérebro. Além disto afirma que os jogos aumentariam o fluxo sanguíneo dos lobos frontal e pré-frontal ligados a tomada de decisão, aos controles motores e à atenção, concluindo que os jogos digitais podem ser

[3] Termo referente a taxa de portadores de determinada doença em relação a população total estudada em dado local e momento. Utilizado pelos autores de forma não literal.

benéficos aos idosos tanto para na prevenção como no tratamento de enfermidades (TERRA, 2015).

Em pesquisa com idosos no laboratório "*Gains Through Gaming Lab*" (WHITLOCK; *et al.* 2012) constataram que o jogo online mais popular do mundo – *World of Warcraft -WOW* (atualmente com 15 milhões de assinantes) – também é bom para melhoria de despenho cognitivo na população idosa, observando em seu experimento significativa melhora em especial com o público que havia registrado o pior índice de desempenho. Tais características benéficas não são exclusivas do jogo *World of Warcraft*, qualquer jogo que possua as características de ser engajador e cognitivamente complexo pode gerar tais resultados. Algumas das características especificas do WOW que ajudam são sua estrutura de aprendizagem (ampla gama de tutoriais disponíveis a quem não está familiarizado) e uma interface customizável (que permite textos com fontes maiores). É interessante notar que muitos dos participantes do estudo continuaram jogando WOW mesmo após o fim do experimento.

No cenário brasileiro (COSTA; CARVALHO, 2005) destacam a potencialidade do uso de jogos digitais no processo de Reabilitação Cognitiva. Em experimento realizado com jovens diagnosticados com insuficiência mental registraram melhora nos processos de atenção e memória após sessões de jogos.

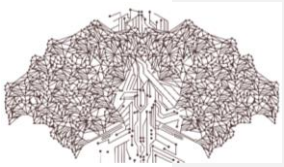
Atento as possibilidades comerciais de produtos nesta linha a Nintendo lançou em 2006 o jogo *Brain Age* para o Nintendo DS. Afirmando ser inspirado nas pesquisas do neurocientista Dr. Ryuta Kawashima, onde determinados tipos de leitura e interações matemáticas ajudavam a estimular o cérebro o jogo vendeu mais de quatro milhões de cópias no mundo inteiro. Com a compreensão de que os benefícios obtidos são decorrentes do ato de jogar e não do jogo *Brain Age* em específico, multiplicou-se a quantidade de jogos que se propõem a "exercitar o cérebro"[4].

Motivação para jogar

Em suas pesquisas (VIEIRA; SANTAROSA, 2009) constataram que entre as principais motivações que levam a população idosa a interessar-se em aprender a usar tecnologias digitais e internet em cursos de informática estão: uma dimensão pessoal (atualização), possibilidade de melhor se comunicar com amigos e família, busca de informações e consolidação de conhecimentos, fazerem compras, busca de felicidade, passatempo e lazer, atualização profissional e "manter o cérebro vivo". Concluindo que a dimensão "sociabilidade" é a mais valorada.

Especificamente no tocante aos jogos digitais (COTA; *et al*. 2015) ao relatar o gênero de jogo preferido pelos idosos, destaca que devido a ser um campo de estudo recente, não estão claras quais as preferências, motivações e necessidades dos idosos no quanto aos jogos digitais. Mas observa que há uma tendência pelos chamados jogos casuais, o que por inferência nos permite deduzir que os idosos procuram jogos que se adequem a seu estilo de vida, sem restrições quanto a horários, tempo ou a disponibilidade de um parceiro, sendo que o acesso a jogos casuais foi facilitado pela popularização de *tablets* e *smartphones*, destacando que a interface gráfica do jogo exerce grande influência na motivação do público. Em experimento de

[4] A título de exemplo esta página disponibiliza jogos gratuitos.
https://www.mindgames.com/Brain+Games



desenvolvimento de jogo voltado para este grupo, concluíram que deve haver tratamento diferenciado na concepção de jogos que objetivem atingir a população idosa. Na revisão bibliográfica realizada pelos autores (COTA; *et al*. 2013), apontam que as restrições decorrentes da idade devem ser levadas em consideração no momento de desenvolvimento, sugerindo que sejam considerados a possibilidade de *zoom*, alto contraste de cores, redimensionamento de janelas, uso de sons com frequências baixas, possibilidade de ativação de legendas, entre outros. Em sua pesquisa (ISHITANI, 2013) constatou a não existência de um conjunto de heurísticas de usabilidade[5] específicas para o público idoso.

Ainda relativo ao fator motivacional dos jogos (SCHUTTER; ABEELE, 2008) afirmam que um importante fator motivacional dos jogos é o significado deste para os jogadores. Nos estudos que realizaram buscando identificar as preferências dos idosos por jogos digitais (almejando compreender o significado dos jogos digitais na vida dos idosos com relação a um contexto psicossocial) conseguiram determinar três significados principais: 1) os jogos Digitais são uma forma divertida de competir e interagir com meu parceiro e filhos, 2) os jogos digitais são algo que posso fazer sozinho e 3) os jogos digitais são uma forma de conhecer novas pessoas. Em estudo posterior (SCHUTTER, 2011) aferiu que nos EUA a principal população de jogadores idosos, joga sozinha e dá preferência por jogos casuais em computadores, se o desafio oferecido foi o principal motivo de escolha dos jogos, a interação social foi o fator mais importante na determinação do tempo investido no jogo.

Jogo e Significado – *Unravel*

Na compreensão interdisciplinar das imbricações entre cultura, arte e educação, campo de estudo na qual este ensaio insere-se, almeja-se uma compreensão complexa e que vá além da dimensão disciplinar. Particularmente no campo de estudos que visam compreender os jogos digitais sob esta ótica, buscamos um dimensionamento do jogo que não fique restrito a metrificação dos benefícios neurológicos ou cognitivos do ato de jogar, mais sim que preste atenção aos possíveis significados do ato de jogar.

Neste contexto, mais do que a mecânica do jogo, buscamos identificar instâncias onde a proposta, *design* e usabilidade possam servir como referências para o desenvolvimento de jogos voltado para a terceira idade nacionais, considerando que o momento é particularmente propício ao desenvolvimento de tais jogos. Segundo dados do Primeiro Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais (FLEURY, *et al.* 2014) no ano de 2013 as 133 empresas nacionais de jogos digitais produziram 1417 títulos, sendo que destes 43% destinavam-se a fins educacionais, 13% para *advergames*, 3% para treinamento corporativo e 0,5% para área da saúde. Dados que mostram o perfil desenvolvedor brasileiro com foco em mercados de nicho.

Assim buscamos determinar se haveria um exemplo de jogo que não fosse somente esteticamente agradável e cognitivamente desafiante, mas que possua em sua estrutura narrativa elementos que o tornem mais atraente ao público da terceira idade? Acreditamos que o jogo *Unravel* atende a estas questões.

[5] A usabilidade pode ser definida como: facilidade de uso, a heurística de usabilidade o processo de verificação da facilidade do uso de um jogo por determinado público.

Imagem 1. O protagonista do jogo Yarny



Fonte: Press Kit do Jogo.

Unravel é um jogo digital classificado como plataforma/quebra cabeça fortemente baseado em princípios da física, produzido pelo estúdio sueco *ColdWood Interactive* tendo sido publicado em fevereiro de 2016 pela *Electronic Arts* para o Microsoft Windows, Playstation 4 e Xbox One. Foi anunciando em 2015 na conferência de imprensa da EA durante a *Eletronic Entertainment Expo* em 2015 sendo imediatamente aclamado pelo público.

O jogo centra-se na figura de Yarny, uma pequena criatura feita de lã vermelha que ganha vida e sai pelo mundo a explora-lo, contudo, ao deslocar-se vai deixando parte de seu corpo na forma de uma linha de lã que se desenrola (do inglês *Unravel*), limitando até onde pode se deslocar e criando assim a moldura na qual os quebra cabeças serão estruturados, é ai que entra a dimensão da física, a movimentação ocorre por esticar ou puxar parte do fio, superar elementos como água e terrenos irregulares e de modo geral fazer o melhor uso do cumprimento do fio.

Imagem 2. Superando obstáculos



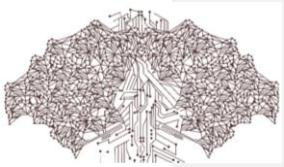
Fonte: Press Kit do Jogo.

A verdadeira força do jogo está em sua estrutura narrativa, contada inteiramente sem palavras. Na sequência de introdução do jogo temos uma idosa em seu lar contemplando uma série de fotografias o que nos leva a interpretar que tratam-se de seus filhos (ou netos) agora distantes, ao pegar sua cesta de tricô e subir as escadas um pequeno novelo cai e rola, dando origem magicamente ao protagonista que passa a caminhar pela casa (e pelas memórias da idosa), até chegar ao exterior. Metaforicamente compreendemos que o jogo se trata na verdade de um resgate as memórias e aos laços afetivos que nos unem[6].

Como forma de recompensa ao termino das fases o jogador consegue recuperar memórias felizes do passado da idosa com seus filhos e netos que vão se materializando na forma de fotografias em um álbum. Segundo o *designer* do jogo a lã da qual e feito o personagem representa o amor que vai se desenrolando à media que se afasta daqueles que amamos. Segundo o site oficial do jogo: "ao longo do caminho o personagem irá desbloquear uma história sincera, reunindo os entes queridos de uma família". Contada sem uma palavra, o personagem Yarny é o laço que amarra tudo de novo.

Especialmente devido a sua estética o jogo foi muito bem recebido momento de sua apresentação recebendo diversos prêmios, inclusive o de "melhor jogo original" do *Game Revoluiton* e "Escolha do editor" pelo *Polygon*. O jogo também amealhou boas notas nos sites agregadores de nota, sendo que o *GameRanking* dá nota 81 (PS4) e 76 (Xbox) e o *Metacritc* 80 (PS4) e 76 (Xbox), e embora não haja relatórios oficiais acerca de sua rentabilidade, o fato dos do distribuidor ter renovado o contato com o estúdio que o desenvolveu é um bom indicador de sua lucratividade.

[6] Vídeo da abertura disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=97pk7m6_YT0



Considerações Finais

Com uma sensibilidade artística próxima da poesia o jogo *Unravel* constitui-se um excelente exemplo da dimensão artística, cultural e educacional a qual os jogos digitais podem almejar. Em seus aspectos mecânicos e estruturais na forma plataforma/quebra cabeças, oferece o tipo de desafio que a análise científica tem considerado benéficas a memória e raciocino do idoso. Já em suas dimensões estéticas proporciona uma experiência aprazível e sensível aos sentidos que não só serve aos aspectos de entretenimento e lazer, mas também como possibilidade de ponte relacional entre o jogador mais velho e o mais novo (como um avô e neto por exemplo). Em seus aspectos narrativos apresenta uma história que além de cativante é sensível, e sua temática acerca de idade, relacionamento e família, lança nova luz aos conceitos de velhice e terceira idade aqui abordados, conferindo ao jogo significado particularmente interessante à terceira idade.

Como toda boa expressão artística o jogo congrega e metaforiza temática acerca da terceira idade, papeis, expectativas sociais e família numa doce história de um boneco de lã aventurando-se pelo mundo e memorias de uma senhora, sendo um excelente exemplo e referência para projetos futuros que venham a ser criados almejando a interação dos jogos digitais com a terceira idade.

Considerando-se as perspectivas de aumento da população idosa, a revisão que padrões de comportamento e consumo – que tornam bastante prováveis uma demanda de jogos voltados para o público idoso – é necessário a área de *game studies* lance seu olhar para tal público, considerando não apenas os aspectos mecânicos dos jogos voltados para estes, mas também as dimensões estéticas e narrativas.

Referências

ALVES, L. NERY.J. Jogos Eletrônicos, Mobilidades e Educação. Trilhas em Construção. Salvador: EDUFBA, 2015.

ALVES, L. COUTINHO, I.J. Jogos Digitais e Aprendizagem. Fundamentos para uma prática baseada em evidências. Campinas: Papirus. 2016.

ARRUDA, E.P. Aprendizagens e jogos digitais. Capinas: Alínea, 2011.

CAILLOIS, R. Os Jogos e os Homens: a máscara e a vertigem. Lisboa: Cotovia. 1990.

COTA, T.T. ISHITANI, L. O Impacto do Gênero do Jogo digital na motivação do idoso para jogar. **Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital.** 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277709119_Impacto_do_genero_de_jogo_digital_na_motivacao_dos_idosos_para_jogar.

COSTA, R.M.E.M. CARVALHO, L.A.V. O uso de jogos digitais na reabilitação cognitiva. In: **Workshop de Jogos Digitais Na Educação**. Anais do XVI Simpósio Brasileiro de Informática na Educação. 2005. Disponível em:

http://www.faneesp.edu.br/site/documentos/workshop_jogos_digitais.pdf#page=28

_____, _____. Fatores Motivacionais para desenvolvimento de *Mobile Serious Games* com foco no público da terceira idade. Uma revisão de Literatura**. Revista ETD – Educação Temática Digital.** V.15, n.1, p,16-32, 2013.

DEBERT, G.G. A antropologia e os estudos dos grupos e das categorias de idade. In: MORAES, M. BARROS, L. **Velhice ou Terceira Idade?** 4ed. Rio de Janeiro: FGV 2007.

DIAS, I. O Uso da Tecnologia digital entre os seniores: motivações e interesses. Sociologia, Problemas e Práticas. 68. 2012. 51-77. Disponível em: http://spp.revues.org/686.

FLANAGAN, M. NISSENBAUN, H. *Values at Play:* valores em jogos digitais. São Paulo: Blucher, 2016.

GASTALDO, E. ROCHA, E. BRAGA, A. Jogos, sociabilidade e conflitos no Brasil. **Revista Ciências Sociais Unisinos.** Set/Dez, 2016.

ESPM, BLEND. **GAME BRASIL 2016.** Disponível em:

https://docs.wixstatic.com/ugd/29fc6b_fd93f81c8ae945ec9aebb55fcacb8ad0.pdf

FLEURY, Afonso; NAKANO, Davi; CORDEIRO, José H. D. Mapeamento da Indústria Brasileira de Jogos Digitais. 267 páginas. Edição Digital. Pesquisa do GEDIGames, NPGT, Escola Politécnica, USP, para o BNDES, 2014. Disponível em:

http://www.abragames.org/uploads/5/6/8/0/56805537/i_censo_da_industria_brasileira_de_jogos_digitais.pdf

HUIZINGA, J. Homo Ludens. 4ª ed. São Paulo: Perspectiva. 1990.

ISHITANI, L. SANTOS, L.G.N.O. Uso de jogos casuais em celulares por idosos: um estudo de usabilidade. **Revista de Informática Aplicada.** V.9, n.1, 2013.

JOHNSON, S. Tudo que é ruim, é bom para você. Como os games e a TV nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

OLVEIRA, C.S. (et al). Oficina de educação, memória, esquecimentos e jogos lúdicos para a terceira idade. **Revista Ciência em Extensão.** V.8, n.1, p.8-17, 2012.

PRENSKY, M. Não me atrapalhe mãe, eu estou aprendendo. Como os videogamens estão preparando nossos filhos para o sucesso no século XXI e como você pode ajudar. São Paulo: Phorte, 2010.

_____. Aprendizagem baseada em jogos digitais. São Paulo: editora SENAC, 2012.

TORRES, A. Zagallo, E. Videojogos: um novo meio de entretenimento para idosos? **Anais do 5 Congresso da Associação Portuguesa da Comunicação - SOPCOM.** Comunicação e Cidadania. 2008.

SANTAELLA, L. FEITOZA, M. Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games. São Paulo: Cengage Learning. 2009.

SCHUTTER, B. ABELLE, V. Meaningful Play in Elderly Life. In: **ICA – Communications for Social Impact**. Montreal 2008. Proceedings… Montreal; [s.n], 2008.

SCHUTTER, B. Never Too Old to Play: the appeal of digital games for an older audience. Games **and Culture.** V.6, n.2, p. 155-170, 2011.

SINGER, D.G. SINGER, J.L. Imaginação e Jogos na era eletrônica. Porto Alegre: Artmed 2007.

STATISTA. Age Breakdown of video game players in United States in 2017. 2017. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/189582/age-of-us-video-game-players-since-2010/

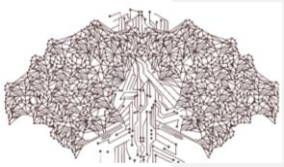
TERRA, Newton. Videogame na terceira idade. Documento eletrônico. 2015. Disponível em: https://www.sescsp.org.br/online/artigo/compartilhar/8702_VIDEOGAME+NA+TERCEIRA+IDADE

VIEIRA, M.C. SANTAROSA, L.M.C. O Uso do Computador e da Internet e a participação em cursos de informática por idosos: meios digitais, finalidades sociais. **Anais do XX Simpósio brasileiro de Informática na Educação.** 2009. Disponível em:

http://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/view/1145/1048

WHITLOCK, L.A. McLAUGHLIN, A.C. ALLAIRE, J.C. Individual differences in response to cognitive training: Using a Multi Modal, attentionally demanding game based intervention for older adults. **Computer in Human Behaviour**. V.28, n. 4, p. 1091-1096, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



JOGO ENTRE FICÇÃO E REALIDADE: RECURSOS UTILIZADOS PARA A CONSTRUÇÃO DE EFEITO DE REAL NOS *NEWSGAMES*[1]

Natália Ferraz Menezes[2]

Resumo

A intenção desse artigo é discutir os imbricamentos entre realidade e ficção nos *newsgames*, produtos que aliam o formato dos jogos ao conteúdo jornalístico. Para isso, discutimos a dualidade entre seriedade e entretenimento e conceitos como efeito de real e teia de faticidade, que se relacionam com a tentativa de conferir aos relatos jornalísticos o estatuto de representação do real. Por fim, analisamos estratégias utilizadas pelos *newsgames* Inside the Haiti Earthquake e Spent a partir das representações visuais, da apresentação de dados e da potencialidade de agência dos jogadores.

Palavras-chave: *newsgame*; efeito de real; jogos digitais; jornalismo.

Abstract

The intention of this article is to discuss the interweaving between reality and fiction in newsgames, products that merge games format with journalistic content. For this, we discuss the duality between seriousness and entertainment and concepts such as real effect and web of facticity, which are related to the attempt to give journalistic reports the status of representation of reality. Lastly, we analyze strategies used by the newsgames Inside the Haiti Earthquake and Spent from their visual representations, the presentation of data and the players' agency potentiality.

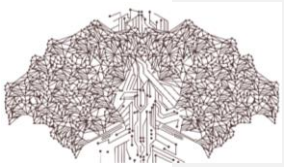
Keywords: *newsgame; reality effect; digital games; journalism.*

Produtos jornalísticos costumeiramente se apresentam como recortes da realidade, muitas vezes escondendo seu aspecto construído e representacional, seja nos textos audiovisuais, sonoros e até mesmo verbais. São recorrentes algumas explicações restritivas, que buscam definir o jornalismo como "aquilo que trata do real, do presente, em uma linguagem objetiva e de maneira vocacionada ao interesse público". (SILVEIRA, 2014, p.19).

A autora aponta que ainda que essa afirmação seja reducionista, ela não peca em determinar as características que frequentemente são acionadas para se retratar a prática jornalística. Jácome

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 11 – Games e processos de aprendizagem em contextos digitais, realidades aumentadas, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é mestranda em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais. Participa do Grupo de Pesquisa Laboratório de Pesquisas em Interação de Significação (UFOP). E-mail: nataliaferrazm@gmail.com



afirma que "boa parte do discurso que o jornalismo produz acerca de si surge para reivindicar uma suposta capacidade de trazer a realidade bruta sobre a forma de relato, numa negação extrema a qualquer elemento fictício, que não deveria, de modo algum, fazer parte de uma notícia". (JÁCOME, 2014, p. 189).

Esse tipo de concepção está na base de diversas críticas feitas ao gênero dos *newsgames*, produtos que aliam conteúdo jornalístico ao formato dos jogos e que se inserem na ampla interseção que existe entre esses dois campos (BOGOST, FERRARI, SCHWEIZER, 2010). Existe certa apreensão quanto se trata do desenvolvimento de jogos para fins jornalísticos devido à trajetória histórica dos jogos, que está vinculada a uma linha evolutiva do entretenimento.

Ainda que a sua produção aos poucos esteja sendo adotada por tradicionais empresas midiáticas, como a editora Abril, no Brasil, os *newsgames* muitas vezes são apontados como produtos jornalísticos inapropriados por apresentarem uma possível incompatibilidade intrínseca e incorrigível entre propósito, estrutura e ética (FONSECA; CARUSO, 2004). Eles também sofrem resistência das instituições de ensino, dos professores e dos próprios jornalistas (BRASIL, 2012) porque o fato de os videogames terem sido concebidos desde sua criação como forma de entretenimento poderia afetar a credibilidade do jornalismo.

Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) mencionam que qualquer pessoa que utiliza jogos digitais em propostas fora do entretenimento eventualmente vai ser questionada se o formato dos jogos é realmente apropriado para abordar um problema sério. Essa é uma indagação que está contida — explicitamente ou não — em diversos textos que tratam não apenas de jornalismo quanto do uso de jogos pedagógicos ou que tenham como propósito críticas sociais.

> Um problema com o termo 'jogo sério' em si é que aqui parece haver uma contradição entre seus constituintes; os termos 'sério' e 'jogo' podem parecer ser mutualmente exclusivos. O primeiro constituinte, 'sério', de acordo com Ben Sawyer (em Michael e Chen, 2006), tem a intenção de refletir a proposta do jogo, porquê ele é criado, e não tem nenhuma relação com o conteúdo do jogo em si. (SUSI, JOHANNESSON, BACKLUND, 2007, p. 4, tradução nossa)[3].

Rockwell (2009) afirma que cultura dos jogos é, por definição, uma resistência à cultura "séria", que *serious games* não são divertidos aos olhos dos jovens e, portanto, não atendem ao

[3] A problem with the term "serious game" itself is that there appears to be a contradiction between its constituents; the terms "serious" and "game" may seem to be mutually exclusive. The first constituent, "serious", is according to Ben Sawyer (in Michael and Chen, 2006) intended to reflect the purpose of the game, why it was created, and has no bearing on the content of the game itself. (No original)

que eles entendem e querem com os jogos. No jornalismo, a ênfase no sério em detrimento do entretenimento tenta reforçar a sua natureza de um produto real em contraposição ao ficcional, característica identificada como pertencente a outros tipos de mídia. No entanto, segundo Aguiar (2008), a sobreposição entre informação e entretenimento é histórica: ela data especialmente do período pós-industrial, que consolidou a leitura de jornais como uma atividade de prazer no tempo livre dos trabalhadores.

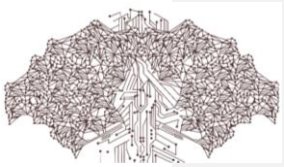
O autor ainda argumenta não existe utilidade em fazer um tipo de jornalismo aprofundado se os leitores não se sentirem atraídos por ele: "a capacidade de entretenimento constitui-se como um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir os requisitos necessários para ser construído enquanto narrativa jornalística" (AGUIAR, 2008, p. 16). Reconhecer que o jornalismo se aproxima do entretenimento em diversos sentidos, entretanto, não é uma forma de tentar diminuir sua credibilidade. Ao contrário, é compreender que a ligação com ficcional é sempre intrínseca a qualquer relato, já que são produzidos a partir da experiência e da focalização de seu autor.

> Assim sendo, somos levados a pensar acerca das dimensões constitutivas da imaginação e da própria relação entre a ficção e a realidade. Tal questão alcança ainda patamares complexos e sinuosos quando aproximamos e modalidades que se comprometem com discurso único de verdade que se oferecem como um relato "daquilo que realmente aconteceu", como é o caso do jornalismo. (JÁCOME, 2014, p. 189).

Nem o jornalismo impresso do veículo de referência mais tradicional, nem o *newsgame* produzido por um desenvolvedor independente, são, por si só, falsos. Ao mesmo tempo, não se pode dizer que nenhum deles também constitui a realidade: "*narrar* a realidade não é e nem pode ser *reproduzir* a realidade"[4]. (FARRÉ, 2004, p. 109, tradução nossa). Em oposição ao que se possa imaginar de início, as notícias não "nascem" naturalmente dos fatos. Elas dotam os acontecimentos do passado de fronteiras artificiais e apresentam um mundo possível que não é o texto em si, mas um aspecto enquadrado do mundo de referência.

Construindo a realidade

[4] *Narrar* la realidad no es ni puede ser *reproducir* la realidad. (No original).



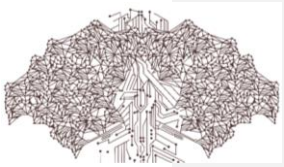
Apesar dos elementos ficcionais, o jornalismo precisa convencer os leitores de que merece a sua confiança enquanto instituição. São inúmeras as estratégias utilizadas para que suas notícias e reportagens pareçam verossímeis, ainda que o número de questionamentos que se possa fazer quanto à metáfora de "espelho da realidade" seja igualmente grande: desde aspectos subjetivos como a interpretação do jornalista sobre um determinado acontecimento até questões técnicas como as distorções que as lentes causam nas imagens.

> A crença numa verdade rígida e ontologicamente marcada é, portanto, um ponto de ancoragem importante no jornalismo e serve como estratégia de persuasão do leitor, na medida em que é pouco provável que alguém compra uma revista ou assista um telejornal esperando ver ali uma realidade mentirosa, falseada. Por isso mesmo, o jornalismo precisa vincular-se e embasar se estreitamente em normas de veracidade que servem sobretudo para regular e legitimar aquilo que é produzido e ofertado. (JÁCOME, 2014, p. 190).

Cristina Ponte (2005) destaca a relação entre o jornalismo e a proposta do realismo, que busca descrever a vida como ela é e estimular a percepção do mundo real. A representação da realidade é feita de modo descritivo, objetivo e despojado, ao contrário do que acontece no romantismo, por exemplo. Seus autores não refletem a realidade tal como ela é, mas criam mundos possíveis na medida em que lançam certo olhar aos acontecimentos e constituem determinado enquadramento. Por isso, eles precisam utilizar estratégias para dar às suas narrativas aparências de realidade.

De acordo com a autora, focalização externa, circulação plural de memórias e discursos, escolha de fontes privilegiadas e utilização de aspas são algumas dessas estratégias que possibilitam aos leitores acreditarem na veracidade dos textos. Jácome (2014) ainda menciona outros procedimentos operacionais utilizados pelo profissional da informação com a intenção de "desvendar" a realidade e trazer a "verdade" para o espectador/ leitor, como a utilização de dados de pesquisas científicas, o lide e a pirâmide invertida.

Os detalhes fornecidos ajudam o leitor a compreender e imaginar o acontecimento, fazendo que o texto e as situações pareçam reais. A inserção dos detalhes utilizados para se construir um texto jornalístico se relaciona com a noção de efeito real, proposta por Barthes (2004). O autor se refere a detalhes dispensáveis de uma narrativa, chamados por ele de pormenores insignificantes, que são adicionados ao texto não porque efetivamente significam algo relevante para o desenrolar da história, mas sim para denotar o "real concreto". Ou seja, eles existem para tentar conferir verossimilhança ao texto e causar aos leitores uma sensação de realidade. Barthes discute os efeitos de real criticamente, salientando a sua insignificância. No



entanto, o fato de serem utilizados como recurso narrativo não descredibiliza o "real" a que eles se referem.

Maria Betânia Moura (2006), abordando especificamente os processos produtivos do jornalismo, utiliza o conceito de teia de faticidade, elaborado por Gaye Tuchman, para explicar como os métodos de construção das notícias são importantes para sustentá-la e validá-la. A validação dessa teia de faticidade é produzida pelas estratégias que ajudam a formar uma imagem realista às reportagens, e, assim como as descrições já citadas, dão a impressão de que o repórter realmente buscou as informações com fontes confiáveis.

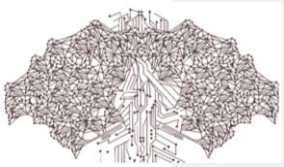
Apesar das estratégias, Jácome (2014) observa que em produtos digitais ou mesmo em meios impressos, cada vez mais são utilizados recursos como a infografia ou apresentação de notícias em uma estética similar a dos videogames e das histórias em quadrinhos. Isso acentua o grau de artificialidade e a natureza distinta da realidade jornalística, "[...] que dá sentido coerente ao mundo que reporta, mas o constitui também como um mundo próprio, numa realidade discursiva fabricada". (JÁCOME, 2014, p. 191).

Ficcionalizando o real

Buitoni (2014) propõe uma discussão semelhante à da dualidade entre seriedade e entretenimento e dos conceitos de efeito de real e teia de faticidade ao tratar das fronteiras entre realidade e ficção dentro do gênero audiovisual dos documentários. Para a autora, as imagens são o grande operador de trânsitos comunicativos da contemporaneidade. Por isso, é preciso considerá-las como uma dimensão epistemológica fundamental quando se trata da capacidade dos dispositivos de gestionar significados: "mais que a escrita, — o verbal não oral —, a imagem reúne forma e conteúdo". (BUITONI, 2014, p.222).

Os documentários são exemplos de imagens complexas ou transitivas, imagens que estão constantemente propondo significados e que incorporam diferentes camadas de temporalidades e memória. Ao construírem conhecimentos e transformar-se em arte essas imagens revertem-se de qualidades transitivas, pedindo novos espaços, referenciais, sentidos, objetos. Sua força se manifesta principalmente quando são compreendidas em sua posição de modelo mental.

Os documentários cinematográficos se colocam como bons objetos para se discutir as imagens transitivas por seu inevitável chamamento ao real. De maneira geral, eles são construídos seguindo padrões cristalizados pelo gênero no século XX e não aproveitam as potencialidades fornecidas pelas novas mídias. Buitoni ainda destaca que é preciso que o documentário seja repensado, pois sua representação do real está calcada nas estruturas consolidadas pelo cinema de



ficção. Nem sempre o formato canônico, de imagens filmadas alternadas com entrevistas, sonoras sincronizadas com um personagem devidamente identificado, é a melhor maneira de tentar representar para o espectador determinada realidade.

Para exemplificar, a autora menciona que o documentário de animação Valsa com Bashir (2008), que retrata as tentativas do diretor israelense Ari Folman de recuperar as memórias de eventos que marcaram a Guerra do Líbano de 1982, da qual participou como soldado, pode apontar muito mais para o real do que outros documentários produzidos a partir de uma estética mais tradicional, de matriz fotográfica, ainda que os desenhos a princípio possam remeter a uma narrativa de ficção.

A autora ainda indica que se o cinema se encaminhou para uma linearização da imagem, a computação gráfica rompe com essa estrutura ao possibilitar o uso de diferentes recursos expressivos e novas arquiteturas imagéticas. Considerando que "a utilização da ficção num documentário jornalístico não o afasta do real que quer representar" (BUITONI, 2014, 237), é possível fazer então uma analogia dessa ruptura com a potencialidade que os *newsgames* podem trazer aos formatos mais tradicionais do jornalismo, como o impresso, o radiofônico e o televisivo. Como apontam Bogost, Ferrari e Schweizer (2010),

> Ao contrário das histórias escritas para as notícias impressas ou programas editados para a televisão, jogos digitais são *softwares* de computador em vez de uma forma digitalizada das mídias anteriores. Jogos exibem texto, imagens, sons, e vídeo, mas eles também fazem muito mais: jogos simulam como as coisas funcionam, construindo modelos com os quais as pessoas podem interagir, capacidade que Bogost nomeou *retórica procedimental*. Esse é um tipo de experiência irredutível para qualquer outra mídia anterior.[5] (BOGOST, FERRARI, SCHWEIZER, 2010, p. 6, tradução nossa).

A partir desse referencial, podemos analisar como dois *newsgames* com mecânicas e estéticas diferentes — Inside the Haiti Earthquake[6] e Spent[7] buscam representar a realidade não

[5] Unlike stories written for newsprint or programs edited for television, videogames are computer software rather than a digitized form of earlier media. Games display text, images, sounds, and video, but they also do much more: games simulate how things work by constructing models that people can interact with, a capacity Bogost has given the name *procedural rhetoric*. This is a type of experience irreducible to any other, earlier medium. (No original).

[6] Disponível em: <http://www.insidedisaster.com/experience/Main.html>. Acesso em 15 oct. 2017.

[7] Disponível em: <http://playspent.org/>. Acesso em 15 oct. 2017.

apenas como jogos, mas como produtos jornalísticos. Os operadores estabelecidos para a análise são a forma de representação visual, o uso de dados e a potencialidade da agência do jogador.

Efeitos de real em Inside the Haiti Earthquake

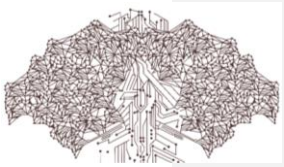
Inside the Haiti Earthquake, publicado pelo canal de televisão educacional canadense TVOntario (TVO) e desenvolvido pela produtora PTV Productions, é um jogo sobre as consequências, na cidade de Porto Príncipe, do terremoto que assolou o Haiti no início 2010. A proposta é representar a realidade do país no período pós-terremoto a partir da perspectiva de uma pessoa que está presente no local. O jogador pode experimentar o acontecimento por meio de algum dos seguintes papéis: um voluntário da ajuda humanitária, um sobrevivente do terremoto ou um repórter que está cobrindo as consequências do desastre.

O produto funciona como espécie de documentário interativo. Após escolher o personagem, a história se desenvolve automaticamente até que em certos pontos o jogador é convidado a tomar algumas decisões para continuar. Essas decisões interferem o que vai acontecer nas cenas seguintes e determinam o desenrolar da narrativa. É interessante que os três personagens mostram seus pontos de vista de uma mesma história, sendo possível perceber os momentos em comum entre os três quando se joga a partir de todas as possibilidades.

Embora seja comumente identificado como *newsgame*, Inside the Haiti Earthquake já começa com a seguinte afirmação: "Este não é um jogo. Ninguém está marcando pontos"[8]. (tradução nossa). Essa frase, além de vincular a ideia de jogo a uma definição restritiva, em que é necessário vencer e/ou ganhar pontos, pode ser interpretada como uma tentativa de afastá-lo do entretenimento relacionado aos jogos. Logo em seguida é informado que a experiência é produto de uma reedição de filmagens e fotografias que foram feitas no Haiti e utilizadas na produção de um documentário que faz parte do mesmo projeto. Por fim, também é enfatizado que, ao contrário do produto original, Inside the Haiti Earthquake deve ser considerado como um produto de ficção, com propósitos apenas educacionais.

Inside the Haiti Earthquake possui estética visualmente realista, inclusive tendo sido elaborado a partir de filmagens e fotografias feitas no Haiti e não de imagens produzidas digitalmente. Essas imagens, até mesmo pelo fato de o texto deixar claro que são registros de

[8] This is not a game. Nobody is keeping score. (No original).



coisas que realmente aconteceram, funcionam como estratégia de efeito de real no jogo. Entretanto, como as imagens foram montadas de forma a criar narrativas explicitamente ficcionais, Inside the Haiti Earthquake antes de tudo já é hierarquizado pelos próprios publicadores como menos real que o documentário.

Por não ter a pretensão de se apresentar como jornalístico, o jogo não usa dados factuais para tentar corroborar o aspecto real dos acontecimentos. Ao jogador fica sempre a dúvida se o que está desenvolvendo na narrativa é completamente ficcional ou se, apesar da nova estrutura, o texto está de certa forma ancorado na história, em fatos que ocorreram por trás das imagens que foram filmadas. É curioso que o jogo seja considerado menos real do que o documentário, pois na visão do jornalista que está cobrindo o terremoto, fica claro como uma narrativa jornalística é construída. A partir das decisões do jogador pode-se produzir, dentro do jogo, relatos com focos completamente distintos utilizando as mesmas imagens e entrevistas.

Outra forma de trazer a um jogo a sensação de real é a exploração de sua potencialidade de agência. De acordo com Murray (2003), agência é a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver o resultado das nossas escolhas. Apesar das três perspectivas e decisões que precisam ser tomadas, o jogador atua poucas vezes durante a experiência e quantidade de resultados possíveis a partir das decisões não é muito ampla. Muitas vezes sequer há decisão a ser tomada — o jogador apenas clica no botão com uma única opção possível. Em termos de jogo, a agência restrita diminui a sensação de imersão e desconecta o jogador do produto, tornando a experiência menos realista.

Efeitos de real em Spent

Já Spent é um *newsgame* que busca sensibilizar os jogadores quanto às consequências da crise econômica que se iniciou em 2008 ao colocá-los no papel de um homem norte-americano que precisa de dinheiro para viver e sustentar seu filho. Desenvolvido pela agência de publicidade McKinney, Spent foi produzido como demanda da Organização Não Governamental Urban Ministries of Durham, que trabalha para acabar com a falta de moradia e atender as necessidades de pessoas muito pobres e com fome.

A proposta é que o personagem consiga terminar o mês com saldo positivo na conta bancária após todas as despesas esperadas e contratempos. No início, o jogador escolhe um dos empregos com vagas disponíveis. A cada dia do mês, o jogo requer algumas tomadas de decisão ou apresenta tarefas que precisam ser realizadas. As decisões envolvem situações do dia a dia e questionamentos morais. Ao fim de cada semana o jogador recebe o pagamento por seu trabalho,

que é somado ao valor já acumulado (ou que é automaticamente utilizado para pagar dívidas previamente contraídas).

O gênero do *gameplay* se encaixa dentro da categoria das *visual novels* — jogos focados no enredo nos quais o jogador acompanha uma narrativa que pode ou não estar acompanhada de músicas e imagens. O jogo avança na medida em que o jogador decide qual caminho o protagonista deve seguir em momentos-chave. É comum que a gama de caminhos oriundos das decisões seja grande e que os jogos tenham diversos finais diferentes.

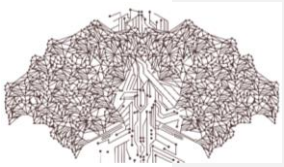
Em termos visuais, Spent é baseado principalmente nas artes do design da interface. A maior parte do jogo se passa no texto e há apenas algumas ilustrações para acompanhar o que está escrito. Nesse sentido, não há nenhuma pretensão de parecer realista. Não se mostra o cenário onde o jogo se passa. Entretanto, a falta de imagens também pode ser interpretada como efeito de real. Ao não personificar o protagonista, é mais fácil que o jogador consiga se colocar no lugar dele e se sentir fazendo parte da história.

Ao contrário do jogo anterior, Spent utiliza-se da narrativa ficcional para trazer ao jogador informações reais, como "você escolheu viver mais longe de seu trabalho, então seu aluguel é mais barato. Mas seus custos de combustível são maiores. Na verdade, por cada dólar que uma família trabalhadora economiza em moradia, ela gasta 77 centavos de dólar adicionais em transporte[9]" e "80% dos trabalhadores com baixos salários não recebe folgas remuneradas quando estão doentes. Então eles vão trabalhar, mesmo quando eles provavelmente não deveriam[10]". (tradução nossa). Há um link na página do jogo com um documento que cita as fontes de todos os dados que foram mencionados. Incluir esse tipo de informação serve como um recurso para dar credibilidade ao produto e convencer os jogadores que ele se baseia em dados reais e confiáveis.

Quando se trata das possibilidades de agência do jogador, Spent é um jogo muito interessante. Mesmo sendo um jogo textual, em que não é possível utilizar um avatar para se locomover por um ambiente ou explorar o cenário, ou seja, com poucas possibilidades de ação,

[9] You chose to live farther away from your job, so your rent is lower. But your gas costs are higher. In fact, for every dollar a working family saves on housing, they spend an additional 77 cents on transportation. (No original).

[10] 80% of low-wage workers don't get paid sick leave. So they go to work, even when they probably shouldn't. (No original).



na maior parte das vezes as decisões tomadas são significativas para o jogo. E a experiência do jogador se torna mais real na medida em que ele percebe que tem essa capacidade de interferir no andamento da história. Ao escolher um trabalho, por exemplo, boa parte das perguntas que se seguirão serão relacionadas a ele. Quando a ação tem algum requisito — conseguir digitar rápido para um emprego ou ter conhecimentos matemáticos para ensinar matemática para o filho —, o jogador precisa comprovar sua habilidade nessas atividades resolvendo pequenos desafios no jogo. Outra ação pertinente é a possibilidade de pedir ajuda financeira aos seus amigos nas redes sociais. Essa mecânica é extremamente comum em jogos sociais, mas nesse contexto, além de divulgar o produto, simula o real ao colocar o jogador para experimentar a posição de alguém que, em dificuldade financeira, precisa enviar uma mensagem pedindo dinheiro aos amigos.

Considerações finais

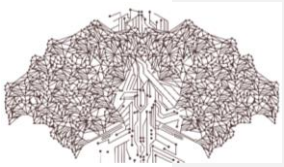
A discussão sobre o próprio jornalismo em si já proporciona muitas reflexões sobre a relação limítrofe entre os domínios da ficção e da realidade. Quando se trata de formatos diferentes dos tradicionais, especialmente o dos jogos, que são historicamente vinculados a narrativas ficcionais, essa controvérsia rende ainda mais.

No entanto, os jogos possuem a capacidade intrínseca de aproximar os jogadores às histórias, o que, de certa forma, também é papel do jornalismo. Por isso é tão importante debater como se dão e como ainda podem se dar as articulações entre as duas áreas. Seja assumindo seu caráter de artificialidade, seja tentando se vincular ao máximo ao real, o importante é não ignorar essa potencialidade dos jogos no desenvolvimento de um *newsgame*.

Quanto melhor é a simulação do acontecimento do jogo, aproveitando a possibilidade de os jogadores agirem sobre aquele sistema e experimentarem diferentes ações e resultados, maior é a imersão da pessoa em interação. Inside the Haiti Earthquake comove com as filmagens do cenário de tragédia, mas Spent é, de certa forma, mais realista ao fazer com o que o jogador entenda como é estar na situação do pai protagonista, com todos seus obstáculos e dilemas morais.

Vale lembrar que não só nos *newsgames* como em qualquer relato, ficção e realidade se relacionam. É a partir da associação e das disputas entre esses domínios que a narrativa se constitui. Entretanto, assumir esse componente ficcional nas notícias e reportagens não equivale a dizer que jornalismo é ficção.

Referências bibliográficas



AGUIAR, L. A. **Entretenimento: valor-notícia fundamental.** Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V, n. 1, p.13 – 23, jan. – jun. 2008. Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5556/5043>. Acesso em 08 oct. 2017.

BARTHES, R. **O efeito de real**. In: O rumor da língua, v. 2, p. 181-198, 2004.

BOGOST, I.; FERRARI, S.; SCHWEIZER, B. **Newsgames: Journalism at Play.** Cambridge: MIT Press, 2010.

BRASIL, A. **Jornalismo e videogames: Desafios para a formação profissional e a produção de novos Conteúdos Jornalísticos**. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Ponta Grossa, v.1, n. 10, p. 9-49, jun./dez. 2012. Disponível em <http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/217/153>. Acesso em 08 oct. 2017.

BUITONI, D. H. S. **Comunicação e fluxos contemporâneos: a indispensável imagem.** In: Vera Veiga França; Alessandra Aldé; Murilo César Ramos. (Org.). Teorias da Comunicação no Brasil: reflexões contemporâneas - Livro Compós 2014. 1ed.Salvador: Edufba, 2014, v. 1, p. 221-243.

FARRÉ, M. **El noticiero como mundo posible: estrategias ficcionales en la información audiovisual**. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

FONSECA, A. A.; CARUSO, L. **Os desafios editoriais dos NewsGames**. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.2, p. 691-702, nov. 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Andre_Fonseca10/publication/269335021_Os_desafios_editoriais_dos_NewsGames/links/54b41c320cf2318f0f96b40e.pdf>. Acesso em 08 oct. 2017.

JÁCOME, P. **Quem conta um conto, aumenta um ponto?** In: Bruno Souza Leal; Elton Antunes; Paulo Bernardo Vaz. (Org.). Para entender o jornalismo. 1ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2014, v. 1, p. 187-198.

MICHAEL D.; CHEN, S. **Serious games: Games that educate, train, and inform.** Boston, MA.: Thomson Course Technology, 2006.

MURRAY, J. H. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural; Unesp, 2003.

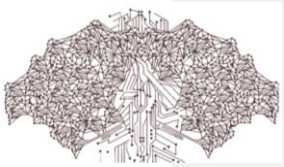
PONTE, C. **Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico.** Florianópolis. Insular, 2005.

ROCKWELL, G.; KEE, K. **The Leisure of Serious Games: A Dialogue**. In: Game Studies, 2009. Disponível em: <http://gamestudies.org/1102/articles/geoffrey_rockwell_kevin_kee>. Acesso em 11 oct. 2017.

SILVEIRA, A. C. **É tudo um mesmo jornalismo?** In: Para entender o jornalismo. Belo Horizonte. Autêntica Editora. 2014.

SUSI, T.; JOHANNESSON, M.; BACKLUND, P. **Serious Games – An Overview. 2007**. Disponível em: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:2416/FULLTEXT01.pdf>. Acesso em 08 oct. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



JORNALISMO CIENTÍFICO EM PLATAFORMAS DIGITAIS: UMA EXPERIÊNCIA DE *MEDIA LITERACY* COM ADOLESCENTES[1]

Victor Luis dos Santos BARBOSA[2]

Roseane ANDRELO[3]

Mauro de Souza VENTURA[4]

Resumo

As tecnologias da informação e da comunicação formam a base da chamada Sociedade da Informação. Esse contexto torna necessária a discussão da presença das mídias digitais em sala de aula e a educação para o seu uso adequado. Uma das chaves da mídia-educação se constitui na união do estudo das mídias ao ensino de outras disciplinas que já constam nos currículos escolares. Tomando como base o jornalismo científico, que possui a função de traduzir conceitos complexos em linguagem simples, produzido em forma de vídeos para as plataformas digitais da revista Superinteressante, esse trabalho busca observar a percepção sobre o que é ciência e jornalismo científico em educandos de 11 a 14 anos que participam de oficinas de música em um centro comunitário em Campinas-SP. A metodologia constituiu-se em uma atividade em grupo durante uma aula de música, que envolveu aplicação de questionário, exibição de um vídeo sobre ciência e música, e debate entre os alunos.

Palavras-chave: mídia-educação; jornalismo científico; acesso à informação, Sociedade da Informação; alfabetização informacional

1. Introdução

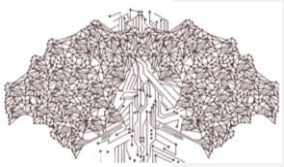
O acesso à informação é considerado um direito fundamental. Porém, mais do que ter acesso, é essencial desenvolver competências que permitam reconhecer informações necessárias, localizá-las, avaliá-las, usá-las e ainda permitir que outros aprendam a partir desses dados informacionais. Especialmente em se tratando da denominada informação científica. As produções de jornalistas da editoria de ciência possuem, por si só, a função de "traduzir" conceitos

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: victor.santosjor@gmail.com

[3] Professora do programa de pós-graduação em Comunicação e do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: roseane.andrelo@faac.unesp.br

[4] Professor do programa de pós-graduação em Comunicação e do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: mauroventura@faac.unesp.br



complexos para uma linguagem mais acessível, contribuindo para informar seus leitores, ouvintes ou espectadores a respeito de pautas ligadas à ciência e à tecnologia.

Além disso, a sociedade atual é representada por uma proliferação de informações, boa parte delas propagada pelos meios de comunicação, os quais possuem agora uma convergência em inúmeras plataformas digitais e divulgam seu conteúdo em sites de redes sociais – inclusive veículos que se propõem a cobrir assuntos científicos. Esses veículos agora competem por espaço em meio ao infinito conteúdo na internet, conteúdo esse que agora pode ser também produzido pelos próprios usuários.

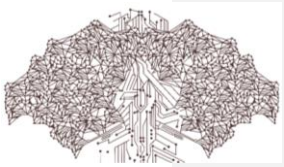
Esse contexto – intrínseco à chamada Sociedade da Informação – aliado à questão do direito humano de receber e transmitir informações sem interferências e fronteiras, leva a um debate importante: o estudo das mídias em sala de aula e a educação para seu uso correto e adequado. Tal debate se faz necessário já que é a partir das informações que as pessoas se tornam aptas a tomar decisões, desenvolvendo-se enquanto cidadãs – sendo a escola um dos pilares da construção da cidadania.

Por meio da mídia-educação, ou *media literacy*, promove-se a compreensão crítica dos meios de comunicação, propiciando aos alunos uma leitura completa do texto midiático, além de enxergá-lo enquanto expressão criativa e potencial polo propulsor da participação democrática (ANDRELO; BIGHETTI, 2015).

O objetivo do presente trabalho é entender as potencialidades e limitações da mídia-educação em sala de aula tomando como objeto o jornalismo científico. Essa editoria tem como princípio justamente traduzir informações complexas para que qualquer pessoa possa entender um estudo científico; além disso, atualmente os principais produtos periódicos impressos nesse segmento, como a revista Superinteressante, estão se adaptando e produzindo conteúdo para o meio digital também, visando conquistar seu espaço em meio a todo a gama de conteúdos disponíveis nas redes sociais e plataformas digitais.

A experiência de mídia-educação consistiu em uma intervenção em uma oficina de música num centro comunitário de Campinas-SP, em que educandos de 11 a 14 anos assistiram a um vídeo da revista Superinteressante sobre ciência e música, e posteriormente iniciaram um debate a respeito das informações contidas nas imagens exibidas.

2. Sociedade da informação e tecnologias



A informação e o conhecimento sempre foram elementos cruciais para qualquer processo produtivo, quando estamos tratando do modo de produção capitalista. Contudo, Castells (1999) discorre que, no processo de reestruturação capitalista ocorrido no final do século XX, esses dois elementos se tornaram o centro da fonte de produtividade, algo que o permite classificar esse novo sistema como informacionalismo.

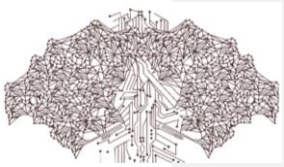
> O que é específico ao modo informacional de desenvolvimento é a ação de conhecimentos sobre os próprios conhecimentos como principal fonte de produtividade. O processamento da informação é focalizado na melhoria da tecnologia do processamento da informação como fonte de produtividade, em um círculo virtuoso de interação entre as fontes de conhecimentos tecnológicos e a aplicação da tecnologia para melhorar a geração de conhecimentos e o processamento da informação: é por isso que, voltando à moda popular, chamo esse novo modo de desenvolvimento de informacional, constituído pelo surgimento de um novo paradigma tecnológico baseado na tecnologia da informação (CASTELLS, 1999, p. 35)

Desse modo, busca-se o constante desenvolvimento tecnológico, já que a tecnologia constitui o ápice da acumulação de conhecimentos e da capacidade de processamento da informação. A tecnologia cada vez mais perpassa todas as relações, estruturas e práticas sociais, difundindo-se e modificando as experiências (CASTELLS, 1999).

Santaella (2003) destaca que o desenvolvimento das tecnologias da informática, especificamente em se tratando da convergência entre computadores e o setor de telecomunicações, estimulou o surgimento de "uma habilidade surpreendente para armazenar e recuperar informações, tornando-as instantaneamente disponíveis em diferentes formas para quaisquer lugares". Segundo a autora, estamos diante de um cenário em que o mundo caminha para se tornar uma gigantesca rede de trocas de informações.

Ao tratar dessa questão do peso das informações e das tecnologias nas experiências sociais, Castells (1999) classifica o contexto atual como Sociedade da Informação. Nessa perspectiva, "as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade" (CASTELLS, 1999, p. 39).

Jenkins, Green e Ford (2014) reforçam que o conjunto composto pelas novas práticas sociais e culturais e pelas inovações tecnológicas relacionadas e que cresceram em torno dessas práticas compõem o que podemos classificar como cultura ligada em rede, em um processo que segue acontecendo até os dias de hoje, sofrendo transformações.



> O que as pessoas, coletiva e individualmente, decidem fazer com essas tecnologias, tanto no papel de profissionais como no de audiências, e os tipos de cultura que produzem e espalham por esses meios e em torno delas ainda estão sendo definidos. Os especialistas em mídia, os profissionais do ramo e os membros do público participante que se dão ao trabalho de buscar um cenário de mídia inclusivo, equitativo e robusto não podem aceitar a evolução de plataformas de mídia e a criação de conteúdo como se fossem a inalterável consequência de avanços tecnológicos. Nossa esperança é investigar as tensões entre essas várias perspectivas, mas também explorar o que está faltando: as formas como são atualmente realizadas as atividades dos indivíduos ajudam – ou poderiam eventualmente ajudar – a moldar o ambiente de comunicação em torno deles (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 20)

Os autores salientam que nada é mais natural do ser humano do que compartilhar histórias, sendo uma prática desde os tempos do papiro. No entanto, o advento da computação ligada em rede e a forma como seus componentes estão sendo absorvidos por essa nova cultura igualmente ligada em rede, e ainda o modo como esses conteúdos estão sendo distribuídos pelos sites de redes sociais, são indicativos de uma nova configuração dessas práticas de compartilhamento de histórias (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 65).

3. Acesso à informação e mídia-educação

O acesso ampliado a informações e conhecimentos, potencializado pelas tecnologias e pela recente expansão das redes sociais, a cada dia mais onipresentes e acessíveis para cidadãos de todas as idades, torna relevante outro tópico para discussão: a presença das mídias em sala de aula e a educação para o seu uso adequado.

Em documento lançado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), Wilson et. al. (2013) salienta que está na Declaração Universal dos Direitos Humanos a liberdade de procurar, receber e transmitir informações por quaisquer meios. A proliferação das mídias e provedores de informações, promovida pelos avanços tecnológicos na área das telecomunicações, leva ao necessário debate sobre a chamada alfabetização midiática e informacional (AMI).

Alfabetização informacional

Definição e articulação de necessidades informacionais	Localização e acesso à informação	Acesso à informação	Organização da informação	Uso ético da informação	Comunicação da informação	Uso das habilidades de TICs no processamento da informação

Alfabetização midiática[5]

Compreensão do papel e das funções das mídias em sociedades democráticas	Compreensão das condições sob as quais as mídias podem cumprir suas funções	Avaliação crítica do conteúdo midiático à luz das funções da mídia	Compromisso junto às mídias para a autoexpressão e a participação democrática	Revisão das habilidades (incluindo as TICs) necessárias para a produção de conteúdos pelos usuários

Figura 1: Quadro que sintetiza as etapas da alfabetização midiática e da alfabetização informacional.

Fonte: extraída de Wilson et. al. (2013, p.18)

A AMI busca desenvolver nos indivíduos em sala de aula a competência para usufruir do direito humano de acesso à informação e ao conhecimento, essencial especialmente nesse contexto de múltiplos conteúdos midiáticos espalhados pelas redes sociais. Desse modo, as pessoas poderão fazer melhor proveito dessas mídias enquanto consumidoras e cidadãs (SIQUEIRA; ANDRELO; ALMEIDA, 2012).

Trata-se, de acordo com Siqueira e Martins (2013), do foco da chamada mídia-educação: os meios de comunicação tornam-se objeto do estudo escolar, e cabe ao professor guiar esse processo interpretativo realizado pelos jovens, fazendo-os enxergar conexões entre os produtos midiáticos e as suas experiências pessoais. O processo inclui desmontar o texto midiático, analisar o processo de codificação e decodificação de suas mensagens, e capacitar os alunos para processar essas informações e ainda desenvolver a competência de produção de conteúdos.

Siqueira, Andrelo e Almeida (2012), desenvolveram, com base em Lusted (1991), uma tabela com os conceitos-chave da mídia-educação, que devem nortear os professores dispostos a trabalhar com alfabetização midiática e informacional.

Tabela 1 – Conceitos-chave de mídia-educação

Conceitos-chave	Objetivos
Linguagem	criar atividades que ajudem o estudante a experimentar a linguagem midiática e, assim conhecê-la por dentro;

Instituições de mídia	simular e produzir conteúdos aplicando rotinas de produção profissional para compreender em que medida o produto final é mais resultado de práticas institucionalizadas do que uma suposta capacidade que a mídia tem de refletir a realidade como ela é;
Audiência	compreender o comportamento da audiência que negocia significado com a mensagem. Na prática, algumas mensagens são interpretadas exatamente do modo como seus autores queriam que fosse, enquanto outras são interpretadas de modos alternativos e até completamente inesperados.
Representação	aprender a avaliar criticamente o modo como os recursos da linguagem e as rotinas de produção resultam em valores comumente associados a sujeitos, hábitos, instituições. Ao comparar (com metodologia) o modo como mensagens diferentes apresentam o mesmo assunto, os estudantes têm a oportunidade de se afastar das mídias e observá-las "de cima".

Fonte: extraída e adaptada de Siqueira, Andrelo e Almeida (2012)

O sistema educacional brasileiro ainda não possui componentes específicos para o estudo da mídia em seu currículo (SIQUEIRA, 2016). Assim, uma das possibilidades de se realizar esse estudo se constitui na integração dele ao ensino de disciplinas e atividades que já constam nos currículos escolares, como por exemplo, unir o estudo da mídia a aulas de português, literatura ou artes. É importante ressaltar que essas atividades escolares devem ser calcadas no compromisso de promover uma melhor compreensão e uma leitura crítica a respeito do funcionamento dos meios de comunicação (SIQUEIRA; ANDRELO; ALMEIDA, 2012).

Para tanto, Buckingham (2003 apud SIQUEIRA; ANDRELO; ALMEIDA, 2012) sugere seis estratégias pedagógicas principais: análise textual, análise contextual, estudo de caso, tradução, simulação e produção.

A análise textual visa um estudo detalhado do texto midiático, que pode ser realizada tanto de forma descritiva, quanto analisando conotações e associações do produto midiático (análise do significado), quanto isolando elementos (como sons, músicas, efeitos visuais, iluminação) e realizando correlações com o contexto externo, e ainda buscando emitir um julgamento por parte da audiência. A análise contextual amplia a anterior, auxiliando a identificar padrões e valores do texto midiático, como os recursos técnicos e estéticos trabalhados, o espaço ocupado por textos e imagens, a audiência buscada, os apelos e uma observação quantitativa e qualitativa do material.

O estudo de caso possui um enfoque maior no processo de produção da mensagem, verificando quem seria o público-alvo e as práticas profissionais em si. A tradução também segue nessa perspectiva, observando, por exemplo mudanças de abordagem em mídias diferentes, ou testando adaptar um texto de um tipo de mídia para outro.

Por fim, a simulação e a produção estimulam a escrita em mídia, ao invés da observação e leitura (SIQUEIRA; ANDRELO; ALMEIDA, 2012). Enquanto a simulação busca ilustrar toda a cadeia produtiva midiática, identificando as funções dos profissionais e o modo de elaboração do produto, a produção, conforme o nome indica, engloba o desenvolvimento de um programa de rádio, blog, jornal-mural ou pequenos vídeos. Tal atividade, facilitada pelos atuais dispositivos e softwares advindos da Sociedade da Informação atual, deve sempre ter como propósito a educação crítica para os meios de comunicação.

4. Jornalismo científico e plataformas digitais

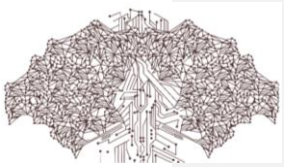
Um dos tópicos que merece atenção dentro do escopo do acesso a informações diz respeito à comunicação científica. Vogt (2003) ressalta a importância da divulgação científica como um dos fundamentos para a existência da própria ciência, visto que o compromisso essencial dessa área é justamente tornar os seus resultados e descobertas públicos.

Seguindo nessa perspectiva, o autor explica que a denominada espiral da cultura científica é configurada por quatro etapas: produção e difusão da ciência; ensino de ciência e formação de cientistas; ensino para a ciência; e, por fim, a divulgação científica, que faz com que a informação científica seja difundida para a sociedade, sendo a etapa em que se insere o jornalismo.

Burkett (1999) relata que o jornalismo científico se constitui em uma das atividades especializadas da área da comunicação que mais evoluiu ao longo do século XX, sendo caracterizado como a capacidade de, por meio da redação, explicar ou traduzir o conhecimento científico para pessoas que podem ou não ser cientistas.

> Isso inclui os campos óbvios cobertos pelas ciências físicas tais como a física e a química, e as ciências naturais, biologia e zoologia, por exemplo, e todas as suas ramificações. Redigir ciência também abrange temas como a aplicação da ciência através da engenharia e da tecnologia e, especialmente as ciências-arte da medicina e cuidados com a saúde. As ciências social e de comportamento também são temas que competem ao redator científico (BURKETT, 1990, p.5).

No Brasil, o tema ciência começou a ser explorado pela imprensa ainda em 1875, em uma seção no jornal O Estado de S. Paulo denominada “Seção Científica”. Conforme avançavam os periódicos impressos, avançava também a cobertura do assunto. Destaca-se a criação da Sociedade Brasileira de Ciências, em 1921, que trouxe consigo artigos de jornais, uma revista e



uma rádio, e a coluna do jornalista José Reis, na Folha de S. Paulo, iniciada em 1947 e encerrada apenas em 2002 (MOURA, 2012).

Seguindo essa evolução, foi natural a aproximação do segmento científico ao jornalismo de revistas, que simboliza o jornalismo especializado. Em 1960, a editora Abril lançou a revista de interesse geral Realidade, e em 1986, a semanal Veja, ambas eventualmente trazendo pautas sobre ciência. No entanto, foi com o lançamento da Superinteressante em 1987, que a empresa entrou definitivamente no campo do jornalismo científico, com uma publicação que se pretendia "oferecer uma visão ampla do que se fez, do que se faz, e do que se fará em termos de pesquisa e realização científica e tecnológica" (Super.abril.com.br, 2012).

Porém, as transformações tecnológicas advindas da Sociedade da Informação e da cultura ligada em rede impactaram fortemente a atividade jornalística, exigindo que as empresas iniciassem uma intensa incursão no universo digital. No caso da Superinteressante, esse fenômeno se deu de forma mais clara a partir da edição nº 346, em maio de 2015, em que a revista indicou, em sua carta ao leitor, uma mudança de projeto gráfico-editorial, uma modernização em seu site, uma maior presença nas redes sociais e uma ênfase na produção de vídeos (Super.abril.com.br, 2015).

Entre os vídeos que passaram a ser produzidos pela equipe da revista e disponibilizados em seu canal no YouTube, em sua página do Facebook e em seu perfil do Twitter, destaca-se "2 minutos para entender". Trata-se de um vídeo de curta duração, publicado uma vez ao mês em todas as plataformas digitais da marca Superinteressante, que se propõe a explicar detalhadamente assuntos recentes, polêmicos ou curiosos, como "cultura do estupro", "zika vírus" e "a política em 2016".

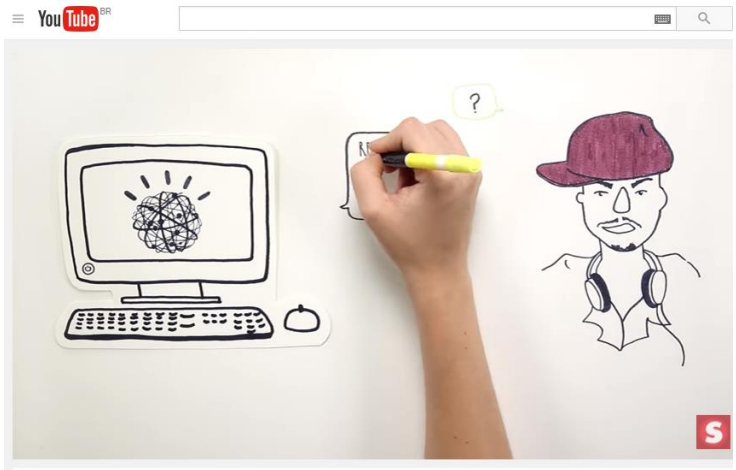


Figura 2 – Frame do vídeo de “2 minutos para entender”, demonstrando as imagens sendo ilustradas conforme a locução transmite informações

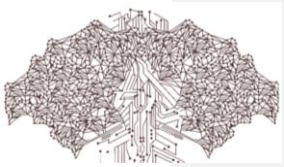
Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=MxTxaJz2ZQM&t=28s acessado em 07/08/2017

Um dos diferenciais de “2 minutos para entender” se constitui em sua estrutura. O vídeo é inteiro locutado enquanto, a cada frame, aparecem apenas ilustrações coloridas, em alguns momentos acompanhadas por objetos, que vão surgindo na tela a cada informação apresentada. Algumas informações complementares também aparecem, igualmente escritas à mão pela ilustradora responsável.

5. Metodologia

À luz dessa fundamentação teórica, construiu-se uma metodologia baseada nos conceitos-chave de mídia-educação, e nos elementos que configuram o jornalismo científico, e, para a ação, foi selecionada uma turma de 14 educandos com idades entre 11 e 14 anos, que frequentam uma oficina de música no Centro Comunitário Irmão André (CECOIA), em Campinas-SP, para uma experiência realizada no dia 2 de agosto de 2017.

As origens do CECOIA remontam à Congregação de Santa Cruz, formada por grupos religiosos na França em 1837. Os religiosos pertencentes a essa congregação se espalharam por todos os continentes, e um dos grupos que aportou em território brasileiro fundou em Campinas-SP o colégio particular Notre Dame, em 1961.



Com base na filosofia da congregação, que busca auxiliar crianças e jovens em estado de vulnerabilidade social, um grupo de pais de alunos do colégio fundou o Centro Comunitário Irmão André em 1985. O CECOIA se mantém desde então com projetos financiados pela iniciativa privada e pela captação de doações via voluntariado e eventos sociais.

As crianças e adolescentes frequentam o local no contraturno de seus períodos escolares, e têm à disposição uma série de oficinas escolhidas por opção própria, que incluem teatro, dança, informática, esportes, culinária, brincadeiras antigas, brincadeiras cooperativas, música, entre outras.

A ação foi realizada na tarde do dia 2 de agosto de 2017, durante uma oficina de música com duração de duas horas. A escolha da turma e da oficina ocorreu devido à idade das crianças, uma turma mais velha composta por educandos entre 11 e 14 anos, e ao fato do vídeo a ser exibido trabalhar com a questão da ciência na área da música.

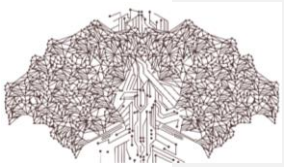
No primeiro momento da experiência, os educandos foram brevemente apresentados aos conceitos de ciência e jornalismo científico, e preencheram um pequeno questionário para identificar os seus conhecimentos a respeito desses dois temas e de como poderiam estar relacionados à área da música.

Posteriormente, assistiram ao vídeo "2 minutos para entender – como a tecnologia descobriu o que faz uma música ter sucesso", produzido pela equipe da revista Superinteressante, sucedido por um debate em que foram testadas as estratégias pedagógicas da análise textual e da análise contextual em mídia-educação. Por fim, partindo do vídeo, o educador deu prosseguimento à oficina de música habitual.

6. Coleta de dados e observação inicial

Antes do início da atividade prática, solicitou-se que os educandos preenchessem um questionário breve, de sete perguntas, para coletar dados a respeito dos seus conhecimentos sobre ciência, jornalismo científico, acesso à internet e a relação desses tópicos com a música. Nas questões "Acessa a internet? Com que frequência?" e "Se acessa, acessa por onde?", 10 dos 14 educandos afirmaram acessar a internet todos os dias, e houve inclusive um estranhamento da parte de um deles, ao questionar "quem acessa uma vez por semana?". O termo "lan house", que estava entre as opções da pergunta "acessa por onde?", era desconhecido por um dos alunos.

Ainda no questionário, 12 dos 14 meninos e meninas afirmaram que consideram ciência um assunto "interessante". No entanto, na pergunta dissertativa que pedia ""Fale uma notícia de



ciência que você se lembre", apenas três deles disseram se lembrar – um deles mencionou "corpo humano", o outro, "que os caras lançaram o foguete para o universo" e o terceiro respondeu "Animal Planet e Planeta Terra III". Além disso, 11 dos 14 educandos responderam "sim" à pergunta "Acha que música tem a ver com ciência?".

Antes da experiência realizada no dia 2 de agosto de 2017, o pesquisador realizou uma visita no dia 28 de junho de 2017, em que foi possível acompanhar uma tarde de oficina de música para compreender a dinâmica da turma e das atividades realizadas. Ao retornar no dia 2 de agosto de 2017, os primeiros 50 minutos de aula também consistiram em uma observação inicial da turma.

As observações preliminares constataram a dificuldade de manter a atenção em uma turma de crianças, visto que o potencial de dispersão é muito grande. Durante a oficina na qual foi realizada a atividade, um projetor foi instalado pelo educador para exibição do vídeo de jornalismo científico.

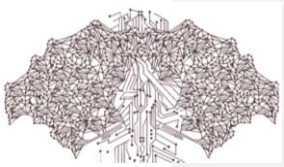
Conforme palavras do próprio educador de música responsável pela oficina, utilizar vídeos em aula pode ser muito útil para atrair a atenção dos alunos nesses momentos em que ameaçam ficar dispersos. Nesse dia, sua estratégia consistiu em aproveitar o site YouTube, aberto para exibição do vídeo "2 minutos para entender", e mostrar vídeos divertidos sugeridos pelos próprios educandos. A observação desse momento da oficina ilustrou o quanto os adolescentes presentes naquela sala conheciam os vídeos virais mais famosos da internet.

7. Análise textual e análise contextual

Passados cerca de 50 minutos iniciais da oficina, em que o educador cuidou de questões práticas a respeito de apresentações de final de ano, o pesquisador iniciou a atividade de mídia-educação explicando brevemente, com auxílio do educador, conceitos como ciência, jornalismo e jornalismo científico.

Após essa rápida introdução, teve início a exibição do vídeo "2 minutos para entender – como a tecnologia descobriu o que faz uma música ter sucesso", produzido pela equipe da revista Superinteressante e disponibilizado em seu canal no YouTube, em sua página do Facebook e em seu perfil no Twitter.

O vídeo discorria sobre um sistema de computação cognitiva da empresa IBM, o IBM Watson, capaz de analisar emoções humanas, como por exemplo postagens em redes sociais, e de aprender sobre música, analisando letras e sons das 26 mil músicas recentes mais tocadas de



acordo com a *Billboard*, para verificar quais emoções e sonoridades as pessoas de fato preferem ouvir nas canções.

Essa verificação, aliada ao estudo de outros elementos como posts da Wikipédia, artigos do jornal *The New York Times*, sinopses de filmes e discursos do prêmio Nobel, fizeram com que o IBM Watson fosse capaz de concluir quais são as estruturas mais comuns nas músicas de sucesso: tratar de assuntos como relacionamentos, dificuldades na vida e superação; conter instrumentos como violão, percussão, baixo e guitarra; e ainda apresentar palmas, trechos de rap ou interjeições como "uuuhhhhh".

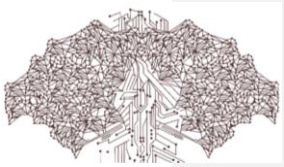
Todas essas informações foram apresentadas no estilo característico de "2 minutos para entender", com ilustrações coloridas se alternando na tela e uma locução didática. Ao fim da exibição, iniciou-se o debate conduzido pelo pesquisador.

Em relação à análise textual, que busca construir uma visão reflexiva a respeito do texto do produto midiático exibido em sala de aula, foi unânime a reação da turma ao classificar o vídeo como "interessante", remetendo à mesma opinião anteriormente expressa no questionário a respeito do assunto "ciência". Contudo, um dos educandos afirmou não ter entendido o nome do computador, IBM Watson, dito no início do vídeo.

Essa observação levou a uma discussão em que alguns dos outros adolescentes revelaram não ter entendido que se tratava de um estudo sobre música realizado por um computador. Nesse momento, alguns dos alunos destacaram que a parte inicial que mencionava o IBM Watson, trecho que inclusive mostrava a ilustração de um PC, havia sido muito rápida. Dessa forma, ainda que tenham classificado as informações exibidas pelo vídeo como "interessantes", notou-se que o ponto principal do vídeo, o fato de um sistema de computação cognitiva estar por trás das descobertas sobre o que faz uma música ter sucesso, não foi compreendido por boa parte da sala.

A análise contextual conseguiu avançar mais na reflexão. Uma das perspectivas dessa estratégia pedagógica se constitui em realizar análises qualitativas do produto midiático veiculado em sala de aula, com o propósito de identificar padrões e valores. Algumas das táticas de análise contextual utilizados por essa experiência foram observar os recursos estéticos e técnicos do vídeo, analisar o tempo que texto e imagens ocuparam em tela e ainda verificar as reações de quem está assistindo.

Quando questionados se o vídeo havia sido longo demais, todos os educandos presentes disseram que não, com um deles reforçando que "nem pareceu dois minutos". O fato do vídeo ser



inteiro composto por ilustrações coloridas na tela também mereceu destaque por parte de quase todos os presentes, recebendo elogios como "bonito" e "gostei dos desenhos". Um dos educandos salientou que essas ilustrações dinâmicas eram de fato o ponto forte do vídeo, porque, em suas palavras, "seria chato ler aquilo escrito ou ainda se fosse o vídeo, mas só com uma pessoa falando".

Contudo, houve uma dificuldade nessa etapa do debate de se trabalhar com a questão do conceito-chave "instituições de mídia". Apesar das tentativas do pesquisador, a conversa a respeito das rotinas produtivas dos jornalistas envolvidos na produção do vídeo não fluiu, e a turma começou a dispersar. Partiu-se assim para outras perguntas a respeito dos recursos técnicos e estéticos empregados.

Alguns dos elementos presentes no vídeo chamaram mais a atenção dos alunos. Quando a locução apresentou os instrumentos e elementos musicais que o IBM Watson concluiu que faziam uma música ter sucesso, a interjeição "uuuhhhhh" suscitou muitas reações. Todos indicaram ter se divertido e houve uma comparação dessa interjeição com as músicas do cantor de pop e R&B Bruno Mars, indicando um pouco do repertório cultural dos presentes.

O final do vídeo também provocou atenção na sala, quando é apresentada uma música composta com auxílio do IBM Watson, e uma mão acende um isqueiro para acompanhar o som. Quando questionados sobre o que mais chamou a atenção no vídeo todo, a maior parte dos educandos comentou ter reparado no isqueiro, e nenhum deles entendeu o motivo de ter sido acendido naquele momento.

A partir da dúvida a respeito do isqueiro, o educador reassumiu a condução e iniciou a sua oficina de música habitual partindo do vídeo exibido anteriormente. Inicialmente, esclareceu a origem do hábito de se acender isqueiros em shows de rock n'roll, ilustrando com outros vídeos do YouTube.

Posteriormente, o educador fez mais um gancho com o vídeo de "2 minutos para entender", salientando que as semelhanças entre grandes sucessos identificadas pelo IBM Watson não se constituem em um grande segredo para os profissionais da área da música. De acordo com sua fala, grandes sucessos possuem acordes iguais, algo que ocorre desde os tempos da música clássica. Para ilustrar seu exemplo, novamente utilizou-se do YouTube e exibiu vídeos de músicos tocando diversas canções famosas que possuem os mesmos quatro acordes. Nesse momento, o pesquisador fez uma breve interferência para sublinhar que em muitos momentos a tarefa da

ciência se constitui em, por meio de um método, evidenciar ou negar aquilo que é de conhecimento do senso comum.

O professor finalizou a oficina voltando ao vídeo da revista Superinteressante pela última vez para verificar se ainda havia pontos a debater e ensinar. Essa exibição pela terceira vez gerou uma reação em um dos educandos, que afirmou estar "enjoando do vídeo". Nessa última explanação, o educador enfatizou o começo do vídeo, em que aparecem objetos antigos utilizados para tocar música, como rádio, CD, fita cassete e vinil. Parte dos educandos não conhecia o vinil, o que levou o educador a explicar como funciona uma vitrola, e a encerrar a oficina abordando o fato de que as músicas, ao longo do tempo, diminuíram dos cerca de 40 minutos observados nas orquestras da antiguidade para os cerca de 3 minutos das músicas ouvidas atualmente justamente para caberem num disco de vinil.

8. Considerações

Quando se fala em acesso à informação como direito fundamental, o jornalismo científico pode ser um dos pilares nesse processo, visto que a própria função dessa área reside em apurar e traduzir temas complexos relacionados a pesquisas científicas e "traduzi-los" para um público não especializado.

O fato dessa prática jornalística viver um momento de adaptação ao universo digital, como exemplificado pelos vídeos produzidos pela revista Superinteressante e disponibilizados no YouTube e nas redes sociais, pode ser extremamente benéfico quando estamos trabalhando na chave da mídia-educação, por conta de três fatores demonstrados nessa experiência.

• Os educandos que participaram da atividade demonstraram uma abertura ao formato de vídeos, se mostrando grandes consumidores do YouTube;

• Todos os envolvidos também destacaram que consideram ciência um assunto interessante, uma classificação benéfica para se trabalhar esse assunto vinculado às mídias, inclusive em outras aulas e oficinas que não na de música;

• O acesso à internet é constante; o que indica tanto uma grande possibilidade do consumo desse tipo de conteúdo de vídeos de jornalismo científico por parte desses adolescentes, quanto uma necessidade de educar esse público ao uso adequado das mídias.

Trata-se de considerações retiradas de uma atividade prática com universo restrito; contudo, indicam possibilidades reais de trabalho envolvendo mídia-educação e jornalismo científico. Por outro lado, houve dificuldade de contemplar o conceito-chave "instituições de

mídia". A prática jornalística, foco dessa experiência de mídia-educação, aparece como muito distante da realidade dos educandos, o que provavelmente exigiria mais dias de experiência para iniciar um desmonte dessa lacuna, por meio de reflexões que incitem o despertar dos alunos para as rotinas profissionais que envolvem os meios de comunicação.

Por fim, uma experiência de mais dias também poderia envolver uma etapa final de produção por parte dos educandos. Oficinas como a de música já possuem um nível prático, algo que, aliado à abertura dos adolescentes a experiências como essa, pode facilitar a uma prática eficaz e crítica de produção de conteúdo.

Referências

2 minutos para entender - Como a tecnologia descobriu o que faz uma música ter sucesso. **YouTube**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MxTxaJz2ZQM>. Acesso em: 7 ago. 2017.

ANDRELO, R.; BIGHETTI, W. V. F. **Media Literacy, memória e eleições** – como jovens interpretam o apelo à memória na campanha presidencial de 2014. Revista Comunicação & Educação, São Paulo, v. 20, n. 2, jul/dez. 2015. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/86953>. Acesso em: 13 jun. 2017.

BURKETT, Warren. **Jornalismo científico** – como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 4 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

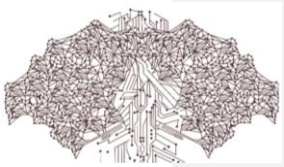
JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão** – criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

Leia a primeira carta ao leitor que saiu na edição 1 da Super. **Super.abril.com.br**. São Paulo: 19 set. 2012. Disponível em <http://super.abril.com.br/blogs/superblog/leia-a-primeira-carta-ao-leitor-que-saiu-na-edicao-1-da-super/>. Acesso em: 30 jul. 2017.

MOURA, Mariluce. **Histórias para contar:** acesso a documentos digitalizados ajuda a reconstituir os percursos da divulgação científica no Brasil. Pesquisa Fapesp. Rio de Janeiro, ed.200, p. 40-46, out. 2012.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. 4 ed. São Paulo: Paulus, 2003.

SERIDORIO, D. F.; GONZALES, L. S.; LUVIZOTTO, C. K. **Minuto consciente como proposta de mídia-educação**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37, 2014, Foz do Iguaçu. Anais eletrônicos... Foz do Iguaçu: UDC, 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1384-1.pdf >. Acesso em: 12 jul. 2017.



SIQUEIRA, A.B. **Português & Mídia – Blog do projeto "Mídia-educação no Ensino Médio"**. 2016. Disponível em: < https://portuguesemidianoensinomedio.wordpress.com/>. Acesso em: 11 jun. 2017.

SIQUEIRA, A.B; ANDRELO, R; ALMEIDA, L.B.C. **Mídia-educação no ensino médio:** uma experiência com alunos e professores. Revista Ibero-americana de estudos em educação, Araraquara, v.7, n. 2, 2012. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/5397>. Acesso em: 15 jun. 2017.

SIQUEIRA, A. B.; MARTINS, L.A. **Mídia-educação no Ensino Fundamental:** a produção de rádio como ferramenta para aprender leitura crítica da mídia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF, v. 7, n. 1, jun. 2013. Disponível em: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/127>. Acesso em: 3 jul. 2017.

Tanto e tão pouco. **Super.abril.com.br**. São Paulo: 7 dez. 2015. Disponível em < http://super.abril.com.br/ideias/tanto-e-tao-pouco/>. Acesso em: 30 jul. 2017.

VOGT, Carlos. **A Espiral da cultura científica**. Revista SBPC/Labjor. Campinas, v.1, n.45, jul. 2003. Disponível em: <http://www.comciencia.br/dossies-1-72/reportagens/cultura/cultura01.shtml>. Acesso em: 29 jul. 2017.

WILSON, C; GRIZZLE, A.; TUAZON, R.; AKYEMPONG, K.; CHEUNG, C. **Alfabetização midiática e informacional:** currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002204/220418por.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

JORNALISMO E EDUCOMUNICAÇÃO: NOVOS SENTIDOS NA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA[1]

Bruno de Oliveira Ferreira[2]

Resumo

Este artigo discute os diferentes processos e aos valores envolvidos na produção de conteúdos jornalísticos, a partir de autores que criticam o discurso e os princípios hegemônicos da notícia e da análise de processos educativos que procuram ressignificar o gênero, em que jovens exercem a autoria de conteúdos jornalísticos. Assim, levantamos a opinião de participantes de iniciativas de educomunicação ou de educação para a comunicação acerca do que consideram relevante no âmbito do gênero noticioso. Foi possível constatar que a notícia, na perspectiva dos sujeitos consultados, necessita ser circunstanciada e problematizadora para cumprir um papel significativo na sociedade.

Palavras-chave: jornalismo, notícia, educomunicação, discurso, relevância jornalística.

Introdução

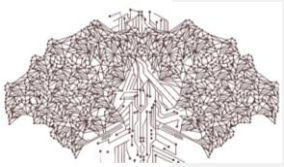
A circulação do saber, para Martín-Barbero (2014), é uma das mais profundas transformações que uma sociedade pode sofrer, uma vez que a complexifica, abrindo espaço para o surgimento e sofisticação de novas práticas sociais, orientadas por uma nova demanda social e cultural, que é a livre expressão, tão incentivada pelas redes sociais que, literalmente, convidam os usuários a compartilhar suas opiniões e pensamentos a cada acesso à rede.

Nesse contexto, a notícia difunde-se pela sociedade como um tipo de narrativa que pretende relatar a realidade. Informações expressas nesse gênero são apropriadas pelos sujeitos e ressignificadas em diferentes instâncias sociais, uma vez que promovem discussões e pautam questões em diferentes âmbitos. Se compreendemos o jornalismo – e a produção noticiosa – como uma linguagem (com códigos e procedimentos específicos a sua práxis), entenderemos os diferentes contextos em que a notícia é produzida.

Nos meios hegemônicos, esse gênero narrativo está a serviço da lógica do capital, convertendo-se em mercadoria, sobretudo quando, em vez de relatar acontecimentos, os provoca, potencializando seu papel interventivo, sobretudo nas instâncias de poder. No que se refere aos

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 16 – Jornalismo de dados, ética da informação, fake news e crise dos pontos de vista centrais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Mestrando em Ciências da Comunicação da ECA/USP. E-mail: bruno.oferreira@usp.br.



meios de comunicação alternativos, estes utilizam-se de plataformas online e gratuitas para a difusão de mensagens e, principalmente, produzem e fazem circular discursos alinhados com pensamentos de esquerda[3] que, entre outras questões, denunciam a violação de direitos humanos e também se mostram engajados em pautas relacionadas à ampliação da justiça social.

É nesse contexto que as práticas de educomunicação promovem atividades jornalísticas junto a crianças e jovens a fim de que esses sujeitos sociais exerçam a cidadania, isto é, por meio do questionamento, da entrevista, da pesquisa, do registro fotográfico e outras atividades relativas à atividade do jornalista, é possível participar politicamente da sociedade.

Assim, torna-se relevante discutir a notícia como narrativa da realidade, bem como sua intencionalidade, sobretudo na mídia alternativa relacionada ou oriunda de práticas educativas, em que jovens são sujeitos da ação jornalística. Portanto, este trabalho tem por finalidade discutir a produção noticiosa, no âmbito da educomunicação, que favorece a circulação de contra-narrativas na sociedade, contribuindo não apenas para uma visão de mundo mais plural, mas também para repensar os processos jornalísticos de produção de conteúdos.

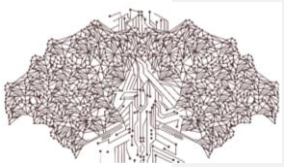
A produção da notícia

Nas mídias, a notícia é um primeiro relato, muitas vezes confuso e simplificado, de um acontecimento de grandes proporções ou que gera debates importantes para a construção de novos sentidos e compreensões. E essa construção parte da percepção do indivíduo acerca da realidade e da expressão do seu ponto de vista. Charaudeau (2013) entende que a notícia é construída a partir dessa percepção, que chama de processo evenemencial.

O jornalista parte, em muitos casos, do testemunho – ou seja, da percepção – de uma pessoa envolvida em um acontecimento para, então, noticiá-lo. E, de modo geral, para virar notícia, um fato deve se caracterizar pela excepcionalidade. Wolf (apud Pena, 2012) elenca uma série de categorias e características de fatos que o fazem ter valor de notícia. Entre eles, destacam-se "interesse humano", "feitos excepcionais", "atualidade" e "novidade". Dessa forma, para um fato ser noticiado, é preciso que cause surpresa, que gere impacto.

No entanto é a narrativa que determina a notícia, que não é um simples relato de um acontecimento, mas um relato estruturado em um discurso jornalístico que, via de regra, produz

3. Entendemos "pensamento de esquerda" na perspectiva de Safatle (2013), que entende que "a posição atual mais decisiva do pensamento de esquerda seja a defesa radical do igualitarismo. Juntamente com a defesa da soberania popular, a defesa radical do igualitarismo fornece a pulsação fundamental do pensamento de esquerda" (SAFATLE, 2014, p. 21).



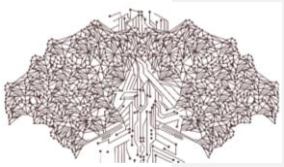
sentido acerca de um fato, exprimindo, a partir de um processo de seleção (edição) as falas de pessoas envolvidas no acontecimento. Trata-se de um mundo editado, segundo a concepção de Baccega, "ou seja, ele é redesenhado num trajeto que passa por centenas, às vezes milhares de filtros até que 'apareça' no rádio, na televisão, no jornal. Ou na fala do vizinho e nas conversas dos alunos" (BACCEGA, 1994, p. 7).

Nesse sentido, Modernell (2012) destaca características do gênero noticioso que o aproxima da ficcionalidade. Esses aspectos são entendidos pelo autor como fatores de fabulação, que fazem da notícia uma narrativa que entrelaça realidade e ficção. O autor entende que o texto escrito – e qualquer discurso – não é verdadeiro em si. O que há é verossimilhança, isto é, uma aproximação do que é narrado com a verdade do autor. Essa "passagem" do fato à palavra na construção da notícia seria um mecanismo próprio do discurso de busca por coerência, de aproximação da realidade na linguagem. Assim, não poderia ser a transcrição fiel da própria realidade, uma vez que esta é sempre mediada por processos de representação, que se dão na linguagem.

No entanto, no senso comum, o discurso jornalístico é compreendido como "tradutor" da realidade e neutro, características reforçadas pela própria imprensa, ao afirmar-se isenta na cobertura dos acontecimentos. Ora, sabemos que essa pretensa isenção não existe de fato, seja pela intencionalidade que há em todo ato de comunicação, seja pelo lugar no mundo ocupado pelo enunciador que, simplesmente por ocupá-lo, já demonstra enunciar a partir de uma posição. O que se busca, muitas vezes, é minimizar esse lugar de fala, adotando-se a perspectiva da objetividade na linguagem, o que, por outro lado, não apaga o lastro de seu enunciador, que se revela em seu discurso. Assim, Pena (2012) afirma que

> A objetividade, então, surge porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiossincrasias. E como estas não deixarão de existir, vamos tratar de amenizar sua influência no relato dos acontecimentos. Vamos criar uma metodologia de trabalho (PENA, 2012, p. 50).

Assim, enunciar o mundo, ainda que seja a mais simples descrição de algo, é fazer escolhas. Ao expressarmo-nos, recorremos ao nosso repertório e o articulamos em uma atitude subjetiva de enunciação, uma vez que este é um ato individual, embora se faça a partir de um repertório comum de palavras, quando se trata de linguagem verbal. O fato narrado possui, portanto, contornos ficcionais, presente na subjetividade da escolha das palavras para narrar um acontecimento. Nesse sentido, a verossimilhança realiza a aproximação do discurso à realidade a



partir do uso de estruturas narrativas, isto é, de convenções existentes no âmbito da escrita, que medeiam os sistemas de representação e a cognição, dando sentido ao mundo.

Nesse sentido, Todorov (2006), encontra nos textos literários estruturas que os assemelham em suas lógicas de construção narrativa. O autor discute que a ausência de figuras em um discurso faz com que este pareça transparente, o que, no âmbito da produção jornalística, pode ser entendido como veracidade ou imparcialidade, como se a condição da linguagem de simbolizar a realidade não se aplicasse às narrativas cotidianas referentes à concretude da vida, suas situações e fatos reais. O autor entende as estruturas narrativas como formas comuns aos textos literários, identificando neles sistemas imanentes que acabam por estabelecer semelhanças nos textos desse gênero. Para ele,

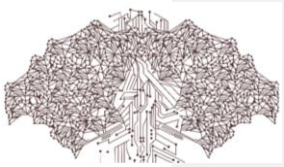
> A literatura é um sistema de signos, um código, análogo aos outros sistemas significativos, tais como a língua articulada, as artes, as mitologias, as representações oníricas etc. Por outro lado, e nisso ela se distingue das outras artes, constrói-se com a ajuda de uma estrutura, isto é, a língua; é pois um sistema significativo em segundo grau, por outras palavras, um sistema conotativo (TODOROV, 2006, p. 32).

Assim, o autor problematiza o que entende por realidade, ao afirmar que o ato de enunciação é "a evocação de uma certa realidade; e esta não tem, no caso da literatura, nenhuma outra existência além da conferida pelo próprio enunciado" (TODOROV, 2006, p. 61). No âmbito do jornalismo, qualquer história que se estruture segundo as normas de construção narrativa da notícia, isto é, que se apresente no formato de pirâmide invertida[4], poderá ser vista como um relato jornalístico (e, portanto, interpretado como verdadeiro) a depender da situação de veiculação desta mensagem e, certamente, dos critérios e valores que regem a conduta do profissional.

Portanto, entendemos que a estrutura da narrativa jornalística, que se alicerça na linguagem referencial, escamoteia a subjetividade do autor, isto é, o seu lugar no mundo, os interesses aos quais se alinha, aos "senhores" que serve, e acaba por ressaltar seu *ethos* de imparcialidade e relato fiel da realidade.

Nessa perspectiva, Modernell faz menção ao que chama de princípios mediadores presentes na estrutura narrativa, que dizem respeito à criação de atmosferas pela linguagem e que

[4] Pirâmide Invertida é um padrão estilístico do jornalístico, em que as principais informações encontram-se no primeiro parágrafo do texto, tendo o seu desdobramento e pormenores nos parágrafos subsequentes. Dessa forma, o primeiro parágrafo da notícia, conhecido como *lead* (do inglês *leader*, ou simplesmente lide, a forma aportuguesada), no meio escrito; ou como cabeça nos meios audiovisuais e radiofônicos, deve ser um texto que responda a seis questões básicas acerca de um fato, não necessariamente nesta ordem: (1) O quê?, (2) Quem?, (3) Quando?, (4) Onde?, (5) Como? e (6) Por quê?



reforçam a autenticidade do relato. Trata-se de um princípio modelador, em que a retórica, o uso de adjetivos "imensuráveis" e a repetição de fatos que amortecem o senso crítico vinculam-se, muitas vezes, a projetos sensacionalistas e ao entretenimento irresponsável. Mas, de modo geral, é uma estratégia da linguagem em estabelecer vínculo entre enunciador e enunciatário, sendo inerente aos processos de comunicação verbal.

> Os *princípios mediadores* impedem que o relato seja falso. Para que entrem em funcionamento é preciso que a ficção adquira, no espírito do escrito, o mesmo grau de firmeza, de concretude e de emergência que podemos esperar de uma notícia jornalística. Inversamente, para que o jornalista consiga conquistar o leitor com algo surpreendente, mesmo quando lhe cabe escrever sobre um buraco de rua em frente à padaria do português, ele precisa primeiro amolecer a percepção do fato, como quando se deixa o feijão de molho na água (MODERNELL, 2012, p. 108).

Assim, podemos entender que a notícia se constitui de estruturas narrativas que reforçam o seu sentido (equivocado) de imparcialidade. Enquanto gênero, pode ser entendida como uma proposta mediadora de entendimento da realidade, pela linguagem jornalística, sendo possível identificar uma diversidade de textos desse gênero que abordam diferentes tipos de acontecimentos. De acordo com uma classificação de Charaudeau (2013), nas mídias, há três formas de acontecimento: acontecimento relatado, acontecimento comentado e acontecimento provocado.

É comum, enquanto acontecimento provocado, que artistas conhecidos do grande público, por meio de suas assessorias, emitam notas aos meios de comunicação sobre situações corriqueiras e banais que os envolvem. Nesse âmbito, destacamos a notícia como mercadoria, conforme lembra Marcondes Filho (2009) e o jornalismo como espetáculo a serviço da indústria cultural. Para o autor, a espetacularização em torno da notícia esvazia a possibilidade de questionamento e problematização dos fatos que ganham sentido em si mesmos. Para ele,

> a notícia, tal qual se apresenta para o receptor, como forma "quebrada" da realidade, como pedaço do real, de onde se abstrai somente o fato específico que a originou, e como disposição múltipla e diversificada no jornal, na televisão, no rádio, no cinema, atua no receptor participando de um jogo psíquico, em que num momento ele desencadeia processos de preocupação e, noutro, de alívio e descontração (MARCONDES FILHO, 2009, p. 79).

Apesar do padrão estilístico da narrativa jornalística, em especial da notícia, observa-se o uso cada vez mais frequente de mecanismos que humanizam a informação. Geralmente, os discursos jornalísticos colocam em cena personagens da vida real e, muitas vezes, é a partir ou

em torno deles que a informação que pretendem transmitir se manifesta, estabelecendo empatia e identificação com o receptor, que vê seus dramas, suas limitações, dificuldades e opiniões manifestas nos dizeres do outro, um cidadão comum.

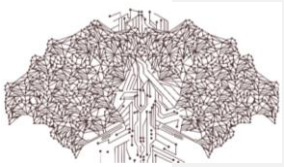
Diante do que expusemos até aqui, podemos entender dois principais sentidos acerca da notícia: (1) uma estrutura narrativa, construída a partir de critérios jornalísticos, que por se alicerçar numa linguagem referencial, objetiva, transmite uma equivocada impressão de imparcialidade, isto é, de discurso neutro, isento de posicionamento, o que é um engodo; (2) essa perspectiva de "isenção" corrobora com os interesses mercantis que envolvem a notícia, que se constitui como produto lucrativo às empresas midiáticas, servindo de estrutura narrativa para o destaque de situações de grande comoção social, que tornam os meios de comunicação tradicionais como principal fonte de informação da sociedade.

Compreender essas nuances permite às pessoas realizarem uma leitura dos conteúdos da imprensa não apenas no âmbito de compreender o que diz o enunciador, mas também conjuntural, em que o discurso jornalístico é analisado à luz do contexto social, em que o sujeito o conecta com um repertório que excede a mensagem midiática em si.

Além disso, apropriar-se do jornalismo enquanto linguagem, conhecê-lo em seus múltiplos aspectos, é deslocá-lo da condição de produto a serviço de um mercado para sua utilidade pública, cumprindo o papel de alicerçar discursos de grupos sociais alijados dos processos hegemônicos de comunicação midiática, como é o caso do público infanto-juvenil. Assim, os processos de educomunicação procuram reverter a lógica de monopólio adultocêntrico da palavra, estabelecendo processos em que a criança e o jovem, ao assumirem o papel de comunicadores, apropriam-se do jornalismo enquanto técnica para dar um novo sentido e também lutar por legitimidade discursiva. É nesse sentido, portanto, que o jornalismo é incorporado às práticas de educação cidadã, a fim de ser meio para promover espaços de questionamento, reflexão sobre a realidade, diálogos e, com isso, construção de contra-narrativas.

A notícia no âmbito da educomunicação

Como orientador de processos educativos, por meio do qual o mundo é explorado e relatado de modo distinto dos processos pedagógicos tradicionalmente adotados pela educação formal, o jornalismo pode ser uma técnica a serviço da educação, a partir da qual crianças e adolescentes, ao fazerem as vezes de jornalistas, desenvolvem outras sensibilidades e colocam-se diante da realidade como sujeitos políticos, dialogando com autoridades, questionando-as e pautando-as sobre questões que afetam sua realidade.



Trata-se de uma hibridização própria das práticas de educomunicação, em que direito à comunicação, ativismo político e linguagem jornalística combinam-se em uma abordagem que estabelece um ecossistema comunicativo específico (Martín-Barbero, 2000), em que a cultura midiática, na qual esses atores sociais já estão imersos, é ressignificada em uma ação de cidadania, tendo a produção de notícias como um processo de mediação da participação social de adolescentes e jovens em um dado espaço ou realidade.

Nesse contexto, a intencionalidade da notícia é diversa da veiculada em grandes meios de comunicação. Ao estimular que jovens exerçam o seu direito humano à comunicação, as produções realizadas pelos adolescentes no âmbito das práticas de educomunicação devem não apenas procurar esclarecer e definir conceitos, mas principalmente mobilizar outros jovens a se engajarem na causa em questão. Trata-se de uma concepção educativa da comunicação, trabalhada por Eloísa Nos Aldás (2010). A autora destaca a interface comunicação/educação como estratégica, ao afirmar que a comunicação midiática deve se aproximar do discurso educativo, tornando-se problematizador da realidade, não se limitando em noticiar fatos, mas indo além, procurando desvelar os sentidos e significados dos acontecimentos. Nos Aldás entende que a construção de um discurso capaz de sensibilizar para as mazelas sociais requer uma estética própria, capaz de engajar o interlocutor pela comunicação.

> O desafio da comunicação educativa é mostrar realidades que lhe preocupam, manifestar suas causas, transmitir os motivos por que considera que devem ser abordadas e fazer chegar suas propostas de mudança. E sempre adotando a emoção necessária, através das possibilidades do discurso, para que os públicos lhe prestem atenção e as incorporem em seu pensamento e na sua atitude. Tudo isso, visando aos interesses coletivos, marcados pelas necessidades públicas e globais. Ou seja, que por fim, utilizará discursos que não são neutros, mas que nascerão de compromissos que promovam outros compromissos (NOS ALDÁS, 2010, p. 114).

É nesse sentido que atuam algumas organizações sociais, como é o caso da Escola de Jornalismo, projeto da agência-escola *Énois*, que realiza um processo educativo entre jovens para que estes atuem como jornalistas voltados a questões sociais, desenvolvendo habilidades de problematização da realidade e seus diferentes contextos sociais, situando a categoria juvenil como produtora de conteúdos jornalísticos, que aborda sua realidade e procura dialogar, por meio da notícia, com outros jovens. A iniciativa tem o jornalismo como finalidade, uma vez que busca fomentar uma espécie de "contra-jornalismo".

> O jornalismo não é só uma profissão, é uma forma de conhecer o mundo. Ser jornalista é perguntar, ouvir, aprender, desconfiar, comunicar. E muito mais. É por isso que a gente acredita que é tão importante que o jornalismo faça parte de uma educação mais completa, que reconheça o jovem como cidadão, protagonista de seu meio e agente de transformações (ESCOLA DE JORNALISMO, online)[5].

Outra iniciativa que utiliza do jornalismo em seu contexto é a Viração[6], uma organização da sociedade civil que realiza coberturas em formato jornalístico como forma de estimular a incidência política de adolescentes e jovens em discussões sobre direitos humanos, comunicação, educação e saúde. Diferentemente da Énois, a produção noticiosa por adolescentes e jovens nessas coberturas é uma estratégia de participação social, isto é, de aproximação e diálogo entre jovens e autoridades/especialistas.

Os jovens que integram essas iniciativas são, via de regra, moradores de periferia e/ou estudantes de escola pública. Procuramos compreender, junto a alguns deles, o entendimento que possuem do gênero noticioso e os valores sociais que permeiam seus posicionamentos acerca dessa prática discursiva. Nesse sentido, aplicamos um questionário junto a 12 jovens participantes, tanto da Escola de Jornalismo da Énois, quanto dos processos de cobertura da Viração que perguntou sobre o que esses sujeitos entendem ser relevante no âmbito do jornalismo, tanto com relação às informações com as quais têm contanto, como às suas próprias produções jornalísticas.

Os 12 jovens participantes da pesquisa têm entre 15 e 24 anos, dos quais nove declararam-se mulheres, um afirma-se homem e dois não declararam o gênero. Quanto à referência de mídias, pudemos constatar que os conteúdos considerados relevantes pelo grupo são majoritariamente da internet. Apenas um dos participantes do levantamento citou uma reportagem de gênero televisivo, veiculada na TV Record. Todos os demais compartilharam notícias em texto e imagem da internet, seja de portais de grandes grupos midiáticos, como UOL, G1 e O Globo, seja de veículos menores, como Agência Pública, Buzzfeed, El País Brasil e Nexo. No contexto dessa análise, consideramos estes últimos veículos como mídia alternativa, isto é, meios de comunicação que não se associam a grandes grupos midiáticos nacionais e que, por vezes, possui uma agenda diversa à dos grandes meios.

[5] Disponível em: <http://escoladejornalismo.org/>. Acesso em 13.10.2017.
[6] www.viracao.org.

Das 12 referências de conteúdos considerados relevantes pelo grupo, seis são de mídias alternativas, quatro são de grandes portais noticiosos e dois não mencionaram o veículo de comunicação a partir do qual receberam a informação.

É interessante observar que mesmo os que mencionaram notícias de grandes grupos demonstram realizar um consumo crítico desses conteúdos, utilizando-os como meios de informação acerca de questões sociais que se revelam como preocupantes aos jovens. Dos sites G1, O Globo e UOL, bem como de um programa jornalístico da TV Record, quatro dos jovens participantes da pesquisa afirmaram ser relevantes notícias que tratam da reforma da previdência, da reação conservadora à vinda da filósofa Judith Butler ao Brasil, sobre a alteração de critérios sobre o que é considerado trabalho escravo pelo STF, bem como de uma reportagem televisiva que aborda a produção de antídotos aos venenos de cobra no Brasil.

CONTEÚDOS DESTACADOS DOS GRANDES PORTAIS DE NOTÍCIA	
Assunto do conteúdo	**Veículo**
Ministra do STF suspende portaria que alterava critérios para trabalho escravo	UOL
Questionamento do STF aos novos itens da legislação trabalhista	G1
A vinda de Judith Butler ao Brasil	O Globo (site)
Brasil produz e distribui gratuitamente antídotos de cobras nativas	TV Record

Tabela 1. Conteúdos de grandes grupos de mídia considerados relevantes pelos jovens

Com isso, entendemos que mesmo a mídia hegemônica com sua agenda que, por vezes, exclui do debate questões progressistas, os jovens que pertencem às iniciativas de educomunicação ou de educação para a comunicação associam o fato noticiado a seu repertório humanístico, ainda que o conteúdo em si não contextualize o fato, numa perspectiva mais relatada e menos circunstanciada.

Assim, os conteúdos dos grandes veículos de comunicação mencionados acabam sendo relevantes para os jovens porque, a partir deles, conseguem abstrair questões relacionadas aos direitos humanos, sobre os quais os participantes da pesquisa revelam ter interesse e preocupação. Alguns deles, inclusive, expressaram preocupação com a ameaça que alguns desses direitos têm sofrido atualidade, como é o caso da interpretação do fato das reações conservadoras à vinda de Judith Butler ao Brasil e da reforma trabalhista no país, notícias sobre as quais os jovens fizeram as seguintes leituras: “demonstra a fragilidade do diálogo democrático no Brasil”, disse um jovem com relação à reação a vinda da filósofa estadunidense, e “acabo de entrar no mercado de trabalho e a reforma ataca meus direitos”, disse uma jovem sobre o conteúdo acerca da reforma trabalhista, associando a matéria à sua própria condição de trabalhadora.

Quanto aos conteúdos da mídia alternativa considerados relevantes pelos jovens, estes tratam, implícita ou explicitamente, dos seguintes temas: responsabilidade socioambiental, desigualdade social, racismo, corrupção, direitos da juventude e alteridade. Mais uma vez, os diretos humanos parecem orientar a relevância jornalística para os jovens que participam de iniciativas de educomunicação ou de educação para a comunicação.

CONTEÚDOS DESTACADOS DA MÍDIA ONLINE ALTERNATIVA	
Assunto do conteúdo	**Veículo**
Jogo de associação de político ao respectivo caso de corrupção	Jornal Nexo
Amazônia	Agência Pública
Afastamento de William Waack após vazamento de comentário racista na internet	El País Brasil
Concentração da riqueza de metade do país por seis brasileiros	El País Brasil
Juventude e trabalho	Revista Viração
Biografia de "Fofão da Augusta", um emblemático personagem do bairro da Bela Vista, em São Paulo	Buzzfeed

Tabela 2. Conteúdos das mídias alternativas online considerados relevantes pelos jovens

Chamam a atenção dois comentários acerca dos conteúdos entendidos como relevantes pelos jovens, que foram publicados na mídia alternativa. O primeiro diz respeito a uma matéria publicada no site Jornal Nexo, que se trata de um jogo da memória, que associa figuras da política a casos de corrupção noticiados pelos meios de comunicação. Uma das jovens entende este conteúdo como relevante uma vez que "eu gosto de tentar entender política e esse jogo interativo me fez relembrar de notícias antigas, lembrar quem é quem, quem fez o que etc. Faz raciocinar, é bom para aprender", opina. Entendemos que o recurso de gameficação presente nesse conteúdo contribui para uma leitura mais global acerca do tema proposto e, conforme a própria jovem destaca, trata-se de uma contextualização de casos, uma vez que faz relembrar e raciocinar. É, portanto, um conteúdo que vai além da informação superficial da notícia, conforme critica Charaudeau (2013), e destaca-se, para a jovem, como um conteúdo educativo, que recorre a uma estética diferente para informar a partir de outro apelo cognitivo, o que corrobora com a ideia de Nos Aldás (2010) acerca de uma comunicação educativa.

Outra opinião, acerca de um conteúdo da Agência Pública, sobre a Amazônia, é relevante para uma jovem "porque fala de um tema que afeta a vida de muitas pessoas e é pouco falado em outros veículos de comunicação", disse ela. A partir da perspectiva da jovem, uma notícia relevante é uma questão pouco explorada, que guarda aspecto de ineditismo, mas também que afeta a vida das pessoas e que, portanto, faz parte do cotidiano social, mas acaba sendo ignorada por não ser prioritária para os meios de comunicação.

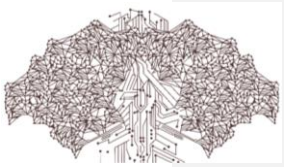
Entendemos, assim, que os jovens que exercem o jornalismo no contexto das iniciativas educomunicativas (ou educativas) das quais fazem parte possuem valores que orientam sua análise para a produção noticiosa. Os princípios que envolvem essa crítica social, a partir dos meios e também aos meios dirigida, fundamentam-se na defesa da dignidade humana e/ou ambiental, isto é, em um senso ético que acompanha suas leituras de mundo e que, como veremos a seguir, orientam suas práticas narrativas, quando estão em atividade jornalística.

Com relação às suas produções jornalísticas próprias, é interessante observar que cinco dos 12 jovens respondentes da pesquisa citaram produções coletivas, isto é, das quais não são os únicos autores. Em vez da autoria individual, os jovens destacam o grupo do qual fazem parte. Além disso, muitas das produções mencionadas não se enquadram propriamente no gênero noticioso, não se atendo ao relato de um fato da realidade, mas apresentam uma maior complexidade narrativa, ou seja, alguns compartilharam reportagens online, em formato multimidiático, outros afirmaram terem feito um fanzine temático, e outros ainda realizaram um vídeo, no contexto de uma campanha contra o racismo, com dados acerca do genocídio da juventude negra e periférica de São Paulo. O produto final acerca deste tema envolve procedimentos jornalísticos, sobretudo quanto à apuração de dados e histórias de vida, mas não se enquadra em um gênero jornalístico tradicional, uma vez que hibridiza artes cênicas (com performance dos jovens e um forte apelo dramático a partir do uso de música durante todo o vídeo), dados estatísticos e depoimentos.

É importante destacar ainda as produções individuais dos jovens, que também demonstram preocupação com causas sociais, uma vez que tratam de questões como direitos LGBT, o protagonismo feminismo em área dominada por homens, diversidade religiosa). No entanto, os conteúdos compartilhados não são factuais, desvelando mais a questão social do que um acontecimento descontextualizado, no entanto, a apuração para a realização do conteúdo é simples, envolvendo basicamente entrevistas e/ou pesquisa de alguns dados na internet.

Uma notícia é destacada como relevante por boa parte dos jovens participantes se esta consegue contribuir com a formação do público, indo além de simplesmente informar sobre um fato da realidade. Elencamos na tabela a seguir algumas das opiniões dos jovens participantes da pesquisa e destacamos algumas palavras que revelam um olhar mais aprofundado sobre a relevância do gênero noticioso.

O QUE É UMA NOTÍCIA RELEVANTE PARA VOCÊ?
"Que demonstra **contextos sociais** e opiniões públicas."
"Aquela que **esclarece de forma real** ao seu leitor/telespectador/ouvinte."



"É uma notícia que possa ser útil para trazer **reflexões ao leitor**, informar sobre acontecimentos da sociedade."
"Aquela que me mantém informada sobre os principais acontecimentos do país, as que me **agregam conhecimento** como: cultura, saúde, etc. E as que **'conversam'** comigo."

Tabela 3. Repostas dos jovens sobre o que consideram ser uma notícia relevante.

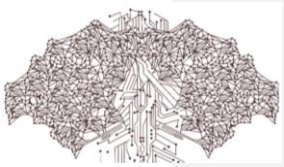
A partir das respostas dadas, entendemos que os jovens atribuem relevância a um conteúdo jornalístico se este é capaz de problematizar a realidade, isto é, consegue explica-la a partir de uma conjuntura social, com análises e reflexões especializadas. Essa perspectiva de relevância dos jovens participantes de iniciativas de educomunicação ou de educação para a comunicação revelam atributos que são do jornalismo, mas não são específicos da notícia, gênero que se propõe a um relato imediato de um acontecimento. O que torna o discurso jornalístico relevante para os jovens é o seu caráter problematizador, dificilmente encontrado numa notícia, mas mais comumente presente na reportagem.

Para Charaudeau (2013), problematizar, elucidar e avaliar são aspectos fundamentais à mecânica argumentativa do discurso jornalístico que pretende comentar o acontecimento, isto é, colocá-lo em conjuntura, como faz a reportagem. Para o autor, a informação não deve prescindir a explicação.

> Não é possível informar se não se pode, ao mesmo tempo, dar garantias sobre a veracidade das informações transmitidas, logo, fazer saber implica, necessariamente um "explicar": o comentário jornalístico é uma atividade estreitamente ligada à descrição do acontecimento para produzir um "acontecimento comentado" (AC) (CHARAUDEAU, 2013, p. 177).

Nesse sentido, os produtos jornalísticos de autoria dos jovens enquadram-se mais como reportagens do que como notícia pura e simples, uma vez que não noticiam um fato específico, mas, em sua maioria, discutem questões sociais que como representatividade da mulher nos videogames, educação financeira da juventude, diversidade religiosa, genocídio da juventude negra, trabalho de adolescentes em comunidades vulneráves, redução da maioridade penal, juventude brasileira, adoção por casais gays, juventude e trabalho.

No âmbito da educomunicação, a notícia – tanto como um discurso consumido pelo jovem, como um produto de sua autoria – parece, portanto, ser um gênero relevante se este suscita, implícita ou explicitamente, questões que podem ser discutidas na narrativa ou abstraídas a partir dela. Assim, a perspectiva educativa está presente no entendimento de relevância de uma narrativa jornalística para os jovens. O uso dos termos "contexto social", "esclarece", "reflexões" e



"agregam conhecimento" – usados por eles para explicar o que entendem ser uma notícia relevante – demonstram o interesse por conteúdos capazes de discutir a complexidade do mundo, o que corrobora com a defesa de Nós Aldás (2010) de um discurso midiático que seja mais educativo, isto é, necessariamente voltado à reflexão da realidade.

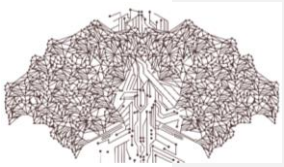
Essa perspectiva de relevância corrobora com o que os jovens aplicam, na prática, em suas atividades de produção jornalística, que ganha um sentido mais altruísta: a notícia, para ser relevante, precisa ser circunstanciada, dando conta de explicar a complexidade da realidade e não apenas de relatá-la. Nesse sentido, apontam como relevantes produções de sua autoria que são mais robustas que uma simples nota ou um simples relato da realidade.

Considerações finais

A partir do exposto, consideramos que os processos educomunicativos (ou de educação para a comunicação) despertam novos sentidos nas práticas jornalísticas e ressignificam a notícia enquanto gênero e seu papel na sociedade da informação. Para os jovens entrevistados, um jornalismo que faz sentido é o que consegue contextualizar e problematizar a realidade. Conforme vimos, a partir de Charaudeau (2013), a notícia enquanto relato "imediato" da realidade contribui de modo limitado para a compreensão dos fenômenos sociais e, consequentemente, para o aprimoramento crítico da sociedade. Já a reportagem, enquanto gênero narrativo mais complexo, cujo objetivo é comentar e circunstanciar o fato, aproxima-se mais dessa perspectiva problematizadora e, portanto, educativa da comunicação, visão da qual os jovens autores de produções jornalísticas demonstram compartilhar.

Nesse sentido, os jovens participantes deste levantamento demonstram adotar como referência o trabalho de veículos de comunicação contra-hegemônicos, que propõem a discussão de questões sociais voltadas à defesa dos direitos humanos, numa perspectiva progressista. Essa afinidade ideológica é identificada não apenas a partir da menção explícita de veículos que seguem essa perspectiva, mas também pela leitura que realizam das notícias veiculadas na mídia hegemônica, que problematiza os conteúdos e revela uma preocupação cidadã com os fatos abordados.

Assim, entendemos que os sentidos da notícia se transformam no âmbito dos valores que envolvem a produção discursiva e, como consequência desta, a própria estrutura narrativa do gênero jornalístico que, para contribuir com o debate social, necessita ser circunstanciado e não apenas relatado; e da produção desse discurso, em que o processo colaborativo favorece a complexidade do próprio discurso, uma vez que os repertórios individuais somam-se e compõem



um conteúdo mais problematizador e criativo em formato, seja ele transmidiático ou de caráter híbrido (como é o caso do vídeo sobre racismo, que não se enquadra em um gênero narrativo específico, mas que envolve procedimentos jornalísticos em sua feitura).

Nessa perspectiva, observamos a contribuição de iniciativas como Escola de Jornalismo e Viração para a produção de contra-narrativas que expressam novos sentidos em seus conteúdos e em seus processos de produção, alicerçados em valores como a colaboração e o compromisso com os direitos humanos e com a cidadania.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida. Do mundo editado à construção do mundo. In: **Comunicação & Educação**, n. 1, p. 7-14, 1994.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**. A língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

_____. Retos culturales: de la comunicación a la educación. **Nueva sociedad**, Caracas, v. 169, p. 33-43, 2000.

MODERNELL, Renato. **A notícia como fábula**. Realidade e ficção se confundem na mídia. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie: Summus, 2012.

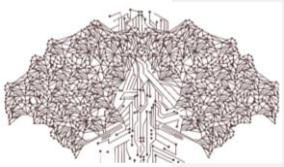
NÓS ALDÁS, Eloísa. Repensar e reaprender a comunicação para uma cidadania cosmopolita. In: JALAL, Vahideh R.R. (org.). Estudos para a paz. Aracaju: Editora Criação, 2010, pp. 113-128.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2012.

SAFATLE, Vladimir. **A esquerda que não teme dizer seu nome**. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



KHAN ACADEMY NA PERSONALIZAÇÃO DO ENSINO DE BANCO DE DADOS[1]

José Roberto Madureira Junior[2]; Adaní Cusin Sacilotti[3]; Adriana Rodrigues[4]; Reginaldo Sacilotti[5];

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo apresentar a ferramenta *Khan Academy* e suas funcionalidades e como elas podem ser empregadas na melhoria da aprendizagem nos cursos técnicos e tecnológicos na área de ciências da computação. Dentre os inúmeros benefícios dessa ferramenta destaca-se a possibilidade de personalizar o ensino de acordo com as necessidades do aluno. Dessa forma, tanto alunos com maior como menor facilidade de aprendizagem poderão absorver os conteúdos lecionados de maneira mais eficiente, permitindo que todos possam evoluir na escala de conhecimento sobre computação. O desenvolvimento do presente artigo irá explorar como a referida ferramenta pode melhorar o ensino de disciplinas técnicas em cursos técnicos e tecnológicos da área de computação, focando na personalização do ensino em grupos heterogêneos em relação ao avanço do ensino e da aprendizagem.

PALAVRAS-CHAVE: *Khan Academy*; Turmas Heterogêneas; Ensino Híbrido; Sistema Personalizado de Ensino.

ABSTRACT

This article aims to present the Khan Academy tool and its functionalities and how they can be used to improve learning in technical and technological courses in the field of computer science. Among the many benefits of this tool is the possibility to customize the teaching according to the needs of the student. In this way, both students with greater or lesser learning ability will be able to absorb the contents taught in a more efficient way, allowing everyone to evolve in the scale of knowledge on computation. The development of this article will explore how this tool can

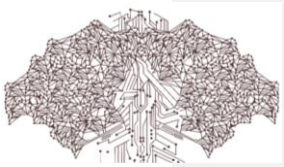
1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação à distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Professor da Faculdade de Tecnologia de Jundiaí. E-mail: prof.madureira@fatec.sp.gov.br

3 . Professora da Faculdade de Tecnologia de Jundiaí. E-mail: prof.adani@fatec.sp.gov.br

4 . Universidade Federal de São Paulo. E-mail: arodrigues.adriana@gmail.com

5 . Faculdade de Tecnologia de Jundiaí. E-mail: prof.regsac@gmail.com



improve the teaching of technical subjects in technical and technological courses in the area of computing, focusing on the personalization of teaching in heterogeneous groups in relation to the advancement of teaching and learning.

KEYWORDS: *Khan Academy; Heterogeneous classes; Hybrid Teaching; Customized Teaching System.*

1 INTRODUÇÃO

Um dos grandes de desafios atuais para professores na sala de aula está na heterogeneidade das turmas. Essas turmas são constituídas por alunos culturalmente distintos, mas também com diferentes capacidades de aquisição de conhecimentos em suas diversas habilidades (HESS, 2001).

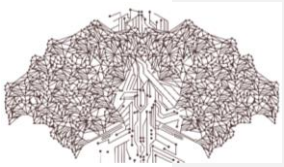
Na prática essas turmas heterogêneas criam um desafio e uma oportunidade para aplicar diferentes abordagens de ensino que permitam a criação de diferentes abordagens e estratégias de aprendizagem e de motivação dos alunos na aquisição do conhecimento.

A heterogeneidade das turmas pode ter diferentes causas que podem estar relacionadas à motivação, ao interesse, a idade, as atitudes, a autodisciplina, o conhecimento prévio das competências trabalhadas e a inteligência. Quando os cursos técnicos e tecnológicos na área de computação são observados, todas essas diferenças podem ser facilmente identificadas em uma única turma, trazendo a problemática fortemente à tona (KUBO; BOTOMÉ, 2001).

Dessa forma a motivação do trabalho está concentrada na problemática da grande heterogeneidade de turmas em cursos de nível técnico e tecnológico na área de computação. Outra questão que surge nesse contexto é a difícil tarefa do professor em identificar em uma turma com essas características, as dificuldades individuais de cada aluno e trabalhá-las de maneira que todos possam absorver o conteúdo lecionado (ROCHA *et al*., 2010).

Com o objetivo de mitigar esses desafios, a proposta desse trabalho é baseada na ideia de um ambiente de ensino híbrido onde uma das estratégias de ensino que pode ser utilizada em sala de aula é a plataforma *Khan Academy*, que tem potencial que para ser uma ferramenta útil para ser usada pelo professor para lidar com os desafios das turmas heterogêneas e abrir a possibilidade de trabalhar as dificuldades individuais de cada aluno de maneira personalizada.

Serão apresentados ao longo desse artigo, os conceitos envolvidos com o ensino híbrido e o sistema personalizado de ensino. Também será apresentado o *Khan Academy* como um meio para criação de ambientes híbridos de aprendizado, utilizando as potencialidades dessa ferramenta



para o enfrentamento da problemática apresentada e para a criação de estratégias de personalização do ensino e de motivação dos alunos (TOMAZI, 2017).

2 METODOLOGIA

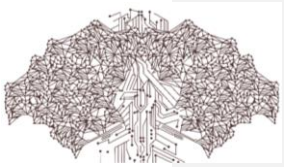
A pesquisa para a realização deste artigo foi feita por meio da revisão da literatura sobre *Khan Academy* e sua aplicação como estratégia para personalizar o ensino e mitigar os desafios de aprendizagem de turmas heterogêneas no ensino técnico e tecnológico de disciplinas técnicas de ciências da computação. Os materiais consultados foram bases bibliográficas de artigos científicos, teses de doutorado, dissertações de mestrado e livros especializados no tema de interesse. A pesquisa aborda um exemplo prático da utilização do *Khan Academy* em conteúdo específico da disciplina de banco de dados, com o objetivo de extrair informações sobre tendências para sua utilização, benefícios, vantagens, serviços oferecidos e desafios do uso desta ferramenta.

3 DESAFIOS DAS TURMAS HETEROGÊNEAS

Um dos grandes desafios do professor quando ele ministra um conteúdo para uma turma está em saber quando esse está ou não sendo compreendido pelos alunos. Numa turma heterogênea cada aluno tem seu tempo e ritmo próprio de aprendizagem, fato comprovado pela Neurociência Cognitiva (Neurociência cognitiva é uma área acadêmica que se ocupa do estudo científico dos mecanismos biológicos subjacentes à cognição), (OAKLEY; SEJNOWSKI; ATAÍDE, 2017).

Desta forma, um importante aspecto é o ritmo de andamento dos estudos em disciplinas técnicas de ciências da computação, ritmo esse normalmente ditado pelo professor em aulas tipicamente expositivas ou práticas. Muitas vezes, o conteúdo é transmitido de forma acelerada em virtude da necessidade do cumprimento de um conteúdo programático. No entanto, esse ritmo ditado muitas vezes não está ajustado às necessidades individuais de cada aluno, o que acarreta numa dificuldade de aprendizagem por parte dos estudantes. Além disso, eles podem não conseguir acompanhar o conteúdo de maneira adequada e/ou não o absorver completamente, o que dificulta o entendimento e a construção do conhecimento sobre a disciplina por parte do discente (ROCHA *et al*., 2010).

Acredita-se que um método de ensino que permita que cada aluno de uma turma siga seu próprio ritmo de evolução nos conteúdos programáticos pode ser uma estratégia interessante que pode trazer melhores resultados na aprendizagem.



Emerge nesse contexto a necessidade de um sistema personalizado de ensino que permita que cada um dos alunos, independente do seu ritmo de aprendizagem, tenha condições de evoluir para um bom aprendizado do conteúdo aplicado.

Ao mesmo tempo, fica impossível para o professor aplicar tais técnicas sem uso de ferramentas adequadas que possibilite que o professor proporcione esse ambiente aos seus alunos (ROCHA *et al*., 2010).

Além do ritmo, outra dificuldade está associada à falta de aplicação prática do conteúdo que o aluno aprende em sala de aula. Muitas vezes, o estudante está limitado a colocar em prática o que aprendeu apenas para o cumprimento de atividades avaliativas.

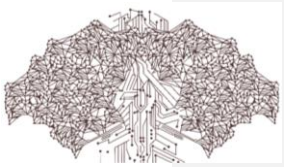
> "Você não deve esperar muito tempo antes de praticar a recordação, para não ter que recomeçar o reforço do conceito do zero cada vez. Tente voltar a ver o que está aprendendo até o dia seguinte, especialmente se for algo novo e desafiador. É por isso que muitos professores recomendam que após a aula, se possível, você reescreva suas anotações no mesmo dia. Isso ajuda a solidificar os blocos de memória que estão se formando e também revela as lacunas em seu entendimento, que geralmente correspondem aos pontos que os professores adoram incluir nas provas. Saber onde estão as lacunas, é claro, é o primeiro passo para começar a preenchê-las" (OAKLEY, 2015).

O uso de técnicas de recomendação de conteúdo como suporte as metodologias de ensino adotadas pelo professor podem ajudar a corrigir essas falhas. Em ambientes mediados por tecnologia, os Sistemas de Recomendação para apoio à colaboração recomendam esse conteúdo com base nos dados armazenados do comportamento do aluno no ambiente. Com o uso de técnicas de mineração de dados é possível filtrar o conteúdo que aluno tem apresentado maior dificuldade para assimilar e sugerir novas formas para melhor desenvolvê-lo (KUBO; BOTOMÉ, 2001).

4 SISTEMA PERSONALIZADO DE ENSINO

O Sistema Personalizado de Ensino (*Personalized System of Instruction*) é uma metodologia criada em 1963, pelos professores Fred Keller, Carolina Martuscelli Bori, John Gilmour Sherman e Rodolpho Azzi com base nos princípios da análise comportamental.

Essa metodologia foi implantada pela primeira vez no Brasil em 1964 na Universidade de Brasília, e foi amplamente utilizada principalmente na década de 70. Em 1979, existiam aproximadamente 5.000 cursos baseados no Sistema Personalizado de Ensino no mundo e um

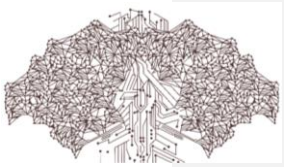


importante periódico para tratar do assunto, o *Journal of Personalized Instruction* (ROCHA *et al*., 2010).

A flexibilidade do Sistema Personalizado de Ensino foi uma das suas características mais atraentes, já que o mesmo abre a possibilidade de uso de diversos recursos educacionais, tradicionais ou não, para compor o formato do curso. Isso permite que o professor adquira um papel diferenciado no seu ambiente tradicional de trabalho, no qual deixa de ser apenas um transmissor de conhecimento para assumir as funções de gerenciamento, aprimoramento, treinamento e acompanhamento do aluno.

A metodologia utiliza procedimentos que são pautados nos seguintes objetivos (ROCHA *et al*., 2010):

- **Fácil acesso ao material e exercícios disponíveis** - Esses materiais devem estar disponíveis para análise, estudo e resolução de problema a qualquer momento em ambientes virtuais de aprendizagem, por exemplo. Esses materiais devem ser coerentes com a proposta do estudo e possuir um grau de detalhamento elevado para ilustrar o conteúdo exposto;
- **Níveis de organização** - É necessário que os materiais e os exercícios estejam organizados em níveis de maneira sequencial, permitindo aos estudantes seguir seus estudos, nível a nível de maneira contínua e progressiva. Sendo que cada nível tem um acréscimo no seu grau de complexidade, onde o aluno avança no seu ritmo de aprendizado;
- **Mobilização de professores e monitores -** Esses profissionais exercem um papel fundamental na implantação da metodologia e podem identificar as dificuldades mais comuns, auxiliando na superação de possíveis dificuldades de aprendizado. A proporção de professores e monitores deve ser numericamente suficiente para acompanhar individualmente os avanços de cada aluno;
- **Disponibilidade permanente para a orientação e monitoramento** - Devido a disponibilidade permanente dos materiais e exercícios, os alunos poderão acessá-los a qualquer momento e com isso as dúvidas podem surgir constantemente. Para isso é necessário a existência de recursos que garantam a comunicação dos alunos com os professores e tutores, tais como fóruns, correios eletrônicos, entre outros;
- **Encontros periódicos de estudo assistido** - Encontros que possibilitem a troca de experiências entre os alunos e os professores ou monitores para sanar as dúvidas;



- **Avaliação de cada nível** - Por meio do acompanhamento realizado pelos professores e monitores, os alunos poderão ser preparados para realizar a avaliação referente a aquele nível de estudo. Sendo que ao demonstrarem proficiência naquele nível devem ser promovidos para o próximo nível de estudo.

Vale ressaltar que é fundamental a adoção de estudo por níveis, onde cada aluno pode progredir individualmente nos níveis específicos, não ocorrendo uma sequência de aulas expositivas a todos os alunos da turma. Deve ser previsto a realização de ações coletivas para alunos que estão em um mesmo nível de aprendizado, a fim de estimular a troca de experiências e conhecimento.

Diferentemente de um ambiente tradicional onde aluno é considerado aprovado ao atingir 50% ou 70%, nessa metodologia o aluno irá progredir para um próximo nível no momento em que ele atingir um percentual de 90% a 100% de acertos, onde ele demonstre de fato o total conhecimento do nível estudado (ROCHA *et al*., 2010)

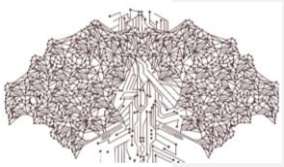
5 ENSINO HÍBRIDO

O ensino híbrido (*Blended Learning*) foi criado em meados do ano 2000, sendo inicialmente desenvolvido para ser utilizado em treinamentos no ambiente empresarial. Recentemente essa metodologia tem sido amplamente utilizada nas salas de aula tradicionais trazendo as vantagens da combinação de diferentes ambientes de ensino-aprendizagem.

Está metodologia de ensino faz uso dos recursos tecnológicos e/ou plataformas adaptativas, trazendo a possibilidade de aprendizagem em diferentes espaços e momentos, rompendo as fronteiras da escola e proporcionando ao aluno inúmeras possibilidades de aprendizado que o ensino híbrido e a tecnologias podem proporcionar em conjunto.

Os princípios do ensino hibrido são focados em habilidades e competências do ensino personalizado, onde o aluno aprende no seu tempo e abre a possibilidade de o aluno focar em suas em suas dificuldades ou na melhoria das suas habilidades de forma colaborativa em qualquer momento ou espaço. A ideia é que o aluno apreenda, pelo menos em parte do tempo, por meio de tecnologias de ensino online, onde existam alguns elementos de controle sobre o estudante sobre o tempo, local, modo e ritmo de estudos e pelo menos parcialmente em localidade supervisionada fora da sua residência (TOMAZI, 2017).

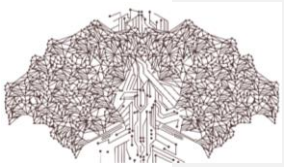
Neste artigo, adotamos a definição fornecida por Bacich, Neto e Trevisani, que definem o ensino híbrido como:



> "Um modelo de ensino que pressupõe o uso da tecnologia para o desenvolvimento das atividades dentro e fora da classe, em que o aluno é estimulado a buscar o conhecimento com a mediação do professor e da escola" (BACICH, NETO, TREVISANI, 2015, p. 181).

O ensino híbrido possui alta adaptabilidade o que abre a possibilidade de uso tanto em escolas com alto poder tecnológico, como em escolas onde os recursos tecnológicos sejam mais restritos e está estruturado em modelos. A seguir serão descritos os principais modelos do ensino híbrido (RADA, 2016; TOMAZI, 2017):

- **Modelo de rotação -** caracterizado por um revezamento nas atividades realizadas pelos estudantes, pode ter ou não a supervisão do professor. Este modelo tem horário fixo para realização das atividades, podendo ser realizadas individualmente ou em grupo, podendo ser do tipo escrita, de leitura ou ainda atividades online, de acordo com os objetivos do professor. O modelo de rotação possui 4 submodelos, são eles:
    - **Rotação por estações -** caracterizada pela utilização de estações de trabalho organizadas em grupo, onde cada uma delas propõe uma atividade diferente e com tempo determinado para realização, conforme orientação do professor. Ao menos uma dessas estações com tarefas online e as rotações não precisam de uma ordem, mas todos os alunos devem, ao término da aula, ter passado por todas as estações tendo assim tido contato com todo o conteúdo proposto.
    - **Laboratório rotacional -** esse modelo é muito parecido com o de rotações por estações, sendo caracterizado pelo uso pelos alunos sala de aula e do laboratório de maneira alternada e definida pelo professor em seu plano de aula.
    - **Sala de aula invertida -** modelo ideal para dar início ao uso do ensino híbrido, onde o aluno estuda em casa o conteúdo por meio de textos, vídeos e materiais definidos pelo professor. Em sala, o professor propõe uma discussão sobre o conteúdo e realização de atividade relacionadas.
    - **Rotação individual -** é caracterizado pelo uso de um plano individual, construído com base nas dificuldades e facilidades dos alunos. Esse plano é entregue a cada aluno na forma de uma lista de objetivos que devem ser cumpridos, tornando o ensino personalizado.



- **Modelo Flex -** é o modelo onde cada aluno tem seu plano de aula, com uma lista de atividade que deve ser realizada, podendo realiza-la no seu ritmo, com ênfase em atividades online construídas com base nas dificuldades individuais de cada aluno.
- **Modelo à lá carte -** o estudante é responsável pela organização de seus estudos, tendo como base os objetivos gerais a serem atingidos, esses objetivos são elaborados em conjunto com o professor. Esse modelo é personalizado e a aprendizagem pode ocorrer no momento e local mais adequado para o aluno.

Os modelos do ensino híbrido podem ser misturados ou serem utilizados de forma separada, mas se faz necessário em algum deles uma reconfiguração do espaço escolar, o que pode ser complexo de ser realizado (TOMAZI, 2017).

6 GAMIFICAÇÃO DA APRENDIZAGEM

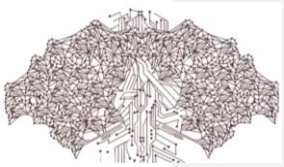
Os games (jogos digitais) estão entre as formas mais populares de entretenimento para os mais diversos tipos de público e faixas etárias. Aproveitando-se desta popularidade, emerge um novo fenômeno conhecido como gamificação, que usa como os elementos tradicionais dos games, como os pensamentos, mecânica e estratégia fora do contexto dos games com a ideia de motivar o participante, tornando mais interessante a solução de problemas e assim, promovendo uma aprendizagem mais dinâmica e divertida.

A gamificação é um fenômeno que vem ganhando espaço dentro da educação e está sendo aplicado como uma nova estratégia de ensino e aprendizagem, alcançando vários resultados positivos em especial nas gerações os games são mais populares (FARDO, 2013).

O grande potencial da gamificação na educação já era conhecido décadas antes de começar a dar resultado, no entanto, neste momento a indústria dos games não estava totalmente consolidada. Atualmente, o cenário é outro e a indústria se tornou uma das mais populares no entretenimento global e atinge todas as camadas da população.

O fenômeno da gamificação pressupõe a existência de elementos muito utilizados no mundo dos games, como por exemplo, a utilização de sistema de recompensas, de sistema de feedback, narrativas, inserção de conflitos, divisão em níveis de dificuldade, entre outros. Esses elementos são aplicados em outros ambientes não associados diretamente aos games, contribuindo com o aumento do grau de envolvimento e motivação dos indivíduos e na educação os alunos.

Desta forma, a gamificação faz uso e de elementos dos games, sem que ao final seja construído um game completo, para tal é necessário concebe-lo como um sistema no qual os



elementos são interconectados e se agregam em um todo, produzindo uma experiência muito maior, muito próximo do que um game completo pode produzir.

A escolha dos elementos que vão compor o objeto gamificado vai depender muito do projeto em questão. Eles podem conter apenas a ideia ponto, medalhas e tabelas de líderes, que tem por finalidade estabelecer a mecânica de recompensa e desta forma promover a mudança de comportamento dos envolvidos com a construção de experiências realmente significativas (FARDO, 2013).

Neste contexto, a gamificação tem ganhado destaque e se apresenta como um fenômeno emergente com potenciais de aplicação nas mais diversas áreas, por conta principalmente da sua metodologia e linguagem extremamente populares, sendo facilmente compreendida por gerações que cresceram interagindo com games.

Recentemente, a gamificação vem encontrado um vasto espaço dentro da educação formal por conta da familiaridade dos seus envolvidos que trazem consigo muito aprendizados advindos das suas interações com os games. Outra vertente muito fértil para a aplicação do conceito está relacionada com as áreas que necessitam de novas estratégias para alcançar seu público alvo que cada vez está mais envolvido com o contexto da mídias sociais e tecnologias digitais, público esse que tem se mostrado extremamente desinteressado no aprendizado utilizando métodos passivos de ensino, como os utilizados na maioria das escolas e universidades (FARDO, 2013).

7 KHAN ACADEMY

Esse item apresentará a ferramenta *Khan Academy* e o histórico de utilização, bem como os seus detalhes e funcionalidades, demonstrando como essa ferramenta pode ser utilizada no ensino da disciplina de Banco de Dados para o desenvolvimento da compreensão da linguagem SQL.

7.1 Histórico

A *Khan Academy* é uma organização sem fins lucrativos, com sede em *Mountain View*, na Califórnia, que disponibiliza de maneira gratuita uma série de vídeos *on-line* para o aprendizado de matemática e ciências, incluindo ciência da computação. Atualmente essa ferramenta tem sido utilizada por milhões de estudantes e professores em todo o mundo, que utilizam um sistema que permite entender conteúdo através de vídeo aula e posteriormente, testar os conhecimentos adquiridos por meio da resolução de exercícios práticos (KHAN ACADEMY, 2017; GOOGLE, 2017).

A *Khan Academy* teve origem em 2004 quando o primo de seu fundador, *Salman Amin Khan* pediu o auxílio de Khan para que ele ensinasse sua filha vários exercícios de matemática. Aos poucos, outros familiares e amigos também pediram sua ajuda o que fez com que Khan começasse a gravar curtas lições e as publicasse no YouTube.

Graças a sua capacidade de traduzir conceitos complexos em tutoriais fácies de serem seguidos, os vídeos tornaram-se virais, ganhando a atenção da mídia e de líderes da indústria de tecnologia, incluindo *Bill Gates* (fundador da *Microsoft*) e *John Doerr* (capitalista de risco do Vale do Silício), que começaram a prestar apoio ao trabalho que *Khan* realizava.

Foi nesse momento que o fundador dessa ferramenta deixou o seu emprego para se dedicar integralmente para o desenvolvimento do seu *site*, que oferece mais 300 mil exercícios de forma gratuita e acessíveis a qualquer hora através de múltiplas plataformas que podem ser acessadas pelo computador, *tablet* ou celular.

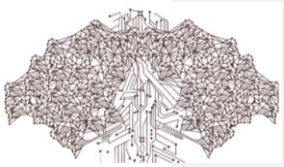
Inicialmente o conteúdo do *Khan Academy* não estava disponível em português, até que em 2014 o *site* começou a ser traduzido pela Fundação *Lemann*, possibilitando que mais de 5 milhões de brasileiros utilizassem essa ferramenta e ampliassem seus conhecimentos. Além de disponibilizar o conteúdo em português, a Fundação *Lemann* também tem um programa de incentivo para levar a ferramenta para o dia-a-dia dos alunos e professores de escolas públicas (FUNDAÇÃO LEMANN, 2017).

7.2 Apresentação da ferramenta

A *Khan Academy* é um conhecido *site* para aprendizado de matemática que tem realizado uma mudança radical na forma como conteúdos considerados complexos são transmitidos para os alunos. O conhecimento é transmitido de forma fluida e divertida, utilizando a tecnologia como ferramenta de ensino.

O *site* conta com recursos baseados no conceito de gamificação, onde elementos do videogame como avatars, pontos de energia, níveis de dificuldade e medalhas são utilizados, buscando tornar o aprendizado mais fácil, prazeroso e significativo.

> "O que a gamificação propõe como estratégia aplicável aos processos de ensino e aprendizagem nas escolas ou em qualquer outro ambiente de aprendizagem, utilizar um conjunto de elementos comumente encontrados na maioria dos games e aplicá-los nesses processos, com o intuito de gerar níveis semelhantes de envolvimento e dedicação daqueles que os games normalmente conseguem gerar. A gamificação também se dispõe a transpor os métodos de ensino e aprendizagem presentes nos games para a educação formal" (FARDO, 2013).



Também são utilizadas categorias de prêmios e pontuações com o objetivo de estimular o interesse no aprendizado e contribuir para fomentar o entendimento dos conteúdos (TOMAZI, 2017).

Além disso, recentemente foi disponibilizado para os professores um curso no *Coursera* de como utilizar a ferramenta e explorar seus recursos educacionais (FUNDAÇÃO LEMANN, 2017; KHAN ACADEMY, 2017).

Embora atraía a atenção dos alunos por conta do conceito da gamificação, o principal objetivo da plataforma é a personalização do ensino, onde o aluno pode aprender no seu próprio ritmo e a qualquer momento. O *site* oferece o ensino personalizado, reconhecendo quais as habilidades que o aluno domina e quais ele precisa praticar mais.

A *Khan Academy* oferece especialmente aos professores recursos para que eles melhorarem o seu trabalho em sala de aula utilizando a tecnologia. Um exemplo de recurso é a ferramenta *replay*, na qual é possível entender o raciocínio do aluno no desenvolvimento das atividades e deixando claro para o professor quais foram as dificuldades por ele enfrentadas. A partir desse diagnóstico, o professor pode identificar qual a melhor forma de ajudar cada aluno de maneira pessoal ou recomendado vídeos aulas, exercícios e dicas que são disponibilizadas no *site*.

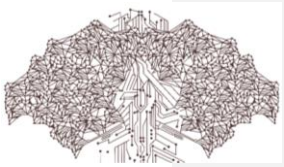
Além disso, ele dá acesso imediato ao professor nos relatórios de desempenho de seus alunos, permitindo que o mesmo identifique as dificuldades de cada aluno. Para isso, basta ele ter em mãos um computador com acesso à internet (FUNDAÇÃO LEMANN, 2017). Uma série de relatórios é disponibilizada para permitir que o professor tenha acesso as seguintes informações (CORRÊA, 2016):

- Quantidade de tempo que cada estudante se dedicou aos estudos e realização das atividades determinadas;
- Quais habilidades os estudantes têm apresentado dificuldades de aprendizado; e
- Quais habilidades os estudantes apresentaram maior domínio.

Com essas informações, o professor pode fazer um diagnóstico das dificuldades individuais dos alunos sugerindo atividades no *site* ou ainda identificando grupos de estudantes que apresentaram dificuldades similares, reunindo-os em aulas presenciais que serão utilizadas para a resolução de problemas e reforço do conteúdo, estimulando a participação ativa dos estudantes (CORRÊA, 2016).

7.3 Estrutura gamificada da plataforma

A plataforma *Khan Academy* tem uma interface bem simples e com fácil acesso a informações, permitindo que professores e alunos tenham domínio de suas funcionalidades em pouco minutos de utilização. No entanto, o principal destaque da plataforma é o fato dela permitir



que o aluno seja recompensado com pontos de energia e medalhas à medida vai realizando as atividades indicadas pelo professor, trazendo na plataforma a ideia de gamificação (FARDO, 2013; KHAN ACADEMY, 2017).

Os pontos de energia são concedidos aos alunos quando eles realizam uma atividade, tendo concluído ela com sucesso ou não. Nesse sentido, o acúmulo de pontos de energia funciona como um reforço positivo, pelo tempo que o aluno dedicou tentando cumprir as tarefas, assistindo os vídeos com os conceitos e tentando resolver os problemas. Ao ultrapassar uma determinada quantidade de pontos de energia o aluno passa de nível, onde novas atividades são disponibilizadas para ele, elevando o nível do conteúdo estudado.

Outra forma do aluno conquistar os pontos de energia é assistindo aos vídeos que estão disponíveis com os conceitos necessários para realizar as atividades. Os vídeos têm uma duração média de 10 minutos onde são apresentadas as explicações e exemplos para possibilitar que o aluno tenha os conceitos necessários para realizar as atividades e desta forma aprendam conceitos selecionados pelo professor, o que vai muito além de simplesmente ganhar pontos de energia (FARDO, 2013).

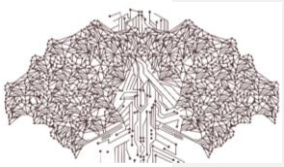
Ao assistir aos vídeos os alunos diminuem a imensa carga cognitiva que seria necessária para resolver os problemas sem assistir aos vídeos. Desta forma, os vídeos podem ser comparados com um GPS que auxilia um motorista que dirige por ruas desconhecidas no meio da noite, servido como um guia por caminhos e ajudando o aluno aprender esses novos caminhos para solucionar problemas.

Orginalmente os vídeos com conceitos foram gravados em inglês, mas sua grande maioria já foram traduzidos pela Fundação *Lemann*, tendo hoje um vasto conteúdo disponível para o aprendizado em português.

Além dos pontos de energia existem outras formas de recompensa, nas quais se destacam as medalhas que funcionam como recompensa para o aluno que cumpri com determinados requisitos, estabelecidos pela plataforma.

As medalhas são subdivididas nas seguintes categorias (KHAN ACADEMY, 2017):

- Medalhas de Desafios - são prêmios especiais concedidos aos alunos ao completarem os desafios de um determinado tópico;
- Medalhas de Meteoritos - são comuns de ser ganhadas por alunos no início do processo de aprendizado de uso da plataforma;
- Medalhas de Lua - são prêmios raros dados aos alunos que investiram mais tempo no seu aprendizado;



- Medalhas da Terra - são raras e concedidas apenas aos alunos que demonstraram um significativo aprendizado adquirido no seu percurso;
- Medalhas do Sol - são medalhas épicas e dadas somente aos alunos que comprovam uma grande dedicação no uso da plataforma;
- Medalhas de Buraco Negro - são lendárias e pouco conhecidas por serem prêmios extremamente raros de serem concedidos aos alunos.

Com essa estrutura de recompensas concedidas aos alunos, a plataforma *Khan Academy* se aproxima muito a um game, no qual o aluno fica no papel de jogador desse game com missões que o deve cumprir. Quando cumpri essas missões, o aluno é recompensado com pontos de energia e medalhas que são concedidas proporcionalmente a seu esforço e à medida que ele progride no aprendizado (KHAN ACADEMY, 2017).

Neste ponto o professor precisa ter uma atenção especial e dominar a ferramenta, pois o aluno passa a assumir um papel de protagonista determinando suas prioridades, tópicos de maior interesse e o tempo que irá dispor em cada atividade, cabendo ao professor o papel de estimular o aluno a seguir o melhor caminho para progredir no seu aprendizado.

A plataforma *Khan Academy* possui vários recursos fundamentados na Neurociência Cognitiva e responsáveis pelas sinapses que são construídas no processo individualizado de aprendizagem do aluno. Muitos desses recursos, conforme comentado anteriormente, são apresentados da forma de um game trazendo a mesmas sensações de quem joga um videogame. Sendo assim a estratégia da plataforma consiste em manter o aluno interessado no aprendizado por meio de uma estrutura baseada em conquista de pontos de energia, medalhas e troca de nível, recursos que podem sem classificados como gamificação da aprendizagem (FARDO, 2013).

7.4 Ferramentas para disciplina de Banco de Dados

A disciplina de Banco de Dados apresenta um conteúdo específico no *Khan Academy* que pode ser utilizado pelo professor para ampliar a qualidade de ensino-aprendizagem em turmas e cursos técnicos, tecnológicos e até mesmo de bacharelado. A experiência nessas turmas tem demonstrado que existe, em termos gerais, uma grande dificuldade em compreender conceitos abstratos relacionados à linguagem de manipulação de dados SQL (*Structured Query Language*) (GOMES; HENRIQUES; MENDES, 2008).

Em geral, as dificuldades residem na compreensão e, em particular na aplicação dos conceitos, por conta da necessidade de abstração de certos conceitos que precisam ser aplicados para resolução de problemas.

Após realizar o cadastro, o professor pode adicionar sua turma e dessa forma definir os conteúdos a serem trabalhados e convidar seus alunos para participarem do *site*, dividindo-os em turmas de diferentes níveis de aprendizado.

Os alunos podem aceitar o convite enviado por e-mail pelo professor e explorar a ferramenta e realizar os exercícios de acordo com as instruções. A Figura 1, demostra o ambiente de aprendizado do aluno da turma.

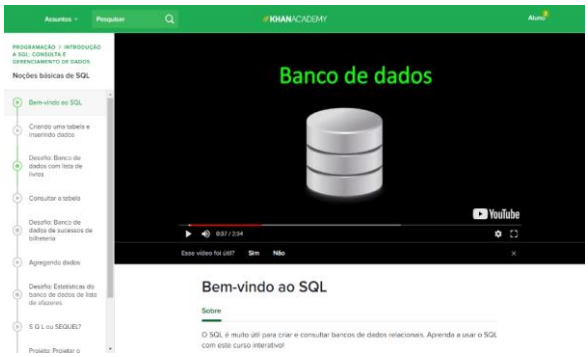


Figura 1 - Ambiente de aprendizagem dos alunos.

À medida que os alunos vão desenvolvendo as atividades, o professor consegue acompanhar em tempo real o percentual de acertos dos estudantes, o número de vezes que eles tentaram realizar um exercício até conseguir chegar ao resultado correto e quantos vídeos eles assistiram durante a aula e fora dela. A Figura 2 mostra a *interface* inicial do professor onde o mesmo pode acompanhar o progresso dos seus alunos.

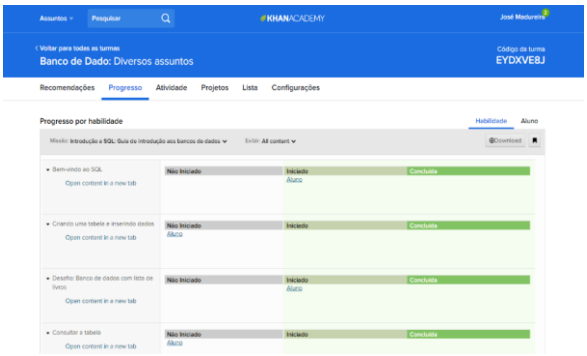


Figura 2 - Tela de acompanhamento do progresso dos alunos.

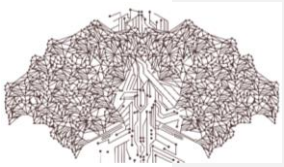
Conforme demonstrado na Figura 2 é possível acompanhar o andamento de cada um dos alunos, bem como identificar o vídeo aulas que ele assistiu, as atividades e os projetos por ele desenvolvidos. Na aba recomendação é possível sugerir conteúdos de reforço e exercícios a serem desenvolvidos para melhorar o entendimento de determinado conteúdo (KHAN ACADEMY, 2017).

CONCLUSÃO

O objetivo deste artigo foi realizar uma análise de como o *Khan Academy* pode ser utilizado para mitigar os desafios de turmas heterogêneas no ensino da disciplina de Banco de Dados. Para que fosse possível um real entendimento das contribuições do *Khan Academy* nesta questão, foi necessário apresentar também o ensino híbrido e o sistema personalizado de ensino.

O ensino híbrido foi uma das estratégias que utilizamos em sala de aula para trabalhar com a plataforma *Khan Academy*, que é uma plataforma que implementa o sistema personalizado de ensino e que pode trazer importantes contribuições para vencer as barreiras impostas pelo ensino híbrido.

Na aplicação do *Khan Academy* como plataforma de apoio foi utilizado inicialmente o modelo de sala de aula invertida e posteriormente o modelo de rotação individual, proporcionando aos alunos melhor entendimento dos conceitos onde antes eles apresentavam dificuldade. Acredita-se que com a escolha de um modelo correto de aplicação do ensino híbrido e somado a uma plataforma que proporcione a aplicação dos conceitos do sistema personalizado de ensino, pode-se obter interessantes benefícios, como ocorreu com no estudo de caso de ensino de banco de dados em turmas de ensino técnico e tecnológico, onde a solução apresentada resultou em elevados níveis de melhoria do aprendizado dos conceitos da disciplina de Banco de Dados.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACICH, Lilian; NETO, Adolfo T.; TREVISANI, Fernando de Mello. **Ensino híbrido: personalização e tecnologia na educação.** Porto Alegre: Penso, 2015. 272 p.

CORRÊA, Paulo Marcus Hollweg. **A plataforma Khan Academy como auxílio ao ensino híbrido em Matemática: um relato de experiência.** 2016. 82 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Matemática em Rede Nacional, Instituto de Matemática, Estatística e Física, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande/ES, 2016.

FARDO, Marcelo Luís. **A gamificação como estratégia pedagógica: Estudo de elementos dos games aplicados em processos de ensino e aprendizagem.** 2013. 106 f. Tese (Doutorado) - Curso de Educação, Pós-graduação em Educação, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2013.

FUNDAÇÃO LEMANN. **Khan Academy.** Disponível em: <http://www.fundação lemann.org.br/khan-academy/>. Acesso em: 11 set. 2017.

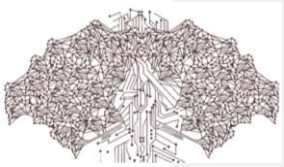
GOMES, Anabela; HENRIQUES, Joana; MENDES, António José. **Uma proposta para ajudar alunos com dificuldades na aprendizagem inicial de programação de computadores.** Educação, Formação & Tecnologias, Lisboa, Portugal, v. 1, n. 1, p.93-103, maio 2008. Semestral.

GOOGLE. **Google Cloud Platform.** Disponível em: <http://cloud.google.com/index.html>. Acesso em: 15 set. 2017.

HESS, Natalie. **Teaching Large Multilevel classes.** Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

KHAN ACADEMY. **Khan Academy: Free Online Courses, Lessons & Practice.** Disponível em: <https://www.khanacademy.org/>. Acesso em: 13 set. 2017.

KUBO, Olga Mitsue; BOTOMÉ, Sílvio Paulo. **Ensino-Aprendizagem: Uma Interação Entre Dois Processos Comportamentais.** Interação em Psicologia, Curitiba, v. 5, n. 1, p.1-19, 31 dez. 2001. Quadrimestral.



MORAIS, Carlos Tadeu Queiroz de; FRANCO, Sérgio Roberto K. **Estudo de Caso de Alertas e Recomendações para Educação a Distância Aplicado em Turmas Heterogêneas.** Informática na Educação: Teoria & prática, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p.129-149, 129 jun. 2011. Semestral.

OAKLEY, Barbara**. Aprendendo a aprender: Como ter sucesso em matemática, ciências e qualquer outra matéria.** São Paulo: Atena, 2015. 347 p.

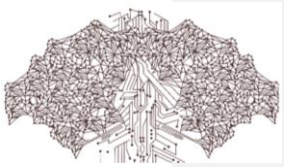
OAKLEY, Barbara; SEJNOWSKI, Terrence; ATAÍDE, Manuel. **Aprendendo a aprender: ferramentas mentais poderosas para ajudá-lo a dominar assuntos difíceis.** Disponível em: <https://www.coursera.org/learn/aprender>. Acesso em: 11 set. 2017.

RADA, Cristiane. **Personalização na Educação.** Disponível em: <https://www.radaead.com.br/blog/personalizacao-na-educacao/>. Acesso em: 17 fev. 2016.

ROCHA, Paulo Santana et al. **Ensino e Aprendizagem de Programação: Análise da Aplicação de Proposta Metodológica Baseada no Sistema Personalizado de Ensino.** Revista Novas Tecnologias na Educação, Porto Alegre, v. 8, n. 3, p.1-11, dez. 2010.

TOMAZI, Débora Regina. **Guia Didático: Estratégias de utilização do Khan Academy em ambiente escolar.** Disponível em: <http://www.fc.unesp.br/Home/PosGraduacao/MestradoDoutorado/mestradoprofissionalemdocenciaparaaeducacaobasica/debora-regina-tomazi.pdf>. Acesso em: 20 set. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



LETRAMENTO INFORMACIONAL EM CENÁRIOS DE CONTROLE DE LUXOS INFORMACIONAIS[1]

Frederico Ramos Oliveira[2]; Filipe Reis[3]; Carolina da Silva Moura[4]; Suely Gomes[5]

RESUMO

Discute competências e habilidades informacionais necessárias em cenários de controle de fluxos informacionais, como a web semântica e o *big data*. A partir das competências desenvolvidas pelo letramento informacional, listadas por Gasque (2010), procura apontar habilidades que se tornam mandatórias nestes contextos. Para tanto, analisa a literatura sobre as temáticas. Os resultados trazem uma proposta de atualização das competências do letramento informacional necessárias atualmente.
Palavras-chave: Letramento informacional. Web semântica. *Big data*.

1 INTRODUÇÃO

Demos à informação o controle de nossa sociedade. Das redes do capitalismo informacional ao atual imperativo de conexão, tem-se transformações – em diversos níveis - em termos de organização, "escala, cadência ou padrão". A vida "escoa não mais na mera sequencialidade temporal em locais físicos determinados, mas a isso se sobrepõe o escoamento da vida na intermitência do tempo em espaços reticulares", aponta Santaella (2013, p. 137). A internet, cérebro digital global, não apenas registra o porvir com grande precisão temporal, mas, cada vez mais, o prevê.

A partir dos padrões de uso, registros de nossas relações, interesses, intenções, gostos, desejos e afetos nas mídias sociais (SANTAELLA, 2013), são desenhadas estratégias que trazem ao usuário o que ele deseja – e antes mesmo que pesquise! As informações destes usuários alimentam bancos de dados, tratados pelas *smart networks* e seus algoritmos. Cabe a estas ferramentas, após analisá-las, observar o significado de tais ações e gerenciar nossas vidas (HARARI, 2016).

---

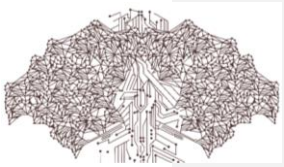
[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Professor da Especialização em Letramento Informacional (UAB / UFG). Mestre em Comunicação. E-mail: freddroliveira@gmail.com

[3] Professor da Universidade Federal de Goiás. Mestre em Comunicação. E-mail: filipe.reis17@gmail.com

[4] Mestranda em Comunicação. E-mail: falecomcarolmoura@gmail.com

[5] Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Doutora em Ciência da Informação. E-mail: suelyhenriquegomes@gmail.com.



As *smart networks* aprendem a partir de situações prévias e comunicam suas conclusões ao usuário, apresentando a este as melhores situações possíveis, são frutos da união de alguns recursos. "Isso gera *big data*, pois todos esses recursos entraram em comunicação e serão processados, armazenados e analisados", explica Santaella (2013, p. 42). A computação em nuvem tem papel relevante neste contexto, concedendo um processamento mais robusto para uma quantidade de dados cada vez maior. Para a autora, "o *big data* refere-se ao tratamento dos dados cuja execução extrapola a habilidade das ferramentas típicas dos softwares de dados que eram usados para capturar, armazenar, manipular e analisar dados" (SANTAELLA, 2013, p. 43, grifo no original).

Para que tais tecnologias produzam inovação e conhecimento, aponta Gasque (2013), é necessário que as pessoas participem do processo cognitivo de tomada de decisão. Isto implica a compreensão, por parte do usuário, das informações disponibilizadas por estas ferramentas e do que pode ser feito a partir delas. No entanto, não é o que efetivamente tem ocorrido. O usuário não conhece completamente as métricas e algoritmos utilizados pelo Facebook na seleção das postagens que vê ou o que está por trás do *ranking* em uma pesquisa no Google Acadêmico.

Neste contexto, as competências informacionais exigidas do usuário das mídias continuam se diversificando. No entanto, quando se considera as diversas experiências de uso e condições de acesso, percebe-se que "diversos níveis de fluência em mecanismos de interatividade variados serão a regra. E essa disparidade [...] torna-se ainda mais complexa no âmbito das redes sociais, pois essa constitui uma prática diuturna" (CINTRA, 2015, p. 166).

Em um momento em que a busca, a recuperação, o uso da informação e, até mesmo, a tomada de decisão caminham para automatizar-se, que demandas informativas passamos a ter? Diante de propostas como o *big data* e a web semântica, que comportamento informacional se manifesta? Que competências informacionais devem ser desenvolvidas? Qual é o lugar do letramento informacional, já que o processo decisório caminha para automatização?

A pesquisa aqui apresentada procura elencar competências e habilidades necessárias para um efetivo uso da informação. Ainda aponta possíveis desafios e abordagens teóricas relacionadas ao letramento informacional e, também, o letramento midiático, caso as promessas do *big data* e da web semântica se realizem. Para tanto, recorre à parte da literatura publicada que correlaciona *big data*, letramento informacional e termos relacionados.

2 LETRAMENTO INFORMACIONAL

A pletora de informações técnico-científicas produzida diariamente impede que se aprenda tudo o que foi publicado. É necessário, então, aprender a aprender, para que se busque e



use a informação de forma eficaz e eficiente (GASQUE, 2012). Este processo envolve o desenvolvimento de competências e habilidades específicas que permitam uma abordagem reflexiva sobre a informação, resultado de um efetivo letramento para a informação.

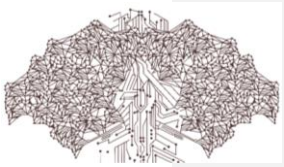
A fim de compreender o que é o letramento informacional, é necessário avaliar sua relação com competências informacionais. Competência informacional são habilidades, conhecimentos e também atitudes utilizadas enquanto se constrói significados partindo da informação, conforme aponta Dudziak (2001). Para Gasque (2012, p. 153), "as competências para buscar informação envolvem conhecimentos e experiências que possibilitam encontrar informação relevante e pertinente".

Há de se apontar, contudo, que entre os autores brasileiros há polissemia entre os termos "letramento informacional", "competência informacional" e "alfabetização informacional", algo que não ocorre entre pesquisadores de língua inglesa. O Tesauro Brasileiro de Ciência da Informação (PINHEIRO; FERREZ, 2014) orienta a utilização do termo "competência em informação" para substituir os anteriores. Contudo, deve-se atentar ao que expõe Gasque (2012), que aponta dimensões específicas caracterizadas por cada um destes conceitos:

> Na literatura da ciência da informação no Brasil, 'competência' é frequentemente empregado como sinônimo de letramento informacional. Todavia, competência refere-se àquilo que se deseja construir e desenvolver ao longo de um processo, no caso, o de letramento informacional. Assim, propõe-se que 'competência' seja utilizado como expressão do 'saber fazer', derivada das relações entre o conhecimento que o sujeito detém, a experiência adquirida pela prática e a reflexão sobre a ação. Por sua vez, habilidade é a realização de cada ação específica e necessária para se alcançar determinada competência. (GASQUE, 2012, p. 36).

Leite et al. (2016) apontam que a produção científica sobre competência informacional no Brasil está em crescimento. Em 2000, o primeiro artigo sobre a temática é discutido no Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (Enancib). Até 2015, 72 trabalhos sobre a temática foram apresentados no evento. Os autores apontam que esta temática, embora consolidada como área de pesquisa entre autores estrangeiros, é emergente no Brasil.

Alguém competente informacionalmente sabe reconhecer quando precisa de informação, consegue localizá-la, avaliá-la e usar de modo efetivo, aponta a *American Librarian Association* (ALA; 1989). O processo de aprendizado destas competências é o letramento informacional. Como explica Gasque,



> O letramento informacional corresponde ao processo de desenvolvimento de competências para localizar, selecionar, acessar, organizar, usar informação e gerar conhecimento, visando à tomada de decisão e à resolução de problemas (GASQUE, 2012, p. 29).

A Associação Americana dos Bibliotecários Escolares (EUA) propôs, em 1998, padrões para o desenvolvimento do letramento informacional em contexto educacional. Envolvem três eixos: o aprendizado do estudante (uma conduta mais consciente em relação à informação enquanto pesquisa), o aprendizado independente (a busca de informações para interesses pessoais) e a responsabilidade social (padrões de uso de informação voltados à cidadania). (FIALHO; GASQUE, 2014). Importa salientar que o letramento informacional é um processo que não deve estar restrito às bibliotecas escolares, mas ser desenvolvido em todos espaços de educação, nas mídias e no ciberespaço.

Na perspectiva de Gasque (2012, p. 54), "o letramento informacional pode ser compreendido como a capacidade de pesquisar e resolver problemas complexos por meio de metodologia científica, considerando o pensar reflexivo". Assim, são necessárias competências específicas para um efetivo uso das informações nestes espaços.

2.1 Letramento de dados

Uma subdisciplina do letramento informacional, o letramento de dados (*data literacy*, no original) envolve habilidades mínimas que serão exigidas, no futuro, de cada trabalhador. (KOLTAY, 2014). Caracterizado pela compreensão profunda do *big data*, considera, como fator decisivo, não a quantidade de dados disponíveis, mas a capacidade de pesquisar, agregar e correlacionar grandes quantidades de datas a partir de computadores e redes. (KOLTAY, 2015).

Trata-se de um campo que discute tanto a produção como consumo dos dados. Ainda se preocupa com a citação dos dados, que permite a identificação, recuperação e verificação de estudos publicados que se apoiam nestes. "Aqueles que irão utilizar dados, necessitam de educação sobre como encontrá-los, compreendê-los, interpretá-los e aplicar o que encontraram", lembra Koltay (2014, p. 670, tradução nossa[6]).

Fontichiaro e Oehrli (2016) discutem a importância do letramento de dados a partir de seis aspectos: letramento estatístico, visualização de dados, *big data* e *citizen science*, gerenciamento pessoal de dados e uso ético dos dados. A presença de dados estatísticos em

[6] "Those, who will use data, will need education about how to find it, how to understand, interpret, and apply what they find" (KOLTAY, 2014, p. 670).

notícias, no *feed* do Facebook e em outros espaços exige a capacidade de lê-los criticamente, contextualizadamente, a partir da interpretação das informações sintetizadas ou o dado em si (*raw data*). Isto envolve a compreensão da média, mediana, moda, margem de erro etc.

A visualização de dados, por sua vez, envolve a capacidade de compreender e criar dados mapeados, gráficos ou outras formas de avaliar visualmente os dados disponíveis. Em relação a *big data* e *citizen science* (ciência cidadã), Fontichiaro e Oehrli (2016) destacam a importância da interpretação cuidadosa do *big data* para que se alcance resultados positivos. Ainda é preciso estabelecer quando a participação em um projeto de ciência cidadã é válida, e quando dados pessoais críticos são colocados em risco.

O gerenciamento pessoal de dados envolve a compreensão da existência de mecanismos como *bots* e *cookies*, que influenciam pesquisas em buscadores, criam bolhas informacionais, dentre outros pontos. Exige, portanto, que o usuário esteja ciente da curadoria de informações a que está submetido e prefira considerar conteúdos por sua autoria e relevância. Por fim, o uso ético envolve a criação e avaliação constante de argumentos baseados em dados e informações, de modo ético e sem distorções. (FONTICHIARO; OEHRLI, 2016).

3 DADOS, CONTROLE E RESISTÊNCIAS

Num mundo em que as cidades passam a crescer em torno das rotas informacionais, em detrimento dos espaços tradicionais de circulação de corpos – estradas, rios etc. – (LEMOS; LÉVY, 2010), ser competente em informação é essencial. As cidades inteligentes envolvem o *big data*, a realidade aumentada e outras tecnologias, enquanto concedem cidadania apenas aqueles que têm as competências informacionais necessárias para utilizar seus recursos.

> Essencialmente, o *big data* é tanto artefato de indivíduos como da inteligência coletiva gerada e compartilhada principalmente por meio do ambiente tecnológico, onde virtualmente todas as coisas podem ser documentadas, medidas e capturadas digitalmente, sendo transformadas em dados (SIVARAJAH et al., 2017, p. 263, tradução nossa[7]).

Sivarajah et al. (2017) apontam os desafios para o *big data*, separados em três categorias: há que se enfrentar questões relacionadas aos próprios dados, os processos e a gestão destas informações. Deve-se considerar, em relação aos dados, suas características: volume, variedade,

[7] In essence, BD is the artefact of human individual as well as collective intelligence generated and shared mainly through the technological environment, where virtually anything and everything can be documented,measured,and captured digitally,and in so doing transformed into data (SIVARAJAH et al., 2017, p. 263).

valor, veracidade, volatilidade, visualização, qualidade, descobertas e dogmatismo. Acerca dos processos, é necessário discutir como capturar dados, integrá-los e transformá-los, bem como os modelos de análise destes e de provisão de resultados. Os desafios relacionados à gestão, por sua vez, envolvem aspectos éticos, a privacidade, segurança e governança dos dados.

Observa-se, aí, uma série de competências e habilidades que serão cobradas destes gestores. Como aponta Koltay (2015), a emergência do *big data* e suas ferramentas exige novas habilidades, como a capacidade de reconhecer a qualidade dos dados. Afinal, há o desenvolvimento de redes e mecanismos que garantam uma organização social a partir destes dados. "O governo e as corporações, as economias, a cultura, a vida, nossos pensamentos, nossos hábitos e nosso eu, as coisas, o tempo e o espaço estão submetidos à governabilidade algorítmica", comenta Santaella (2016, p. 90)

O algoritmo pode ser definido como uma fórmula matemática refinada, um conjunto específico de operações para resolver determinados problemas (CASTRO; CASTRO; CASTRO, 2009). A opacidade desta definição é perceptível: para compreender o algoritmo, é necessário conhecer as operações que este realiza. No entanto, estas ferramentas são, normalmente, compreendidas como propriedade intelectual, o que impede a transparência (DIAKOPOULOS , 2014). São desenvolvidos por grandes equipes em que cada membro conhece apenas parte de sua estruturação. Além disto, a emergência das redes neurais e da aprendizagem automática permitem a formação de novos modelos, diferentes daqueles produzidos originalmente (HARARI, 2016).

Castelfranchi e Fernandes (2015) denunciam como a lógica do "mais eficiente" tem se refletido na construção de algoritmos que, a partir de dados coletados e processados, chegam a efetuar decisões. Apontam que "essas plataformas modulam e medeiam a interação entre pessoas e, em alguma medida, orientam-se por interesses voltados para o controle de fluxos de informações, valiosas do ponto de vista econômico". (CASTELFRANCHI; FERNANDES, 2015, p. 181). A algoritimização da vida promovida por estas inteligências artificiais desloca a autoria das decisões: cada vez mais estas são tomadas pelo raciocínio lógico das ferramentas digitais. Alimentadas com dados coletados de diversas formas, traçam as melhores rotas enquanto dirigimos, preveem o tempo de chegada e, aos poucos, assumem os volantes.

O modelo social de controle sofistica-se, encarnando-se nos diversos contextos sociais. O imperativo da formação continuada, por sua vez, destaca o quão pouco sabemos em um período histórico sem precedentes em termos de conhecimento acumulado. (DELEUZE, 1992; SIBILIA, 2015). Em paralelo, as estratégias de resistência também se reorganizam. A multidão nas redes manifesta-se com protestos e greves aos poucos dão lugar ao *Occupy*, ao ciberativismo e o *hacking*. (SANTAELLA, 2016; KEEN, 2012; CASTELFRANCHI; FERNANDES, 2015).

Diante do *big data* e seu domínio onipresente, aponta Santaella, é possível a formação de alianças das artes e humanidades "com as formas que a sociedade civil pode ter de produzir barulho público de modo a garantir a integridade e a disseminação ética da informação" (2016, p. 91). A comunicação *peer to peer*, por exemplo, pode se apresentar como ferramenta de resistência, desde que se possua as competências e habilidades midiáticas e informacionais específicas para tanto.

"Colocar nos ombros dos algoritmos o peso de toda a vilania dos poderes atuais não passa de uma obviedade, no sentido de que, a rigor, os algoritmos são apenas a ponta visível de um *iceberg* bem mais intricado", alerta Santaella (2016, p. 92-93). A governamentalidade, apresentada por Foucault (2008a; 2008b) como lógica, razão política e tecnologia de governança, sofistica-se e submete corpos e subjetividades por meio destes algoritmos. (SANTAELLA, 2016). Estas práticas mais eficientes de gestão envolvem o comportamento informacional do sujeito, já que analisam suas práticas de busca e uso de informação.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de elencar competências e habilidades necessárias para um efetivo uso da informação em cenários de controle dos fluxos de informação, é realizada uma pesquisa básica, exploratória, com abordagem qualitativa. A partir de revisão de literatura, aponta-se as competências desenvolvidas pelo letramento informacional, comparando-as com as mudanças trazidas pelo *big data* e sua algoritmização.

Adota-se, a título de comparação, o conceito de letramento informacional e competências a ele relacionadas disponível em Gasque (2010). Discute-se, a partir de alguns conceitos presentes na literatura, possíveis derivações destas habilidades, considerando as necessidades específicas trazidas por estes cenários de controle de fluxos informacionais.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para Gasque (2010), pode-se considerar letrado informacional o sujeito que possui as competências listadas no Quadro 1:

Quadro 1 – Competências e habilidades em informação

	Competências
1	Determinar a extensão das informações necessárias;
2	Acessar a informação de forma efetiva e eficientemente;
3	Avaliar criticamente a informação e a suas fontes;
4	Incorporar a nova informação ao conhecimento prévio;

5	Usar a informação de forma efetiva para atingir objetivos específicos;
6	Compreender os aspectos econômico, legal e social do uso da informação, bem como acessá-la e usá-la ética e legalmente.

Fonte: Gasque (2010, p. 86)

Em relação à capacidade de avaliar a necessidade de informações, deve-se considerar que, para Koltay (2015), o *data literacy* exige a compreensão da demanda de dados. Esta competência é essencial para o desenvolvimento de sistemas de busca e recuperação da informação que atendam a tais necessidades. Assim, pode-se antever que competências de gestão são importantes. Vale, ainda, destacar a importância de habilidades para programar sistemas de busca e recuperação e seus algoritmos.

Deve-se levar em conta que, conforme Santaella (2013), uma das propostas da web semântica é atender às necessidades informacionais do usuário, antes mesmo que este as perceba. Estes sistemas avaliam o uso de informações e, a partir de ferramentas de inteligência artificial (IA) e *machine learning*, oferecem tais dados. É o caso de assistentes virtuais, como a Siri, o Google Now e outros que, a partir do registro de ações dos usuários, apresentam informações específicas para cada usuário. Neste sentido, os dados coletados individualmente participam da construção de uma base de dados que fornece dados sobre o comportamento informacional e permitem a construção de *big data*.

Considerando este contexto, observa-se que a competência de determinar a extensão das informações necessárias mantém-se, a depender do tipo de informação requerida. No que se refere ao clima, rotas de trânsito ou dados sobre transporte público, diversos aplicativos já recuperam automaticamente as informações a partir de comportamentos prévios de usuários. No entanto, em funções de planejamento e avaliação, tais habilidades são significativas. Não se sabe, ainda, em que extensão tal habilidade será necessária com futuros avanços da IA.

A capacidade de acessar a informação de forma efetiva envolve, também, o letramento midiático, bem como uma apurada compreensão de gêneros e formatos de documentos. É necessário, por exemplo, entender o processo de publicação de determinado produto informativo, considerando suas especificidades. Modelos e códigos de catalogação, a internet das coisas e outras ações podem facilitar a recuperação de um documento, neste contexto. Percebe-se, então, que tal competência relaciona-se com outra habilidade: a capacidade de planejar, executar e gerir modelos de armazenamento, catalogação e recuperação de informação.

A competência de avaliar criticamente a informação e suas fontes envolve, na lógica da web semântica, a compreensão de que existem "bolhas de informação nas quais, pela ação de processos algorítmicos de filtragem, visões de mundo são reforçadas e, como alguns afirmam, radicalizadas" (ARAÚJO, 2017, p. 17). A partir dos algoritmos e do comportamento informacional de um usuário, é realizada uma curadoria dos conteúdos a que este tem o acesso facilitado. Não se pode dizer, no entanto, que o acesso a outras fontes de informação é impedido. Cabe ao usuário, neste contexto, desenvolver alternativas para driblar a organização algorítmica.

Há de se considerar, neste contexto, que poucos usuários da internet compreendem a existência destes filtros. Powers (2017), que avaliou o nível de consciência de estudantes universitários dos Estados Unidos sobre os algoritmos e sua curadoria de conteúdo,

aponta que a maioria destes alunos não faz ideia deste contexto. Também cabe destacar que

Aqueles que compreendiam que a tecnologia é usada para ajustar as notícias aos seus próprios gostos raramente usaram o termo personalização ou fizeram referência ao uso de algoritmos. Eles estavam mais cientes que interagir com conteúdos ou ajustar as preferências das notícias os permitia a exercer certo controle sobre as notícias que recebiam (POWERS, 2017, p. 1330, tradução nossa[8]).

Não se pode dizer que o acesso a fontes diversas de informação é completamente impedido pelos algoritmos. Deve-se considerar, ainda, a diversidade de fontes de informação na internet, que possuem critérios de filtragem distintos entre si. Mais uma vez, o conhecimento das fontes e seu funcionamento é válido. Há, contudo, limitações para as possibilidades do usuário, especialmente quando se considera a onipresença de *cookies* e outras ferramentas que rastream seu comportamento na internet. Existem maneiras de ocultar alguns dados, mas diversos outros rastros denunciam o usuário a estes sistemas.

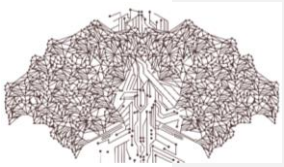
Ainda em relação a capacidade de avaliar criticamente a informação e suas fontes, cabe considerar que o usuário pode atentar aos critérios apresentados por Tomaél et al. (2001). Embora seja possível apontar a necessidade de atualização e adaptação destes critérios para os contextos das web 3.0 (web semântica e ferramentas relacionadas) e 4.0 (internet das coisas, *big data* etc.), pode-se destacar sua relevância como modelo para definição de ferramentas de avaliação das fontes de informação. Neste contexto, a colaboração entre os usuários da internet, na criação de plataformas, modelos de avaliação e a comunicação dos resultados desta mensuração são essenciais.

Após acessar a informação, é necessário adicionar esta informação ao conhecimento prévio. Com a emergência da cultura digital e, em especial, das tecnologias da disponibilidade, emergem modelos de aprendizagem diferenciados. Santaella (2010) destaca a aprendizagem ubíqua, caracterizada por espontaneidade e contingência, que não envolve o ensino. Observe-se, contudo, que este conteúdo pode ser aprendido por um curto prazo, sem ser incorporado no conhecimento do indivíduo.

Está, aqui, um dos desafios: incorporar o conhecimento envolve, em certa medida, a autoria. É necessário sintetizar este conhecimento, sendo capaz de compreender seus possíveis usos, sua relação com a demanda informacional etc. Neste sentido, há diversos letramentos necessários para a efetiva realização desta competência: o letramento estatístico, visual, metodológico, entre outros (KOLTAY, 2014). Observa-se, assim, a necessidade da fluência nas linguagens midiáticas e, também, a capacidade de organizar mentalmente – e em outros suportes – a informação.

Usar a informação de forma efetiva, para atender os objetivos propostos, exige a compreensão das possibilidades de uso de informação na tomada de decisões. Deve-se considerar, aqui, as ferramentas mais efetivas para gestão e avaliação destes insumos. Por

[8] Those who were aware that technology is used to tailor news to their tastes rarely used the term personalization or referenced the use of algorithms. They were most aware that interacting with content and manually adjusting news preferences allowed them to exert some control over the news they received. (POWERS, 2017, p. 1330).



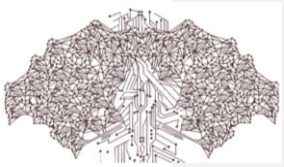
fim, para compreender os aspectos econômico, legal e social do uso da informação, bem como acessá-la e usá-la ética e legalmente, são exigidas diversas questões. Os usuários devem considerar o preço para utilizar as ferramentas disponíveis nas redes, mesmo aquelas que, aparentemente não têm custo – embora coletem dados e os monetize. É importante, mais uma vez, a fluência em linguagens midiáticas, para avaliar que informação pode ser compartilhada em cada ferramenta. Por fim, não se pode olvidar os aspectos éticos de acesso e disseminação destas informações.

Quadro 2 – Competências e habilidades para cenários de fluxos de controle informacional

	Competências
1	Determinar a extensão das informações necessárias; - Habilidades para programar sistemas de busca e recuperação da informação; - Conhecimento das ferramentas de coleta de dados utilizadas pela web semântica e *big data*.
2	Acessar a informação de forma efetiva e eficientemente; - Capacidade de planejar, executar e gerir modelos de armazenamento, catalogação e recuperação da informação; - Compreensão da nova lógica de organização da informação.
3	Avaliar criticamente a informação e a suas fontes; - Consciência dos mecanismos de filtragem engendrados pelos algoritmos; - Formação de estratégias para driblar tais ferramentas, bem como o acesso à diversas fontes de informação. - Definição de critérios para avaliação da informação e suas fontes.
4	Incorporar a nova informação ao conhecimento prévio; - Desenvolver relações entre as informações. - Fluência em linguagens midiáticas e capacidade de organizar a informação.
5	Usar a informação de forma efetiva para atingir objetivos específicos; - Compreender ferramentas efetivas para gestão e avaliação dos insumos informacionais, para utilizá-los na tomada de decisão; - Habilidade de desenvolver modelos para uso da informação; - Compreensão dos públicos envolvidos.
6	Compreender os aspectos econômico, legal e social do uso da informação, bem como acessá-la e usá-la ética e legalmente. - Discernir as características de cada ferramenta de publicação, seus aspectos éticos, econômicos e legais; - Fluência nas linguagens midiáticas, para adequado compartilhamento dos conteúdos dentro dos modelos de cada rede socioténica; - Compreender o custo do uso de ferramentas na internet, mesmo aquelas gratuitas.

Fonte: adaptado pelos autores, a partir de Gasque (2010, p. 86)

Discutir como se altera o comportamento informacional e, também, que competências são exigidas neste contexto social, é refletir sobre a constituição da cidadania. Afinal, o sujeito letrado para a informação tem condições de apontar soluções para os problemas que a sociedade enfrenta (GASQUE; CUNHA, 2010). Apesar da emergência de cenários em que os fluxos informacionais



são controlados e a tomada de decisão é restrita, as competências e habilidades desenvolvidas a partir do letramento para a informação são cada vez mais necessárias. A fluência no tratamento dos dados e das informações é importante, pois assegura ao usuário a possibilidade de participar, como autor, destes processos.

O desenvolvimento destas competências, no entanto, envolve a superação de muitos desafios. Caso se considere o papel da escola e da biblioteca escolar neste processo, como faz Gasque (2012), deve-se formar estratégias para melhoria da formação docente e, também, do bibliotecário. Muitas licenciaturas não discutem o lugar da biblioteca escolar e este equipamento, embora obrigatório por lei, é ignorado por políticas públicas e está ausente na maior parte das instituições de ensino (SANTOS, 2017).

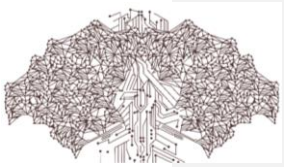
Em relação à formação docente, deve-se considerar a ausência de políticas públicas que efetivem ações de mídia-educação. Há, também, o perfil de discentes de licenciatura, caracterizado, muitas vezes, pela ausência de efetivas competências midiáticas e informacionais. As instituições de ensino superior, por sua vez, possuem poucos projetos que garantam ao futuro professor a efetiva fluência nestas linguagens. (BELLONI, 2009; FANTIN, 2014; SETTON, 2010).

6 CONSIDERAÇÕES

O letramento informacional se configura como ferramenta de resistência, diante de contextos em que os fluxos de informação são controlados. Da curadoria de conteúdos realizada por modelos algorítmicos à presença de conteúdos falsos nas redes, uma série de desafios exige o desenvolvimento de competências específicas que emancipem o usuário, garantindo, a este, condições para fazer um uso efetivo destas ferramentas.

A realização desta pesquisa procura elencar algumas destas habilidades, de forma ainda incipiente. Não se encontra, na literatura, uma discussão ampla sobre a importância do letramento informacional diante da web semântica e *big data*. Neste sentido, compreende-se que são necessárias novas pesquisas que se dediquem a esta temática. A emergência destes novos contextos traz, por si só, grande demanda para estudos que discutam comportamento informacional, competências e condições de acesso à informação.

Mesmo com inteligências artificiais que fazem a interpretação dos dados, é importante que se discuta a qualidade destes dados, a criação de modelos de coleta e, especialmente, os aspectos éticos envolvidos. O usuário, além de tão somente fazer uso das ferramentas, deve compreendê-las e, transformá-las. Neste sentido, o alerta de Gasque (2013) continua válido: é necessário que os usuários sejam permitidos a tomar decisões e compreendam as informações



disponibilizadas pelas ferramentas e suas possibilidades. É preciso, desta forma, abrir as caixas-pretas, expondo os algoritmos a quem os utiliza.

Referências

ARAÚJO, William Fernandes. **As narrativas sobre os algoritmos do Facebook**: uma análise dos 10 anos do Feed de Notícias. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Doutorado em Comunicação e Informação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017

ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES (AMERICAN LIBRARIAN ASSOCIATION). **Information literacy competency standards for higher education**. Chicago: American Library Association, 2000.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação**. Campinas, SP: Autores Associados, 2009.

CASTELFRANCHI, Yurij; FERNANDES, Victor. Teoria crítica da tecnologia e cidadania tecnocientífica: resistência, "insistência" e hacking. **Aurora**, Curitiba, v. 27, n. 40, p. 167-196, jan./abr. 2015

CASTRO, Murilo Cardoso de; CASTRO, Raquel Cardoso de; CASTRO, João Cardoso de. O engenho motor da informatização. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 6, n. 2, p. 45-70, mar. 2009

CINTRA, Hermano. Dos nativos digitais a fluentes digitais. In: ROCHA, Cleomar; SANTELLA, Lúcia. (Orgs.). **A onipresença dos jovens nas redes**. Goiânia: Funape / Media Lab / Ciar UFG, 2015.

DELEUZE, G. Post-sciptum sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, G. **Conversações**: 1972-1990. São Paulo: 34, 1992.

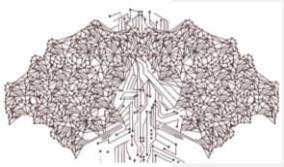
DIAKOPOULOS, N.. **Algorithmic accountability reporting**: on the investigation of black boxes. Tow Center. Fev. 2014.

DUDZIAK, Elisabeth Adriana. **A information literacy e o papel educacional das bibliotecas**. 2001. 187 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação e Documentação) − Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

FANTIN, Mônica. Contexts, perspectives and challenges for Media Education in Brazil. In: AGENTES E VOZES: um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha. Goterborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2014.

FIALHO, Janaina; GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. Letramento informacional no contexto escolar. In: GOMES, Suely et al. **Letramento informacional**: aspectos teórico-conceituais. Goiânia: PPGCOM/CIAR, 2014.

FONTICHIARO, Kristin; OEHRLI, Jo Angela. Why data literacy matters?. **Knowledge Quest**, [S.l], v. 44, n. 5, p. 20-27, mai-jun. 2016.



FOUCAULT, Michel. **O nascimento da biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008a.

_____. **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France (1977-1978). São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. Arcabouço conceitual do letramento informacional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n. 3, p. 83-92, set.-dez. 2010.

_____. Competência em informação: conceitos, características e desafios. **AtoZ**: novas práticas em informação e conhecimento, Curitiba, v. 2, n. 1, p. 5-9, jan-jun. 2013.

_____. **Letramento informacional**: pesquisa, reflexão e aprendizagem. Brasília: Faculdade de Ciência da Informação / Universidade de Brasília, 2012.

_____; CUNHA, Marcus Vinícius da. A epistemologia de John Dewey e o letramento informacional. **TransInformação**, Campinas, SP, v.22, n.2, p.139-146, maio/ago., 2010. Disponível em: < http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/491>. Acesso em 08 abr. 2016.

HARARI, Yuval Noah. **Homo Deus**: uma breve história do amanhã. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

KEEN, A. **Vertigem digital**: porque as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KOLTAY, Tibor. Big data, big literacies? **Information, Communication & Society**, [S.l], v. 15, p. 663-671, 2012.

_____. Data literacy: in search of a name and identity. **Journal of Documentation**, v. 71, n. 2, p. 401-415, 2015.

LEITE, Cecília et al. Cenário e perspectiva da produção científica sobre competência informacional (CoInfo) no Brasil: estudo da produção no âmbito da ANCIB. **Informação & Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 26, n. 3, p. 151-168, set.-dez. 2016.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

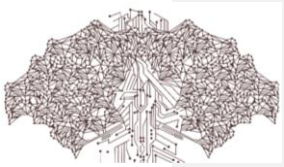
PINHEIRO, Leda Vânia; FERREZ, Helena Dodd. **Tesauro brasileiro de Ciência da Informação**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), 2014.

POWERS, Elia. My news feed is filtered?. **Digital Journalism**, [S.l], v. 5, n. 10, p. 1315-1335, fev. 2017.

SANTAELLA, Lucia. A aprendizagem ubíqua substitui a educação formal? **Revista de Computação e Tecnologia**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 17-22, 2010.

_____. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

_____. **Temas e dilemas do pós-digital**: a voz da política. São Paulo: Paulus, 2016.



SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTOS, Andréa Pereira et al. Retratos da biblioteca escolar da rede estadual de ensino do estado de Goiás. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S.l], v. 13, n. Especial CBBD 2017, dez. 2017.

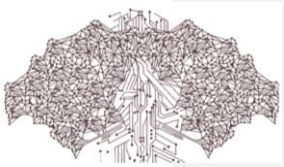
SETTON, Maria da Graça. **Mídia e educação**. São Paulo: Contexto, 2011

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico**: a alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

SIVARAJAH, Uthayasankar et al. Critical analysis of Big Data challenges and analytical methods. **Journal of Business Research**, [S.l], v. 70, p. 263-286, 2017.

TOMAÉL, Maria Inês et al. Avaliação de fontes de informação na internet: critérios de qualidade. **Informação & Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 11, n. 2, p. 13-35, 2001

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



LINGUAGEM EMOCIONAL NA DOCÊNCIA *ONLINE*: IMPLICAÇÕES TEÓRICO-PRÁTICAS[1]

Caroline Costa Nunes Lima[2], Felipe da Silva Ponte de Carvalho[3], Dilton Ribeiro do Couto Junior[4]

Resumo: Este artigo é fruto de pesquisa recentemente concluída que se propôs a investigar as implicações teórico-práticas da linguagem emocional na docência *online*. Em relação aos procedimentos metodológicos, foram construídas e compartilhados relatos de experiências de docentes *online* e suas relações conversacionais estabelecidas nos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA). Para isso, a abordagem teórico-metodológica dos estudos com os cotidianos nos auxiliaram a interpretar o material empírico produzido com os sujeitos. Alguns dos achados dos estudos incluíram a necessidade a de (re)pensar o papel do docente *online* na cibercultura e o uso da linguagem emocional como mediadora nos AVA com a intenção de propiciar o fortalecimento das relações interpessoais construídas nesse espaço. Diante do exposto, este estudo reflete nosso interesse em torno do papel mediador docente na tarefa de contribuir para uma educação *online* que coloque em prática uma abordagem pedagógica dialógica com o intuito de enriquecer a experiência educacional.
Palavras-chave: cibercultura; cotidianos; linguagem emocional; docência *online*.

1. Linguagem emocional na educação *online*

Pensar a produção de conhecimento no atual contexto sociocultural significa reconhecer o quanto as tecnologias da informação e comunicação vêm modificando nossa relação com o mundo, reconfigurando todas as esferas da sociedade, dos meios de produção ao consumo cultural (SANTAELLA, 2003). Isso traz implicações importantes para o campo da educação, incluindo a possibilidade de, através do uso de interfaces digitais gratuitas, estabelecer vínculos sociais e afetivos com outros usuários em prol da construção de "um espaço de formação pautado em

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Graduada em letras (português/literaturas) pela Faculdade Machado de Assis (FAMA) e pedagogia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). É especialista em língua portuguesa pela FAMA e especialista em planejamento, implementação e gestão em Ead pela Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: carolinecnunes52@gmail.com

[3] Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (ProPEd/UERJ). É integrante do Grupo de Pesquisa em Gênero, Sexualidade e Interseccionalidade (Geni). E-mail: felipesilvaponte@gmail.com

[4] Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (ProPEd/UERJ), com bolsa CNPq/PDJ. É integrante do Grupo de Pesquisa em Gênero, Sexualidade e Interseccionalidade (Geni). E-mail: junnior_2003@yahoo.com.br

lógicas não-lineares, na aprendizagem colaborativa, na interatividade, na multivocalidade, nas dinâmicas das redes. Um espaço vivo de criação, de produção, de comunicação e, portanto, um espaço de cultura[s]" (PRETTO; BONILLA, 2008, p. 86). Dito isso, com as tecnologias digitais em rede, cenário na qual a educação *online* se pratica, há uma disponibilidade de meios (bate-papo, fórum de discussão, redes sociais, para citar alguns) capazes de aproximar pessoas geograficamente dispersas que podem partilhar informações, construir saberes coletivamente com espaço para criatividade e proatividade (SANTOS, 2002, 2009; SANTOS, CARVALHO & PIMENTEL, 2016).

Defendemos uma educação *online* que reconheça que transitamos das mídias de massa para as mídias interativas (SILVA, 2009), ou seja, nos inspiramos no digital em rede para 1) colocar em prática uma educação baseada na interatividade (todos x todos), contrapondo o modelo de comunicação massiva unidirecional (um x todos), 2) fazer uso do potencial que as redes digitais disponibilizam para a promoção da autoria e 3) mediar os discentes para o uso ético, cidadão e responsável das interfaces digitais. Atuar como docente *online* é estar imerso na cibercultura através da partilha de sentidos produzidos entre sujeitos que buscam novas formas de entrar em contato com os conhecimentos. Sem esse caminhar, corre-se o risco de adotarmos as interfaces comunicacionais digitais dentro da perspectiva da pedagogia da transmissão, com os processos de ensino-aprendizagem ancorados na "educação bancária" (FREIRE, 2013) que tanto ainda continuamos lutando para romper.

Fundamentalmente um fenômeno biológico e cultural, a linguagem, seja ela em sua forma corporal, oral ou escrita, tem estreita relação entre o pensamento, conhecimento, expressão, emoção e comunicação. A linguagem é responsável por ações e reações manifestadas no convívio social. Dito isso, o conceito de linguagem emocional adotado neste trabalho diz respeito às "múltiplas formas em que os seres humanos estabelecem relações, utilizando-se das diversas linguagens, considerando o fator emocional como importante desencadeador das transformações decorrentes neste processo" (BRUNO, 2002, p. 203).

Ao fazer uso da linguagem emocional no ambiente *online*, o docente aprende a ter um olhar sensível para com o grupo de estudantes com quem irá partilhar o conhecimento, não existindo "receitas prontas" ou o "melhor" caminho para o modo como as palavras serão enunciadas. Ao reconhecermos que "a palavra do outro coloca diante do indivíduo a tarefa especial de compreendê-la" (BAKHTIN, 2011, p. 379), consideramos o quão imprescindível é o olhar atento e respeitoso para a forma como interagimos com o outro. Dito isso, a relação estabelecida com o outro é um a ser construído junto com os estudantes envolvidos nesse processo. Além de buscar assegurar a formação acadêmica de qualidade, o docente *online* agrega

em sua postura o desempenho de uma prática reflexiva, sensível, colaborativa e crítica, sem deixar de desenvolver com os estudantes os aspectos afetivo-emocionais engendrados na/pela linguagem.

2. O cotidiano de pesquisa: abordagem metodológica-epistemológica

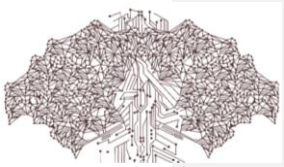
Para esta investigação lançamos mão das pesquisas com os cotidianos, a partir das ideias de Alves (2003), nas quais a autora salienta que esse modo de fazer pesquisa requer a) o envolvimento do pesquisador com seus interlocutores de pesquisa; b) compreendê-los como seres pensantes, produtores culturais; c) comunicar novas preocupações, novos problemas, novos fatos e novos achados que os acontecimentos nos trazem; e, por fim, d) faz-se necessário pesquisar através de "um mergulho com todos os sentidos no que desejamos estudar" (ALVES, 2003, p. 3). Essa abordagem teórico-metodológica tornou possível uma melhor compreensão da complexidade da linguagem emocional nas práticas da docência *online* da disciplina Informática na Educação, do curso de Pedagogia a distância da Universidade do Estado do Rio de Janeiro-UERJ (CEDERJ/UAB), no primeiro semestre de 2017.

A conversa de pesquisa que originou o envio de relatos de experiência partilhada se iniciou pela rede social Facebook no primeiro semestre de 2017[5]. Após apresentar a proposta de pesquisa, o contato com os participantes propiciou conhecer sobre como eles começaram a tutoria, qual sua formação acadêmica e tempo de atuação na função de docente *online*. Na medida em que os laços sociais e afetivos iam se estreitando na conversa, foram trocadas experiências sobre os pontos positivos e negativos realizados em suas atividades cotidianas nos AVA.

Por meio de mensagem "inbox"[6], foram convidados tutores da disciplina de "Informática na Educação" que atuavam no consórcio UERJ/CEDERJ/UAB. Esse consórcio é formado por seis universidades públicas do Estado do Rio de Janeiro que, em parceria Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação do Rio de Janeiro, tem por objetivo a oferta de cursos de graduação a distância na modalidade semipresencial contando com polos por vários municípios do Estado do Rio de Janeiro. Posteriormente, a pesquisa de campo se estendeu, passando a contar com a participação de tutores do Laboratório de Novas Tecnologias de Ensino da Universidade

[5] O trabalho de campo foi conduzido pela primeira autora do artigo. O segundo autor do texto orientou a pesquisa em questão.

[6] Trata-se de uma caixa de bate-papo em que podemos trocar de modo privado mensagens de texto, arquivos, fotos ou links.



Federal Fluminense (UFF). Para ampliar o número de sujeitos participantes da investigação, adotou-se como procedimento metodológico uma chamada no Facebook que informava sobre o tema e o objetivo do estudo[7]. Essa chamada era voltada para que tutores a distância enviassem relatos sobre suas experiências educacionais nos AVAs.

O trabalho de campo possibilitou compreender mais amplamente o contexto em que esses profissionais atuavam, o cenário em que aconteciam suas mediações, seus anseios, expectativas, necessidades de sentirem-se valorizados e preocupações pela regulamentação da função de tutor *online*. Investigar essas questões fazem-se necessárias, visto que é comum a preocupação com o foco no aluno, quando a figura do tutor por vezes fica sobre segundo plano, sobrecarregados e inseguros diante de tantos desafios e responsabilidades.

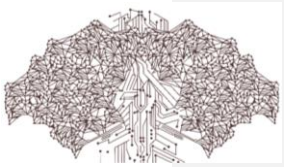
3. Análise interpretativa dos depoimentos *online*

A partir do trabalho de campo conduzido em 2017, foram recebidos seis depoimentos de profissionais do campo da educação que atuam no trabalho com as tecnologias da informação e comunicação. Esses depoimentos trazem elementos reflexivos importantes de experiências partilhadas frutos da linguagem emocional praticada na educação *online*. A análise interpretativa desses depoimentos é baseada na premissa de Bruno (2002), para quem afirma a importância da centralidade das interações *online* na construção de práticas educacionais dialógicas nos AVA.

Grande parte dos depoimentos recebidos foi de pessoas que tinham uma postura colaborativa e empática, pois dedicaram um tempo para contribuir com essa pesquisa. Isso demonstra que elas já reconhecem a importância das interações, do uso da comunicação para aproximar, de valorização a sua função de mediação, visto que esse trabalho se dedica a abordar o cotidiano dos profissionais que desempenham essas atividades. Vale destacar ainda que optamos pelo uso de pseudônimos para identificar as participantes do estudo, preservando, desta forma, a identidade dos sujeitos.

A seguir apresentamos trechos dos depoimentos de três sujeitos participantes do estudo de campo, Maria, D. K e Cíntia. Maria é formada em Psicologia, com mestrado e doutorado na mesma área, é especialista em EaD e tem experiência em produção de materiais didáticos e docência *online* no consórcio CEDERJ/CECIERJ, pela UAB e em capacitações em ONGs. D.K é aluna de mestrado em psicologia na UNISINOS/RS, cuja pesquisa é voltada para a prática

[7] Essa chamada foi publicada na rede social da primeira autora do texto, responsável pela condução do trabalho de campo.



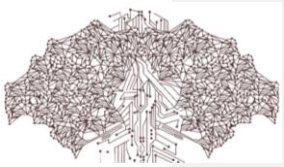
pedagógica de tutores de ensino superior a distância em todo país. Cíntia atua como tutora a distância na disciplina Informática na Educação, no curso de Pedagogia da UERJ, e é aluna do curso de especialização a distância em Planejamento, Implementação e Gestão da EaD (PIGEAD) na UFF.

A tutora a seguir se apresentou com o pseudônimo Maria:

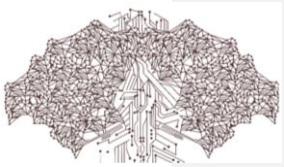
> *Maria: Num curso de pós-graduação financiado pela UAB, era responsável pela mediação do ensino de 30 alunos por vez, o que me permitia estar realmente presente na aprendizagem deles. Era um projeto que me motivava muito e no qual via realmente a maior parte dos princípios da EaD serem colocados em prática. Percebi que uma aluna bastante participativa, que escrevia belissimamente, estava ausente há mais de um mês da plataforma, apesar de minhas tentativas de contato online. Fui até a secretaria do curso e solicitei sua ficha. Com seu número em mãos, telefonei para ela. Disse do pesar que sentia pela sua ausência e ouvi um pedido de desculpas, com um desabafo da vivência de um transtorno psiquiátrico. Combinamos que ela poderia seguir seu tempo de aprendizagem e que teria em mim o suporte necessário para trilhar este caminho. Com contentamento, vi a aluna terminar a disciplina e seguir para outro professor-tutor. Um caso parecido aconteceu, no mesmo curso, com uma orientanda de monografia, que não respondia às minhas mensagens via plataforma. Mais uma vez, solicitei o contato telefônico da aluna na secretaria. Ao ligar, soube que ela estava em estágio avançado de gravidez, em situação de risco. Montamos um cronograma diferenciado para ela e mantivemos os contatos telefônicos. Com felicidade, vi seu trabalho ser considerado um dos melhores do curso e encaminhado para uma publicação. Acredito que seja tarefa de qualquer professor, presencial ou à distância, lutar pelos seus alunos, apesar das dificuldades encontradas. A compreensão pela humanidade do outro, pelo seu tempo, pelo seu ritmo, pela sua individualidade, bem como a empatia, a abertura, o diálogo, a flexibilidade, são tão importantes quanto a colocação de limites e de prazos.*

Notamos com o relato acima que a docente pauta suas ações na promoção constante da interação do grupo. Reconhecendo que a interatividade é a modalidade comunicacional que ganha centralidade na cibercultura (SILVA, 2009), ao menor sinal de ausência de seus alunos a docente buscou meios de contato para reaproximar-se deles, adotando uma postura flexível e trazendo-os de volta para a aprendizagem construída coletivamente com os demais participantes.

> *D. K: A linguagem emocional tem sido extremamente relevante na atual função que venho assumindo: a orientação de TCC por meio da EaD. Como o modelo institucional do TCC que venho orientando pressupõe*



parte do trabalho construído de forma colaborativa, muitas das vezes, conciliar perspectivas diversas de cursistas que não construíram um percurso juntos e não constituíram uma empatia e engajamento na mesma medida, é um desafio! São diversos os casos de estranhamento que preciso mediar. Alguns deles são tão complexos que levam à desistência, como pude acompanhar pelo relato de outros orientadores. Nessa busca incansável por acionar a motivação do cursista para concluir o curso, muitas vezes adoto a linguagem emocional com mais ênfase no contato individual do que no coletivo. Explico: alguns alunos se sentem muito mais à vontade com a orientadora, em uma conversa reservada do que solicitando a sua intervenção no interior do trabalho do grupo. Há perfis de alunos que buscam maior proximidade com a orientadora para um simples desabafo ou buscar alguma aprovação para sua escolha na produção coletiva (vejo essa necessidade de aprovação cada vez mais vinculada à afetividade do que ao aspecto acadêmico). No início do trabalho em grupo busco estimular esse modelo de comunicação, com vista a que os integrantes se relacionem de forma respeitosa e amistosa. Os primeiros contatos convergem nesse sentido. Entretanto, durante o percurso, estranhamentos próprios da falha da comunicação para conciliação e a necessidade de fazer prevalecer dada percepção, desconsiderando outras contribuições mais tímidas, instauram os primeiros conflitos, que fogem do fórum de discussão (espaço que eu posso acompanhar e planejar a mediação) para outros espaços externos ao ambiente do curso. Há ainda os alunos que possuem um ritmo de produção acadêmica diferente ou não possuem a mesma motivação para tamanha dedicação e se veem desolados no interior da produção coletiva. O trabalho "nos bastidores" que adoto, instaurado na linguagem emocional visa inclusive acalmar os ânimos mais acirrados para a busca de alguma conciliação. Nem sempre é possível, mas na maior parte das vezes, pelo menos contribui para a permanência e conclusão do curso. Os alunos que mais buscam esse diálogo individual com a orientadora são aqueles que se enxergam como o mais comprometido na produção do grupo, e geralmente, são os mais exigentes consigo e/ou com os outros. Parte da comunicação baseada na linguagem emocional que adoto visa problematizar esse nível de exigência, que traz sofrimento a todos. É uma intervenção que muitas das vezes não fica registrada no espaço público do fórum, mas demanda enorme energia e disponibilidade do profissional que assume essa perspectiva. Apesar de compor aspectos mediadores no espaço do não visível, é o que mais mobiliza a atenção e tempo do profissional. A linguagem emocional também deve estar presente nos feedbacks, inclusive quando se aponta problemas a serem superados em dada produção. Quando o feedback reflete um modelo tradicional/punitivo do equívoco, sem uma proposição de como pode-se melhorar, o aluno também vê-se desamparado e dificilmente buscará o apoio da orientação na perspectiva da linguagem emocional. É certamente uma necessidade para professores que atuam nas diversas



> *modalidades, desenvolver essa postura. Mas na EaD, principalmente na mediação do trabalho colaborativo, é uma urgência!*

Observamos nesse relato que a docente faz uso da linguagem emocional em suas práticas mediadoras. Dessa forma, no trabalho de D. K, a

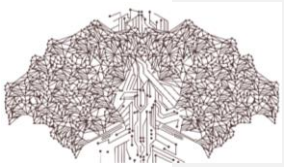
> A linguagem se faz presente a partir de interações recorrentes entre o ser humano e o mundo. Essas interações estão impregnadas da história de cada elemento em interação. Desse modo, a linguagem acontece entre sujeitos, mediante ações consensualmente coordenadas, nas quais se levam em consideração os aspectos ontogênicos permeados pela emoção (BRUNO, 2002, p. 85).

Assim, a profissional adota diferentes modos de se comunicar analisando, a cada nova situação, como será o modo mais adequado de interagir com seus pares. Outro aspecto importante abordado foi o cuidado que demonstrou ter nos *feedbacks* das atividades que os alunos produzem. Essa é uma etapa relevante do processo de ensino-aprendizagem, pois o retorno dado aos alunos é um fator determinante para que as futuras etapas do trabalho sejam (re)pensadas.

Observamos o quão importante é o fato de o docente ter consciência do uso da linguagem emocional na mediação do trabalho pedagógico. Através dessa linguagem, é possível explorarmos os diferentes meios disponíveis no ambiente virtual para proporcionar um espaço acolhedor, valorizando todo o grupo por meio de estímulos. Dessa forma, passamos a conhecer um pouco da história de cada aluno na medida em que o trabalho vai sendo desenvolvido nos AVA. Segundo Bruno (2002), o fator emocional fundamenta e sustenta o aspecto racional. Não há como dissociá-los. Não há racionalidade no ser-humano sem a emoção. A emoção interfere na razão, com a linguagem e a razão permanecendo imbricadas e interdependentes da emoção.

O seguinte depoimento foi enviado pela tutora Cíntia:

> *Cíntia: Sou tutora a distância na disciplina Informática na Educação, no curso de Licenciatura em Pedagogia da UERJ, e, ao mesmo tempo, aluna no curso a distância de Especialização em Planejamento, Implementação e Gestão da EAD (PIGEAD), na UFF. Como circulo nos dois espaços – como docente e como aluna online – tenho estado atenta ao uso de uma linguagem mais acolhedora com os alunos do curso de Licenciatura em Pedagogia. Vivenciei, como aluna no PIGEAD, tutores que promovem o silenciamento dos alunos, especialmente quando desejam manter o foco no cumprimento de instruções, prazos e tarefas. Qualquer assunto, nos fóruns, que pudesse gerar um debate um pouco mais polêmico ou que promovesse a expressão de ideias divergentes (dentro do assunto abordado) era rapidamente reprimido ou silenciado por alguns tutores. Tal observação fez com que eu, enquanto docente online no curso de*



> *Licenciatura, buscasse me expressar nos fóruns de maneira exatamente oposta: mesmo diante da necessidade de se mediar o assunto central do debate, tenho procurado manter uma atitude acolhedora às postagens que venham a enriquecer, questionar, contradizer ou contra argumentar as ideias expostas. Percebo que isso promove maior aproximação da tutoria a distância com o aluno, que se sente mais confortável para expressar suas impressões sobre o conteúdo trabalhado, passa a entender que os fóruns são flexíveis e abertos à convergência e à divergência de ideias. O bom resultado de maior aproximação é notório tanto nas avaliações presenciais e a distância, como em uma comunicação mais reservada numa troca gentil de mensagens, por exemplo.*

O relato acima vai ao encontro do argumenta de Bruno (2002, p. 15), para quem afirma que

> Nos ambientes telemáticos, a observação corporal ainda é restrita/limitada. Por nos utilizarmos, em grande parte dos casos, da comunicação por meio da linguagem escrita, os aspectos corporais observáveis, que envolvem olhar, expressão oral, gestual, tátil, tornam se inviáveis. Portanto, há necessidade de que os professores nesses ambientes dediquem especial atenção às comunicações escritas dos alunos, expressas pela Linguagem Emocional no processo de interação.

Com os relatos acima foi possível refletirmos sobre questões relacionadas à prática pedagógica cotidiana desses docentes *online* (tutores), os usos que fazem da linguagem emocional com seus alunos, a preocupação com a interação deles na disciplina, como também a importância da mediação nos estranhamentos e tensões no processo formativo. Por outro lado, é preciso ressaltar que o desenvolvimento da EaD no cenário educacional brasileiro demanda formação continuada de qualidade para assegurar que os objetivos propostos em cada curso sejam alcançados, propiciando que os processos de ensino-aprendizagem mediados pelas interfaces digitais contribuam para a prática profissional dos estudantes.

4. Breves considerações finais

Essa pesquisa, ao investigar as implicações teórico-práticas da linguagem emocional na docência *online*, ofereceu um aporte teórico que foi se aproximando da prática vivenciada nos AVAs pensando no fortalecimento das relações interpessoais entre os atores evolvidos nesse processo. Em relação aos procedimentos metodológicos, apresentamos o modo como foram

realizadas as conversas iniciais com os docentes *online*, assim como citamos alguns trechos das contribuições com os relatos de pesquisa de suas práticas.

Assim, abordamos inúmeros aspectos da educação *online*, modalidade educacional situada num cenário sócio-técnico envolvendo a produção de conhecimento a partir do uso de interfaces comunicacionais digitais por usuários geograficamente. Somando-se a isso, demonstramos que o docente deve caminhar com esses progressos tecnológicos e se apropriar do digital em rede com a intenção de potencializar seu papel mediador na educação *online*.

Referências

ALVES, Nilda. *Sobre os movimentos das pesquisas nos/dos/com os cotidianos*. **TEIAS**: Rio de Janeiro, ano 4, nº 7-8, jan/dez 2003.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 6. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BRUNO, Adriana Rocha. **A linguagem emocional em ambientes telemáticos: tecendo a razão e a emoção na formação de educadores**. Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Educação: Currículo). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 54ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

PRETTO, Nelson De Luca; BONILLA, Maria Helena Silveira. Construindo redes colaborativas para a educação, **Fonte** (Belo Horizonte), Belo Horizonte/MG, p. 83-87, 05 dez. 2008.

SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto alegre, n. 22, p. 23-32, dez. 2003.

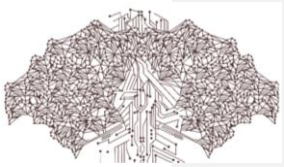
SANTOS, Edméa. Educação online como campo de pesquisa-formação: potencialidades das interfaces digitais. In: SANTOS, Edméa; ALVES, Lynn. **Práticas pedagógicas e tecnologias digitais.** Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

_____. Formação de professores e cibercultura: novas práticas curriculares na educação presencial e a distância. **Revista da FAEEBA – Educação e Contemporaneidade**, Salvador, v. 11, n. 17, p. 113-122, jan./jun. 2002.

_____; CARVALHO, Felipe Silva Ponte; PIMENTEL, Mariano. Mediação docente online para colaboração: notas de uma pesquisa-formação na cibercultura. **ETD - Educação Temática Digital**, Campinas, SP, v. 18, n. 1, p. 23-42, abr. 2016. ISSN 1676-2592.

SILVA, MARCOS. **Formação de professores para a docência online.** Braga: Universidade do Minho, 2009.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



LINGUAGENS EXPANDIDAS NO UNIVERSO CONECTIVO[1]

Soraya Maria Ferreira Vieira[2]; Isabela Norton[3]; Luiza de Mello Stefano[4]

Resumo: Nosso objetivo é refletir sobre a expansão da linguagem audiovisual nas plataformas digitais. Focamos a TV no momento em que transita do sistema network para o pós-network até romper com o fluxo verticalizado tal qual apregoado por Raymond Williams nos anos 70. Abordamos a linguagem transmidiática como ponto fundamental nesta quebra de fluxo propiciado em grande parte pela conectividade e ecologia das redes digitais e por seu fluxo continuo, fluído, não linear, dinâmico, resultando numa cognição sincrônica em tempo real. Queremos entender como si dá a reconfiguração da experiência televisiva.

Palavras-chave: linguagem audiovisual; ecologia digital; conectividade; fluxo; transmídia.

Introdução

Buscamos entender como as diferentes dinâmicas de comunicação insurgem em acontecimentos contemporâneos no universo das redes. Tudo indica que o fluxo dado pela circulação das materialidades das linguagens provindas de vários ambientes é o responsável por gerar essa dinâmica num habitat conectivo. O objetivo é o de articular uma reflexão teórica a partir de diferentes fenômenos insurgentes no ecossistema conectivo que parecem estar em crescimento e em continuidade, expandindo as linguagens.

Os efeitos da cultura digital, cibercultura também denominada de cultura da convergência (JENKINS, 2009) cultura participativa, colaborativa, cibermundo (LIPOVETSKY; SERROY, 2011), conectiva (DI FELICE, 2009) - a qual somos mais afeitas, dentre outras denominações, vão se instalando e podem ser observados nos hábitos de consumo midiático por parte da população. Na falta de outro termo, denominamos cultura do fluxo total e cognitivo.

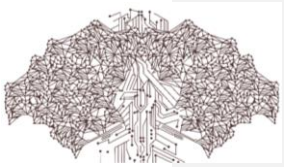
---

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, Mesa Coordenada 5 do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é professora Universidade Federal de Juiz De Fora - UFJF. Pós-Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Tecnologia da Inteligência e Design Digital- TIDD. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas (UFJF). Email: sovferreira@gmail.com

[3] Pesquisadora é Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. Bolsista CAPES. E-mail: nortonisabela@gmail.com

[4] Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas. E-mail: luizamellost@gmail.com.



Faz-se necessário acionarmos uma perspectiva cognitiva em que vários modelos de audiovisual coabitam para pensarmos as transformações que estão em curso diante do ecossistema que emerge com processos e dinâmicas comunicacionais de produção e de circulação de conteúdos presentes em tempos de convergência e conectividade.

Reunimos aqui objetos diferenciados, buscando entendê-los na emergência da reconfiguração das linguagens, que vêm colocando em cena muitas metamorfoses que se anunciam no uso de múltiplas telas. Linguagens emergentes que se mestiçam, se remedeiam com as já existentes, por meio de remixagens, repetições, hipermediatizações, transmidialidades com elementos intermidiais.

A convergência dos meios transforma os papeis daqueles que atuavam nos processos de comunicação. Os dispositivos móveis têm tido função relevante neste processo, incrementando a ubiquidade e a linguagem pluricódiga, cada vez mais hibridizada. Os vínculos pré-estabelecidos entre produtores e consumidores de conteúdo estão sendo reestruturados, e novos vínculos estão sendo propostos, por meio de novas técnicas e principalmente novas tecnologias.

Os fluxos de informação e de comunicação se expandem e os espaços não têm mais demarcação seja os denominados como midiáticos, como espaços geográficos, denominados de territórios. Na era da conectividade tudo se mistura e se expande.

Os fluxos das informações de todas as naturezas são disseminados por e em vários ambientes a web oferece e potencializa a participação não mais limitada às páginas dos jornais e nem ao tempo cronometrado da TV. As telas se expandem bem como as linguagens que agora são transmidiáticas. Abordaremos estes pontos abaixo.

O Audiovisual nas Plataformas Digitais

Pensar o audiovisual no cenário comunicacional atual requer atenção. No ecossistema atual das configurações em redes diferentes possibilidades de linguagens e formatos emergem e, com isso, a linguagem audiovisual já começa a dar sinais de mudanças. O modo de produzir e assistir televisão mudou consideravelmente nos últimos anos.

Para nos ajudar a entender os caminhos que levaram ao processo de mudança que caracteriza a TV atual, elencamos cinco momentos importantes que nos farão chegar no atual ecossistema comunicacional conectivo, onde a TV e web ocupam o mesmo ambiente. É importante destacar que esses momentos não necessariamente seguem uma ordem cronológica, uma vez que o surgimento de um vai potencializar e interferir no desenvolvimento do outro.

O processo de transformação começou na década de 90 com o surgimento da internet e das redes sociais digitais. Um pouco mais tarde, a convergência midiática (JENKINS, 2009) nasce como uma forte força de mudança que transforma profundamente nossa relação com a mídia e está na base do surgimento de uma nova realidade comunicacional. A mudança como consumimos os diferentes meios acarretou no desenvolvimento da cultura participativa e na potencialização da atividade fã. Esses dois fenômenos ganharam força e visibilidade com as redes sociais e o ambiente convergente, e exerceram grande impacto no processo de transformação do audiovisual.

Todos esses pontos levam ao último conceito: a construção de um ecossistema comunicacional conectivo. Com base nos pensamentos de Di Felice (2012;2017) envolvendo ecossistema, ecologias, arquiteturas e principalmente conectividade, propomos pensar o cenário comunicacional contemporâneo a partir da perspectiva do autor e lidar com a TV e internet em um mesmo ambiente. Esse novo ecossistema se trata de um ambiente onde não há mais separação entre off-line, online; real, virtual e; principalmente, não existe divisão entre primeira e segunda tela, uma vez que não há mais primeira ou segunda opção de consumo e nem apenas duas telas de escolha. Se trata de um ambiente onde novas formas de conectividade nascem e alinham TV e web no mesmo espaço. Mas não só as duas ecologias, mas também fluxos, redes, usuários, dados, informações, conteúdo dispositivos que também interagem entre si e produzem um efeito sobre as ações uns dos outros. Nessa ecologia não há interno ou externo, mas sim conexões.

Considerando principalmente o impacto dessas mudanças na dinâmica comunicacional e no fluxo de conteúdo televisivo, queremos entender como se dá a reconfiguração da experiência televisiva. Em um ambiente pós-convergência midiática, com uma grande mudança nos hábitos dos consumidores, telespectadores, usuários e partir do surgimento dos diversos novos fenômenos que surgem nesse ambiente: de que forma as grandes emissoras brasileiras, canais de TV fechada e aberta, têm lidado com essas transformações? Quais as novas possibilidades que o ciberespaço, as redes sociais digitais e a audiência participativa colocam para a TV tradicional, isto é, como as emissoras têm aproveitado a web, como esses conteúdos são expandidos para a TV e vice-versa? Como as linguagens das duas ecologias, TV e Web, se hibridizam em um ambiente conectivo?

Essas são algumas questões que tentamos responder a partir da análise de quatro emissoras brasileiras, são elas: a Globo, representada na pesquisa pelo portal Gshow; a Multishow, GNT e ESPM.

Nosso objetivo, dessa forma, é entender como se dá a estética no fluxo televisivo e da dinâmica comunicacional e apontar quais produtos estão presentes nos portais acima citados,

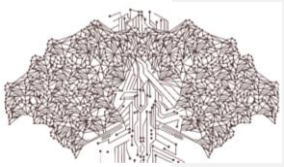
como se reconfiguram em outros canais digitais e as estratégias utilizadas pelas emissoras para manter o usuário/telespectador no ecossistema conectivo.

A dinâmica comunicacional é construída a partir de uma estratégia geral que define as ações de distribuição e de circulação de conteúdo e, tanto uma quanto a outra segue um fluxo pré-estipulado pelos produtores de mídia. Porém, com a conectividade, a cultura participativa e a mudança do fluxo comunicacional, que veremos a seguir, essas ações de distribuição e principalmente de circulação são fortemente alteradas pela audiência participativa. Nesse cenário a circulação se torna muito mais importante do que a própria distribuição e é ela reconfigura o fluxo comunicacional e altera a dinâmica em um ecossistema comunicacional conectivo. A reconfiguração do fluxo vai ser potencializada a partir das novas práticas dos consumidores. Não mais o que as empresas midiáticas propõem no âmbito da distribuição e circulação vão seguir um fluxo imutável, já que, uma vez distribuído esse conteúdo, ele vai ser apropriado e remixado pelos fãs. As mudanças na circulação obrigam os produtos de mídia a repensarem suas estratégias de distribuição, uma vez que toda a dinâmica está reconfigurada.

Esse novo modo de distribuição bem como o de circulação do audiovisual diante da conectividade reconfigura completamente o fluxo televisivo unilateral que caracterizou a era da radiodifusão.

Fluxo unilateral, proposto por Williams na década de 70, leva em conta que a televisão segue um fluxo regular, em tempo real e unilateral que se dá a partir da grade de programação, com programas distribuídos em horários distintos e a repetição do mesmo. De acordo com o Williams (1979), houve uma mudança da noção de sequência como programa para a noção de sequência como fluxo. Um programa de radiodifusão, para Williams e naquela época, seria uma série de unidades de tempo definido, de forma que, ao ligar a TV para aquela unidade, poderíamos selecionar e responder a ela individualmente. Para o autor, o fenômeno do fluxo parece estar relacionado à própria experiência televisiva e é a característica central da TV.

Segundo Cannito (2010, p.49), a TV é uma mídia de fluxo, no qual "se notabiliza pela reprodução incessante de conteúdo, de modo independente do espectador, em um fluxo unidirecional e regular". A televisão caracteriza-se por um fluxo intermitente de conteúdos. "O fluxo temporal é organizado pelo modelo convencional de repetição: cada dia tem 24 horas, cada semana tem sete dias" (CANITTO, 2010, p.51). Esse modelo, conhecido como *appointment TV* (MACHADO, 2011), ou TV na hora marcada, difere dos conteúdos *on demand* que vemos hoje, onde é possível escolher o que assistir, como, onde e quando. Capanema (2009) ressalta que o conceito de grade de programação tornou-se obsoleto no ciberespaço, onde a programação torna-se extremamente flexível.

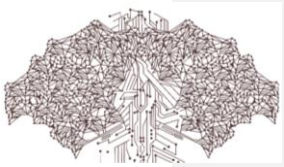


Mais de três décadas depois da obra de Raymond Williams, se consideramos o fenômeno do fluxo baseado na grade de programação como a característica principal da televisão, conseguimos perceber a grande mudança que surge neste meio tradicional com a ruptura do fluxo unidirecional e regular. A convergência das mídias e todos os novos fenômenos trazidos por ela desafiam a tradicional lógica de programação linear e em fluxo que, durante muito tempo, caracterizou a televisão. Surge a transformação do fluxo da radiodifusão para o fluxo expandido, híbrido que acontece através do consumo em múltiplas telas. Para Fechine (2013) o momento que estamos vivendo é de um intenso fluxo de conteúdo que perpassa diferentes mídias e que se reinventa a partir de cada uma delas.

A partir desse cenário televisivo transmídia surge um novo tipo de fluxo, no qual Ferreira (2015) denominou de fluxo de convergência bilateral, onde, de forma cíclica, a TV e web geram conteúdos entre si e acabam se influenciando mutuamente. Para a autora, a televisão "está se adaptando à força da web, que remixa o que vem de todos os outros meios – imagem, texto e som - e a web a incorpora com maestria propagando conteúdos no labirinto do mundo digital" (FERREIRA, 2015, p. 14). O uso desse novo fluxo, no qual um meio opera sobre o outro, tem como principal objetivo manter e fidelizar a audiência dos telespectadores-internautas ao interconectar os conteúdos nas diversas telas. Dessa forma, alguns programas estão percebendo a necessidade de desenvolver estratégias para disponibilizar seu conteúdo também na web, não somente repetido, mas muitas vezes reconfigurado.

Porém, acreditamos haver mais uma evolução do conceito de fluxo com base no ecossistema conectivo atual. Pensar no fluxo comunicacional em apenas dois sentidos em um ambiente conectivo onde não existe mais a separação entre primeira e segunda tela, online e off-line, é obsoleto. Reconhecemos ser um fluxo ainda difícil de nomear, aja vista a possibilidade de, ao fazê-lo, acabar restringindo-o a um só modelo. E esse novo fluxo é justamente o oposto. Ele não é total, pois até mesmo a ideia de totalidade se relaciona com algo fechado. E mais uma vez, o novo fluxo não é fechado, não se restringe a apenas duas direções, não possui um lugar para começar e terminar, nem tem uma direção fixa. O novo fluxo é ubíquo, presente em todos os lugares, de todas as formas, é descentralizado e distributivo. É um fluxo complexo, cognitivo, que tem como principal característica a conectividade.

A TV na Web



Com base nisso, procuramos identificar em quatro emissoras diferentes, a saber: Globo, representada pelo portal Gshow, ESPM, GNT e Multishow; a forma como os conteúdos televisivos são expandidos para a internet.

Todos os objetos analisados têm conta em diferente redes e plataformas digitais que contribui para a expansão de seu conteúdo. A ESPM tem uma página no Facebook Instagram, Twitter; o GNT possui conta no Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Pinterest e uma conta desatualizada no Google+; o Gshow possui uma página no Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest e uma conta desatualizada no Youtube. Por fim, o canal por assinatura Multishow possui conta no Facebook, Instagram, Youtube, Twitter e no Spotify.

Um ponto interessante é que todas as emissoras analisadas possuem um aplicativo de segundo tela, onde o usuário pode assistir ao conteúdo veiculado na TV, em muitos casos na íntegra, além de ter acesso a conteúdo complementares e diversos recursos interativos. Esse fato nos mostra que as emissoras já reconhecem o novo perfil dos consumidores e estão criando estratégias para se adequar ao atual cenário televisivo.

Por outro lado, apesar da grande presença dos canais na internet, o que percebemos na maioria deles é o uso ainda pequeno dos recursos que as plataformas e redes oferecem. Além disso, o incentivo a participação que deveria ser feito pela web, também não se mostrou ser uma preocupação das emissoras.

Começando pelo exemplo do portal da Globo, o Gshow, todas as novelas, séries e programas da emissora têm um site padrão. São poucos aqueles que possuem um recurso ou conteúdo diferente dos padronizados e um site mais interativo. Entre os recursos estão os testes, jogos e quiz interativos no qual o usuário pode compartilhar o resultado em suas redes sociais; vídeo de 360º graus, *feed* com comentários dos usuários (sempre selecionados pelo editor), entre outros. Na sessão de séries, algumas delas conseguem, a partir da sua complexidade narrativa, ter mais liberdade para criar um conteúdo transmídia. Em outros casos o que chama atenção é a forma como um personagem fictício ganha vida na internet, com um site próprio ou conteúdo exclusivo do personagem.

O canal por assinatura Multishow, aos poucos, vem tentando criar conteúdo que extrapole a primeira tela e, cada vez mais, procura interagir com seu público. Nos últimos anos, o canal vem investindo nas redes sociais como forma de aproximação do público jovem, além de buscar uma maneira de levar esses espectadores de uma plataforma para a outra. O Facebook, Twitter e Instagram doa Multishow, têm como padrão fazer chamadas e informar sobre o que será transmitido na TV naquele dia. São várias postagens diárias dos programas com fotos, vídeos e

pequenos textos que convidam o leitor a assistir ao conteúdo pela televisão em determinado horário.

O canal do Youtube possui diversos sub canais com foco nas especialidades do programa, como Música Multishow; Humor Multishow. Além disso há vídeos que reproduzem os bastidores dos programas, trazem resumos do que aconteceu na televisão, além de webséries e programas próprios do Multishow exclusivamente no Youtube.

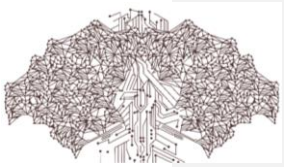
Alguns programas se destacam, como o caso do "Prêmio Multishow", que tem apostado cada vez mais em uma cobertura multiplataforma e na participação do público. O "Só pra Parodiar", considerado pelo canal como seu primeiro programa 100% multiplataforma, possui um formato inovador, com presença em diferentes redes sociais e uma votação totalmente online. É uma mistura de *reality show* com game, no qual os internautas votam para escolher o melhor Youtuber paródia do Brasil. No Youtube ainda é disponibilizado vídeos ao vivo, *via streaming*, no qual os internautas podem acompanhar de perto a rotina, *making off*, os minutos anteriores à veiculação na televisão e, também, os melhores momentos do programa.

Já o "Suburbanos" é um programa de televisão que ganhou uma ramificação na web, chamado de @Suburbers, que são episódios de até 6 minutos sobre a vida dos personagens por trás do programa de TV. Os dois programas passam atualmente na internet e na televisão, cada um focado na sua plataforma e abordando seus assuntos, mesmo que eles estejam interligados.

Por fim, o "TVZ", um programa tradicional do canal tem refletido a intenção do Multishow de se adequar ao novo cenário televisivo. Atualmente, o programa é totalmente multiplataforma: começa uma hora antes no Facebook através de uma transmissão ao vivo no qual mostra os preparativos para o início do programa. É nesse momento que o convidado do dia interage com os usuários. Interação esta que continua via Twitter durante a transmissão do programa e, ao fim, uma *playlist* é criada no Spotify com as músicas tocadas durante o programa.

A partir desses exemplos percebemos que as emissoras compreendem que a conectividade tem transformado a dinâmica comunicacional e reconfigurado a experiência televisiva ao se expandir para as plataformas digitais. Porém, as mudanças e estratégias para esse novo cenário ainda são tímidas. Se compararmos os objetos analisados, percebemos que os canais de TV fechada, em especial o Multishow, tem maior liberdade de inovar e tentar novos formatos e linguagens que a Globo, por exemplo.

Ações transmídia como forma de gerar interatividade e audiência



O conceito de cultura da convergência (JENKINS, 2009) elucida de forma importante toda a ideia de fluxo entre mídias e de conteúdo já anteriormente abordada. A conversação entre mídias diversas, cada uma delas sendo utilizada em seu potencial de suporte de conteúdo, faz surgir novas formas de se comunicar, de se entreter e de se fazer conteúdo. As notícias, por exemplo, quando vinculadas ao rádio são produzidas sonoramente; quando vinculadas ao jornal, contém imagens e texto; quando vinculadas à tv, podem conter ainda vídeos; porém, no meio eletrônico é possível explorar a potencialidade de cada um desses meios, convergindo-os a um só ponto, um link, com todo o conteúdo abordado e ainda conectando-o a conteúdos anteriormente já produzidos sobre o assunto ou a conteúdos que estão sendo produzidos ao mesmo tempo.

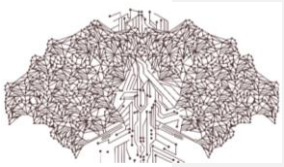
Os serviços de transmissão de audiovisuais ocupam um espaço considerável no comportamento do usuário da web 2.0. O contexto social do ciberespaço é, ao mesmo tempo, amplo e plural, mas completamente remissivo. Os conteúdos gerados no próprio ambiente da web se espalham nas inúmeras plataformas de compartilhamento através de memes, gifs, vídeos, imagens e textos.

Esse novo fazer comunicativo é capaz não só de oferecer uma produção diferenciada, mas acaba por contaminar os meios consolidados e sua forma de produzir. Como abordado nos subtítulos anteriores, a TV está se reinventando, se readaptando para dialogar com as ideias de fluxo, de consumo conectado e do fazer plural de conteúdo.

A convergência dos meios transformou não só o fazer da mídia tradicional mas também o papel e a atuação daqueles que fazem parte do processo de transmissão e consumo de produtos audiovisuais. A presença do *smartphone* conectado o tempo todo nas redes sociais, das *smart TVs* transmitindo conteúdo além do tradicional e da popularização da conexão via WiFi e 3g/4g fez com que novas formas de divulgação de produtos fossem adotadas; era necessário chamar e prender a atenção em meio a tantas produções circulando.

A relação entre "velhas" e novas mídias não foi a única mudança apontada pela Cultura da Convergência, a mudança acontece também no cérebro e no comportamento das pessoas. Conceitos como Inteligência Coletiva (LÈVY, 1998), Economia Afetiva e Cultura Participativa (JENKINS, 2009) são capazes de descrever e destrinchar essa alteração de comportamento da forma de se consumir e interagir. Em meio a essas alterações e um fluxo considerável de informações, como conseguir que um consumidor se prenda ao produto e ao universo ficcional e não se canse de navegar naquele mar narrativo?

Na dinâmica da cultura participativa o fãs-usuários são convidados a fazerem leituras textuais e intertextuais a todo tempo. São leitores nômades, que encontram prazer em transpor conteúdos e justapô-los criando caminhos específicos e pertinentes aos seus grupos sociais



(JENKINS, 2015, p 55). A estratégia transmídia aparece para saciar o desejo de extrapolar a narrativa principal e para manter o consumidor naquele mesmo universo.

O termo narrativa transmídia ou *transmedia storytelling* foi cunhado por Jenkins (2009, p.384) para descrever "[…] histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para a compreensão do universo ficcional […]". As discussões do autor apresentam uma certa similaridade com os estudos de Kinder (1991) sobre a intertextualidade transmídia (*transmedia intertextuality*). No livro *Playing With Power in Movies, Television, and Video Games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, publicado em 1991, Kinder usa, entre outros exemplos, a franquia 'Tartarugas Ninja' (*Teenage Mutant Ninja Turtles*, 1984) para demostrar o que ela classifica como 'super sistemas de entretenimento inteligentes'. A partir da análise do desenho animado 'Tartarugas Ninjas' (*Teenage Mutant Ninja Turtles*, 1987), Kinder destaca a multiplicidade de pontos de interesse e de identificação presentes na história. Como por exemplo, o nome dos personagens da trama faz alusão aos artistas renascentistas Leonardo da Vinci, Donatello, Rafael Sanzio e Michelangelo Buonarroti. A autora também destaca que a narrativa apresenta referências que vão além do universo ficcional do desenho animado, tais como: as consequências da poluição ambiental, a teoria da evolução de Charles Darwin, etc. (KINDER, 1991). Toda essa intertextualidade presente em 'Tartarugas Ninjas', segundo Kinder, facilitaria o seu deslizamento em outras plataformas - HQs, longas metragens e vídeo jogos – além contribuir para a complexidade da trama. Porém, o conceito cunhado por Jenkins (2009) não só amplia e atualiza as discussões de Kinder (1991) como também tem como ponto fundamental a cultura da convergência.

Para Jenkins (2009, p.49) "a narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento". Para o autor, é o ato de associar dois ou mais conteúdos extremamente distintos de forma efetiva; fazer uma deixa no caminho padrão da narrativa. Caso o consumidor não faça as conexões necessárias, não há prejuízo, porém, caso o usuário se decida por aceitar a proposta, o caminho toma novas vertentes, que possibilitam uma visão plural do objeto. O envolvimento do público, apesar de ser esperado, previsto e, por vezes guiado, não perde seu caráter de espontaneidade, justamente por ser "condição e uma das consequências das estratégias transmídias" (FECHINE, 2014, p.12).

Ainda para Jenkins (2009), algumas características são fundamentais para que se efetive uma narrativa transmídia. São elas: 1) *Compartilhamento* e *Profundidade:* não são características necessariamente opostas. Relaciona a capacidade do conteúdo de ser compartilhado, seu grau de propagabilidade, e também a capacidade do usuário de explorar o tema em profundidade,

solucionando mistérios, navegando por deixas, e etc. 2) *Continuidade* e *Multiplicidade*: é a coerência com os arcos narrativos de um mesmo universo – como por exemplo, quando uma trilogia de filmes faz referência a pontos no passado daquela narrativa, quando uma produção retoma informações e desenvolvimentos não finalizados do anterior. A multiplicidade é a capacidade de uma narrativa base complexa conseguir se multiplicar, se expandir, se multiplicar, com novos personagens, abordagens inéditas sobre a vida de cada um deles e arcos narrativos variados dentro da mesma história. 3) *Imersão* e *Extração:* são conceitos que dizem respeito à capacidade da história de fazer o consumidor entrar naquele universo, como um parque temático, uma experiência de imersão com pontos de contato materializados da história e experiências reais de vivência, além de poder levar consigo produtos relacionados àquele universo, como copos, camisas, miniaturas e almofadas. 4) *Construção de Universos*: uma das bases mais fortes do conceito transmídia é a construção de universos que dialogam e permitem a narrativa transite entre todos eles sem nenhum obstáculo à compreensão. Podem ser universos construídos no meio digital (filmes, séries, games) como off-line (livros, vivências, ações de marketing, eventos). 5) *Serialidade:* a narrativa ser capaz de se quebrar em diversos fragmentos de história que quando contados separadamente compõem a serialidade do universo proposto. 6) *Subjetividade:* que a história permita olhares subjetivos sobre personagens secundários, sobre épocas da trama e sobre situações especificas. É o caso dos *spin-offs*, que dialogam com a trama principal por referências e personagens, mas que apresentam uma nova construção derivada da primeira. 7) *Performance:* capacidade de levar os fãs a agirem com relação à narrativa, criando um final diferente, fóruns, sites e páginas dedicados à trama ou a personagens específicos.

Um Universo Narrativo que merece destaque no quesito transmidiático é o Universo Marvel. Composto de inúmeros personagens principais e secundários, a narrativa conta com o desenvolvimento de muitas dessas histórias em filmes, histórias em quadrinhos, livros e séries. A narrativa abrange um período histórico muito amplo, que vai desde as narrativas da mitologia nórdica, com Odin, até o presente, com tecnologia de ponta e comunicação avançada, inclusive com um toque futurista.

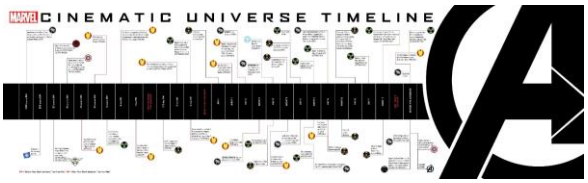
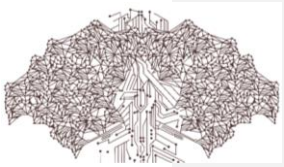


Figura 1 - Timeline Universo Marvel



Os principais super-heróis da franquia, como Homem de Ferro, O Incrível Hulk, Capitão América e Homem-Aranha possuem filmes próprios, contando detalhadamente os passos de suas trajetórias; por vezes, esses filmes têm diversas sequências e desdobramentos narrativos baseando-se apenas naquele personagem principal. Personagens secundários também possuem desenvolvimento próprio da trama de suas vidas, como é o caso da mais recente parceria entre Marvel e Netflix para produzir cinco séries dedicadas a personagens dos quadrinhos: Demolidor (2015), *Jessica Jones* (2015), Luke Cage (2016), Punho de Ferro (2017) e Os Defensores (2017). As histórias, originadas nos quadrinhos, se desdobram e ganham novos arcos narrativos quando incorporadas no cinema e nas produções audiovisuais seriadas. A Marvel também produz diversos filmes onde diversos desses super-heróis aparecem, vinculando suas tramas e conectando-as.

Em pesquisas desenvolvidas (SIGILIANO, NORTON, 2017, no prelo), debruçamo-nos no exemplo da personagem Jessica Jones, heroína secundária, que aparece em diversas outras narrativas, e que em 2015 ganhou desenvolvimento seriado próprio no qual a personagem homônima trabalha como investigadora após desistir da carreira de super-heroína. Ela tem sua rotina, dilemas e traumas apresentados no decorrer da narrativa. A primeira aparição da personagem Jessica Jones foi na HQ (história em quadrinhos) *Alias* #1, criada por Brian Michael Bendis e Michael Gaydos, publicada pela *Marvel Comics* em novembro de 2001. A história de *Alias* foi desenvolvida em 28 edições, de 2001 a 2004. A personagem também foi usada na série *The Pulse*, que circulou de 2004 a 2006 com 14 edições. Após isso, *Jessica Jones* apareceu como componente regular do HQ *New Avengers*, de 2010 a 2013. Ela usou pseudônimos como Safira, Paladina e Poderosa

A história de *Jessica Jones* nos quadrinhos transcende o seu universo, esbarrando e aparecendo em diversos outros arcos narrativos do Universo Marvel. Em sua aparição como Safira, ela enfrenta o Homem-púrpura, antigo vilão do Demolidor, outro personagem que possui uma série dedicada a ele. A heroína entra em contato com Os Vingadores, *Miss Marvel* e Jean Grey, todos personagens da Marvel que aparecem em diversas histórias, incluindo histórias inteiramente dedicadas a esses personagens.

Traumatizada por acontecimentos da vida de heroína, ela desiste da carreira, e abre uma agência de detetives particulares, que se dedica a maior parte do tempo a trabalhos dentro do mundo dos super-heróis. A investigadora tem um breve namoro com o Homem-Formiga; depois conhece Luke Cage, que mais tarde viria a ser seu marido e pai da filha do casal, Danielle. Após a fase do Reinado Sombrio, luta entre o bem e o mal, *Jessica Jones* encontra o Homen-Aranha; ele se revela Peter Park e ela o reconhece, pois era apaixonada por ele quando estudaram juntos.

Em alguns universos paralelos, a personagem *Jessica Jones* aparece interagindo com outros heróis, inclusive existindo uma HQ que se chama "O que aconteceria se *Jessica Jones* tivesse se juntado aos Vingadores". A detetive aparece como personagem jogável em jogos de videogame lançados pela Marvel e também no livro "*New Avengers",* em uma rápida aparição.[5]

A trama, que estreou no catálogo da Netflix em 2015, é ambientada em *Hell'sKitchen*, bairro no qual se desenvolve também a série Demolidor, lançada no mesmo ano.

Antes da estreia a mundial pela Netflix, em parceria com a Marvel, foi lançada uma nova HQ, em edição especial, com o nome de *Jessica Jones*, para apresentar a protagonista da trama ao público.Com o roteiro de Brian Michael Bendis e as ilustrações de Michael Gaydos (mesmos autores de *Alias*) o quadrinho foi disponibilizado para download gratuito no site *Comixology*[6] e introduzia não só a protagonista da atração como também os outros personagens que iriam compor a história. As narrativas anteriores sobre a investigadora são retomadas apesar de a história original ter sido readaptada e sofrido algumas alterações para a produção da série.

O complexo universo Marvel atravessa a trama de *Jessica Jones* através de referências ou aparições de personagens que possuem séries próprias, mas que suas histórias se conectam. A trama narrativa é expandida e se torna ramificada por conectar universos de filmes, séries, HQs e jogos. Além da venda de inúmeros produtos e materiais licenciados. A ação transmídia de *Jessica Jones* exige a multilateralidade do público para estabelecer as interconexões complexas e polissêmicas entre os consumo único de cada um dos produtos citados anteriormente, oferece ao consumidor um pequeno universo narrativo. Porém, quando o caminho da transmídia é traçado, esse universo vai se expandindo e se integrando a outros arcos narrativos, com diversos personagens e épocas.

Para os fãs mais rigorosos e detalhistas, a narrativa por vezes peca, falha ou gera "buracos-negros" da continuidade, são pessoas aficionadas pelo conteúdo que remontam todas as deixas e pistas para investigar, em profundidade e reconstruir aquele universo que a Marvel está disponibilizando. Para isso são necessárias diversas habilidades e o consumo dos mais variados produtos lançados: HQs, games, filmes, séries, livros, entre outros.

Conclusão

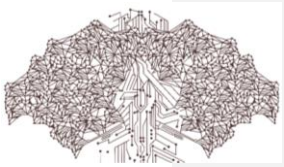
[5] Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Jessica_Jones>. Acesso em: 28 jan. 2018
[6] Disponível em <https://www.comixology.com/Marvels-Jessica-Jones-1/digital-comic/293999?ref=c2VyaWVzL3ZpZXcvZGVza3RvcC9ncmlkTGlzdC9SZWNlbnRBZGRpdGlvbnM > Acesso em: 28 jan. 2018

Perceber essas estratégias e posicioná-las no atual contexto cultural de fluxo total nos faz entender mais da nossa atual dinâmica comunicacional. Cumprir essas características não é garantia de efetividade de narrativa transmídia, há muito mais da indústria do audiovisual envolvido; mas esses sete passos jogam luz à transmídia academicamente tratada. A qualidade da narrativa é a parte que mais se destaca e que permite que todo o desenvolvimento de forma quantitativa e também qualitativa. É um processo extremamente criativo e complexo, mas que é fruto da cultura conectiva e do fluxo que habitamos, por isso a sua importância de ser estudada e analisada.

Percebemos assim que a televisão hoje se assim podemos ainda denominá-la (por isto estamos aqui defendendo a ideia do audiovisual expandido em plataformas digitais) está inserida em um contexto em que temos vários modelos de negócio coabitando o mercado. Mercado este que se insere no ambiente completamente hibridizado conectado. Um habitat conectivo que está relacionado tanto a expansão do comum a partir da interação social quanto a um novo tipo de interação propiciado por meio do mundo digital conforme apregoado por Di Felice (2017, p. 264) à "complexidade de interações que surgem após o processo de digitalização, a partir de sinergias entre circuitos informativos, bancos de dados, dispositivos de conectividade, pessoas, territórios e biodiversidades".

Procuramos entender como se organizam os fluxos de linguagens que são processados pela TV *brodcasting* e no momento em que a mesma encontra a tecnologia digital, apontando os antecedentes deste fluxo audiovisual que passa a insurgir na cultura conectiva e nas redes sociais digitais. Entendemos ser esta uma forma de comunicação que faz circular a informação e ganha cada vez mais dinâmica na distribuição dos produtos midiáticos. Este encontra hibridiza ainda mais as linguagens, o fluxo que aos poucos vai se tornando bilateral, conforme verificamos, tende a gerar um fluxo total devido a fluidez e dinâmica presente nas redes sociais em que os sujeitos e não apenas as corporações e os grandes conglomerados tinham espaço. Mesmo que de forma tímida ainda no Brasil e na cultura de fãs os fluxos conectivos propiciam um fluxo cognitivo que vem modificando o modelo de negócios e as linguagens audiovisuais.

Longe de significar o fim dos meios tradicionais, os meios digitais e a convergência de mídias (com suas diferentes possibilidades no uso da linguagem e suas dimensões – produção, transmissão, circulação, armazenamento), fazem com que a produção audiovisual, em especial, ganhe novo terreno (que se amplia no ciberespaço, a partir da web 2.0, a internet das coisas e a web-semântia ,web 3.0 e 4.0) e se mova para adaptar-se a novos contextos que emergem justamente pela forma diferente de habitar que o meio conectivo oferece.



Enfim, estamos convivendo com cultura do humano e do pós-humano em que dados, big data, inteligência artificial, algoritmos, interagem juntos. No mundo conectivo não há separação dentro, fora, mundo digital, mundo real. Convivemos com diferentes fluxos de linguagens e tudo faz parte de um grande sinequismo que emerge cada vez mais expandindo as possibilidades interativas.

Referências bibliográficas

CANNITO, Newton**. A televisão na era digital** – interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Plexus, 2010.

CAPANEMA, Letícia. **A televisão no Ciberespaço**. São Paulo, 2009.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens Pós-Urbanas**. São Paulo: Anna Blume, 2009.

_____. Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social. **Revista USP**, São Paulo, n. 92, 2012, pp. 6-19.

_____. **Net-Ativismo**: da ação social para o ato conectivo. São Paulo: Paulus Editora, 2017.

FECHINE, Yvana, *et al*. Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira?** Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. Porto Alegre: Sulina, 2014.

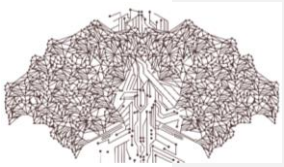
FERREIRA, Soraya. TV na Web: estratégias interativas em emissora com tradição televisiva. In: XIX ENCONTRO DA SOCINE, 2015. Campinas. **Anais**... Campinas, 2015. 15 p. Disponível em: <https://associado.socine.org.br/anais/2015/15427/soraya_maria_ferreira_vieira/tv_na_web_estrategias_interativas_em_emissora_com_tradicao_televisiva>. Acesso em 18 jan. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão** – Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KINDER, Marsha. **Playing with power in movies, television, and vídeo games**: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University California, 1991.

LÉVY, Pierre. **Inteligência coletiva:** Para uma antropologia do ciberespaço. 5. ed. São Paulo: Loyola, 1998



LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Cultura-Mundo resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

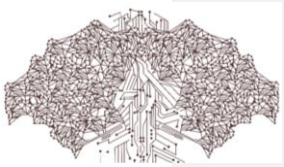
MACHADO, Arlindo**. Fim da Televisão?** Revista Famecos. Mídia e Tecnologia. Porto Alegre: PUCRS, janeiro/abril2011.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador:** Comunicação, Cibercultura, Cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SIGILIANO, Daiana; NORTON, Isabela. Transmedia Literacy: o entendimento crítico do universo ficcional de Jessica Jones. **Anais**... II Congresso Internacional de Literacia Midiática, Universidade Federal de Juiz de Fora, 25 a 27/out/2017 (no prelo)

WILLIANS, Raymond. **Television**: Technology and cultural form. Glasgow: Fontana/Collins, 1979.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



LITERACIA EM SAÚDE E LITERACIA DE MÍDIA: UM OLHAR SOBRE OS CONCEITOS E AS PRÁTICAS [1]

Adinan Carlos Nogueira[2]; Letícia Magalhães Pereira[3]; Maria Izabel Ferezin Sares[4]

Resumo expandido:

"Letrar é mais que alfabetizar, é ensinar a ler e escrever dentro de um contexto onde a escrita e a leitura tenham sentido e façam parte da vida do aluno" (Soares, 2003).

No segmento da saúde a literacia e a comunicação têm estudos modestos quando se pensa no Brasil. Passamai *et al.* (2012), registram que a literacia em saúde é assunto interdisciplinar ainda em investigação e desenvolvimento. Foi criado devido à necessidade de se relacionar o nível de alfabetização e o nível de saúde de uma população, com a possibilidade de melhorias nas mensagens de saúde, assim como nos planejamentos de comunicação e saúde. Mas existem no exterior estudos em literacia e saúde que mostram que é possível melhorar a qualidade de vida do paciente por meio da comunicação adequada aos diversos contextos.

Assim, como a literacia em saúde pode colaborar na qualidade de vida do paciente? Como melhorar a comunicação em saúde para colaborar na qualidade de vida do paciente? E como usar a tecnologia, e a literacia de mídia por conseguinte, para melhores práticas na área de saúde?

O que se propõe é investigar publicações sobre o assunto que comprovem a necessidade de se analisar as lacunas existentes que podem ser preenchidas com olhares interdisciplinares, sendo uma pesquisa classificada como descritiva, qualitativa, que vai utilizar fontes secundárias como publicações e dados de instituições oficiais.

Maragno (2009) cita Soares (2001) que o letramento ou literacia surgiu da palavra em língua inglesa *literacy* e são palavras menos utilizadas que o alfabetismo. No Brasil a área da educação utiliza letramento e alfabetismo, porém o primeiro tornou-se mais popular, simbolizando a "capacidade de utilizar a linguagem escrita em diversas práticas sociais" (INAF, 2007, p. 5).

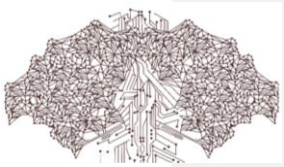
Literacia em saúde é definida pela *World Health Organization* como a "habilidade cognitiva e social que determinam a motivação e capacidade do indivíduo para ter acesso, para entender e utilizar informações de maneira a promover e manter uma boa saúde" (WHO, 1998).

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor da PIC Minas e da Unifae. É doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade Lusófona. E-mail: adinan@pucpcaldas.br

3 . Pós-graduada em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela PUC Minas. E-mail: le_mag_pereira@yahoo.com.br

4 . Pesquisadora é professora da PUC Minas. É doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Metodista de Piracicaba. E-mail: sares@pucpcaldas.br



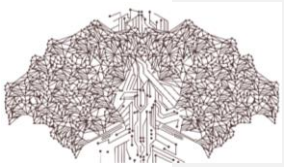
A sétima Conferência Global sobre Promoção da Saúde (OMS / OPAS, 2009) definiu a literacia em saúde como as habilidades cognitivas e sociais que determinam a motivação e a capacidade dos indivíduos para que possam ter acesso, entender e usar as informações como forma de promover e manter uma boa saúde. Ampliou-se o conceito ao colocar que a literacia em saúde é mais que apenas ter acesso a panfletos com informações sobre saúde, é também como utilizar essas informações de maneira eficaz, sendo muito importante a capacitação da população para se obter uma saúde melhor (WHO, 2009).

Diferenciando alfabetização e literacia em saúde Freebody e Luke (1990) comentam que não basta que a pessoa leia e escreva, mas sim o que ela consegue fazer com isso. Classificam em três estágios: Literacia básica e funcional: ter conhecimentos básicos suficientes em leitura e escrita para lidar efetivamente com as situações do dia a dia; Literacia comunicativa e interativa: trata-se de habilidades cognitivas e de alfabetização avançadas que, paralelamente às habilidades sociais, ajudam o indivíduo a participar das atividades em sociedade, de maneira que ele possa extrair ou coletar informações e aplicá-las em novas circunstâncias e Literacia crítica: habilidade cognitiva mais avançada que, ao lado das habilidades sociais, ajude o indivíduo a analisar de maneira crítica as informações obtidas para depois poder utilizá-las em sua vida.

Nutbeam (1998) neste mesmo sentido afirma que a literacia em saúde é muito mais que apenas saber ler um rótulo ou uma bula: é necessário que exista a pretensão de se esclarecer o leitor para que este possa entender e agir de forma a colaborar com seu tratamento. A literacia em saúde é um ponto crítico para a capacitação do indivíduo e consequentemente a ponte entre emissor e receptor num processo de comunicação. Isso se reflete em dois outros tipos de alfabetização: a interatividade e o letramento crítico. A partir do momento em que as pessoas consigam ampliar o seu alcance em educação em saúde por meio da comunicação de informações, haverá implicações profundas e modificadoras para a educação e para os métodos de comunicação.

Segundo o Censo de 2010 do IBGE, 49,25% da população acima de 25 anos estavam classificados na categoria sem instrução ou com fundamental incompleto, o que significa que temos um escolaridade baixa na população adulta.

Maragno (2009) cita Davis *et al.* (1994) que relatam um estudo realizado nos Estados Unidos com pais em cinco clínicas pediátricas e os resultados revelaram que a escolaridade não indicava verdadeiramente as suas habilidades de leitura, embora existam estudos que mostram que as pessoas com baixo letramento em saúde possuem problemas para compreenderem instruções sobre o uso de medicamentos e que o uso de linguagem mais explícita sobre dosagem, frequência e períodos melhora o entendimentos por parte dos pacientes (Maragno, 2009). Para Williams



(2002), citado por Maragno (2009), o número de pacientes que não segue um tratamento simplesmente por não conseguir ler adequadamente é muito grande.

Outros estudos corroboram com entendimentos de que a combinações da adequação da comunicação com o letramento do paciente é o caminho para a efetividade do tratamento. Dentre os autores, alguns têm pesquisas mostrando os custos associados ao baixo letramento como Howard *et al.* (2005) e Safeer e Keenan (2005), mas existem outras consequências, como apresenta Baker *et al.* (2002) relacionando o letramento inadequado e maior risco de hospitalização e Sudore *et al.* (2006) relacionando letramento inadequado e aumento do risco de mortalidade.

Kucinski (2000) explica que a junção da saúde com a comunicação aconteceu como uma ferramenta na promoção da cidadania, mesmo assim Araújo (2015) cita cinco grupos de pesquisa que trabalham com comunicação em saúde, quatro deles brasileiros e outro de países lusófonos. Numa análise da produção mais atual deste grupo, a autora detectou a predominância de pesquisas sobre assuntos de saúde nos meios de comunicação, e, em menor escala, a relação entre comunicação, saúde e cidadania.

Porém, mais que propor um modelo comunicativo e novos parâmetros na abordagem da comunicação para saúde, é preciso compreender que a comunicação integra um contexto sociopolítico. No Brasil, de acordo com Aoki (2012), a desigualdade e a ausência de pluralidade acabam por limitar a atuação do comunicador que aborda o tema saúde. Dentre os obstáculos que surgem para o comunicador em saúde, pode-se citar o embate entre grupos com interesses antagônicos e a própria ingenuidade do comunicador.

Assim, a literacia em saúde se funde à literacia de mídia quando observamos o uso crescente das novas tecnologias, como aplicativos, sites e mesmo a TV digital, na área da saúde. Estas novas práticas dão origem a novas esperanças, mas também novas necessidades, como a de suprir, ao mesmo tempo, níveis deficientes de literacia em saúde e em mídia que o usuário de um site ou aplicativo pode ter, e que pode prejudicar ou até mesmo inviabilizar a utilização desta nova e moderna ferramenta.

Os dispositivos móveis estão se tornando cada vez mais acessíveis e graças ao *Global Positioning System* (GPS), uma rede de navegação por satélite pode ser acessada por qualquer dispositivo que tenha este programa. Assim, os pesquisadores estão aproveitando essas inovações tecnológicas para poderem garantir uma infraestrutura que permita estudar, avaliar e tratar populações por meio de um sistema chamado saúde móvel (*mHealth*). O *mHealth* é uma abreviação de saúde móvel e é um termo utilizado para a prática da medicina e da saúde publicada apoiada por dispositivos móveis, tais como telefones celulares, computadores, *tablets*, PDAs, entre outros. O *eHealth* é um

termo muito recente e que se direciona aos cuidados de saúde apoiados por processos de comunicação eletrônicos utilizando a internet, telefones celulares, entre outros. (Ho, 2010).

O *eHealth* é o uso de tecnologias de informação voltadas para a saúde as quais incluem tratamento, pesquisas, educação de profissionais de saúde, acompanhamento e monitoramento de doenças. De acordo com pesquisas realizadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS), é preciso elaborar um plano estratégico de desenvolvimento e implementação de serviços de saúde nos mais diferentes setores com o uso de tecnologia de informação e comunicação de forma a promover serviços públicos de saúde, aproximando cada vez mais a administração de saúde e as comunidades consideradas vulneráveis. Ressalta-se que é importante adequar os serviços de saúde às necessidades dessas comunidades (WHO, 2016).

Atualmente há milhares de aplicativos para *smartphones*, porém o acesso a conteúdos com valor científico é raro ou difícil. A qualidade e o conteúdo da comunicação, portanto, são essenciais para a modificação do comportamento a longo prazo neste contexto.

Estes esforços precisam ter em mente quatro fatores detectados por Squiers *et al.* (2012): a) aqueles que influenciam o desenvolvimento e a utilização de competências de literacia; b) estímulo relacionado à saúde; c) as competências de literacia em saúde necessárias para compreender os estímulos e executar as tarefas; d) quais os mediadores entre a literacia em saúde e os resultados disso na saúde.

Ainda há argumentos de outros autores que afirmam que se a literacia em saúde é a capacidade de funcionar ou de executar tarefas em um ambiente de cuidados de saúde, isso deve depender de características tanto do sistema de saúde quanto dos aspectos individuais do paciente. Assim, a literacia em saúde dependeria tanto do problema médico a ser tratado, do prestador dos cuidados de saúde e de como o sistema está proporcionando esse atendimento. Esse relacionamento pode ser visto na Figura 1 (Baker, 2006, p. 879).

Figura 1 – Modelo conceitual da relação entre as capacidades individuais, de impressão relacionados com a saúde e alfabetização oral e os resultados disso na saúde

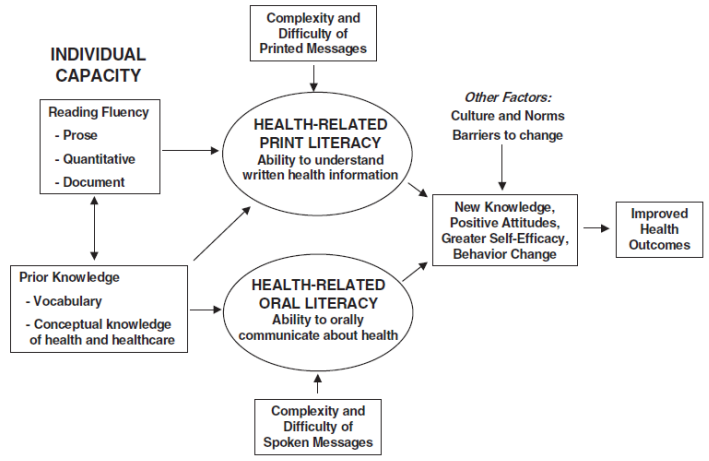


FIGURE 1. Conceptual model of the relationship between individual capacities, health-related print and oral literacy, and health outcomes.

Fonte: Baker, 2006, p. 879

Baker (2006) atenta que são vários os fatores que influenciam na compreensão da mensagem a ser transmitida como a complexidade, dificuldade, vocabulário, quantidade de informações, cultura e que também são vários os atores: pacientes, médicos, profissionais de saúde e um contexto particular em cada situação, enfim fatores que precisam ser considerados, alinhados e adaptados para que a ciência médica e a ciências da comunicação sejam suficientemente compreendidas pelos diversos atores e, desta forma, se obtenha maior efetividade.

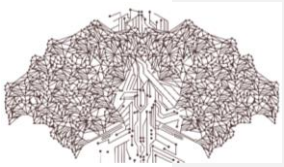
Palavras-chave: literacia; literacia de mídia; literacia em saúde; saúde; novas tecnologias.

Referências bibliográficas

ABREU, A. S. **A arte de argumentar**: gerenciando razão e emoção. 8. ed. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2005.

ACEVEDO, C. F.; ISTÚRIZ, O. F. Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. Artigo original. **Saúde debate**, Rio de Janeiro, v. 37, n. 96, p. 84-95, jan./mar. 2013.

Ad Hoc Committee on Health Literacy For The American Council On Scientific Affairs, American Medical Association. Health literacy: report of the council on scientific affairs. **Journal of the American Medical Association**, v. 281, p. 552–557, 1999.



AGNER, L. **Arquitetura de informação e governo eletrônico: diálogo cidadãos-estado na *world wide web* estudo de caso e avaliação ergonômica de usabilidade de interfaces humano-computador**. Rio de Janeiro, 2007. 354p. Dissertação (Doutorado). Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

ALMEIDA, L. M. **Comunicação do risco em saúde pública**. Riscos públicos e industriais: C. Guedes Soares, A.P. Teixeira e P. Antão (eds.), Edições Salamandra, Lisboa, 2007, p. 97-112, 2007.

AOKI, T. Comunicação em saúde: o que estamos discutindo? **Intercom – Sociedade Brasileira de estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, CE, 3 a 7 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0964-1.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2015.

ARAÚJO, I. S. Comunicação e Saúde. In: MARTINS, Carla Macedo (org.) **Educação e saúde**. Rio de Janeiro: EPSJV / Fiocruz, 2007.

ARAÚJO, I. S. Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. **Interface**, Botucatu, v. 8, n. 14, fev. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832004000100010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 12 jan. 2015.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

ATKIN, C. K.; RICE, R. E. Strategies and principles for using mass, online, and mobile media in health communication campaigns (2013). In: Kim, K.; Singhal, A.; Kreps, G. (eds.). **Global health communication strategies in the 21st century**: design, implementation, and evaluation. NY: Peter Lang, 2013.

BAKER, D. W. The meaning and the measure of health literacy. **J Gen Intern Med**, v. 21, p. 878-83, 2006.

BAKER, D. W.; WILLIAMS, M. V.; PARKER, R. M.; GAZMARARIAN, J. A.; NURSS, J. Development of a brief test to measure functional health literacy. **Patient Educ Couns**, v. 38, p. 33-42, 1999.

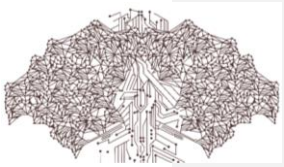
BARCELÓ, A. et al. The cost of diabetes in Latin America and the Caribbean. **Bull World Health Organ**, v. 81, p. 19-27, 2003.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BATISTA, L. L. A comunicação de risco. In: Perez, C.; Barbosa, I. S. (orgs.). **Hiperpublicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2007. Cap. 16, p. 429-447.

BEN-ZEEV, D. mHealth for dual diagnosis: considering long-term implementation. **Journal of Dual Diagnosis**, v. 10, n. 1, p. 30-31, 2014.

BERKMAN, N. D.; DAVIS, T. C.; MCCORMACK, L. Health literacy: what is it? Special Issue: Health literacy research: current status and future directions. Communication: International Perspectives. **Journal of Health Communication: International Perspectives**, v. 15, supp. 2, p. 9-19, 2010.



BERSAN, S. A. L. et al. Letalidade e internações de pacientes em hemodiálise em plano de saúde. **Rev Saúde Pública**, v. 47, n. 3, p. 624-33, 2013.

BETHESDA, M. D. **National Institutes of Health**, U.S. Department of Health and Human Services, 2000.

BONIFÁCIO, B.; CRUZ, M.J.; Conte T. **Extração e análise de características para avaliação de usabilidade em aplicações móveis baseadas em evidências da literatura**. Relatório Técnico UsES-RT-003-2010, 2010.

BONIN, J. A. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: Maldonado, A. E. et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. (cap. 19, p. 19-42).

BOUAMRANE, M.; OSBOURNE, J.; MAIR, F. Understanding the implementation & integration of remote & tele-health services ... an overview of normalization process theory. **5th International Conference on Pervasive Computing Technologies for Healthcare (Pervasive Health) and Workshop**s, 2011.

Brasil. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 05 de outubro de 1988.

Brasil. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Cidades. **Poços de Caldas**. População Estimada. [citado 2015 fev. 04]. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=315180&search=minas-gerais|pocos-de-caldas>. Acesso em: 15 jan. 2015.

Brasil. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Vamos conhecer o Brasil**. 2016. Disponível em: <http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/educacao.html>. Acesso em: 25 jun. 2016.

Brasil. **Lei Federal nº 11.346 de 27 de setembro de 2006**. Dispõe sobre a distribuição gratuita de medicamentos e materiais necessários à sua aplicação e à monitoração da glicemia capilar aos portadores de diabetes inscritos em programas de educação para diabéticos. Brasília, 2006.

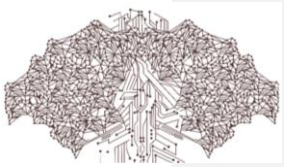
Brasil. Ministério da Saúde. Portal Brasil. **Diabetes atinge 9 milhões de brasileiros**. Pesquisa. Atual. 2015. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/saude/2015/07/diabetes-atinge-9-milhoes-de-brasileiros>. Acesso em: 28 jul. 2016.

Brasil. Ministério da Saúde. **Portaria GM nº 483 de 1º de abril de 2014**. Brasília, DF, 2014.

Brasil. Ministério da Saúde. **Saúde no Brasil** - Contribuições para a Agenda de Prioridades de Pesquisa/Ministério da Saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2004. 306 p. (Série B. Textos Básicos de Saúde).

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção a Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Estratégias para o cuidado da pessoa com doença crônica**. Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. (a)

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Política Nacional de Atenção Básica**. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Brasília: Ministério da Saúde, 2012.



Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise de Situação de Saúde. **Plano de ações estratégicas para o enfrentamento das doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) no Brasil 2011-2022**. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise de Situação de Saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2011.

Brasil. Portal Brasil. **Número de pessoas com diabetes aumenta 40% em seis anos**. Pesquisa. Publ. em 14 de nov. 2013; atual. em 29 jul. 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/saude/2013/11/numero-de-pessoas-com-diabetes-aumenta-40-em-seis-anos>. Acesso em: 16 jul. 2015.

Brasil. Portal da Saúde. **Autocuidado com diabetes**. Números do diabetes no Brasil. Disponível em: <http://autocuidado.saude.gov.br/>. Acesso em: 14 jun. 2015.

BROADDUS, M. R.; MARSCH, L. A.; FISHER, C. B. Risks and benefits of text-message-delivered and small-group-delivered sexual health interventions among African American women in the Midwestern United States. **Ethics & Behavior**, v. 25, n. 2, p. 146-168, 2015.

BROWN, L.; LUSTRIA, M.; RANKINS, J. A review of web-assisted interventions for diabetes management: maximizing the potential for improving health outcomes. **Journal of Diabetes Science and Technology**, v. 1, n. 6, p. 892–902, Nov. 2007.

BUENO, W. C. **Comunicação para a saúde**: uma experiência brasileira. São Paulo: Plêiade; Amparo: Unimed/Amparo, 1996.

BURNER, E. R. et al. Perceptions of successful cues to action and opportunities to augment behavioral triggers in diabetes self-management: qualitative analysis of a mobile. Intervention for low-income latinos with diabetes. 2014. **J Med Res Internet**, v. 16, n. 1, 29 Jan. 2014.

CABEZUDO, R. S. J.; IZQUIERDO, C. C.; PINTO, J. R. The persuasion context and results in online opinion seeking: effects of message and source—the moderating role of network managers. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 16, n. 11, 2013.

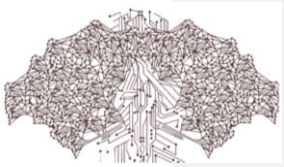
CABURNAY, C. A. et al. Evaluating diabetes mobile applications for health literate designs and functionality, 2014. **Prev Chronic Dis**, v. 12, May, 7, 2015.

CAJAZEIRA, P. E. L. As interações do público no telejornal com o uso das redes sociais. **Revista Científica em Curso**, Palhoça, v. 2, n. 1, p. 59-70, jan./jun. 2013.

Center for Disease Control and Prevention (CDC). **Tools for cross-cultural communication and language access can help organizations address health literacy and improve communication effectiveness culture allow and can get in the way of communication**. Disponível em: <http://www.cdc.gov/healthliteracy/culture.html>. Acesso em: 07 mar. 2015.

CHIB, A.; VAN VELTHOVEN, M. H.; JOSIP CAR, J. mHealth adoption in low-resource environments: a review of the use of mobile healthcare in developing countries**. Journal of Health Communication: International Perspectives**, v. 20, n.1, p. 4-34, 2015.

CHO, J.; ERIN LEE, H.; QUINLAN, M. Complementary relationships between traditional media and health apps among American college students. **Journal of American College Health**, v. 63, n.4, p. 248-257, 2015.



CLARKSON, J. J.; TORMALA, Z. L.; RUCKER, D. D. Personality and social psychology bulletin cognitive and affective matching effects in persuasion: an amplification perspective. **Pers Soc Psychol Bull**, v. 37, n. 1.415, 2011.

COOPER, D. P.; GOLDENBERG, J. L.; ARNDT, J. Perceived efficacy, conscious fear of death and intentions to tan: not all fear appeals are created equal. **British Journal of Health Psychology**, The British Psychological Society, v. 19, p. 1-15, 2014.

CORCORAN, N (ed.). **Communicating health**: strategies for health promotion. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2007.

CORCORAN, N (ed.). **Communicating health**: strategies for health promotion. 2nd.ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2013.

COSTA, E. S.; PIRES, E. A. N. O comportamento no processo de busca da informação por meio das tecnologias da informação e comunicação: um estudo de caso sobre os discentes da Faculdade de Biblioteconomia no Estado do Pará. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 19, n. 3, p. 149-188, jul./set. 2014.

CUGELMAN, B. Gamification: what it is and why it matters to digital health behavior change developers. Toronto, ON, M6H 2W9 Canada, **JMIR Serious Games**, v. 1, iss. 1, 2013.

CUNHA, B. G.; DIAS, M. R. Comunicações persuasivas e doação regular de sangue: um estudo experimental. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Brasil. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 6, p. 1.407-1.418, jun. 2008.

DALMONTE, E. F. Pensar a comunicação hoje: a comunicação na internet, segundo a lógica dos usos e gratificações. Universidade Federal da Bahia/Facom, **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006.

DAMÁSIO, M. J.; BAPTISTA, A.; SEQUEIRA, Á. D.; VERÍSSIMO, I.; QUICO, C; CARDOSO, M. (2013) Using digital interactive television to promote healthcare and wellness inclusive services. Centro de Investigação em Comunicação Aplicada e Novas Tecnologias (CICANT/Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia (ULHT), Lisbon, Portugal. V. G. Duffy (ed.). **DHM/HCH**, 2013, part. 1, LNCS 8.025, p. 150-156, 2013.

DAVIES, M. J. et al. Prevention of type 2 diabetes mellitus: a review of the evidence and its application in a UK setting. **Diabet Med**, v. 21, p. 403-14, 2004.

DAVIS, T. C. et al. Reading ability of parents compared with reading level of pediatric patient education materials. **Pediatrics**, v. 93, p. 460-8, 1994.

DAVIS, T. C.; FEDERMAN, A. D.; BASS, P. F. 3rd, JACKSON, R. H.; MIDDLEBROOKS, M.; PARKER, R. M.; WOLF, M. S. Improving patient understanding of prescription drug label instructions. **J Gen Intern Med**, v. 24, n. 1, p. 57-62, 2009.

DEFLEUR, M. L.; BALL-ROSEACH, S. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução da 5. Ed. norte-americana: Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

ECO, U. **Como se faz uma tese**. 14. ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1996.



FANG, M. C; MACHTINGER, E. L.; WANG, F.; SCHILLINGER, D. Health literacy and anticoagulation-related outcomes among patients taking warfarin. **J Gen Intern Med.**, v. 21, p. 841-6, 2006.

FINCH, T. L. et al. From theory to "measurement" in complex interventions: Methodological lessons from the development of an e-health normalization instrument**. BMC Medical Research Methodology**, v. 12, n. 1, p. 69, 2012.

FISCHER, R.; VAUCLAIR, C-M. Influência social e poder. In: Torres, C. V.; Neiva, E. R. (orgs.). **Psicologia social** [recurso eletrônico]: principais temas e vertentes. Dados eletrônicos. Porto Alegre: Artmed, 2011. (cap. 8; p. 153-170).

FOX, S.; DUGGAN, M. **Mobile health 2012**. Pew Research Internet: Internet, Science & Tech, Nov. 8, 2012.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília: Plano Editora, 2003.

FRANCO-JÚNIOR, A. J. A.; HELENO, M. G. V.; LOPES, M. G. A. P. Qualidade de vida e controle glicêmico do paciente portador de Diabetes Mellitus tipo 2. **Psicologia & Saúde**, v. 5, p. 102-8, 2013.

FREEBODY, P.; LUKE, A. "Literacies" programs: debates and demands in cultural context. **Prospec**t, v. 5, p. 7-16, 1990.

FREITAS, Leonardo Fialho. **A vinheta e sua evolução através da história**: da origem do termo até a adaptação para os meios de comunicação. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade dos Meios de Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2006.

GALLACHER, K. et al. Understanding patients' experiences of treatment burden in chronic heart failure using Normalization Process Theory. **Annals of Family Medicine Inc.**, v. 9, n. 3, p. 235-243, May 1, 2011.

GIGERENZER, G. The art of risk communication: should patients listen to how doctors frame messages? Different phrasing can change a neutral message to an implicit recommendation. Observations. **The British Medical Journal**, 29 November 2014.

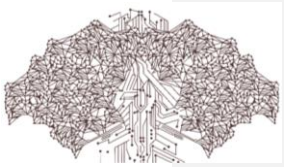
GILSTER, P. **Digital literacy**. San Francisco, CA: John Willey & Sons, 1997.

GRAY, L.; MACDONALD, C.; MACKIE, B.; PATON, D.; JOHNSTON, D.; BAKER, M. G. Community responses to communication campaigns for influenza A (H1N1): a focus group study. Research article. **BMC Public Health**, v. 12, n. 205, 2012.

HASTALL, M. R.; KNOBLOCH-WESTERWICK, S. Severity, efficacy, and evidence type as determinants of health message exposure. **Health Communication**, v. 28, p. 378-388, 2013.

HO, K. **eHealth & mHealth**: achieving UN MDGs & Medical Device Access Equity. WHO Medical Devices Kobe, 2010.

HOU S-I.; ROBYN CHARLERY, S-A. R.; ROBERSON, K. Systematic literature review of Internet interventions across health behaviors. **Health Psychology and Behavioral Medicine: An Open Access Journal**, v. 2, n. 1, p. 455-481, 2014.



Indicador de Alfabetismo Nacional (INAF). 2007. **Levantamento**. Disponível em: <http://www.ipm.org.br>. Acesso em: 12 jan. 2015.

International Diabetes Federation. **Diabetes atlas update 2012:** Regional & Country Facctsheets. Disponível em: <http://www.idf.org/diabetes-atlas-update-2012-regional-countryfactsheets>. Acesso em: 22 nov. 2014.

JACOBS, R.J.; LOU, J. Q.; OWNBY, R. L.; CABALLERO J. A systematic review of eHealth interventions to improve health literacy. **Health Informatics Journal**, p. 1-18, 10 jun. 2014.

JANNUZZI, F. F. et al. Crenças relacionadas à adesão ao tratamento com antidiabéticos orais segundo a Teoria do Comportamento Planejado. Artigo original. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, v. 22, n. 4, p. 529-37, jul./ago. 2014.

KEER, M.; van den Putte, B.; de Witt, J.; Neijens, P. The effects of integrating instrumental and affective arguments in rhetorical and testimonial health messages**. J Health Commun.**, v. 18, n. 9, p. 1.148-61, 2013.

KHARBANDA, E. O. et al. Text4Health: a qualitative evaluation of parental readiness for text message immunization reminders. **Am J. Public Health**, v. 99, n. 12, p. 2.176-2.178, Dec. 2009.

KIRSCH, I. S. et al. Adult literacy in America: a first look at the findings of the national adult literacy survey. Washington, DC: National Center for Education Statistics, U.S. Department of Education. Apud: Andrus, M. R.; Roth, M. T. Health Literacy: a review. **Pharmacotherapy**, v. 22, p. 282-302, 2002.

KOCH, S. Healthy ageing supported by technology – a crossdisciplinary research challenge. **Informatics for Health and Social Care**, v. 35, n. 3-4, p. 81-91, 2010.

KREPS, G.; BONAGURO, E.; QUERY, J. The history and development of the field of health communication. In: Jackson, L.D.; Duffy, B. K. (eds.). **Health communication research**: guide to developments and directions. Westport, C T: Greenwood Press, 1998. p. 1-15.

KRIPALANI, S.; ROBERTSON, R.; LOVE-GHAFFARI, M. H et al. Development of an illustrated medication schedule as a low-literacy patient education tool. **Patient Educ Cons.**, v. 66, p. 368-377, 2007.

KUCINSKI, B. Jornalismo, saúde e cidadania. **Interface: comunicação, saúde, educação**, n. 6, p. 181-66, 2000.

LAFATA, J. E. et al. Physician use of persuasion and colorectal cancer screening. **Translational Behavioral Medicine**, v. 5, issue 1, p. 87-93, March, 2015.

LEFEBRE, C. et al. The assessment of user engagement with eHealth content: the eHealth engagement scale. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 15, n. 2.010, p. 666–681, 2012.

LEFEBVRE, R. C. Mobile health technology evaluation. **The mHealth Evidence Workshop American Journal of Preventive Medicine**, v. 45, n. 2, p. 228-236, 2013.

LIEBERMAN, D. Video games for diabetes self-management: examples and design strategies. **Journal of Diabetes Science and Technology**, v. 6, Iss. 4, July 2012.



LIMA, V. M. L. M.; D'Amorim, M. A. M. Aplicação da teoria de persuasão de Fishbein e Ajzen no recrutamento de doadores voluntários e periódicos de sangue. **Psicologia Social. Arq. bras. Psic.**, Rio de Janeiro, v. 37, n. 2, p. 110-124, . abr. /jun. 1985.

LU, A. S. An experimental test of the persuasive effect of source similarity in narrative and nonnarrative health blogs. Original paper. **Journal Of Medical Internet Research** [J Med Internet Res], v. 15, n. 7, 25 Jul. 2013.

MACDONALD, L.; CAIRNS, G.; ANGUS, K.; ANDRADE, M. Promotional communications for influenza vaccination: a systematic review. **Journal of Health Communication**, v. 18, p. 1.523–1. 549, 2013.

MACFARLANE, A.; O'REILLY-DE BRÚN, M. Using a theory-driven conceptual framework in qualitative health research. **Qualitative Health Research**, v. 22, p. 607-618, April 2 2012. (originally published online 27 December 2011).

MACKERT, M. Health literacy knowledge among direct-to-consumer pharmaceutical advertising professionals. **Health Communication**, v. 26, issue 6, 2011.

MALDONADO, A. E. et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MALHOTRA, N. K. **Introdução à pesquisa de *marketing***. Tradução Robert Brian Taylor. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de *marketing***: uma orientação aplicada. Tradução Lene Belon Ribeiro, Monica Stefani; revisão técnica Janaína de Moura Engracia Giraldi. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MALTA, D. C. et al. Mortalidade por doenças crônicas não transmissíveis no Brasil e suas regiões, 2000 a 2011. **Epidemiol. Serv. Saúde** [online], v. 23, n. 4, p. 599-608, 2014.

MANGANELLO, J. A. Health literacy and adolescents: a framework and agenda for future research. Published by Oxford University Press, 2007. **Health Educ. Res.**, v. 23, n. 5, p. 840-847, 2008. Disponível em: <http://her.oxfordjournals.org/content/23/5/840.full >. Acesso em: 15 mar. 2015.

MARAGNO, C. A. D. **Associação entre letramento em saúde e adesão ao tratamento medicamentoso**. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciências Farmacêuticas). Setor de Ciências da Saúde, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2009.

MARCONDES, L. P.; SILVA, E. L. L. D.; GABRIEL, M. L. D. S. O efeito das estratégias persuasivas (Alpha e Ômega) nas mensagens publicitárias na intenção de consumo de álcool pelos jovens. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 12, n. 1, jan./abr. 2014.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2002.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARKLE, W. H.; FISCHER, M. A. SMEGO JR., Raymond. **Compreendendo a saúde global**. 2. ed. Tradução Alba Helena de Mattos Mercadante Guedes. Curitiba: Artmed, 2015.



MARTINS, E. C. B.; SERRALVO, F. A.; JOÃO, B. N. Teoria do comportamento planejado: uma aplicação no mercado educacional superior. **Gestão & Regionalidade**, v. 30, n. 88, jan./abr., 2014, p. 107-122. Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, Brasil.

MARTINS, L. M.; FRANÇA, A. P. D.; Kimura, M. Qualidade de vida de pessoas com doença crônica. **Rev Latino-Am. Enfermagem**, v. 4, p. 5-18, 1996.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de *marketing***. Edição compacta. São Paulo: Atlas, 1997.

MAY, C. R. et al. Development of a theory of implementation and integration: Normalization Process Theory. **Implementation Science**, v. 4, n. 29, 2009.

MAY, C. R. Normalization process theory on-line user's manual and toolkit. Disponível em: <http://www.normalizationprocess.org>. Acesso em: 24 abr. 2015.

MAY, C. R. Research article - a rational model for assessing and evaluating complex interventions in health care. **BMC Health Services Research**, v. 6, n. 86, 2006.

MAY, C. R; FINCH, T. Implementing, embedding, and integrating practices: an outline of Normalization Process Theory. **Sociology**, v. 43, n. 3, p. 535–554, 2009.

MAYER, V. F.; AVILA, M. G. A influência da estruturação da mensagem em comportamentos relacionados à saúde: um teste experimental. **Saúde Soc**. São Paulo, v.19, n. 3, p.685-697, 2010.

MCCORMACK, L. A. et al. Health literacy research: looking forward**. Journal of Health Communication: International Perspectives**, v. 16, suppl. 2, p. 5-8, 27 Sep. 2011. Publ. online: 27 Sep. 2011.

MCCRAY, A. T. Promoting health literacy. **J Am Inform Assoc**, v. 12, p. 152-63, 2005.

MCEVOY, R. et al. Systematic review - a qualitative systematic review of studies using the normalization process theory to research implementation processes. **Implementation Science**, v. 9, n. 2, 2014.

MCQUAIL, D. **Introdución a la teoria de la comunicación de masas**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1993.

MENDEZ, R. D. R. et al. Validação de mensagens persuasivas para promoção de atividade física entre coronariopatas. Artigo original. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, v. 20, n. 6, nov./dez. 2012.

MILLER, V. A.; COUSINO, M.; LEEK, A. C.; KODISH, E. D. Hope and persuasion by physicians during informed consent. **J Clin Oncol**, American Society of Clinical Oncology, v. 32, p. 3.229-3.235, 2014.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 1992.

MORRISON, D.; MAIR, F. S. Telehealth in practice: using Normalization Process Theory to bridge the translational gap (editorial). **Prim Care Respir J**, v. 20, 2011.

MURRAY, E. et al. Normalization process theory: a framework for developing, evaluating and implementing complex interventions. **BMC Medicine**, v. 8, n. 63, 2010.



MURRAY, E. et al. Why is it difficult to implement e-health initiatives? A qualitative study. **Implementation Science**, v. 6, n. 6, 2011.

NARAYAN, K. M. et al. Diabetes: a common, growing, serious, costly, and potentially preventable public health problem. **Diabetes Res Clin Pract**, v. 50, suppl 2, p. 577-84, 2000.

NUNES, I. D.; CORREIA, R. S. A importância da usabilidade no desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis. **5º Encontro de Produção Acadêmico Científico** (Enpac): "Ciência, Produzir e Compartilhar", Campina Grande, PB, 22 e 23 de maio de 2013.

NUTBEAM, D. Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. **Health Promotion International**, v. 15, p. 259- 267, 2000.

NUTBEAM, D. Health promotion glossary. **Health Promotion International**, v. 13, p. 349-364, 1998.

OKUHARA, T.; Ishikawa, H.; Okada, H.; Kiushi, T. Identification of gain- and loss-framed cancer screening messages that appeared in municipal newsletters in Japan. **BioMed Central Research Notes**, v. 7, n. 896, 2014.

OLIVEIRA, V. C. A comunicação midiática e o Sistema Único de Saúde. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, v. 4, n. 7, p. 71-80, 2000.

OREG, S.; SVERDLIK, N. Source personality and persuasiveness: big five predispositions to being persuasive and the role of message involvement. **Journal of Personality**, v. 82, n. 3, June 2014.

PAASCHE-ORLOW, M. K. et al. Health care systems can begin to address the challenge of limited literacy. **J Gen Intern Med**, v. 21, n. 8, p. 884-7, Aug. 2006.

PAEK, H-J; HOVE, H. Social cognitive factors and perceived social influences that improve adolescent eHealth literacy. **Health Communication**, v. 27, n. 8, p. 727-737, 2012.

PANIC K.; CAUBERGHE V.; DE PELSMACKER P. Promoting dental hygiene to children: comparing traditional and interactive media following threat appeals. **J Health Commun.**, v. 19, n. 5, p. 561-76, 2014.

PARKER, J.; THORSON, E. (editors). **Health communication**: trends and future directions. Springer Publishing Company, 2009.

PARKER, R. M. et al. The test of functional health literacy in adults: a new instrument for measuring patient's literacy skills. **Journal of General Internal Medicine**, v. 10, p. 537–541, 1995.

PASSAMAI, M. P. B. et al. Letramento funcional em saúde: reflexões e conceitos. **Interface Comun Saúde Educ**, v. 16, n. 4, p. 301-14, 2012.

PASSARELLI, B.; BOTELHO FRANCISCO, R. E.; JUNQUEIRA, A. H. Idosos e internet: uma abordagem sobre inclusão digital a partir do conceito de literacia informacional. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011.



PASSOS, M. **Está na hora de sair da teoria e agir**. Atual. 16 jul. 2015. Meio & Mensagem. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2015/07/16/Esta-na-hora-de-sair--da-teoria-e-agir.html>. Acesso em: 20 jul. 2015.

PERES, P. C. N.; PESSOA, K. R.; BERNUCI, M. P.; MASSUDA, E. M.; YAMAGUCHI, M. U. Literacia em saúde no Brasil: estudo cienciométrico. Enciclopédia Biosfera, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v.14, n. 25, p. 1.589-1.599, 2017.

PFIZER. **Pfizer clear health communication initiative**. Signs of low health literacy. Disponível em: <http://www.pfizerhealthliteracy.com/public-health-professoninal/signs-of-health-literacy.html>. Acesso em: 22 mar. 2015.

PINTO-COELHO, Z. Discurso persuasivo e a prevenção das drogas: questões éticas e políticas. **Comunicação e Sociedade**, v. 8, p. 63-71, 2005.

POP-ELECHES, C. et al. Mobile phone technologies improve adherence to antiretroviral treatment in a resource-limited setting: a randomized controlled trial of text message reminders. **AIDS**, v. 25, p. 825-834, 2011.

PORTO, R. B. Conceitos comportamentais em filme de propaganda: aplicação de técnicas que descrevem a mensagem persuasiva. **PsiCo**, Porto Alegre, PUCRS, v. 42, n. 3, p. 310-318, jul./set. 2011.

POTTER, W. James. **Media literacy**. 7. ed. University of California, Santa Barbara, 2014.

RANSEY, I. S.; YZER, M. C.; LUCIANA, M.; VOHS, K. D.; MACDONALD, A. W. Affective and executive network processing associated with persuasive antidrug messages. **Journal of Cognitive Neuroscience**, Massachusetts Institute of Technology v. 25, n. 7, p. 1136–1147, 2013.

RATZAN, S. C. Health literacy: communication for the public good. **Health Promotion International**, v.16, n. 2, p. 207-214, 2001. Disponível em: <http://heapro.oxfordjournals.org/content/16/2/207.full.pdf+html>. Acesso em: 02 maio. 2016.

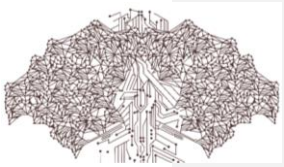
RICCIARDI, L.; MOSTASHARI, F.; MURPHY, J.; DANIEL, J. G.; SIMINERIO, E. P. A national action plan to support consumer engagement via e-health. **Health Affairs** (Millwood), v. 32, n. 2, p. 376-84, Feb. 2013a.

ROTHMAN, A. et al. The strategic use of gain- and loss-framed messages to promote healthy behavior: how theory can inform practice. **Journal of Communication**, New York, v. 56, p. 202-220, sept. 2006.

SAFEER, R. S.; KEENAN, J. Health literacy: the gap between physicians and patients. **Am Farm Physician**, v. 72, p. 463-468, 2005.

SALMON, C; ATKIN, C. Using media campaigns for health promotion. In: Thompson, T.; Nussbaum, J.; Parrot, R. (eds.). **Handbook of health communication**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2011. p. 449-472.

SAMA, P. R. et al. (2014). An evaluation of mobile health application tools. **JMIR mHealth and uHealth**, v. 2, n. 2, e. 19, 2014.



SAMARA, B. S.; BARROS, J. C. **Pesquisa de *marketing***: conceitos e metodologia. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SANTOS, L. T. M. et al. Letramento em saúde: importância da avaliação em nefrologia. Artigos de revisão. **J. Bras. Nefrol**., São Paulo, v. 34, n. 3, jul./sep. 2012.

SANTOS, O. O papel da literacia em saúde: capacitando a pessoa com excesso de peso para o controlo e redução da carga ponderal. **Endocrinologia, Diabetes & Obesidade**, v. 4, n. 3, jul./set. 2010. Disponível em: <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/2320/1/%282010%29%20Literacia%20em%20sa%c3%bade%20-%20capacitando%20a%20pessoa%20com%20excesso%20de%20peso%20para%20o%20controlo%20e%20redu%c3%a7%c3%a3o%20da%20carga%20ponderal.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2015.

SAPAROVA, D. Motivating, influencing, and persuading patients through personal health records (PHR): a scoping review. **Perspectives in Health Information Management**, Summer 2012.

Saúde Que Conta**.** **Literacia em saúde**. Disponível em: <http://www.saudequeconta.org/index.php/site/literacia>. Acesso em: 11 mar. 2015.

SCHMIDT, M. I. et al. Chronic non-communicable diseases in Brazil: burden and current challenges. **Lancet**, v. 377, n. 9.781, p. 1949-61, 2011.

SCHRAMM, W.; LERNER, D. Comunicação e mudança nos países em desenvolvimento. São Paulo: Melhoramentos, 1973. In: Rocha Pitta, A. M. **A comunicação serviços de saúde/população**: modelos explicativos e desafios a partir das discussões recentes. Rio de Janeiro, 1994. Dissertação (mestrado). Instituto de Medicina Social, UERJ.

SCHWEITZER, J.; SYNOWIEC, C. The economics of eHealth and mHealth. **Journal of Health Communication: International Perspectives**, 17, sup.1, p. 73-81, 2012.

Secretaria Municipal de Saúde. **Plano Municipal de Saúde 2014-2017**. Poços de Caldas, Minas Gerais, Brasil, 2014.

Secretaria Municipal de Saúde. **Programação Anual de Saúde 2015**. Poços de Caldas, Minas Gerais, Brasil, 2015.

SHEN, L.; DILLARD, J. P. Threat, fear, and persuasion: review and critique of questions about functional form. Pennsylvania State University, USA, **Review of Communication Research**, v. 2, n. 1, 2014.

SILVA, C. P. Estudos de audiência e recepção: mais do que números do Ibope – aspectos históricos. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006.

SILVA, I. et al. Qualidade de vida e complicações crônicas da diabetes. **Análise Psicológica**, v. 2, p. 185-94, 2003.



SIMINOFF, L. A.; TRAINO, H. M.; GORDON, N. H. An exploratory study of relational, persuasive, and nonverbal communication in requests for tissue donation. **Journal of Health Communication**, v. 16, p. 955-975, 2011.

SINKINSON, M. Technology devices and social media as determinants of youth health and well-being: pre-service health education teachers interpret implications for their own practice. **International Journal of Health Promotion and Education**, v. 52, n. 5, p. 235-244, 2014.

SOARES, M. **Letrament**o: um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

SOUZA, C. S.; LEITE, J. C.; PRATES, R. O.; BARBOSA, S. D. J. **Projeto de interfaces de usuário: perspectivas cognitivas e semióticas**. 1999. Disponível em: <http://www.ufpa.br/sampaio/curso_de_sbd/semin_mod_int_usuario/apostila_ihc_raquel.htm>. Acesso em: 29 dez. 2015.

SPAHN, A. And dead us (not) into persuasion…? Persuasive technology and the ethics of communication. Received: 9 February 2011 / Accepted: 21 April 2011 / Published online: 5 May 2011. **Sci Eng Ethics**, v. 18, n. 4, p. 633-650, Dec. 2012.

SQUIERS, L. et al. The health literacy skills framework. **J Health Commun.**, v. 17, suppl. 3, p. 30-54, 2012.

STEPHENS, K. K.; GOINS, E.; DAILEY, S. Organizations disseminating health messages: The roles of organizational identification and HITs. **Health Communication**, v. 29, p. 398-409, 2014.

STUMPF, I. R. Pesquisa bibliográfica. In: Duarte, J.; Barros, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. (cap. 3).

TEIXEIRA, C. R. S.; ZANETTI, M. L. O trabalho multiprofissional com grupo de diabéticos (Extraído da tese apresentada à Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Doutor em Enfermagem em dezembro de 2003). O trabalho multiprofissional com grupo de diabéticos. **Rev Bras Enferm**, v. 59, n. 6, p. 812-7, nov./dez. 2006.

TEIXEIRA, R. R. Modelos comunicacionais e práticas de saúde. **Interface**, Botucatu, v.1, n.1, ago. 1997.

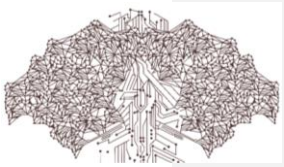
TONANI, M.; CARVALHO, E. C. Risco de câncer e comportamentos preventivos: a persuasão como estratégia de intervenção. **Rev Latino-am Enfermagem**, v. 16, n. 5, set./out. 2008.

TRUJILLO, V. **Pesquisa de mercado qualitativa & quantitativa**. São Paulo: Scortecci, 2001.

TURNER, J. W. et al. Can messages make a difference? The association between e-mail messages and health outcomes in diabetes patients: can messages make a difference?. **Human Communication Research**, v. 39, n. 2, p. 252–268, 2013.

TURNER-MCGRIEVY, G.; KALYANARAMAN, S.; CAMPBELL, M. K. Delivering health information via podcast or web: media effects on psychosocial and physiological responses. **Health Communication**, v. 28, n. 2, p. 101-109, 2013.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Choices, values and frames. American Psychologist, Washington, v. 39, n. 4, p. 341-350, 1984.



VAN ACHTERBERG, T. et al. How to promote healthy behaviors in patients? An overview of evidence for behavior change techniques. **Health Promotion International**, v. 26, n. 2, p. 148-162, 2011.

VIEIRA, N. As literacias e o uso responsável da internet. **Observatório (OBS*) Journal**, v. 5, p.193-209, 2008.

WALJI, M. et al. Persuasive email messages for patient communication. School of Health Information Sciences, The University of Texas Health Science Center at Houston, Houston, TX. **Annual Symposium Proceedings Archive** (AMIA), v. 2.005, n. 1.148, 2005.

WATSON, R. et al. Models of transitional care for young people with complex health needs: a scoping review. **Child: Care, Health and Development**, v. 37, p. 780–791, 2011.

WEISS, B. D. et al. Quick assessment of literacy in primary care: the newest vital sign. **Ann Fam Med**, v. 3, p. 514-22, 2005.

WILD S. et al. Global prevalence of diabetes: estimates for the year 2000 and projections for 2030. **Diabetes Care**, v. 27, p. 1047– 53, 2004.

WILLIAMS, M. V. et al. Relationship of functional health literacy to patient's knowledge of their chronic disease: a study of patients with hypertension and diabetes. **Archives of Internal Medicine**, v. 158, p. 166–172, 1998.

WILLIAMS, M. V. Recognizing and overcoming inadequate health literacy, a barrier to care. **Cleve Clin J Med.**, v. 69, p, 415-18, 2002.

World Health Organization (WHO). **Diabetes**: the cost of diabetes. Disponível em: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs236/en/>. Acesso em: 17 jan. 2015.

World Health Organization (WHO). From innovation to implementation: eHealth in the WHO European Region. 2016. Report of the analysis of the 2015 WHO global survey on eHealth data for the European Region.

World Health Organization (WHO). **Global status report on noncomunicable deseases 2014**. WHO. Geneva. Switzerland. 2014. (b)

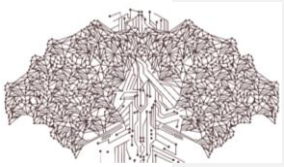
World Health Organization (WHO). **Health promotion glossary**. Geneva: Switzerland: Division of Health Promotion, Education and Communications (HPR) and Health Education and Health Promotion Unit (HEP), 1998.

World Health Organization (WHO). **Noncommunicable diseases country profiles 2014**. WHO. Geneva. Switzerland. 2014. (a)

World Health Organization (WHO). **Preventing chronic diseases**: a vital investment. Geneva: World Health Organization (WHO); 2005.

World Health Organization (WHO). **Prevention from blindness from diabets melitus**: report of a WHO consulation in Geneva.

World Health Organization (WHO). **Track 2**: health literacy and health behavior. 7th Global Conference on health promotion: track themes. Disponível em: <http://www.who.int/healthpromotion/conferences/7gchp/track2/en/>. Acesso em: 10 mar. 2015.



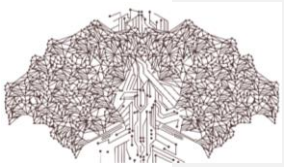
World Health Organization (WHO). **United Nations high-level meeting on noncommunicable disease prevention and control**: NCD summit to shape the international agenda. Geneva; 2011 [citado 2015 fev 12]. Disponível em: <http://www.who.int/nmh/events/un_ncd_summit2011/en/>. Acesso em: 15 jan. 2015.

XU, A.; CHOMUTARE, T.; IYENGAR, S. Persuasive attributes of medication adherence interventions for older adults: a systematic review. Review article. **Technology and health care**, v. 22, p. 189–198, 2014.

ZANETTI, M. L. **O cuidado com a pessoa diabética no Centro Educativo de Enfermagem para adultos e idosos** (tese livre docência). Ribeirão Preto (SP): Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 2002.

ZIKMUND, W. G.; BABIN, B. J. **Princípios da pesquisa de *marketing***. Tradução EZ2Translate. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



LITERACIAS DE MÍDIA E INFORMAÇÃO: CONCEITO E HISTÓRIA[1]

Beatrice Bonami[2]

Resumo
Este artigo promoveu um mapeamento do universo documental das Literacias de Mídia e Informação (MIL) no âmbito das Declarações Oficiais da UNESCO entre os anos de 1948 e 2016. Também traduzido para o português como Alfabetização Midiática e Informacional (AMI), as MIL contemplam o desenvolvimento de capacidades e habilidades de cidadãos com a mídia e a informação no ambiente do Século XXI, para que sejam protagonistas de suas próprias histórias e se empoderem ao longo desse processo. Para estudo desse campo se recorreu à Teoria do Ator-Rede como aporte teórico e outros conceitos concernentes como as literacias da informação, digitais e de mídia. Da perspectiva metodológica, a pesquisa tem cunho qualitativo e transdisciplinar e contribui para a compreensão das novas morfologias epistêmicas da sociedade do conhecimento. Como resultados, foram elaborados quadros sínteses e linhas do tempo para a apreensão visual da progressão do conceito de MIL, face à sua sedimentação terminológica e temática. Ainda, se torna possível entender os vários vieses abrangidos ao longo dessa jornada, tendência que a UNESCO tem chamado de "*transliteracy*".

Palavras-chaves: Literacias de Mídia e Informação (MIL), UNESCO, Transdisciplinariedade, Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), Contemporâneo Conectado.

Introdução

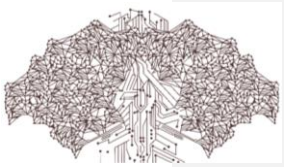
Os estudos contemporâneos em Comunicação se deparam com o fenômeno das "redes", sejam virtuais ou reais. Essas texturas, por vezes representadas como constelações, possibilitam a busca e a produção de conhecimento em sua morfologia reticular e caótica. Com o emergente advento das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), entender o comportamento em rede e o desenvolvimento de novas habilidades derivadas desse contexto assume certa predileção nas pesquisas da Comunicação e Educação.

Nesse ambiente se estabelecem os atores em rede, actantes produtores e consumidores em virtude do compartilhamento de informações ou da expressão de seu conhecimento. Para esses usuários, a Internet proporciona uma gama de oportunidades no que diz respeito à educação, ao desenvolvimento profissional e à aprendizagem ao longo da vida. Assim, o surgimento de um novo conjunto de habilidades, atitudes e comportamentos desperta a atenção de teóricos e educadores, na tentativa de assimilar essa onda que invadiu a esfera do ensino e da aprendizagem. Essas competências são as chamadas "Literacias de Mídia e Informação" (MIL) e este artigo se dedica à sua investigação e retrospectiva histórica.

Contudo, junto com a aparente maré de novas possibilidades, nascem também as preocupações e os problemas concernentes ao campo da Comunicação e Educação. Através da delimitação do que são as MIL, insurgem outros conceitos e a dicotomia terminológica parece se instaurar ao

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisadora é Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP). É mestre em Ciências da Comunicação pelo PPGCOM-ECA/USP e participa do Núcleo de Apoio à Cultura e Extensão Escola do Futuro da USP (NACE-EF/USP). E-mail: beatrice.br@usp.br



mesmo tempo que a expressão "Literacias de Mídia e Informação" ainda passa pela sua sedimentação conceitual. Torna-se, presumivelmente, importante o estudo do termo, tanto na averiguação de suas semelhanças e diferenças com outras expressões, quanto no entendimento sobre qual o conjunto de habilidades e competências que ele abarca e em que panorama ele assume a sua ação.

Este artigo apresenta como objeto um mapeamento de referências no tocante à emergência do desenvolvimento do radical de "literacias" associado à informação, ao digital e à mídia entre a 1948 e 2016. Tem, portanto, como objetivo geral oferecer um material que traga referências selecionadas que delimitem o desenvolvimento dessas expressões emergentes no período estipulado acima. Pretende proporcionar, também, a síntese gráfica desses achados, para uma compreensão visual do mapeamento.

A pesquisa acerca das Literacias de Mídia e Informação têm variadas dimensões, tal como sua aplicabilidade, sua regulamentação política ou seus índices de avaliação globais. Contudo, neste trabalho, se opta por estudar sua amplitude conceitual motivada pelas colocações da *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO), alegando que defender o direito de desenvolvimento dessas habilidades é assegurar o próprio direito humano à expressão e à educação. Por essa formulação, se direciona a pesquisa para, primeiramente, entender o que são os conceitos compostos que envolvem o radical "literacias". Posteriormente, observar como são veiculados, em que contextos e por quais autores (individuais ou corporativos).

O termo MIL tem estado em destaque pelo seu potencial de empoderamento do cidadão do Século XXI. Justifica-se seu estudo na tentativa de mapear como ocorreu a emersão desse conceito, com a finalidade de que ele seja interpretado e vinculado de maneira coerente no campo da Comunicação no Brasil. A UNESCO (2013) sumariza o processo da UNESCO em cunhar o conceito de MIL abordando a educação como forma de potencializar o cidadão, jovem ou adulto, a ser protagonista de seu próprio contexto e um sujeito ativo em sua comunidade ou sociedade.

De fato, as Nações Unidas trazem desde sua fundação, em 1945, sua missão e propósito para com a humanidade sob a máxima "desde que a guerra se inicia nas mentes dos homens, são nas mentes dos homens que a defesa e o fundamento da paz devem ser construídos" (2013, p. 44 – Tradução Nossa). Por mais que conflitos armados sejam presentes ainda hoje, as literacias de mídia e informação são um conflito mais suave ou como a própria organização coloca "uma batalha da mente" (2013, p. 44 – Tradução Nossa). Se a compreensão, os mal-entendidos ou a falta de entendimento dos provedores de mídia e informação, incluindo a Internet, começam na mente do ser humano, é ela que precisa ser empoderada.

No documento referenciado, é esclarecido que "*literate*" em sua covalência ao termo "alfabetização" ou "letramento" se refere à habilidade básica de escrever sobre uma superfície com uma caneta, pincel ou lápis para compreender a informação ali representada. Com o advento da prensa e a subsequente educação de massa e, bem recentemente, a Internet, o conceito "*literacy*" foi reelaborado e expandido, se distanciando de seus sentidos originais, se referindo a novas habilidades e competências.

> "As literacias nunca foram mais necessárias para o desenvolvimento; é a chave para a comunicação e para o aprendizado em todos os tipos de condições de acesso das sociedades do conhecimento" (2013, p. 44 – Tradução Nossa).

Agora, "*literacy*" inclui a compreensão crítica associada com características dos formatos particulares da mídia e da informação, bem como com o processo cognitivo, com o conhecimento e com atitudes e habilidades necessárias na sociedade do conhecimento do Século XXI. Em 2005, a UNESCO lançou uma nova acepção de "*literacy*":

> "Literacia é a habilidade de identificar, compreender, interpretar, criar, e computar, usando materiais impressos e escritos associados em variados contextos. Ela envolve um aprendizado contínuo em possibilitar que indivíduos alcancem seus objetivos, desenvolvam seus conhecimentos e potenciais para participar de uma comunidade e da sociedade" (UNESCO, 2013, p.45 – Tradução Nossa)

Algumas disparidades estão presentes na esfera do termo, que são frutos, também, da emergência do contemporâneo conectado em países com diferentes realidades econômicas, políticas e culturais. A UNESCO reconhece que não sabe o impacto que as tecnologias emergentes e sua potencial convergência pode ter em cada indivíduo no futuro, bem como sobre a comunicação e a construção das sociedades do conhecimento.

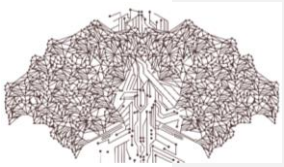
Da Complexidade, da Informação e do Hibridismo ao Vértice da Educação

O ato conectivo é uma alteração do estado originário da natureza. Suplanta sua associação categórica à "ação" diretiva e linear no processo comunicativo, a qual tinha como pressuposto o trânsito entre sujeito e mensagem. Se conectar em rede se torna uma condição habitativa em um universo nem material, nem informativo, mas simbólico, trazendo consigo processos de hibridação e construção coletiva do conhecimento. Conhecer uma rede é fazer parte dela e se agregar ao seu invólucro de controvérsias. Porém, como descrever a interação e a complexidade que aparentam se instaurar nesse ambiente? As palavras são suficientes para narrar os eventos vertiginosos que se sucedem segundo a segundo? Ou necessita-se de outro léxico que revogue categorias obturadas para libertar os sentidos tradicionais de suas convenções?

Essas questões, que mais aparentam um imperativo ético e abstrato, têm sua responsividade em contextos que demandam atenção, como no campo do Ensino e sua relação com as ecologias digitais de interação. Porém, não é prudente nomear de forma estática um parâmetro contemporâneo: são novas materialidades em busca de uma linguagem que narram o ser como uma dimensão temporal, poética e não definitiva.

Muitas vezes, pelas limitações da polifonia e dialogia, tende-se a optar pelo indizível, ou por conceder à palavra seu direito de descanso, pois o problema linguístico se instaura como a base de vários pesquisadores (como serão descritos a seguir). Isso acontece, pois a tradição sociológica de narrativa sagra pelo rigor da definição de seus termos. Porém esse enrijecimento pode esconder o limite do pensamento e omitir a dimensão poética. Portanto, opta-se por dissolver a epistemologia categórica, dizendo cada entidade em sua relação com a outra, cada expressão segundo sua ambiência ecossistêmica.

Uma das possíveis respostas à essa questão que se instaura na identidade de campos como o da Comunicação, é o empréstimo metafórico de conceitos de outras áreas do saber (como das Ciências Biológicas e da Física). Essas relações consignadas aparentam auxiliar as narrativas de fenômenos que o homem tem, tradicionalmente, dificuldade em descrever. Como no caso da palavra "ecologia" (que originalmente pode ser definida como estudo das relações entre seres



vivos) que se coloca como uma teoria habitativa sem externalidade que revoga a centralidade do pensamento humanista, delimitando a ideia de território, espaço e habitar.

A partir desse ponto, surge uma complexidade que não é mais sistêmica e, talvez, nem possa ser entendida em sua totalidade. Nessa dimensão da conectividade, a ideia de sociedade e social se afasta de sua definição tradicional ainda baseada no positivismo, o que leva à refutação das categorias que relataram o social até hoje. Esse capítulo oferece uma discussão entre os conceitos de Complexidade, Teoria Ator-Rede, Rede e Hibridação na tentativa de repensar as estruturas que erguem a interface entre Educação e Comunicação. Ao final, tenta propor visualmente uma diagramação da fluidez e complementariedade desses pensamentos para congregar uma ideia não só abstrata, mas estética do que pode ser interpretado como o desenvolvimento de potência e habilidades na Era da Informação no campo da Comunicação.

O social e a complexidade das novas arquiteturas de interação

A ideia de sociedade criada pelo ocidente aparenta limitar o entendimento sobre o habitar na contemporaneidade. Latour (1994) fala sobre a categorização do conhecimento, um movimento em direção à simplificação[3] do saber, dividindo o polo humano do polo natural.

Na tradição sociológica e filosófica ocidental a concepção sobre o "social" versou o conjunto de relações entre homens, perspectiva a qual contribui para uma percepção instrumental às entidades que não são humanas. Com o avanço cronológico da modernidade e pós-modernidade, esse viés antropocêntrico de interpretação foi colocado em cheque, congregando ao caráter social a ação de outros actantes. Nesse contexto, a própria prática e pensamento sobre a comunicação se altera, já que partia do princípio e dos mecanismos transmissores de mensagens de humano para humano e passa a agregar outros focos de rede que fogem ao olhar humanista.

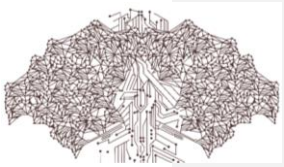
A crise da concepção linear em seu âmbito geométrico abre o espaço para se discutir a configuração reticular do processo comunicativo. Passando pela superação da linearidade da geometria, os campos do saber problematizaram uma forma analítica mais complexa para descrição de fenômenos (a começar pelos experimentos termodinâmicos) no começo do Século XX em campos da Física, Química, Matemática e, posteriormente, da Filosofia, Sociologia e dos estudos de cultura de massa. Os autores analisam modelos estipulados na geometria euclidiana e na geometria elíptica e (após abordarem as Ciências Biológicas) trazem os modelos comunicativos de Lasswell, de Katz e Lazarsfeld, de Shanon e Weaver, de Jakobson, de Eco e Fabbri e o modelo de rede de Baran.

Essa discussão concentra-se sobre uma crítica ao próprio pensamento cartesiano do direcionamento comunicativo e da ação humana, por assim dizer. Parece que a ecologia das mídias não é mais suficiente para descrever a complexidade do agir comunicativo[4], sugerindo que se aborde uma ecologia da comunicação nem *humanocêntrica* nem *mídiacêntrica*. Seus caminhos e rastros percorrem superfícies de diversas naturezas que ao se conectarem alteram sua "condição habitativa".

A condição habitativa, segundo Felice (2009) a descreve, transcende os limites físicos do urbano, colocando em discussão o que se concebe como o espaço de habitação e ação. Em confluência

[3]Na acepção de Morin (2015).

[4] Baseado na concepção de Jurgen Habermas sobre a materialidade do agir comunicativo.



com a crise antropocêntrica do social, a ambiência do ponto de vista ecológico e ecossistêmico tenta evitar a redução do social a um tópico físico e simplista que pode escamotear as experiências sobre a Terra, encarando-a como um organismo vivo (Gaia). A concepção da mídia aparenta acompanhar essa quebra de barreiras entre o interno e o externo, sendo pensada, também, não mais como um instrumento e sim como uma extensão perceptiva.

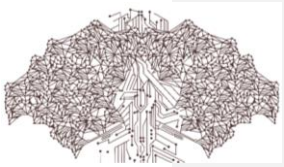
O que está em discussão é um entendimento sobre o humano e as relações sociais que não são apenas sociais, ou a comunicação que não é mais somente midiática, já que os processos comunicativos e o próprio meio ambiente aparentam ser mais complexos que a dimensão instrumental dos meios e não são satisfatoriamente descritos pela materialidade construída no seio da tradição sociológica ocidental. De fato, a emergência das redes conectivas subverte o uso de termos e condições que não se adequam na explicação da complexidade reticular. Segundo Di Felice (2009, 2012) apoiado em Serres (1995) e Heidegger (1959), é preciso pensar em novas arquiteturas de interação e um tipo de comunicação que consiga prever a dimensão informacional da matéria.

Com isso, pensar a interação e a ação (como imperativo abstrato e ético) significa suplantar a perspectiva antropocêntrica que separa os campos de ação e vivência à compreensão interna (o *antropos*) e à externa (o natural). A complexidade de habitação se apresenta como uma ecologia, sendo complexidade aqui como Morin (2015) a descreve, sobre uma palavra que exprime a incapacidade de definir o simples e é oposta à totalidade. O pensamento complexo pode ser dito como multidimensional, tendo como base um tecido de associações heterogêneas que constituem o mundo fenomênico. Trata da reintegração (ou *reagregação* como dito por Latour) entre a consciência antropocêntrica e ecossistêmica, assumindo a dicotomia entre equilíbrio e desequilíbrio como fonte de energia para direcionar a ação que é, segundo Morin (2015), a lógica das coisas vivas. É, em suma, um ambiente que se formula como um sistema auto-eco-organizado, o qual aparenta denotar a organicidade e complexidade de actantes (*autopoiesis*).

Segundo Morin (2015), "sistema" é uma unidade composta por diversas partes integradas, ligada à fronteira e à delimitação, formando o todo (superior à soma de suas partes). O autor se refere a um método complexo para um pensamento não mais sistêmico, alegando ser um saber fragmentado e unidirecional. Repassando pelos seus três princípios (dialógico, recursão e organização e hologramático), é possível pensar a rede como uma nova ecologia que aparenta propor um outro tipo de complexidade não mais sistêmica. A rede, como uma *info* estrutura, dá à matéria uma arquitetura informativa, não abandonando sua dimensão material.

Edgar Morin não se contenta em criticar uma morfologia sistêmica de pensamento e por isso propõe em seu lugar o "pensamento complexo", construído através de seus cinco volumes de "O Método" (1977) versando sobre o exercício de uma lógica associativa de observação contextual, tirando o termo "complexidade" de sua planificação denotativa com os termos "completude" e "complificação" e posicionando em seu cerne a gestão de "ordem e desordem" como o próprio movimento do organismo vivo. O pensamento complexo (uma espécie de lógica associativa que carrega em seu ventre um ímpeto de gestão do desequilíbrio) pode ser interpretado como uma base fértil para o pensamento sobre o "sujeito" no âmbito social e sobre a realização da "ação" nas redes de interações, assunto vastamente discutido no âmbito do teórico Bruno Latour.

A Teoria Ator-Rede



A clara relação entre antropologia e biologia trazida por Latour (1994) e Morin (2015) ambos inspirados por Serres (1994), move o pensamento da rede como estruturas auto-eco-organizadas, ou em outra palavra, vivas.

> "Michel Serres (1993) desenvolveu em sua filosofia da ciência o conceito de "filosofia mestiça" que propõe como uma visão ontológica do conceito de rede. Segundo tal concepção, a rede se apresenta como um campo heterogêneo e tensões, sendo produzida por uma infinidade de pontos interligados nos quais nenhum ponto é privilegiado perante os demais, elemento este que permite a possibilidade de uma rede desenvolver-se através de múltiplos aspectos. Bruno Latour desenvolveu um conceito de rede baseado no conceito de rizoma, interpretando as formas da conexão, da heterogeneidade, da multiplicidade, da ruptura e da categoria como características das novas formas de sociabilidades digitais. (DI FELICE, TORRES, YANAZE, 2012, p. 152)

A própria maneira de interpretação da biosfera como um organismo vivo (hipótese de Gaia de James E. Lovelock) coloca em cheque a centralidade da ação humana e o que se entende como social e, também, a interpretação das dimensões de habitação que o digital atribui pela conectividade.

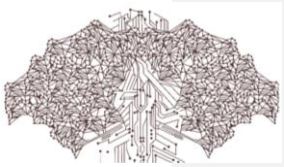
Latour lançou na década de 1980 (em associação com outros pesquisadores como Michel Callon e John Law) a Teoria Ator-Rede[5]. Ao contrário do que o nome (Ator-Rede) possa sugerir, não é uma teoria sobre a conectividade contemporânea ou sobre a ação em redes por atores conectados por interfaces maquinarias. É um estudo que parte da argumentação de que as pessoas (incluindo estudiosos, teóricos e professores) referem-se ao social como se fosse um simples adjetivo de gênero como "de madeira", "de aço" ou "linguístico".

Comumente, o social é definido através do próprio radical. Sociologia significa (do grego/latim) "ciência do social", mas há uma relação oximorosa entre o "social" e a "ciência". A construção semântica de ambos os conceitos percorreu direções opostas ao ponto que, em certo momento da história, tornou-se difícil que eles se encontrassem, por mais que estivessem mergulhados no ecossistema humano (tal como discutido por Morin, 2015 e Latour, 1994). Latour (2000) propõe que, talvez, com os novos avanços da tecnologia e sua penetrabilidade na vida cotidiana, esses campos pudessem se juntar novamente. E nisso, sua previsão foi assertiva.

> "Eu tenho usado o termo 'ciência social' ao invés de 'sociologia'. Isso não saiu de um *hubris* (determinismo), mas simplesmente por cada ciência social ter sua contrapartida na ciência natural, exceto na sociologia. Mais especificamente, até o advento dos Estudos em Ciência e Tecnologia (STS), cada ciência social foi confrontada com seus próprios limites disciplinares pela questão do que uma 'coisa' é. Só a sociologia pareceu escapar desse destino. Há uma geografia física e humana e uma antropologia física e social (ou cultural) " (LATOUR, 2000, p. 120 – Tradução Nossa)

A Teoria Social é a Teoria Ator-Rede e com a ANT, as Ciências Sociais têm um novo conjunto de objetos a serem estudados. Latour (1994, 2000) propôs a inclusão de ações não humanas na ciência colocando os actantes como protagonistas de discursos no domínio social. Há autores que

[5] Aqui, a referência à Teoria se exprime pelo acrônimo em inglês ANT e não TAR (possibilidade de tradução para o português), já que a sigla remete à palavra do inglês "*ant*" (formiga).



desaprovam a hipótese de Latour, julgando improvável que cientistas, em especial os naturais, abandonem as distinções entre humanos e não-humanos.

Com a progressão de suas pesquisas, Latour (2001, 2012) considera a natureza das entidades (humanas ou não-humanas) cada vez mais irrelevante na ANT. O conceito de hibridismo assume sua potência quando considera o ponto de ignição da ação o fenômeno mais importante e não a natureza do agente. É uma atenção direcionada ao curso da ação e sua conexão com as ações de outros actantes. A noção de actante na ANT abrange qualquer tipo de entidade que apareça na rede para mediar ou intermediar uma ação, concepção que se torna relevante, ao se tratar da Era da Informação, na qual interfaces e computadores são cada vez mais autônomos em suas funções.

A palavra "Rede" é uma maneira informal de associar esses agentes, agindo como um fluxo de translações rastreável, agregado e ativo (o que não age, nela não existe; se age, existem rastros, recorrências, confluências, agregações). Ela não é feita de fios ou fibras: ela é o traço deixado por um ator em movimento. A partir de Latour (2012), é possível supor que o Social é a agregação de coletivos que deixa o desenho da ação de actantes – mediadores e intermediários – dentro de um grupo em um fluxo contínuo não linear. A Teoria Ator-Rede é, em linhas gerais, uma equalização entre humanos e não-humanos, sem se apegar às essências desses dois tipos de entidades, mas considerando suas agregações.

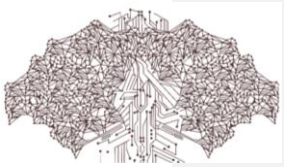
Latour (2012) versa sobre a ciência não ser o estudo de um objeto, mas sim um estudo da ação de cientistas, já que ela se situa na prática e não em sua teoria. Actantes são como marionetes presas. Sua condição não é o elemento ao que o pesquisador precisa se apegar. A observação de suas ações depende diretamente da capacidade do pesquisador em deixa-las agir e para isso é preciso emancipá-las (ou soltar seus cordões).

> "As marionetes só são livres na medida em que o titereio é um bom titereio. Ou seja, não é o número de conexões que precisamos reduzir para alcançar o âmago do eu e a emancipação das nossas ações. Ao contrário, é multiplicando as conexões com o exterior que conseguimos perceber como o interior está sendo mobiliado" (LATOUR, 2012, p. 310)

Lemos (2013) define como pós-ANT a "*Enquête sur les Modes d'Existence*" (Enquete sobre os Modos de Existência), uma pesquisa de Latour (2013) com pesquisadores de várias partes do mundo por meio das tecnologias de informação e comunicação. Nessa obra de 2013, Latour alega que é preciso entender quais são os seres apropriados para as diferentes áreas do saber, enquanto que em sua referência de 2012 versa sobre a importância do curso da ação e seu desenvolvimento, tornando o actante uma mera entidade mediadora ou intermediária desse caminho. Também assume que, ao contrário do proposto em 2012, a ANT não é uma metodologia e sim um dos modos de existência, de se saber a verdade sobre os mundos.

> "A sua filosofia pragmática quer compreender o mundo em sua organização a partir dos modos de existir. Dessa forma, o direito, a religião, a técnica, a estética...são modos de existência que se sobrepõem e que exigem formas de abordagem e de alcance para atingir o que Latour chama no livro de 'condições de felicidade'" (LEMOS, 2013, p. 96)

Latour (2013) chama de modos de existência o fio condutor da existência atento aos vários regimes da verdade, baseado no título do livro de Ètienne Souriau (2009) "*Modes d'Existence*". Modos, segundo Lemos (2013), são formas de existência particular, a maneira como algo se relaciona com o mundo ou as formas de interação de uma entidade. Nas palavras de Latour (2013),



Souriau argumenta que não há várias maneiras de falar sobre um mundo, mas várias maneiras dos mundos (atenção ao plural) de serem abordados. O uso desses modos de existência, permite oferecer aos modernos uma descrição mais realista que a provida pela razão ocidental ou aquela autorizada pela crítica à essa mesma razão.

A hipótese de Latour (2013) é que cada um dos modos de existência torna possível respeitar ontologias específicas. Cada modo requer o encontro de seres distintos, que devem ser abordados em suas próprias linguagens. A pergunta clássica "qual é a essência da tecnologia, ciência, religião e assim por diante?" se torna "quais são os seres apropriados para a tecnologia, ciência, religião e como os Modernos tentaram abordá-los?". O que Latour procura saber é "como a reprodução desses modos pode ser justificada quando a civilização alega que se concebeu sobre uma base de duas categorias, objeto e sujeito?". Sua ideia de hibridismo pode estar certa, porém foi concebida em um espectro social que se construiu sobre a distinção dessas entidades.

Latour (2013) discorre especificamente sobre a falha do instrumento da rede. A rede, segundo o autor, é importante mas deixa a desejar, pois destrincha as associações, mas não considera a variedade de conexões e por isso não é mais o único modo para descrever as associações (e, por esse motivo, há outros modos de se compreender o mundo além da ANT).

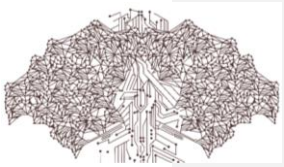
A ANT não trata da rede como artefato digital, esboçando o Social como um conjunto de agregações observadas pelo pesquisador e propõe que a separação ontológica entre sujeito observador e objeto observado seja cada vez menos relevante na pesquisa científica. Tal como afirma Di Felice (*apud* Lemos, 2013) "pensar a forma rede significa assumir uma importante transformação epistêmica que marca a passagem de uma lógica de complexidade estrutural-sistêmica para uma lógica reticular, hologramática e conectiva" (2013, p. 14).

Latour reconstrói um mapa de atores que vão além dos atores humanos, tendo a ação como uma incerteza. O contexto de complexidade leva o ator a agir, ou seja, cria uma ecologia de rastros e texturas tecidas pelas fibras de actantes em movimento. Segundo sua sugestão, Latour (1994) difunde sua preferência por observar as interações no momento em que acontecem para tentar então defini-las, enfatizando a incerteza sobre o que é de fato a ação e o que é o social. Para Latour (2001), empregar a palavra ator é nunca ter certeza sobre quem realiza a ação ou o quê em uma ecologia que possibilita a execução da ação.

Latour (2012) passa a considerar que no lugar da palavra "social" possa-se usar "coletivos" de actantes e entidades que constantemente se agregam e se desagregam, segundo as dimensões da controvérsia de seus integrantes. Contudo, existem outras maneiras de agregação como a afetividade ou o consenso (e não somente a controvérsia como ele defenderia). Dessa forma, cabe a questão se as redes digitais e agregativas (conforme Latour as concebe) podem ser consideradas equivalentes. Pois trata-se de pensar e expressar as qualidades não sociais que acontecem no âmbito das ecologias conectivas e tentar descrever de forma digital, reticular e ecológica as interações.

Latour (2004) em seu projeto Paris Cidade Invisível[6], sugere que a digitalização inova no sentido de permitir visualizações que antes não eram disponíveis, já que as redes têm dimensões materiais física e informacional (virtual). Contudo, Latour (2004) não se alonga sobre o debate da digitalização e ele mesmo admite isso. Porém, no Século XXI, parece possível assumir que as

[6] Mais informações no endereço: http://www.bruno-latour.fr/virtual/EN/index.html



agregações de coletivos tenham capacidade de pensar o digital mais que sua visualização, mas como um modo de agir qualitativamente diferente do visto anteriormente.

O hibridismo e a rede

Há uma reciprocidade na comunicação e uma simbiose de signos e linguagens que permitem ao homem e ao não-humano que se comuniquem e estabeleçam agregações, formando uma rede de interações. É estruturada uma consciência conectiva que dilui a categorização do conhecimento, em que a transdisciplinariedade subverte as barreiras dos campos epistemológicos para integrar entidades sem julgamento de sua essência prévia. É considerar que o próprio humano é formado por organismos não-humanos (como as bactérias) em uma lógica hologramática, a qual é importada ao debate epistêmico da morfologia auto-eco-organizada dos organismos vivos.

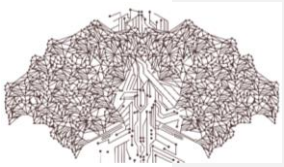
Se trata da suplantação das divisões do polo social e natural e da ênfase no trabalho híbrido de proliferação e tradução resultantes do pensamento moderno. Alguns teóricos expandiram o estudo sobre suavização das fronteiras erguidas pela tradição ocidental moderna e pensaram a maneira como o próprio ser humano antropocêntrico pode ser reconsiderado em uma perspectiva descentralizada, diluída em uma ecologia na qual ele faz tanto parte tal como os outros integrantes do ecossistema.

Santaella (2008) discute o termo "hibridismo", argumentando sua progressão para caracterizar as sociedades contemporâneas, especialmente as latino-americanas. Depois da rede mundial, o uso do termo expandiu para referir-se à convergência das mídias no mundo digital: é a mistura de linguagens na hipermídia (a junção do hipertexto com a multimídia que define a linguagem das redes). Recentemente, o sentido da expressão hibridação ampliou-se para se referir à interconexão dos espaços físicos de circulação com os espaços virtuais de informação a que os usuários se conectam.

O híbrido, hibridismo, hibridação e hibridização são radicais que: caracterizam as facetas da sociedade contemporânea; dizem respeito a formações sociais, misturas culturais, convergência das mídias e combinação eclética de linguagens e signos. Em uma importação metafórica das Ciências Biológicas (já que hibridação se refere à produção de plantas e animais modificados geneticamente), o híbrido denota sentidos de miscigenação seja de espécies, tecnologias ou vocábulos.

A partir do romance Neuromancer de William Gibson de 1984, o próprio ciberespaço e a cibercultura vieram a adquirir uma natureza híbrida na constituição de espaços que Santaella (2008) denomina intersticiais: cujas bordas entre espaços físicos e digitais compõem conectividades que diluem distinções e padrões tradicionais.

> Os espaços intersticiais referem-se às bordas entre espaços físicos e digitais, compondo espaços conectados, nos quais se rompe a distinção tradicional entre espaços físicos, de um lado, e digitais, de outro. Assim, um espaço intersticial ou híbrido ocorre quando não mais se precisa "sair" do espaço físico para entrar em contato com ambientes digitais. Sendo assim, as bordas entre os espaços digitais e físicos tornam-se difusas e não mais completamente distinguíveis. Os espaços híbridos combinam o físico e o digital num ambiente social criado pela mobilidade dos usuários conectados via aparelhos móveis de comunicação. A emergência de tecnologias portáteis contribuiu para a possibilidade de se estar constantemente conectado a espaços digitais e de,



> literalmente, se 'carregar' a internet onde quer que ser vá. (SANTAELLA, 2008, p. 21)

As nuances entre o hibridismo e a dissolução das barreiras físicas e virtuais, aparentam estruturar a mente pós-moderna em uma arquitetura híbrida, de forma que ela não mais seja encarada como centro, mas sim parte agregativa de uma ecologia de contexto em constante simbiose com seus actantes disposto sistemicamente como um organismo auto-eco-organizado.

> Para caracterizar a trama hiper complexa do imenso e fervilhante caldeirão de identidades, estilos, gêneros, técnicas, práticas, tecnologias, mídias e misturas constitutiva dos hibridismos das culturas contemporâneas, nos meus trabalhos mais recentes, tenho desenvolvido a ideia de uma ecologia pluralista das linguagens, das práticas e das culturas. Como se sabe, ecologia é o estudo da distribuição dos organismos vivos e como essa distribuição é afetada pelas interações entre os organismos e o meio ambiente. O ambiente de um organismo inclui tanto as propriedades físicas como clima, geologia etc., quanto também os outros organismos que compartilham o mesmo habitat. (SANTAELLA, 2008, p. 22)

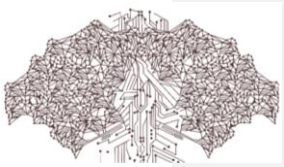
Em analogia, uma ecologia pluralista cultural condiz com a dissolução de padrões tradicionais civilizatórios da modernidade, que eram aplicados às práticas de linguagem e comunicação. A ecologia pluralista (em confluência com a ideia de "condição habitativa" de Felice, 2009) traça as redes de culturas lógicas operacionais. Subverte a relação dialógica entre sujeito/objeto, sociedade/natureza para uma estrutura de rede, perdendo o sentido linear de ação e interação. As significações provindas da ecologia pluralista se erguem em uma órbita reticular, agregando e desagregando actantes conforme as movimentações de suas fibras.

A palavra "híbrido" carrega em seu seio sentidos dissonantes (o que Santaella, 2008 dissertou sobre ser um termo "emprestado" das Ciências Biológicas) e se discute sobre a vantagem de se usar um termo carregado de equivocidade. Porém, o que parece ser interessante no estudo do hibridismo não é o objeto híbrido (como resultado), mas a trajetória dessas práticas discretas em diluírem suas bordas identitárias e se tornarem entidades intersticiais (como proporia Santaella): em outras palavras, o interesse no estudo da hibridação é o processo.

A hibridação ocorre por agregações que geram controvérsias, já que parte de um movimento de tradução de entidades (o que acarreta na proliferação de híbridos, como estipula Latour, 1994). A dimensão agregativa e associativa é uma alteração do estatuto da natureza, um ponto de inflexão não só da percepção, mas da arquitetura comunicativa do habitar.

Inspirado pelos estudos sobre a crise do pensamento ocidental como colocado por Morin (2015), Latour (1994) e Serres (1994), Di Felice (2012) considera uma nova morfologia do habitar, um ambiente inseguro e inconstante em que sujeitos coabitam a informação. A estrutura dinâmica desse espaço leva muitas das entidades a resistirem à digitalização, apegando-se à segurança da obsolescência das fontes de conhecimento.

Di Felice (2017) se apoia na dissolução dos padrões ontológicos ocidentais que distinguem a técnica do conhecimento (como proporia Aristóteles na complementariedade entre *episteme* e t*eknee*) e se alicerça em Heidegger (1959) sobre um homem que não está preparado para um mundo dominado pela técnica, colocando a ciência como uma forma de produção para além do homem. Heidegger (1959) propõe que a essência da técnica não está na técnica e sim no homem, uma vez que ela não é um instrumento, mas um desvelamento (a verdade). Ao mesmo tempo o



homem também não controla a técnica, por mais que clame fazê-lo (Heidegger exemplifica isso com o evento da Bomba Atômica lançada na Segunda Guerra Mundial). A técnica não vem da ciência; a ciência decorre da técnica e juntas intensificam-se. O homem, com sua sapiência desde muito, cria tecnologias para melhorar a condição de sobrevivência da espécie. Essas invenções nem sempre têm origem na ciência, vêm na maioria das vezes da intervenção (de uma ação consciente) do homem para suprir uma demanda.

Mapeamento do Universo Documental

O mapeamento consiste no levantamento de referências concernentes à conceituação de Literacias de Mídia e Informação desde 1982 até 2014. Este rastreamento consiste na localização e descrição de documentos que foram referenciados nas próprias Declarações da UNESCO. O ponto de partida foi a Declaração sobre as Literacias de Mídia e Informação na Era Digital, proclamada em Paris, na França, em 2014, que traz como referências as listadas na imagem abaixo.

Através das primeiras citações se estabeleceu o percurso percorrido pela pesquisadora, a partir do qual foi possível alcançar os 40 documentos encontrados primordialmente na base de dados da UNESCO[7], mas também nos bancos da IFLA[8], da NORDICOM[9] e do CGI.Br[10]. Desse número total, 30 dos documentos originais estão na língua inglesa, 5 estão na língua espanhola e 5 estão na língua portuguesa.

Quanto ao perímetro cronológico - 34 anos, entre 1982 e 2016 - foi escolhido pelo fato de referências situarem o início dessa jornada com a Declaração de Grünwald sobre Mídia Educação, cuja ocorrência foi em 1982. Contudo, relatórios e declarações lidos apontam a influência e a relevância do artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH) proclamada em 1948. Portanto, este trabalho retrocedeu 34 anos antes de Grünwald com a finalidade de incorporar a DUDH[11] da década de 1940. Durante esse período, também foi proclamado outro conjunto de recomendações anterior à década de 1980, a Recomendação de 1974 sobre a Educação para a Compreensão, Cooperação e Paz Internacionais e a Educação Relativa aos Direitos Humanos e Liberdades Fundamentais, exaustivamente citada tal como a DUDH. Ambos os documentos referenciados acima não fazem parte do perímetro cronológico principal deste trabalho, por abarcarem a área de direitos humanos e educação como um todo, sem foco específico sobre os processos comunicativos e informacionais. Contudo, constituem-se materiais bases às futuras delegações da UNESCO e por isso a necessidade de apresenta-los.

Segundo o levantamento documental no âmbito das Nações Unidas realizado por Bonami (2016), o desenvolvimento da ideia de uma educação que contemplasse os direitos humanos e se colocasse no compromisso de trabalhar a mídia e a informação em ambientes pedagógicos teve início com a Declaração Universal de Direitos Humanos em 1948 e contou com declarações pontuais que abordassem os temas: educação, informação, direitos humanos, digital, mídia e

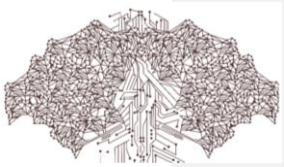
[7] Endereço: http://www.unesco.org/ulis/en/faq.html
[8] International Federation of Library Associations and Institutions. (Para saber mais: http://www.ifla.org/)
[9] Nordic Information Centre for Media and Communication Research. (Para saber mais: http://www.nordicom.gu.se/en)
[10] Comitê Gestor da Internet no Brasil. (Para saber mais: http://www.cgi.br/)
[11] Acrônimo incorporado pela ONU. Mais informações: http://www.dudh.org.br/

mídia-informação (tabela a seguir). Na figura abaixo, a cosmologia dos temas trabalhados no mapeamento.

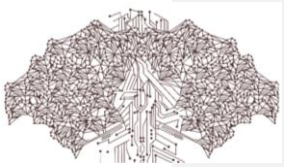


Abaixo, uma tabela síntese sobre as principais contribuições de Declarações da UNESCO para e como suas proclamações foram cruciais para consolidar o conceito de MIL tal como se articula hoje.

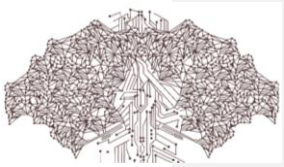
Ano	Título	Aspectos de Destaque
1948	Declaração Universal dos Direitos Humanos	• Artigo 1º, 18, 19 e 26
1974	Recomendação sobre Educação para Compreensão, Cooperação e Paz Internacionais e Educação sobre os Direitos Humanos e Liberdades Fundamentais	• Promove a educação em direitos humanos • Dimensão global da educação • Aprendizagem x informação x comunicação = um todo indivisível • Compreensão crítica dos fatores históricos e contemporâneos
1982	Declaração de Grünwald sobre Mídia Educação	• Ao invés de refutar o poder indubitável da mídia, aceitar seu impacto e sua penetrabilidade • Promove o fomento de programas de mídia e educação e de formação de professores nesse âmbito • Promove o estudo da influência cultural dos recursos de mídia
1989	Relatório da 25ª Sessão da Conferência Geral da UNESCO	• Planeja a erradicação do analfabetismo, a diminuição da desigualdade social e a cessão de guerras correntes • Promove a dimensão humana e cultural da educação • Assegura o livre fluxo da informação • Demanda infraestrutura para tecnologia
1990	Declaração de Jomtiën sobre a Satisfação das Necessidades Básicas de Aprendizagem	• Promove a paridade de gêneros na educação • Demanda a erradicação do analfabetismo como a principal meta para a década de 1990 • Promove a educação para todos os gêneros e faixas etárias



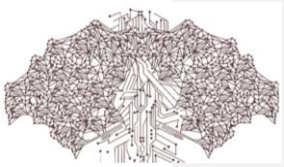
	Colóquio de Toulouse sobre Novas Direções em Mídia Educação	• Expressa a preocupação com o desenvolvimento das tecnologias digitais na educação, bem como com a emergência da sociedade do conhecimento • Cita a expressão "literacias de mídia" e defende seu uso • Define 4 elementos para o desenvolvimento das literacias de mídia em qualquer país
	Conferência de Genebra sobre Educação para Todos: políticas e estratégias renovadas para a década de 1990	• Defende a educação como promoção social e meio político de expressão • Elabora a Recomendação 77 com medidas concretas para erradicação do analfabetismo até o ano 2000 • Defende a paridade de gênero e a atenção especial à situação do acesso à educação por mulheres e meninas • Determina que o financiamento da educação é de responsabilidade do Estado Membro, exceto em casos extremos, quando se poderá recorrer à ONU
1991	Declaração de Windhoek sobre a Promoção de Imprensa Independente e Pluralista dos Países Africanos	• Promove a liberdade de expressão da população dos países africanos • Promove a liberdade de imprensa nos países africanos • Determina a liberação do cárcere dos profissionais de mídia em países africanos
	Conferência de Paris sobre o Progresso Alcançado na Implementação da Recomendação de 1974	• Traz os resultados e desafio encontrados na implementação da Recomendação de 1974 • Promove a educação internacional • Versa sobre o protagonismo das ONGs na promoção da educação para os direitos humanos
1994	Declaração do Projeto 2000+ sobre Educação em Ciência e Tecnologia para Todos	• Lança a expressão "literacias científicas e tecnológicas" (STL), a define e determina como pode ser aplicada • Alerta para que sua aplicação seja baseada na realidade nacional e local (contextualização)
1996	Declaração de Sanaa sobre a Promoção Independente e Pluralista da Mídia Árabe	• Defende a liberdade de expressão, o pluralismo e a independência da mídia nos países árabes • Condena a opressão midiática como violação dos direitos humanos • Alerta sobre a disparidade de gênero na produção do conhecimento
1996	Declaração de Sanaa sobre a Promoção Independente e Pluralista da Mídia Árabe	• Defende a liberdade de expressão, o pluralismo e a independência da mídia nos países árabes • Condena a opressão midiática como violação dos direitos humanos • Alerta sobre a disparidade de gênero na produção do conhecimento
1999	Recomendação de Viena sobre a Educação para a Mídia e para a Era Digital	• Define o que se entende sobre mídia educação • Defende a mídia educação como direito de livre expressão e direito ao livre fluxo da informação



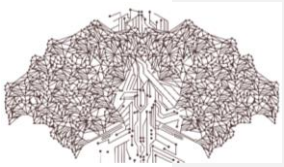
		• Mídia educação como agente catalisador das literacias digitais • Estabelece recomendações à UNESCO • Versa sobre a necessidade de uma Clearinghouse
2000	Declaração do Milênio	• Identifica a existência de um fosso digital • Tem como principal objetivo a promoção da paz, do desarmamento e da segurança • Proclama os objetivos para o novo milênio • Defende uma economia global calcada no conhecimento • Promove as TIC para o combate à pobreza e ao analfabetismo • Promove o empoderamento de mulheres e meninas
2002	Recomendação de Sevilha	• Determina 5 áreas de desenvolvimento de políticas em mídia educação • Defende uma operacional da mídia educação
2003	Declaração de Praga "Em Direção a uma Sociedade com Literacias da Informação"	• Cita e define a expressão "literacias da informação" como um conceito flexível e relacionado às literacias de mídia e às literacias digitais • Defende que cidadãos informatizados são pilares democráticos
2003	Primeira Fase da Cúpula Mundial da Sociedade da Informação (WSIS) – Declaração de Princípios de Genebra	• Lança a Agenda de Solidariedade Digital • Defende a transformação do fosso digital em oportunidade digital
2003	Fórum Internacional da América Latina e Caribe (LAC) na Sociedade da Informação	• Força tarefa das Nações Unidas para implantação das TIC • Desenvolvimento da Sociedade da Informação na LAC
2004	WSIS em Marrakesh	• Define a convergência das tecnologias e analógicas como centro da construção da Sociedade da Informação
2005	Declaração de Alexandria sobre Literacias da Informação e Aprendizado Permanente	• Define a convergência da informação como os faróis da sociedade da informação
	Segunda fase da WSIS – Compromisso de Túnis	• Promove a cooperação técnica e capacitação tecnológica em prol do desenvolvimento humano • Promove programas de capacitação em TIC para a população • Demanda o investimento em infraestrutura • Lança o Índice de Oportunidade Digital
	Relatório Mundial da UNESCO sobre as Sociedades do Conhecimento	• Versa sobre a Sociedade do Conhecimento na Era da Informação
2006	Declaração de Toledo sobre as Literacias da Informação	• Discute sobre as Bibliotecas como propositoras e formadoras das literacias da informação



2007	Agenda de Paris sobre Mídia Educação	• Estabelece 12 recomendações sobre mídia educação segundo as definições de Declaração de Grünwald (1982)
2008	Currículo de Formação de Professores em Literacias de Mídia e Informação (MIL)	• Cita e define a expressão "Literacias de Mídia e Informação" • Direciona suas recomendações à formação transdisciplinar de professores • Promove o empoderamento de cidadãos através das MIL
2009	Declaração de Lima sobre Formação de Educadores em Literacias da Informação	• Promove a formação de educadores em literacias da informação com foco específico em países da LAC
2010	Encontro em Bangkok sobre Indicadores de Literacias de Mídia e Informação	• Cria e promove indicadores de MIL • Define como competências centrais: acesso, avaliação/compreensão e uso da informação e comunicação • Defende a contextualização das MIL segundo realidades locais • Promove a habilidade em acessar, avaliar e usar as MIL em vários contextos
2010	Declaração de Murcia	• Versa sobre a sustentabilidade do espaço das bibliotecas na era digital através da promoção das literacias da informação
2010	Manifesto de Paramillo	• Promove a formação de professores em literacias da informação nos países do Mercosul
2011	Declaração de Maceió sobre Competência em Informação	• Abre a dicotomia entre literacias da informação x competência em informação • Aponta a insuficiência dos recursos da informação no Brasil
2011	Primeiro Fórum Internacional sobre Literacias de Mídia e Informação	• Defende as MIL como um direito humano • Versa sobre as MIL x convergência tecnológica • Promove a pesquisa-ação e empirismo em MIL
2011	Recomendação da IFLA sobre Literacias de Mídia e Informação	• Propõe a incorporação das MIL no currículo formal de educação em regime permanente
2012	Declaração de Havana sobre 15 Ações em Literacias da Informação	• Defende as literacias da informação como formação transversal e fundamental em todos os contextos • Propõe o compartilhamento de experiências e resultados das pesquisas e aplicações das literacias da informação
2012	Declaração de Moscou sobre Literacias de Mídia e Informação para as Sociedades do Conhecimento	• Versa sobre as MIL para além das TIC • Propõe o desenvolvimento e a implementação de padrões e intervenção de MIL • Promove o diálogo intercultural
2013	Currículo para Formação de Professores em Alfabetização	• Propõe uma alternativa de tradução às MIL como "Alfabetização Midiática e Informacional" (AMI)



	Midiática e Informacional (AMI)	• Apresenta uma versão traduzida do Currículo apresentado em 2008 (traduzido, também, em outras 10 línguas) corroborando a atualização de propostas à reboque de outros documentos e declarações oficiais da UNESCO • Traz a ecologia da AMI (ou MIL)
2013	Plano de Ação da Aliança Global de Parcerias em Literacias de Mídia e Informação (GAPMIL)	• Lança o Plano de Ação Global de Parcerias em MIL (GAPMIL) • O plano identifica os agentes envolvidos na promoção das MIL e promove a unificação para centralização dos esforços nesse âmbito • Promove o debate entre as diferentes perspectivas das MIL
2013	Diretrizes Políticas e Estratégicas em Literacias de Mídia e Informação	• Aponta a necessidade de políticas em MIL para viver no mundo digital • Propõe um modelo conceitual de MIL e 6 elementos para o desenvolvimento político de MIL • Apresenta a ecologia das MIL (versão original, traduzida como ecologia da AMI no mesmo ano) para o pensamento em habilidades correlatas e fomento do conceito de transliteracy
2013	Declaração de Doha em Apoio às Literacias de Mídia e Informação no Oriente Médio	• Aponta a necessidade de se tratar as MIL em nível governamental, fazendo a mediação de conflitos políticos, armados e religiosos no Oriente Médio • Dá enfoque para a situação de mulheres e meninas em situações de desigualdade que não tem acesso à educação e destaca a necessidade de levas as MIL até elas
2014	Declaração de Paris sobre as Literacias de Mídia e Informação (MIL) na Era Digital	• Versa sobre as MIL em associação com o diálogo intelectual • Defende as MIL como as habilidades do cidadão do Século XXI
2016	Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional: disposição e competências no país	• Pretende orientar Estados-membros da UNESCO a realizar a avaliação de sua maturidade e de suas competências com relação às MIL por parte dos cidadãos, em particular dos professores em serviço e em formação
2016	Relatório da Global MIL Week	• Defende que as MIL não são uma questão de tecnologia isolada, mas uma questão de cultura • Promove que as MIL são um conceito guarda-chuva e comporta as especificidades regionais de cada agente envolvido • Algumas leis já foram criadas no Brasil, na Argentina, nas Bahamas, no México e na Jamaica • Sugere o mapeamento de leis, políticas e regulamentos da esfera legal em cada país da América Latina e Caribe. A partir disso, criar



		diretrizes políticas, recursos para implementação legal e criar plataformas de discussão sobre as MIL

Considerações Finais

A construção deste trabalho permitiu conhecer um panorama transdisciplinar em torno das perspectivas desafiadoras das tecnologias da informação e da comunicação no campo da educação. Esse cenário se construiu através da argumentação de diferentes autores que versaram sobre a pertinência desse contexto no tocante ao desenvolvimento de novas habilidades e competências do cidadão do Século XXI. Todavia, esse plano desperta a discussão terminológica, regendo uma sinfonia polifônica entre diferentes teóricos que se dedicaram a estudar e entender esse novo quadro de atitudes frente à aparente revolução tecnológica.

Com a diversidade de termos e autores expoentes no tocante a esse tema se amadureceu a importância de se discutir a opção de tradução literal da expressão "literacia", derivada de "*literacy*", por abarcar um caráter transdisciplinar em seu gene etimológico. A essa premissa se dedicou o segundo capítulo deste trabalho, a fim de se compreender a maneira tal qual o próprio radical "*literacy*" se distancia de seu senso tradicional de alfabetização e letramento e se aproxima de um espectro mais amplificado, relacionado com a cultura, a informação, a mídia e o advento das tecnologias digitais.

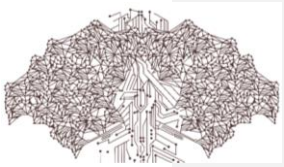
Sobre essas colocações, é interessante situar a pesquisa em um campo transdisciplinar, uma vez que ao longo de sua execução foram permeadas áreas correlatas. A partir disso, se fundaram os procedimentos metodológicos e a interlocução com a área da Ciência da Informação, principalmente no tocante à busca em banco de dados.

Tendo em mente as hipóteses estabelecidas, o aporte teórico construído e os procedimentos escolhidos para sequência do estudo, se iniciou a coleta de dados que resultou na amostragem exposta no terceiro capítulo. A coleta teve como ponto de partida a Declaração de Paris de 2014, derivada do *1st European Media and Information Literacy Forum*, evento que reuniu participantes com o objetivo de promover a discussão sobre a importância de uma educação que incorpore MIL.

A partir de então, através do percurso delimitado no início do capítulo, foram alcançados 40 documentos que inteiram o objetivo geral desta pesquisa: observar como o termo de literacias de mídia e informação se desenvolveu entre 1982-2016, através de Declarações Oficiais da UNESCO.

É possível assinalar que esta senda constitui uma primeira parcela de investigação deste campo e intenta suscitar novas questões e motivações para a continuidade do estudo neste perímetro epistemológico. Contudo, não se abstém de críticas, como a referente ao conceito de MIL e sua carência por um olhar latino-americano em sua formulação. Também assinala o encadeamento dessa jornada a uma etapa de prática social e por isso propõe que este trabalho reverberará em novas pesquisas.

No entanto, reconhece a potência da discussão epistêmica transdisciplinar, identificando outras conjecturas pertinentes ao tema. Nesse âmbito, é importante pontuar que enquanto esta dissertação analisou recomendações internacionais da UNESCO, o Brasil já protagoniza uma tendência de aplicabilidade desse contexto, encabeçada pela área da Educomunicação.



REFERÊNCIAS

BONAMI, Beatrice. **A Transdisciplinariedade das Literacias Emergentes no Contemporâneo Conectado**: um mapeamento do universo documental das Literacias de Mídia e Informação (MIL). Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação, 2016.

FELICE, Massimo. **Redes Digitais e Significados da Crise no Ocidente**. Entrevista concedida à Editora Paulus, v.1 n.1. São Paulo, 2017.

FELICE, Massimo. **Redes Digitais e Sustentabilidade**: as interações com o meio ambiente na era da informação. São Paulo: Anna Blume, 2012.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social**: uma introdução à Teoria do Ator Rede. Salvador – Bauru: EDUFBA – UFSC, 2012.

LATOUR, Bruno. *When things strike back: a possible contribution of 'science studies' to the social sciences*. In.: **British Journal of Sociology**. Vol. No. 51 Issue No. 1 (January/March 2000) pp. 107–123 ISSN 0007 1315 © London School of Economics 2000

PASSARELLI, Brasilina. Mediação da Informação no Hibridismo Contemporâneo: um breve estado da arte. In.: **Revista Ci.Inf**., Brasília, DF, v.43 n.2, p.231-240, ago/abril, 2016.

PASSARELLI, Brasilina. MALHEIRO, Armando. RAMOS, Fernando. **E-infocomunicação: estratégias e aplicações.** São Paulo: Editora Senac, 2014.

SAYE, Edwin. Actor-Network Theory and methodology: just what does it mean to say that nonhumans have agency. In.: Social Studies of Science. 2014, Vol. 44(1) 134– 149.

UNESCO. Marco de Avaliação Global em Alfabetização Midiática e Informacional. Brasília, Brasil: CGI.Br, 2016, 16 pp.

UNESCO. Media and Information Literacy: policy and strategy guideline. Paris, França: UNESCO, 2013, 192 pp.

UNESCO. Paris Declaration on Media and Information Literacy. Paris, França: NORDICOM, 2014.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras – Chave**. São Paulo: Editora BoiTempo, 2007.

LITERATURA NA WEB: UMA ANÁLISE DO NICHO DOS BOOKTUBERS NO YOUTUBE[1]

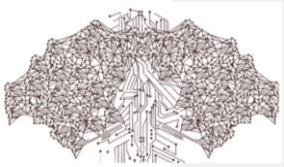
Karina Menezes Vasconcellos[2]

Somos seres participativos. A vontade de narrar e recontar o mundo e as experiências que nos cercam, estão presentes na história da humanidade desde os tempos mais remotos. Essa necessidade, quase primitiva, permitiu a expansão das diversas formas de comunicação e interação, que culminaram com a criação dos veículos de comunicação de massa. A popularização subsequente destes veículos possibilitou, aos grandes conglomerados de comunicação e mídia, a transmissão de informações e entretenimentos diversos a milhares de pessoas por todo o mundo. Entretanto, enquanto receptores, ao público, não era totalmente encorajado um maior diálogo com o seu emissor; a comunicação funcionava quase que em sentido único, sem retorno. Não por acaso, as primeiras teorias de comunicação versavam sobre o papel passivo e quase submisso da audiência.

Hoje, entretanto, vislumbramos um cenário totalmente diverso: com a ampliação da comunicação digital em rede e a maior acessibilidade do público à internet e a todo ambiente online, a voz, dos receptores, adquire agora maior destaque no processo comunicativo. A audiência é agora barulhenta e participativa, quer ser ouvida e também quer produzir e selecionar os conteúdos que mais dialogam com seus interesses. Ineridos neste contexto, vimos emergir a figura dos *booktubers*, leitores amadores de vários segmentos literários que, não satisfeitos com o ato solitário e individual de ler um livro, se comprometem agora a falar desse livro, resenhá-lo e discuti-lo na internet, em conjunto com seus seguidores. Estes seguidores, em contrapartida, também interagem fortemente, evidenciando que uma comunicação mais interativa e participativa está ganhando força e se tornando expressiva, fora dos limites e fronteiras da comunicação de massa tradicional. À seguir, discutiremos como a configuração do YouTube enquanto plataforma, possibilita que nichos segmentados de conteúdo como os *booktubers*, ganhem visibilidade e audiência.

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros, Youtubers,, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é aluna da Universidade Federal de Juiz de Fora. Mestranda em Comunicação e Sociedade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFJF) e participa do Grupo de Pesquisa Laboratório de Mídia Digital (UFJF). E-mail: Karina.m.vasconcellos@gmail.com



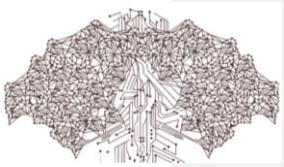
Broadcast Yourself

A presença e atuação dos *booktubers* só é possível hoje graças à plataforma na qual grande parte de sua performance está alicerçada: o YouTube. Fundado em 2005 pelos ex-funcionários do *site* Paypall, Chad Hurley, Steve Chan e Jawed Karim, o YouTube procurava romper com as barreiras técnicas para o *upload* e compartilhamento de vídeos *online*. Apesar de não apresentar grandes inovações tecnológicas em comparação com os serviços similares e concorrentes, a plataforma procurou diferenciar-se ao não fixar um número definido de vídeos que os usuários poderiam veicular *online*. Essa iniciativa, aliada às funções básicas de comunidade incorporadas pelo site (possibilidade dos usuários se conectarem a outros usuários como amigos e geração de URLs e códigos HTML que permitiram a indexação dos vídeos em outros *sites*) permitiu que em 2006 a plataforma fosse comprada pelo Google no valor de 1,65 bilhão de dólares. Em 2008, o YouTube já hospedava em torno de 85 milhões de vídeos, tornando-se um dos *sites* de entretenimento mais populares do mundo (BURGESS, GREEN; 2009, p. 17,18).

Segundo dados disponibilizados pela plataforma[3], o YouTube possui hoje mais de 1 bilhão de usuários, totalizando quase um terço dos usuários totais da internet; a versão padrão para *desktop* e o aplicativo para dispositivos móveis atinge mais adultos de 18 a 49 anos que qualquer rede a cabo nos EUA; mais da metade das visualizações ocorre em dispositivos móveis; há versões locais em mais de 88 países; é possível navegar pelo *site* em 76 idiomas diferentes (o que abrange 95% dos usuários da internet).

Para complementar estes números, recorremos a Jenkins (2009), que busca entender esta plataforma como uma organização social maior, onde novos diálogos estão sendo construídos e reconfigurados. Segundo o autor, é preciso considerar o YouTube como um veículo de mídia espalhável, ou seja, parte de sua criação de valor está fortemente alicerçada em sua capacidade de fácil difusão dos conteúdos produzidos; essa funcionalidade, aliada ao fato de ser a plataforma que uniu, pela primeira vez, as funções de produção, seleção e distribuição, dando um enfoque mais profundo às pessoas comuns,

[3]Disponível em < https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>. Acesso em 26 nov. 2017



comprova sua grande audiência e predileção por parte de milhões de usuários no Brasil e no mundo.

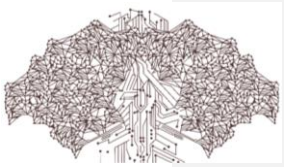
Seu slogan, *Broadcast Yourself*, evidencia que há um incentivo direto ao usuário para produzir e também ser um referencial de transmissão de conteúdos na rede. O termo *broadcasting*, cuja tradução literal refere-se ao conceito de radiodifusão, está associado ao princípio básico dos meios de comunicação de massa e sua forma de transmissão midiática a partir de uma única origem para vários receptores. Quando o YouTube utiliza-se dessa nomenclatura, e junto a ele o *yourself* (si mesmo), está criando a ideia de que o próprio sujeito torna-se um canal de difusão para inúmeros receptores.

Esse é um conceito bem diferente daquele desenvolvido no primeiro *slogan* do *site*, *Your Digital Video Repository.* Essa mudança de posicionamento evidencia a evolução do YouTube, de um local de armazenamento pessoal de conteúdos em vídeo para uma plataforma de expressão pessoal, o posicionando no centro "de uma revolução liderada por usuários que caracteriza a retórica em torno da Web 2.0" (GROSSMAN, 2006 *apud* BURGESS; GREEN, 2009).

Essa revolução apontada por Grossman (2006) fica bem evidente ao analisarmos a repercussão *off-line* do YouTube. A edição brasileira da *FanFest | Brandcast*, o maior evento do YouTube do ano, realizado em outubro de 2016 em São Paulo, apresentou dados relevantes sobre o mais famoso *site* de *streaming* do Google. O evento reuniu 125 dos *youtubers* brasileiros mais influentes, e, segundo Fabio Coelho[4], diretor-geral do Google Brasil e vice-presidente do Google Inc., dos 85 milhões de brasileiros que assistem a vídeos pela internet hoje, 82 milhões fazem isso no YouTube, sendo que o tempo de visualização da plataforma cresceu 70% no Brasil, boa parte através de dispositivos móveis.

Esses números são muito representativos quando refletimos sobre a dupla função que o YouTube pode exercer, segundo Burguess (2009), a de uma plataforma *top-down* de "distribuição de cultura popular" e como plataforma *bottom-up*, de "criatividade vernacular". Ou seja, a repercussão e enorme popularização do YouTube hoje podem

[4]Disponível em <https://brasil.googleblog.com/2016/10/fanfest-brandcast-youtube-2016.html>. Acesso em 26 nov. 2017



tanto estar relacionadas a sua capacidade de distribuição e replicação dos produtos da mídia tradicional, sobretudo a TV, atingindo espaços e usuários que estão fora do alcance ordinário dos veículos de massa tradicionais, quanto estar ligada a um conceito de produção de conteúdos alternativos e criativos, que fogem do *mainstream* e, paralelamente, abrem espaço para novas significações culturais fora do monopólio da mídia de massa. Desse modo:

> (...) o YouTube ilustra as relações cada vez mais complexas entre produtores e consumidores na criação do significado, valor e atuação. Não há dúvidas de que se trata de um site de ruptura cultural e econômica. Entretanto, esses momentos de transição de mídia não deveriam ser classificados como rompimentos históricos radicais, mas sim como períodos de turbulência crescente, que se tornam visíveis conforme as várias práticas, influências e ideias preestabelecidas competem com as emergentes como parte da longa historia da cultura, mídia e sociedade. O YouTube não representa uma colisão e sim uma coevolução aliada a uma coexistência desconfortável entre "antigas" e "novas" aplicações, formas e práticas de mídia (BURGESS, GREEN; 2009, p. 33).

Independe da forma através da qual os vídeos e narrativas digitais se manifestem hoje no YouTube, seja o utilizando como uma plataforma *top-down* ou *bottom-up* de difusão de conteúdo, é evidente que o *site* inaugurou uma nova era para os usuários, colocando os receptores no ponto central de uma discussão que visa entender como os novos meios estão levando valorizando o consumidor final da mensagem midiática.

A cauda longa do YouTube

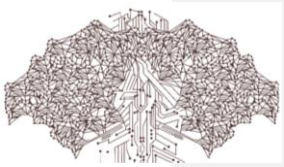
O conceito de "cauda longa" desenvolvido por Chris Anderson, editor-chefe da revista norte-americana *Wired*, em 2004 trouxe ao mercado e à academia naquela época, as discussões a cerca da economia e do comportamento dos chamados públicos de nicho, ou seja, públicos cujo foco maior de interesse não estariam ligados a produtos culturais

de grande sucesso. Apesar de muitas críticas subsequentes alegarem que o modelo proposto por Anderson não era eficiente o bastante para determinar o comportamento dos mercados online aos quais se referia, a originalidade de sua reflexão está em perceber, de forma pioneira, que vários pequenos mercados e/ou produtos agrupados poderiam gerar lucros maiores ou similares daqueles gerados por segmentos *mainstream.*

De forma semelhante, podemos inferir que o YouTube trabalha organicamente o conceito de cauda longa ao permitir que diversos segmentos culturais não relacionados se estabeleçam na plataforma. O site não impõe concessões rígidas aos conteúdos veiculados (com exceção daqueles que violam de alguma forma sua politica de direitos autorais) e, dessa forma, cria um ambiente favorável à criação e distribuição de conteúdos direcionados a nichos bem específicos que não necessariamente estão na pauta da mídia tradicional ou provém dela. Dessa forma, conseguimos observar no site, os nichos de moda/beleza, entretenimento, games, canais institucionais de grandes veículos e *booktubers*, por exemplo, convivendo pacificamente em um mesmo espaço.

Se os grandes canais, que detém números de inscritos na casa dos milhões e, consequentemente geram maior receita para o site, são os "hits" ou a cabeça (ápice), os milhares de canais menores são, em contrapartida, os "nichos" (cauda longa), tomando como base a proposição de Anderson (2006). Com essa analogia, não pretendemos confirmar que, economicamente e em termos de faturamento, o YouTube se comporte tal qual o modelo que Anderson propõe, mas sim que cultural e simbolicamente é possível observar um espaço onde a cultura de nicho está sendo difundida, debatida e veiculada lado-a-lado à cultura de massa tradicional, sem maiores restrições. É nessa cultura de nicho que inúmeros *youtubers* e usuários, que acessam a plataforma diariamente, estão reconfigurando as noções de cultura, sobretudo àquela que possui uma forte interface com as mídias digitais.

Um outro fator que pode atuar na permanência da cauda longa "simbólica" e garantir a sobrevivência dos nichos dentro do YouTube, é a forma como a plataforma é estruturada de modo a garantir que o usuário navegue por links sempre dentro do próprio site. Através da "sugestão de conteúdos semelhantes" (feito pelo próprio YouTube), o usuário pode ter acesso a vídeos semelhantes ao que ele acabou de assistir, tanto do



próprio canal, quanto de canais similares. Essa ferramenta permite que o usuário conheça e assista a outros vídeos que dialoguem diretamente com seu interesse naquele momento.

Nos interessa observar que, o conteúdo postado no YouTube está em circulação permanente, e talvez esta circulação seja uma das causas determinantes da permanência e manutenção dos conteúdos de nicho dentro do site. Como aponta Burguess (2009), pouco importa a origem principal do conteúdo postado, mas sim quais envolvimentos específicos ele será capaz de gerar e engajar junto aos usuários, bem como quais práticas irá influenciar na audiência, que inevitavelmente deixará rastros culturais, sejam eles um comentário, um compartilhamento ou uma adição aos favoritos. Todos esses rastros estarão ligados àquilo que a autora chama de "Youtubidade do YouTube", ou seja, os "usos e motivações" que obedecem a uma "lógica cultural coerente" dentro na plataforma (ibid., p.83).

De posse do que foi apresentado brevemente sobre o YouTube, partiremos agora para uma reflexão mais detalhada sobre os *booktubers*, um nicho específico de *youtubers* que estão produzindo resenhas literárias para uma audiência fiel de seguidores.

Uma plataforma de nichos – os *booktubers*

O termo *booktuber* foi criado pelo australiano Bumblesby[5], em 2011, para designar pessoas que, como ele, faziam comentários e críticas sobre lançamentos editoriais no *YouTube*. De lá para cá, a iniciativa se popularizou, e muitos indivíduos começaram também a comentar sobre seus livros favoritos na Internet, criando um segmento específico no *YouTube*, onde o diálogo e a interação têm como ponto comum a literatura. A resenha literária que, inicialmente, era escrita por críticos literários profissionais e veiculada sobretudo na plataforma impressa em jornais e revistas especializadas, ganha a voz de leitores amadores, que passam a falar sobre ela em uma nova plataforma, interativa e audiovisual.

[5]Booktubers fazem sucesso na web com vídeos sobre livros de papel. Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/link/booktubers-fazem-sucesso-na-web-com-videos-sobre-livros-de-papel/>. Acesso em 10 jan. 2017.

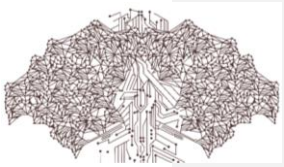
Como aponta uma das autoras e pesquisadoras dos temas das narrativas migrantes, Vera Lúcia Follain de Figueiredo (2010), em um momento onde as esferas da cultura estão cada vez mais próximas e relacionadas, são necessários novos estudos e recortes que visem compreender a tenuidade dessas fronteiras e a aproximação das narrativas entre os meios. Em suas palavras:

> Merece atenção especial o fenômeno de deslizamento das narrativas de um meio para o outro, de um suporte para o outro – o processo contínuo de reciclagem das intrigas ficcionais, recriadas para circular por diferentes plataformas. Busca-se pensar as alterações na hierarquia cultural provocadas pela intensificação desse movimento de intercâmbio [...] (FIGUEIREDO, 2010, p.11).

As "alterações na hierarquia cultural", mencionadas por Figueiredo (2010), que observamos através da ação dos *booktubers* ocorrem não por acaso, no ambiente imersivo da *Web*, uma vez que o surgimento da Internet como novo sistema eletrônico de comunicação, caracterizado por seu alcance global, integração de todos os meios e interatividade potencial mudou para sempre a nossa cultura (CASTELLS, 1999). Esta possibilidade de integração e deslizamento de conteúdos de um meio para o outro permite que, hoje, formas narrativas que anteriormente ocupavam apenas determinada plataforma, como a resenha literária no meio impresso, ganhem novas configurações de difusão e apreensão pelo meio digital.

Se, por um lado, é possível observar que a Internet vem possibilitando a migração e o intercâmbio de conteúdos através de diferentes meios, por outro, inferimos que a *Web* 2.0[6] produziu uma nova geração de consumidores que veem a Internet não como um produto, mas como uma plataforma (JENKINS, 2009). Nesta plataforma, esses indivíduos podem agir como produtores ativos de conteúdos diversificados, já que esse ambiente propicia a produção individual e, paralelamente, oferece também um espaço para a distribuição dessa produção, tornando possível a ampla popularização do audiovisual na Internet.

[6] *Web* 2.0 é um termo popularizado pela empresa americana O'Reilly Media para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a *Web* como plataforma.



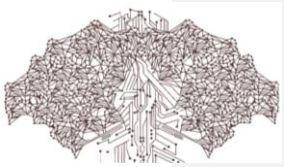
A influência e repercussão do trabalho destes influenciadores no *YouTube* chegou às grandes editoras, que, interessadas no alcance e penetração que eles têm com seu público, estão trabalhando em um modelo de parceria, de forma semelhante ao trabalho que realizam com jornalistas e profissionais especializados em literatura e crítica literária. Essas editoras veem nesses novos formadores de opinião uma possibilidade de alcançarem o público entre 18 e 34 anos[7]. Uma das influenciadoras mais ativas desse segmento é a professora de inglês Tatiana Feltrin, cujo canal, *Tiny Little Things*, criado em 2007, já alcançou a marca de aproximadamente 20 milhões de visualizações e mais de 220 mil inscritos. Com vídeos que abordam de Carl Sagan a Sêneca, a *youtuber* fatura por volta de US$ 300,00 por mês em anúncios na plataforma, segundo o *site* Estadão[8].

O diferencial desses *youtubers* está na linguagem diferenciada e interativa com a qual dialogam com sua audiência e seus seguidores, gerando identificação e proximidade com aqueles a que os assistem. Vale ressaltar, entretanto, que eles não substituem a crítica profissional, mas atuam como um outro protagonista, que desenvolve um ato comunicativo diferenciado para um público particular. Como ressalta Ana Lima, editora-executiva da Galera, selo da Record voltado para um público mais juvenil e de jovens adultos:

> O crítico tem a bagagem acadêmica, o respaldo de grandes veículos de comunicação e o reconhecimento de livreiros e de leitores mais tradicionais. Mas acho que nunca veremos um crítico mencionando que o cheiro de um livro é bom e que, além de merecer ser lido, o livro está lindo e deve enfeitar sua estante. No papo dos *booktubers* com seus seguidores isso acontece muito. Esse diferencial, essa relação de fã com

[7]Como os booktubers estão mudando o mercado literário. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/cultura/como-os-booktubers-estao-mudando-o-mercado-literario-4062.html>. Acesso em 26 nov 2017.

[8]Booktubers fazem sucesso na web com vídeos sobre livros de papel. Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/link/booktubers-fazem-sucesso-na-web-com-videos-sobre-livros-de-papel/>. Acesso em 26 nov. 2017.



> o livro, dele sendo um objeto de desejo, uma paixão, atrai os mais jovens (LIMA, 2015).

Mais do que um evento da modernidade, as resenhas virtuais realizadas pelos *booktubers* estão abrindo um novo capítulo nos estudos da comunicação, ao evidenciar que um novo produto híbrido está tomando forma e se tornando ponto de referência para o público e para o mercado editorial. Ao reinterpretar o conteúdo de livros no YouTube para uma audiência de fãs, os *booktubers* inserem-se definitivamente em uma das esferas mais expressivas e representativas da cultura de convergência apontada por Jenkins (2009), o lugar onde as mídias corporativas e alternativas se encontram, permitindo interações imprevisíveis entre produtores e consumidores. Em suas palavras:

> Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando (JENKINS, 2009, p. 27).

A possibilidade que usuários se conectem mutuamente através da rede permite que estes indivíduos tenham acesso a espaços antes impenetráveis. A convergência e a imersão nestes novos ambientes estão possibilitando que os consumidores/receptores deem sua opinião de forma mais ativa, sem a necessidade que alguém ou algum veículo aprove sua participação, como ocorria nos meios tradicionais de comunicação, onde equipes responsáveis pela filtragem dos conteúdos a serem veiculados realizavam a tradução da informação para a audiência.

Se, por um lado, o consumidor pode ter hoje a liberdade de se transformar também em produtor, o acadêmico americano Clay Shirky (2010) destaca que as redes sociais estão permitindo, em contrapartida, o aumento da fluidez de todos os meios. Essa mídia de "mão dupla", por ele mencionada, está diluindo a antiga separação entre mídia pública

de mão única (livros, filmes) e mídia privada de mão dupla (telefone), ou seja, produtos culturais que antes eram consumidos pelos receptores de forma unilateral, agora são também transformados em produtos de discussão e interação entre diferentes públicos.

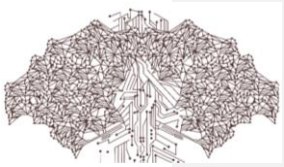
Um exemplo marcante desta nova dinâmica são os próprios *booktubers*: enquanto leitores e consumidores, eles leem os livros para, em um segundo momento, comentar sobre eles com sua audiência em seus canais no YouTube, expandindo a interação em torno daquele produto literário. Entendemos esses *booktubers*, portanto, como os novos consumidores explicados por Jenkins (2009):

> Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho dos consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2009, p. 47).

O afastamento gradativo dos meios que pressupõem puro consumo, como a televisão tradicional, para os que ensejam o diálogo, a conversa e a troca de experiências e informações, como as redes sociais, vem demonstrando que a tecnologia está sendo consumida também de forma social, na medida em que, ao acessar a rede para comentar, compartilhar ou interagir, os indivíduos também estão buscando formas de se acessarem mutuamente (SHIRKY, 2010). É preciso, portanto, entender as novas mídias sobre três perspectivas: as pessoas querem não somente consumir, mas também, paralelamente, produzir e compartilhar.

Histórias remixadas – *vlogueiros* literários

Se nos meios tradicionais de comunicação de massa, sobretudo aqueles onde a obrigação informacional é muito latente, como no caso do jornalismo, a busca por uma fonte oficial, com respaldo profissional para falar em nome de um veículo ou sobre determinado assunto, é uma das preocupações mais urgentes, em meios interativos como o *YouTube*, a voz do amador/usuário ganha maior evidência. Não por acaso, os



booktubers resenham livros de diferentes segmentos literários em seus canais de forma livre e bastante autônoma.

Esses amadores, segundo Shirky (2010), foram incluídos no processo comunicativo como os novos produtores de conteúdo. Além da simples produção e veiculação de um assunto específico, eles desejam falar com uma audiência que também compartilhe dos mesmos gostos e afinidades. Isso porque essas novas interações entre produtores e consumidores operam, em grande parte, em nível simbólico, onde o valor sentimental e o interesse pessoal estão fortemente relacionados. Não basta falar, é preciso falar para seus pares, seus iguais.

Em uma plataforma digital, onde os usuários têm a liberdade de assistirem a e interagirem com aquilo que efetivamente querem, se inscrevendo em canais cujos conteúdos dialoguem com seus interesses, gostos e afinidades, é compreensível a estratégia desses *youtubers*, especificamente, de desejarem se comunicar efetivamente com este público já segmentado. Ou seja:

> Essa estratégia de "torne-se público para encontrar pessoas que pensam como você" originou um aumento sem precedentes na quantidade de material disponível para o público, mas não projetado para o público – a intenção dos criadores não é alcançar qualquer audiência genérica, e sim comunicar-se com suas almas gêmeas, muitas vezes no âmbito de normas culturais compartilhadas que diferem das que estão em uso no mundo externo (SHIRKY, 2010, p. 84).

Outra importante característica desse processo comunicativo realizado pelos influenciadores, que se processa de forma significativa, é a "remixagem e sampleamento" de conteúdo que pode ocorrer, nas palavras de Jenkins (2014), ou seja, uma vez que o conteúdo original pode sofrer uma alteração de sua forma original durante o processo de propagação – o conteúdo de um livro impresso pode ser recontado em um canal do *YouTube* –, uma remixagem pode ocorrer no processo e transformar o produto final deste ato comunicativo em um produto híbrido, com inferências inéditas, afinal: "Quando o material é propagado, ele é refeito (..)" (JENKINS, GREEN, FORD, 2014, p. 54).

Remixagem, sampleamento e ressignificação são elementos que podem atuar de forma paralela e simultânea na comunicação realizada entre *booktubers/*produtores/influenciadores e audiência, na medida em que procurarmos

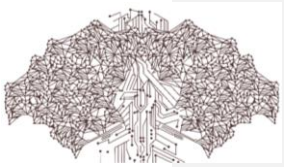
entendê-los também como "multiplicadores", uma vez que o "multiplicador" é aquele indivíduo que irá alterar a forma original de um produto ou "artefato cultural", traduzindo-o, contextualizando-o e tornando-o mais "valioso". Em outras palavras:

> Um "multiplicador" é alguém que tratará o produto, o serviço ou a experiência como um ponto de partida. Os multiplicadores desenvolverão algum produto de sua própria inteligência e imaginação. Eles vão se apoderar de um artefato cultural e torná-lo mais detalhado, mais compreensível contextualmente, mais diferenciado culturalmente e – não nos esqueçamos do propósito do exercício – mais valioso. Usar um termo como "multiplicador" ajudará o criador de significado a manter novas realidades na melhor posição (JENKINS, GREEN, FORD, 2014, p. 162).

Partindo dessa perspectiva, podemos entender os *booktubers* como multiplicadores que estão, em certa medida, remixando conteúdos literários na internet. Ao postar uma resenha, o influenciador tem a disposição não apenas a plataforma em si do YouTube, mas uma série de ferramentas que dão a este processo narrativo e comunicativo, novas perspectivas simbólicas; uma característica, que mostra o caráter "remix" das resenhas literárias no *YouTube* , é a capacidade que alguns influenciadores desenvolvem de ramificar a resenha em outros canais e redes sociais, distribuindo a narrativa de forma bastante singular. Dessa forma, os usuários podem acompanhar a resenha e as atividades literárias do influenciador em vários canais, possibilitando uma experiência bem diferenciada daquela proporcionada por uma resenha literária tradicional.

Como exemplo ilustrativo desse processo, temos a *booktuber* Tatiana Feltrin do canal *Tiny Little Things*[9] que desenvolveu uma maratona literária em seu canal em fevereiro de 2017. Ela inicia as postagens com um vídeo introdutório, onde explica quais livros e seus respectivos trechos e capítulos serão lidos por ela durante um período de 24h. Também é informado para o público que ocorrerão postagens simultâneas no Instagram, com as atualizações de leitura durante a ação, bem como *updates* a cada duas horas de leitura, que serão registrados em vídeo e postados posteriormente no canal.

[9] Disponível em <https://www.youtube.com/user/tatianagfeltrin>. Acesso em 26 nov. 2017.



Tatiana convida os inscritos a acompanharem a maratona, postando fotos no Instagram, com a *hashtag* #maratona24htlt3. Através dessa marcação, é possível visualizar em uma galeria todos os perfis de usuários que participaram da ação. Até a presente data[10], 290 publicações foram postadas com a *hashtag* citada.

A própria postagem em vídeo já coloca em ação uma nova forma de abordagem sobre o conteúdo literário resenhado/comentado. Esses vídeos se aproximam muito do gênero dos *vlogs*; apesar de serem nomeados pelos *booktubers* como resenhas, podemos observar uma série de características que o tornam mais intimista aos olhos do público. Geralmente a câmera é posicionada mantendo o *youtuber* em primeiro plano; ele irá dialogar de modo descontraído e em tom de conversa com os seguidores, de forma bem semelhante à comunicação interpessoal cara-a-cara; haverá um *feedback* espontâneo e rápido por parte dos seguidores, através dos comentários e da ação de curtir ou não o vídeo. Como aponta Burgess, "o *vlog* como gênero de comunicação convida à crítica, ao debate e à discussão. A resposta direta, por meio de comentários ou de vídeos, é o ponto central desse modo de envolvimento (BURGESS, GREEN; 2009, p. 79).

Conclusão

Percebemos, com o que foi exposto portanto, que a cultura participativa chegou e exige atenção especial sobre ela. A internet e as diversas plataformas e redes sociais que dela fazem parte, estão dando voz e projeção ao usuário, que diferentemente do antigo consumidor padrão da mídia tradicional, agora quer falar e se fazer ouvir. Como mencionou Shirky (2010), é preciso tornar-se público para encontrar pessoas que pensam como você, que sejam suas "almas-gêmeas." O YouTube, como uma plataforma que enseja a auto produção e a propagação facilitada de conteúdo, está no centro da discussão desta nova cultura conectada e interativa, já que, através dele o "torne-se público" ganha grande destaque.

Neste cenário, não é de se estranhar, portanto, que outras vozes adquiram projeção junto ao público. Essas vozes, aqui representadas através dos *booktubers*, estão oferecendo conteúdos segmentados e direcionados a nichos bem específicos, como é o caso dos fãs de literatura juvenil e de jovens adultos. Essa segmentação, permite que os usuários sintam uma identificação com

[10] Disponível em <https://www.instagram.com/explore/tags/maratona24htlt3/>. Acesso em 26 nov. 2017.

àquele conteúdo apresentado, passando não apenas a acompanha-lo de forma regular, mas a interagir efetivamente com eles.

Vale aqui ressaltar que, enquanto enunciadores da comunicação, estes influenciadores realizam narrações sobre livros e sobre suas impressões e perspectivas sobre eles para um conjunto de receptores. Essas narrativas precisam ser compreendidas como "dispositivos argumentativos" (MOTTA, 2013) uma vez que estão inseridas em um determinado contexto sociocultural e obedecem a estratégias e trocas simbólicas entre emissor e receptor.

Ao escolher determinado tema para o vídeo, realizar campanhas e maratonas com *hashtags* e opinar criticamente sobre um enredo ou autor, o *booktuber* faz um recorte em seu discurso, escolhendo e destacando determinadas informações, decodificando a mensagem para sua audiência, que em contra partida, reagirá a ela, evidenciando se a estratégia narrativa traçada foi positiva ou não.

Como ressalta Figueiredo (2010): "O computador é, então, algo mais que um simples atravessador, ou operador de passagens, é o ponto de partida para a constituição de uma cultura eletrônica com características próprias." De posse desses argumentos, podemos inferir que uma nova e mais igualitária forma de comunicação, onde não apenas o papel do emissor é priorizado, está se configurando. Com características próprias e desafiadoras e utilizando a interatividade, como via de mão dupla, ela colabora na produção de uma nova forma comunicativa no ambiente digital. Os *booktubers* são um dos agentes protagonistas deste novo cenário.

Referências

BURGUESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a revolução digital.** São Paulo: Aleph, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FIGUEIREDO, Vera Lucia Follain de. **Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema.** Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2010.

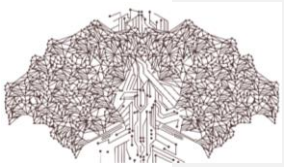
JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **Cultura da conexão.** São Paulo: Aleph, 2014.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa.** Brasília: Editora UNB, 2014.

SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



MARCAS E INFLUENCIADORES: QUEM PRECISA DE QUEM?[1]

Carolina Frazon Terra[2]

A mídia clássica ou tradicional, composta pelos jornais, revistas, televisão e rádio adotavam[3], na era pré-internet, o formato de *broadcast*[4] e da comunicação unidirecional. Havia pouco ou nenhum espaço para o protagonismo das pessoas comuns, no sentido de difusão e compartilhamento de suas ideias e pensamentos, seja em larga ou pequena escala. Nos dias atuais, vários usuários têm a oportunidade, por meio das ferramentas de mídias sociais de se expressaram e constituírem diálogos, no chamado processo de *socialcast*. Obviamente tal tipo de interação sempre existiu, porém sua amplitude, velocidade e durabilidade são inéditas com as potencialidades oferecidas pela rede.

No modelo de *socialcast*, por sua vez, os usuários produzem, replicam e distribuem conteúdos entre si, seguindo a lógica da disseminação de informações de muitos para muitos, oportunizados pelas tecnologias sociais da internet. É nesse contexto de *socialcast* que os influenciadores digitais surgem e ganham terreno.

Nota-se, porém, um terceiro movimento: organizações querendo se legitimar e conquistar influência no ambiente digital, o que chamamos de *brandcast*, isto é, as transmissões de conteúdo das marcas via mídias sociais.

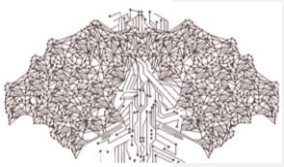
Para Moreno et. al. (2017, p. 64), a noção de influência voltou a cobrar uma importância na área de comunicação estratégica com o auge das mídias sociais: "os chamados *social media influencers* (SMI), assim como os defensores da marca, são um novo tipo de liderança de opinião...". Adicionamos aos influenciadores digitais e aos embaixadores das marcas, as marcas

[1] Artigo apresentado ao **Eixo Temático 20:** Influenciadores, blogueiros, YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Doutora e mestre em Ciências da Comunicação, pela ECA-USP. Professora de cursos de pós-graduação na USP e FIA. Pesquisadora do grupo Com+ USP (http://grupo-ecausp.com/commais/). Possui também uma consultoria de mídias sociais. E-mail: contato@carolterra.com.br.

[3] Cabe, aqui, um esclarecimento de que mesmo os veículos tradicionais de comunicação, como os citados no texto acima, estão adotando formatos mais interativos de comunicação. Com o rádio, é possível nos comunicarmos via WhatsApp; nos programas de TV, usamos o Twitter e as *hashtags* e conseguimos participar; nas revistas, há recursos de ver entrevistas completas no Youtube ou assistir a transmissões ao vivo e por aí vai. Assim, mesmo a mídia clássica aderiu aos recursos das mídias digitais para promover maior participação e interação de suas audiências.

[4] Do inglês, transmitir. Trata-se do processo pelo qual se transmite ou difunde determinada informação de uma fonte emissora para uma grande audiência.



influenciadoras. Entendemos, portanto, que há uma necessidade de se compreender essa dinâmica toda: marcas, influenciadores e usuários das redes e suas correlações.

Rachel Botsman, em entrevista ao Valor Econômico (ARCOVERDE, 2017), afirma que estamos vivendo uma inversão da influência:

> Na geração anterior, a influência vinha de fontes confiáveis, fossem elas o jornalismo, acadêmicos, economistas. Agora, temos uma geração que confia mais em pessoas que são iguais a elas, em redes sociais.

Isso explica em muito o fenômeno de pessoas confiando em outras pessoas e não em instituições. Nesse contexto de importância dos influenciadores tanto para usuários quanto para organizações e marcas é que vamos aprofundar questões sobre influência digital, tipos de influenciadores, relação influenciadores e marcas e marcas como influenciadoras.

Precisamos entender em que contexto as marcas se tornam influenciadoras e, por outro lado, quem são os novos influenciadores digitais, seu histórico, como surgiram, como ganharam notoriedade, popularidade e qual é a relação de um e outro para que possamos fazer correlações.

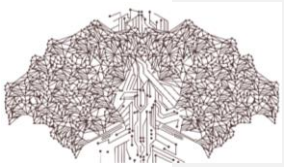
Assim, nos referindo ao título do nosso artigo: ao estudarmos as organizações enquanto agentes de visibilidade midiática que almejam ter influência no ambiente digital para os mais diversos fins (presença, engajamento, vendas etc.), estas precisam da figura dos influenciadores digitais ou estas podem se tornar, elas próprias, influenciadoras?

Influência digital

Influenciador digital, formador de opinião online, produtor de conteúdo, *creator*, *youtuber*, blogueiro, *vlogger*. Esses são alguns dos termos usados para designar o usuário que produz conteúdo no ambiente digital, sobretudo em plataformas de mídias sociais ou em suas propriedades digitais (site, blog), podendo ou não ganhar dinheiro com tal produto. Para mais detalhes sobre a gênese dos influenciadores, bem como terminologias, nomenclaturas e marcos históricos, recomendamos a leitura do artigo de Karhawi (2017). Por questões de limitação física, partiremos do influenciador digital, conforme explicamos abaixo.

Para efeitos didáticos e de simplificação, iremos adotar o termo "influenciador digital" como primeira opção, podendo usar os demais como sinônimos de usuário produtor de conteúdo no meio digital.

Vale destacar também que o influenciador digital já é considerado como uma nova profissão (POLÊMICOS..., 2017, p. 29), inclusive com formações acadêmicas começando a ser



oferecidas por instituições de ensino em nível não apenas de pós-graduação[5], mas também de graduação, como o curso oferecido pela Faculdade Belas Artes, Mídias Sociais Digitais[6], e o curso de graduação de curta duração oferecido pelo Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA) chamado *Digital Influencer*[7], de dois anos; e incontáveis cursos livres e rápidos ministrados em instituições de ensino tradicionais e novos agentes que entraram nesse mercado, como o YouPix Influencer Marketing Program[8].

Ser um influenciador não é algo novo ou de vanguarda, porém, com a conotação atual que o termo adquiriu, é preciso lançarmos um olhar teórico-acadêmico-científico a ele para podermos entender o fenômeno que ronda a relação entre tais figuras (os influenciadores), marcas e usuários comuns.

Quem são, de fato, os influenciadores digitais

Karhawi (2017) aponta que o termo influenciador digital recebeu atenção especial, sobretudo pela cobertura feita pelos meios de comunicação, a partir de 2015. A autora defende que houve uma guinada discursiva, uma vez que o que antes eram "apenas" blogueiros, vlogueiros e afins passaram a serem denominados como influenciadores digitais e Youtubers, respectivamente. Assim, para ela, influenciadores são aqueles que "(...) têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em suas rede".

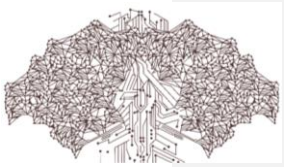
A mesma autora (Karhawi, 2016, p. 41-42) considera que os influenciadores digitais estão classificados como mercadorias e/ou como veículos de mídia, monetizando não só suas

[5] Há uma diversidade de cursos ligados à área de mídias sociais oferecidos por instituições de ensino superior tradicionais, como ESPM (http://www2.espm.br/cursos/espm-sao-paulo/master-em-marketing-e-comunicacao-digital-0); FAAP (http://cursos.faap.br/descricao/marketing-digital-e-comunicacao-em-midias-sociais/215 e http://cursos.faap.br/descricao/comunicacao-em-midias-sociais/466); Senac (http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=DYNAMIC,oracle.br.dataservers.CourseDataServer,selectCourse&course=6205&template=397.dwt&unit=NONE&testeira=724&type=P&sub=0&gclid=CNXU2fOo4dUCFQwIkQod798Dgg); USP (http://grupo-ecausp.com/digicorp/), entre tantos outros.

[6] Disponível em: http://www.belasartes.br/cursos/?curso=midias-sociais-digitais. Acesso em 18/08/17.

[7] Disponível em: http://www.grupoibgm.org/graduacao.php?id=36. Acesso em 28/08/2017.

[8] Disponível em: https://youpix.com.br/imp-promo-abradi/. Acesso em 18/08/17.



propriedades digitais, como também suas participações (em eventos, por exemplo) e sua própria imagem. O influenciador é um ente que produz conteúdo com frequência e credibilidade (legitimada por sua audiência) e passa a ser encarado, na visão de Karhawi (id., p. 42-43) como "(...) uma mídia autônoma, uma marca".

Zanette destacou as origens da influência interpessoal e os autores que iniciaram tal mapeamento:

> O indivíduo influente pode ser definido como aquele que exerce "influência sobre certo número de pessoas em certas situações" (MERTON; 1970, p. 503, tradução nossa). Também é chamado de líder de opinião, hub (GOLDENBERG et al., 2009) ou maven (GLADWELL, 2007). Essa pessoa tem influência sobre determinado grupo em um ou vários campos do conhecimento ou do comportamento: indicação política, cinema, bens de consumo, entre outros (KATZ; LAZARSFELD, 1955, MERTON, 1970) (ZANETTE, 2011, p. 19).

Piza (2017, p. 4) afirma que um indivíduo se torna influenciador "(...) quando consegue manter uma audiência cativa por um período de tempo constante, ou seja, quando as variáveis alcance, relevância e ressonância articulam-se entre si". No entanto, Piza (ID. IBID.) chega a conclusão de que a influência não é igual para todos:

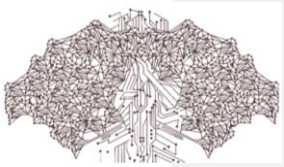
> No entanto, pode-se compreender que a oportunidade de influência não é igualitária para todos os indivíduos com acesso à Internet, pois, apesar da sua aparente democracia, ela está disponível de maneira desigual na sociedade. Portanto, conclui-se que a influência no ambiente online é, de certa forma, um tipo de privilégio de determinadas camadas e gerações etárias.

Piza (2016, p. 12) chega à conclusão de que "(...) a influência pode ser considerada um processo cotidiano, fluído e atualizado constantemente".

Saad Corrêa (2017, p. 31) bem caracteriza quem é o influenciador nos dias de hoje e como este conquistou o seu espaço no ambiente das mídias sociais:

> O influenciador não emerge num dado grupo social como uma espécie de fênix. Ele precisa angariar, publicizar e visibilizar as características de influência que lhe conferem tal agenciamento, seja pelo acúmulo de capitais, seja pelo acionamento de suas redes de relações ou seja pela sua capacidade em promover mudanças nessas redes.

O mesmo valeria para as marcas? Por que determinadas marcas têm mais exposição que outras? Afora a questão financeira, de investimento, por que a Apple conseguiria mais afeição do que a LG ou a Samsung?



Uma corrente teórica que nos serve de apoio e lente para a análise dos influenciadores é a midiatização. O termo ganhou notoriedade a partir da década de 1980, quando os pesquisadores passaram a considerar a análise da presença das mídias nas práticas sociais e culturais dos indivíduos (Couldry; Hepp, 2013). Hepp (2014) entende que a mídia se caracteriza pelos instrumentos de comunicação técnica que nós utilizamos com fins de ampliação da nossa capacidade de comunicação. Já Hjarvard (2013) aponta que a midiatização busca perceber como cultura e sociedade estão permeadas pela mídia. Em todas essas linhas de pensamento, a influência online se vale das mídias digitais, suas práticas e particularidades para exercer seu papel. Os próprios influenciadores, em si, acabam também por se midiatizar.

Fausto Neto (2008, p. 93) entende que as tecnologias conformam as relações sociais e que as mídias perderam o lugar de complemento para se constituírem como "referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos de interação entre as instituições e os atores sociais". E completa:

> A expansão da midiatização como um ambiente, com tecnologias elegendo novas formas de vida, com as interações sendo afetadas e /ou configuradas por novas estratégias e modos de organização, colocaria todos – produtores e consumidores – em uma mesma realidade, aquela de fluxos (FAUSTO NETO, 2008, p. 93)

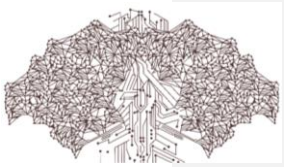
Em artigo em que defendemos a midiatização nos relacionamentos organizacionais, apontamos

> Estando produtores e consumidores em uma mesma realidade e com capacidade de expressão, interação e relação, não se fazem necessárias construções de canais de diálogo que unam ambos os entes? Pensamos que sim (TERRA, 2015, p. 108).

Não seriam também esses canais que unem produtores e consumidores os influenciadores online? Entendemos que eles exercem esse papel de ponte.

Apesar do conceito estar em voga tanto na mídia, quanto entre os gestores e profissionais dos campos do marketing, comunicação, administração, dentre outros, o ato de influenciar pessoas não é novo ou inovador, como pudemos ver nos autores discutidos acima. O que vemos é o meio digital potencializando tais ações por seu poder de alcance, impacto, rapidez e viralização.

Um pensamento de Shirky (2011, p. 50) explica muito a eclosão e o burburinho em torno dos influenciadores digitais: "(...) um choque da inclusão de amadores como produtores". Ademais ao surgimento de personagens comuns como formadores de opinião no ambiente digital,



soma-se a máxima de que qualquer usuário conectado é um potencial produtor de conteúdo. Assim, temos a equação de usuários comuns com possibilidade de se tornarem atores/personagens de destaque nas áreas de atuação de suas especialidades.

Em consonância com tal conceito de usuário comum produtor de conteúdo, oportunizado pelas plataformas de mídias sociais, é que criamos o termo usuário-mídia. Em nossa tese de doutorado, em 2011, afirmamos: "(...) estamos na era da midiatização dos indivíduos, na possibilidade de usarmos mídias digitais como instrumento de divulgação, exposição e expressão pessoais". Assim, o usuário-mídia:

> é um *heavy user* tanto da internet como das mídias sociais e que produz, compartilha, dissemina conteúdos próprios e de seus pares, bem como os endossa junto às suas audiências em blogs, microblogs, fóruns de discussão *on-line*, comunidades em sites de relacionamento, *chats*, entre outros. Acreditamos que existam níveis de usuário-mídia: os que apenas consomem conteúdo e replicam; os que apenas participam com comentários em iniciativas *on-line* de terceiros; e os que de fato produzem conteúdo ativamente (TERRA, 2011, p. 86).

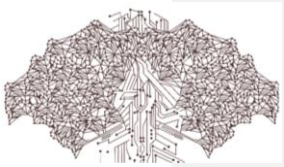
Nosso ponto de partida para definir o usuário-mídia como o formador de opinião do ambiente digital foi a produção de conteúdo. Portanto, para ser um usuário-mídia, consideramos que o usuário em questão teria de produzir ou replicar algum conteúdo, ainda que na forma de comentários ou reproduções.

Em relação ao nível de usuário-mídia que restringe-se ao consumo e compartilhamento de conteúdos, Zanette (2011, p. 20) o nomeia como um coprodutor de informação, uma vez que ao transmitir tal conteúdo, acaba por modificá-lo.

Analisando o conceito com distância nos dias atuais, entendemos que o desenvolvimento do termo – usuário-mídia - foi uma espécie de prenúncio do que chamamos hoje de micro-influenciadores, a tratarmos melhor no próximo tópico.

Tipos de influenciadores na era digital

O que diferencia uma celebridade convencional de um influenciador, de acordo com Karhawi (2016, p. 47) é justamente o EU, pois este último o preserva. O influenciador transita nas plataformas de mídias sociais de maneira próxima aos que os acompanham. A explicação na preferência por influenciadores tanto pelas audiências como na escolha das marcas é a busca por um "rosto" (KARWAHI, 2016. P. 48) por aquilo que consomem. A personificação faz diferença para quem está consumindo. Comprar uma maquiagem recomendada por uma influenciadora



legitimada no assunto e que interage com seus seguidores é bem diferente de seguir a imposição de uma campanha publicitária convencional.

A respeito do conceito de celebridade, em especial, Martino (2014, p. 173) afirma que a palavra em sua origem significa algo próximo a celebração, comemoração, ou seja, quando alguém fazia algo excepcional, se tornava digna de ser celebrada, portanto, uma celebridade. Porém, aparecer na mídia, nos dias de hoje, pode tornar alguém famoso. Surgem as webcelebridades (MARTINO, 2014, p. 174) ou as microcelebridades (AMARAL, 2014), ligadas ao ambiente digital.

Sobre as micro-celebridades, Amaral e Moschetta (2014) afirmam que passamos a ser protagonistas de algo que nós mesmo criamos dentro de nossos próprios círculos sociais: "Expor o que antes era considerado íntimo hoje é quase obrigação, e o cuidado por vezes excessivo com a imagem e a popularidade de alguns é tão grande que é possível perceber uma emergência de estratégias de construção da reputação pessoal".

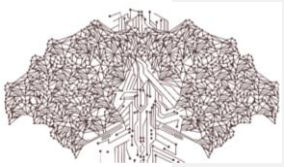
Em matéria da revista Exame (POLÊMICOS...2017, p. 31), a explicação para as vantagens dos influenciadores digitais em detrimento das celebridades são: o acesso privilegiado à própria audiência; a relação de proximidade construída, só comparável aos círculos de amizade; e o fato de falarem de si mesmos. Assim, quando indicam um produto, fazem parecer que um amigo o está indicando e a conversão em vendas pode ser muito maior. Porém, ao se tornarem celebridades digitais, alçarem voos para a mídia tradicional e terem uma audiência gigantesca, tudo isso não se perderia e eles passariam a estar no mesmo patamar de atores e músicos?

Daí, a importância dos micro-influenciadores que conseguem cultivar as suas audiências com credibilidade e legitimidade e da própria organização em se tornar *publisher* ou influenciadora em seu ramo de atuação. Discorreremos a respeito mais adiante.

A organização YouPix[9] criou uma classificação para os tipos de influenciadores presentes no mundo digital. Nas palavras do Youpix:

> Entre celebridades digitais, funcionários e micro-influenciadores existe um universo grande e variado de influenciadores à disposição da sua marca. Cada

[9] Youpix é um site de conteúdo sobre influenciadores digitais e também se apresenta como uma consultoria (presta serviços para marcas e agências) e uma escola (organiza cursos, palestras, seminaries e eventos) sobre o tema. Entenda mais em: www.youpix.com.br. Também é possível saber mais sobre o que são os influenciadores para a YouPix em: https://www.youtube.com/watch?v=havPIp1j3hA&feature=youtu.be. Acesso em 13/04/2017.



> um atende a um objetivo de comunicação da marca e oferece vantagens que contribuem para ele.

Em um filme denominado The Creators Shift (2015), a YouPix afirma que considera que a revolução do conteúdo está nas mãos dos *creators*, ou seja, blogueiros, *youtubers*, *instagrammers*, *snapchatters*, *vinners* e toda sorte de criadores de conteúdo digital.

Assim, propuseram (TIPOS DE INFLUENCIADORES, YOUPIX, 2017) sete possibilidades de influência digital:

1. Top Celeb: são pessoas famosas, nativas ou não digitais, sem afinidade com o tema ou audiência da empresa;
2. Fit Celeb: pessoas famosas nativas ou não digitais com afinidade e relevância com os assuntos da marca;
3. Autoridade: figuras respeitadas dentro de determinado segmento ou região com afinidade e ressonância sobre o tema ou audiência;
4. Ecossistema: muitos pequenos influenciadores dentro de um tema que, juntos, podem fazer a diferença;
5. *Trendsetters*: especialistas em seus campos de atuação e respeitados por serem *early adopters*, embaixadores ou lideranças de causas ou temas;
6. Jornalistas: trabalham na mídia tradicional e têm grande alcance, podendo ou não ter relevância direta com o tema;
7. Público interno: micro-influenciadores da marca por estarem dentro das organizações.

A nosso ver, falta a figura do micro-influenciador que não é apenas o funcionário de uma organização, mas alguém que detém uma audiência interessada em uma determinada temática ou está em fase emergente, mas ainda não despontou (talvez nunca atinja) para o patamar de webcelebridade.

Em matéria no Jornal Meio e Mensagem (IN CRISCUOLO, MONTEIRO E NAVARRO, 2017, p. 23), a classificação relativa aos influenciadores digitais assim se resume:



Imagem n.1 – Tabela produzida por CRISCUOLO, MONTEIRO E NAVARRO, 2017, p. 23.

Os micro-influenciadores, de acordo com a figura acima são aqueles que geram maior engajamento, proporcionalmente, do que influenciadores e celebridades. Os influenciadores têm um número maior de seguidores e falam mais sobre temas genéricos, do cotidiano e produzem conteúdo junto às marcas. Já as celebridades são personagens famosos e notórios que estão em outras plataformas para além, apenas, do universo digital.

A respeito da interação entre usuários x influenciadores e usuários x celebridades, Berger (IN POLÊMICOS...2017, p. 27) afirma que um grande astro (celebridade) não vai ter fôlego para responder a um tuíte de um seguidor, mas um influenciador digital provavelmente vai, o que gera uma conexão de amizade entre eles.

Pesquisa[10] realizada por Youpix, GfK e Aistrip (IN CRISCUOLO, MONTEIRO E NAVARRO, 2017, p. 22) aponta uma correlação direta entre a quantidade de seguidores e a capacidade de envolvimento com a base de fãs:

[10] Estudo feito com entrevistas presenciais e questionário online com 300 usuários e banco de dados de mais de 230 mil influenciadores.

Quantidade de seguidores	**Engajamento[11] com a base de seguidores**
400-500	7,8%
900-1100	3,4%
900 mil – 1,1 milhão	1,8%

Tabela 1: Quantidade de seguidores x engajamento. Fonte: baseado em estudo feito por Youpix, GfK e Aistrip (IN CRISCUOLO, MONTEIRO E NAVARRO, 2017, p. 22)

Levantamento feito pela agência de marketing de influência BR Media (IN CRISCUOLO, MONTEIRO E NAVARRO, 2017, p. 22) destaca o mesmo: quanto maior o número de seguidores, menor é o engajamento.

Quantidade de seguidores	**Engajamento com a base de seguidores**
Até 10 mil	4,7%
10-30 mil	3,12%
+1 milhão	1,4%

Tabela 2: Quantidade de seguidores x engajamento. Fonte: baseado em levantamento feito pela BR Media (IN CRISCUOLO, MONTEIRO E NAVARRO, 2017, p. 22)

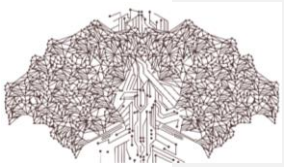
Em um texto no blog Airstrip (2017), a empresa Airfluencers, afirma que que os micro-influenciadores:

> (...) se dedicam à temas ou regiões específicas [e] conseguem ter maior domínio sobre o assunto relacionado à sua marca. Médios e grandes influenciadores acabam se associando com diversas outras marcas. Um relacionamento com microinfluenciadores pode fazer que você alcance objetivos mais reais (EQUIPE AIRFLUENCERS, 2017).

E ilustra:

> Por exemplo, um atleta da cidade de São Paulo que pratica ciclismo e mora no bairro de Moema. Compartilha seu *lifestyle* de trabalho, treinos, alimentação, objetivos e evolução no esporte. Ele não é uma celebridade, mas pode ser alguém muito influente para quem gosta de ciclismo ou andar de bicicleta, ou até mesmo um influenciador daquele bairro. Sua base de seguidores não é enorme, mas é engajada com aquele *lifestyle*. Dessa forma, a marca consegue compartilhar da mesma credibilidade que este microinfluenciador tem com sua audiência (EQUIPE AIRFLUENCERS, 2017).

[11] Engajamento nessa pesquisa significa que o fã curte, compartilha ou comenta nas iniciativas do influenciador.



Assim, após a revisão biliográfica e documental feita por este trabalho, entendemos que os influenciadores assim se subdividem:

- as **celebridades digitais**, que são os atores, atrizes, músicos, jornalistas e apresentadores, todos oriundos da mídia tradicional, mas que cultivam uma presença no ambiente digital;
- os **influenciadores digitais**, originários das mídias sociais construíram sua fama e sua base de seguidores e fãs a partir do ambiente digital;
- os **embaixadores e fãs de marca**, que por participarem ativamente das propriedades digitais das marcas que admiram, acabam defendendo-as, recomendando-as, podendo ser considerados um tipo de micro-influenciador. Fazem, muitas vezes, propaganda espontânea dos produtos/serviços/marcas que gostam;
- os **funcionários** das organizações em que trabalham. São o primeiro exército de divulgação de uma marca e, se bem estimulados, podem ser um valioso ativo nas difusões de conteúdo. Também os considerados como um subtipo de micro-influenciador.

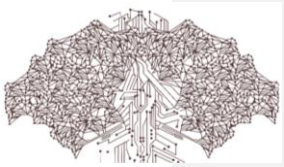
Relação entre influenciadores digitais e marcas

Dada a importância que começaram a adquirir junto às audiências da rede, os influenciadores passaram a chamar a atenção das organizações. Para atingir a audiência do influenciador, algumas marcas/organizações iniciaram ações de relacionamento ou até de pagamento junto a esses. Williamson comenta o porquê do movimento de aposta das organizações junto aos influenciadores:

> (...) as marcas estão se apegando aos influenciadores para tentar combater o bloqueio às peças publicitárias, para dar um novo brilho criativo para suas ações de comunicação (especialmente em vídeo) e conquistar a aprovação do público jovem – que deposita mais confiança em celebridades e estrelas das mídias sociais do que outras faixas etárias (WILLIAMSON, 2016)

A autora acredita que exista, inclusive, uma modalidade de marketing que trata dessa relação entre marcas e produtores de conteúdo, o *influencer marketing* ou marketing de influência:

> É o marketing que identifica e ativa indivíduos que podem influenciar a preferência de marca, decisões de compra e lealdade da população em geral. Nas plataformas sociais, o termo descreve o processo pelo qual companhias



> recompensam celebridades, estrelas das mídias sociais e especialistas da indústria para criar conteúdos em prol das marcas ou gerar endosso (WILLIAMSON, 2016).

O ecossistema que envolve formadores de opinião, marcas e audiências fez surgir um novo participante: o fornecedor que aglutina os influenciadores e os agencia. Isso significa que a relação necessariamente vai ser paga[12] e, dificilmente, conseguiremos resultados de mídia espontânea nesse processo. Além disso, é de interesse dos próprios influenciadores monetizar a relação com marcas. Eles próprios entenderam que são um canal relevante de comunicação e relacionamento entre as organizações e as audiências que pretendem atingir. Isso tudo com legitimidade e autoridade, uma vez que se transformaram em fontes críveis de consumo de conteúdo. Os influenciadores emitem opiniões, endossam, criticam ou recomendam conteúdos, marcas, produtos e serviços.

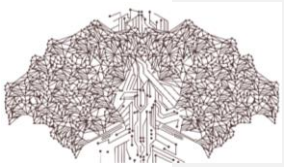
O Ministério da Educação[13] chegou a gastar quase R$ 300 mil pagando Youtubers com influência junto ao público adolescente para falar bem do Novo Ensino Médio. A ação recebeu diversas críticas pelo seu caráter velado, uma vez que os influenciadores não revelaram, na ocasião, que estavam sendo pagos para falar do tema.

Além disso, o influenciador transita nas plataformas de mídias sociais de maneira próxima aos que os acompanham. A personificação faz diferença para quem está consumindo. Comprar um produto recomendado e endossado por um influenciador com autoridade no assunto e que interage com seus seguidores é bem diferente de seguir a imposição de uma campanha publicitária convencional.

Segundo matéria no blog do Comunique-se (CORONADO, 2017), marcas que se comunicam diretamente com os influenciadores aumentam a produtividade da campanha

[12] Também escrevemos a esse respeito (da quase que obrigatoriedade de pagamento ao influenciador por parte das marcas para se estabelecer uma relação) em um artigo de um e-book denominado "Comunicação, Mercado e Tecnologia", com o capítulo "Conteúdo é rei, mas a mídia também faz parte da realeza". Disponível em: https://pt.slideshare.net/GrupoComertec/comunicao-mercado-e-tecnologia-volume-1, entre as páginas 21 e 43. Acesso em 09/05/2017.

[13] Disponível em: http://veja.abril.com.br/politica/mec-gastou-quase-300-mil-reais-em-campanha-com-youtubers/. Acesso em 09/05/2017.



entre 21% e 32% em média, o que reduz seu processo de campanha entre 10 e 18 dias. O *post* destaca que quando a organização entende que o "*creator*" sabe melhor do que ninguém como se comunicar com o próprio público e dá liberdade para produzir o conteúdo, inclusive de linguagem, a chance de a campanha dar certo é maior. Ainda traz um exemplo: o jornalista Edson Castro, um dos fundadores do blog Manual do Homem Moderno[14], contou uma experiência recente, quando determinada marca tentou direcionar o conteúdo, cerceando a linguagem, acabou por não aceitar a parceria.

Marcas como agentes influenciadores

Diante de tantos influenciadores e de uma possível ou suposta bolha nessa área, será que as marcas vão se tornar, elas próprias *publishers*[15]? Será que já não se tornaram?

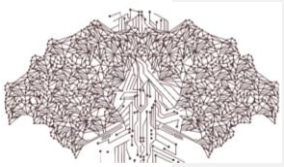
Quando observamos o perfil culinário da marca Unilever no Instagram, o @Recepedia_br[16], notamos que a ideia é instruir e orientar os seguidores a usar os produtos da marca (Hellmann's, Maizena, Knorr) por meio de receitas ensinadas em seu passo a passo. A marca, nesse caso, assumiu um papel de geradora de conteúdo sobre receitas de forma a estimular seus usuários a consumirem mais seus produtos, gerar

fidelização, simpatia, boa vontade etc. Papel esse que antes era exercido pelas publicações ou cozinheiros que faziam (e ainda fazem) receitas na televisão e em outros canais. Pode-se dizer que a marca, por meio do perfil no Instagram e seu site, é uma *publisher* do segmento de receitas e dicas culinárias.

[14] Disponível em: https://manualdohomemmoderno.com.br/. Acesso em 04/12/2017.

[15] Segundo o dicionário de comunicação (RABAÇA E BARBOSA, 2002), o *publisher* faz a seleção e o filtro de informações, decidindo sobre o que é relevante para uma determinada publicação, mesmo que o dado não tenha sido inteiramente apurado.

[16] Disponível em: https://www.instagram.com/p/BXlmR2DFwrL/?taken-by=recepedia_br. Acesso em 11/08/2017.



Além de *publishers*, as marcas também exercem papel de influenciadoras e aproximam-se do formato utilizado – e consagrado do "faça-você-mesmo" - por canais de influenciadores digitais como o Tastemade[17], Tasty Demais[18] e Panelaterapia[19].

Não precisamos ficar apenas no segmento de gastronomia, receitas e afins. Se analisarmos o perfil da marca Leroy Merlin, a empresa de materiais de construção, acabamento, decoração e jardinagem, esta cultiva diversos perfis com vocação de ensinar aos seus usuários/clientes como fazer baseando-se nos materiais que comercializa em suas lojas (físicas e online). No site[20], possui uma seção chamada "Faça você mesmo" em que orienta os usuários como instalar móveis de cozinha, ou uma fechadura eletrônica ou como renovar rejuntes etc. e até classifica o nível de dificuldade do trabalho (níveis iniciante, intermediário e avançado). No Instagram[21], faz uso do mesmo recurso, porém, com vídeos mais curtos, pertinentes à característica da plataforma e, no Pinterest[22], plataforma com vocação mais imagética, possui diversos painéis temáticos que vão na linha de educação, orientação e tirar dúvidas de quem os seguem por ali.

O mesmo podemos dizer da marca, Red Bull[23] que se tornou ou almeja se tornar uma *publisher* na área de Esportes Radicais. Ou a estratégia da marca de câmeras Go Pro[24] que se vale do conteúdo que seu usuário produz, do inglês, *user-generated content* (UGC), assim como faz a marca Apple[25]. Em ambos os casos, pouco precisa produzir por si só, pois boa parte do conteúdo que expõe em seus perfis de mídias sociais são conteúdos de terceiros, ou seja, enviados por seus usuários, fãs e seguidores.

[17] Disponível em: https://www.instagram.com/tastemadebr/. Acesso em 27/11/2017.

[18] Disponível em: https://www.instagram.com/tastydemais/. Acesso em 27/11/2017.

[19] Disponível em: https://www.instagram.com/panelaterapia/. Acesso em 27/11/2017.

[20] Disponível em: http://www.leroymerlin.com.br/faca-voce-mesmo. Acesso em 19/07/2017.

[21] Disponível em: https://www.instagram.com/p/BWbQckXF34Y/. Acesso em 19/07/2017.

[22] Disponível em: https://br.pinterest.com/leroymerlinbr/fa%C3%A7a-voc%C3%AA-mesmo/. Acesso em 19/07/2017.

[23] Disponível em: https://www.instagram.com/redbull/. Acesso em 10/10/2017.

[24] Disponível em: https://www.instagram.com/gopro/. Acesso em 10/10/2017.

[25] Disponível em: https://www.instagram.com/apple/?hl=pt. Acesso em 10/10/2017.

Nos perfis tanto de Instagram[26], quanto no site da marca[27] de *creamcheese* Philadelphia também se observa o estímulo para que o usuário seja o protagonista. A marca Philadelphia ainda incentiva seus leitores e seguidores a produzirem receitas com seus produtos, na mesma linha do DIY, *do it yourself*, ou faça-você-mesmo.

A marca Polenghi adotou a mesma linha de ensinar os usuários a fazerem receitas com os seus produtos, mas o fez em um formato audiovisual. Usando o mote, "não só pode, como deve", usou o influenciador (cozinheiro, chef e celebridade) Olivier Anquier como protagonista e âncora da série. Os vídeos puderam ser vistos na TV a cabo e no canal da marca no Youtube[28].

Cambraia, em entrevista à matéria Polêmicos, populares e influentes (2017, p. 34) da Revista Exame, afirma que há uma tendência das empresas em conquistar influência ao invés de comprá-la. Não seriam esses canais nas plataformas de mídias sociais em formatos muito similares aos dos influenciadores uma tentativa de conquista de influência?

A varejista de roupas C&A[29], no dia do Blog, em 31 de Agosto de 2017, resolveu convidar uma influenciadora digital, para ensinar aos seus seguidores interessados como melhorar os seus perfis de mídias sociais, blogs, vlogs e afins sobre "(...)moda, games, comida, viagens", conforme figura abaixo. Em nossa visão, há a intenção da marca em viabilizar tal ação com vistas a instrumentalizar mais embaixadores para que falem a respeito de seus produtos, coleções e afins. Trata-se da marca viabilizando sua influência e instrumentalizando seus seguidores para que se tornem mais interessantes aos olhos dos demais também.

[26] Disponível em: https://www.instagram.com/philadelphiabr/. Acesso em 23/08/2017.

[27] Disponível em: https://www.philadelphia.com.br/receitas/. Acesso em 23/08/2017.

[28] Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Xj0rlwVr8Oc. Acesso em 23/08/2017.

[29] Disponível em: https://www.instagram.com/p/BYeLPgEBXzb/. Acesso em 07/11/2017.



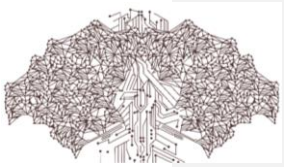
Imagem n.2 – Postagem da marca C&A anunciando que ensinaria seus seguidores como potencializar seus perfis de mídias sociais, blogs e vlogs para produzir melhores conteúdos.

Assim, ao potencializar seus seguidores com mais instrumentos para que se tornem influenciadores, a marca almeja que falem mais dela e propaguem seus produtos, acessórios, coleções etc. É a marca viabilizando seu canal para oferecer instrumentos à sua audiência para que esta se torne replicadora de seus conteúdos. Por outro lado, há uma liberação de controle, pois não há como garantir o que os usuários vão dizer depois.

Nessa mesma linha de empoderar usuários para que esses sejam os influenciadores usando a sua plataforma estão Facebook, Google, Youtube, Instagram. Um exemplo é o site criado pelo Facebook chamado Facebook for Creators, isto é, Facebook para Criadores, ou traduzindo mais para o universo atual, Facebook para Influenciadores: https://www.facebook.com/creators#. No site, há casos de sucesso de influenciadores que estimulam os demais, dicas de como usar melhor as ferramentas da plataforma, *Q&As* (*Questions and Answers* ou Perguntas e Respostas, em português) e um incentivo para se baixar a versão do site em aplicativo para celular, na versão mobile.

Brandcast x *socialcast*: considerações finais

Optamos em usar como "pano de fundo" as questões ligadas ao *broadcast x socialcast x brandcast*, bem como uma conceituação do que entendemos serem influenciadores digitais, sejam



eles grandes celebridades ou formadores de opinião ou micro-influenciadores. Usamos as teorias da midiatização para explicar o fenômeno e também ilustramos com exemplos quem são tanto os micro como os grandes influenciadores, além de entendermos que as marcas também são agentes influenciadoras no ambiente digital.

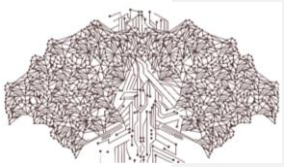
Em relação aos termos:

- *Broadcast*: mesmo a mídia dita clássica (tv, rádio, jornais, revistas) passou a incorporar elementos da comunicação digital interativa para convocar a audiência a participar de suas programações, vide The Voice Brasil e Master Chef e seus modelos de votações; os telejornais e suas *hashtags*; as rádios e os ouvintes praticando via WhatsApp; entre outros.
- *Socialcast*: é o modelo de transmissão de informações, conteúdos e disseminação de influência usado pelos influenciadores digitais.
- *Brandcast*: é a nomenclatura que convencionamos usar para nos referirmos às disseminações de conteúdo via mídias sociais relativas às marcas que vêm se aproximando muito dos modelos utilizados pelos influenciadores digitais. Por isso, acreditamos nas marcas como agentes influenciadoras no ambiente digital.

Alguns apontamentos que podemos elencar a partir de observações feitas unindo pesquisas bibliográficas e empíricas:

- Quando a marca tenta usar a linguagem do influenciador ou se posiciona ela própria como uma *publisher*, não seria um caminho para evitar o uso dos tais influenciadores digitais ao mesmo tempo em que ela repete a fórmula de sucesso destes? Pensamos que sim.

- Também há os casos que citamos no artigo que a marca viabiliza a sua plataforma de mídia social para transferir influência aos seus seguidores de forma que esses se tornem figuras multiplicadoras de seus produtos, serviços e dela própria. Importante dizer aí uma liberação total de controle do que eles vão dizer, uma vez que podem falar bem ou mal dela a partir do momento em que começam a produzir



conteúdo e disparar em suas redes de relacionamento. O Youtube e o Facebook fazem isso para formar influenciadores e a C&A fez uma ação específica para ensinar usuários a melhorar suas postagens, conforme demonstramos acima.

- Há casos em que a marca faz uso dos influenciadores em seu próprio perfil, tentando mostrar aos seus seguidores que está antenada ao contexto e há momentos em que ela própria viabiliza tal influência às suas audiências.

Como próximos passos, entendemos que precisamos melhor compreender se as marcas que já atingiram patamares de notória influência precisam da figura dos influenciadores digitais para se legitimar junto às suas audiências. Teríamos de observar melhor marcas como Google, Apple, Facebook, entre outras, e entender se essas precisam dessas figuras para se firmarem junto aos seus públicos de interesse.

Nessa queda de braço entre influenciadores e marcas na disputa pela atenção dos usuários de mídias sociais, torcemos para que quem ganhe com tudo isso seja o conteúdo de boa qualidade. ;-)

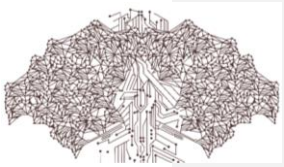
Referências bibliográficas

ADMINISTRADORES.COM. Saiba quais são as dez marcas mais influentes entre os brasileiros. **Redação Administradores.com**. 06 de Abril de 2017. Disponível em: http://www.administradores.com.br/mobile/noticias/marketing/saiba-quais-sao-as-10-marcas-mais-influentes-entre-os-brasileiros/118152/. Acesso em 04/12/2017.

AMARAL, Adriana e MOSCHETTA, Pedro Henrique. Visibilidade e reputação nos sites de redes sociais. A influência dos dados quantitativos na construção da popularidade a partir da percepção dos usuários. Trabalho apresentado no **VIII Simpósio Nacional da ABCiber** Comunicação e Cultura na Era de Tecnologias Midiáticas Onipresentes e Oniscientes. ESPM/SP. 3 a 5 de dezembro de 2014. Disponível em: https://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/adriana_da_rosa_amaral_172.pdf. Acesso em 25/08/2017.

ARCOVERDE, Letícia. "As instituições deixaram de ser confiáveis", diz pesquisadora. 09/05/2017. **Site do Jornal Valor Econômico**. Disponível em: http://www.valor.com.br/carreira/4961944/instituicoes-deixaram-de-ser-confiaveis-diz-pesquisadora. Acesso em 29/08/2017.

CARVALHO, Eric de. & TERRA, Carolina Frazon. (editores). **Revista Communicare. Dossiê especial Influenciadores Digitais**. Centro Interdisciplinar de Pesquisa: Faculdade Cásper Líbero, São Paulo/SP, v. 17, edição especial dos 70 anos da Cásper Líbero. Semestral. 2017. ISSN: 1676-3475.



CORONADO, Raony. Marketing de influência e o relacionamento conquistado com a marca. **Blog do Comunique-se**. 31 de Agosto de 2017. Disponível em: http://blog.comunique-se.com.br/marketing-de-influencia-e-o-relacionamento-conquistado-com-a-marca/?utm_campaign=080917_newsletter&utm_medium=email&utm_source=RD+Station. Acesso em 12/09/2017.

COULDRY, N.; HEPP, A. Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. **Communication Theory**, n. 23, p. 191-202, 2013.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". **Revista MATRIZes**, ECA-USP, v. 8, n.1, p. 45-64, jan-jul. 2014.

HJARVARD, S. **The mediatization of culture and society**. London: Routledge, 2013.

KARWAHI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. Trabalho apresentado no GP 2 – Comunicação, Inovação e Tecnologias no **XI Congresso Brasileiro Científico de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – Abrapcorp 2017**. Belo Horizonte: 2017. Disponível em: http://www.abrapcorp.org.br/portal/index.php/2011/10/anais-online/. Acesso em 01/06/2017.

KARWAHI, Issaaf. Influenciadores digitais: o eu como mercadoria. In: SAAD CORRÊA, E. N. E SILVEIRA, Stefanie C. **Tendências em Comunicação Digital**. São Paulo: ECA/USP, 2016. P. 38-58. Disponível em: https://issuu.com/commaisusp/docs/livro-tendencias-006. Acesso em 17/05/2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2014.

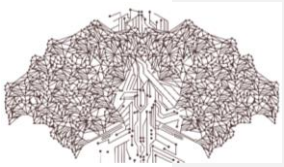
MORENO, A., MOLLEDA, J.C., ATHAYDES, A., SUÁREZ, A. M., HERRERA, M & ÁLVAREZ, A. **Latin American Communciation Monitor 2016-2017**. Tendencias en comunicación estratégica: big data, automatización, engagement, influencers, coaching y competências. Resultado de una encuesta en 17 países. Madrid, España: EUPRERA/DIRCOM, 2017.

POLÊMICOS, populares e influentes. O que explica a ascensão de ídolos digitais que atraem a atenção das marcas – e quais os riscos desse fenômeno. **Revista Exame**. Edição 1132. Ano 51. Número 4. 01 de Março de 2017. P- 24-37.

SAAD CORRÊA, Elizabeth N. **Centralidade, transversalidade e resiliência: reflexões sobre as três condições da contemporaneidade digital e a epistemologia da Comunicação**. Trabalho apresentado na Divisão Temática Ibercom Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação no XIV Congresso Internacional Ibercom, na USP, de 29/03 a 02/04/15.

SHIRKY, Clay. **Cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TERRA, Carolina Frazon. Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da midiatização das relações públicas? **Revista Organicom**, ECA-USP, ano 12, n. 22, p. 104-117, 1º semestre de 2015. Disponível em: http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/viewFile/868/635. Acesso em 17/05/2017.



TERRA, C. F. **Usuário-mídia: a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais**. São Paulo – SP, Fevereiro de 2011. [Tese de Doutorado - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo]. Disponível em: www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-02062011-151144/. Acesso em 17/05/2017.

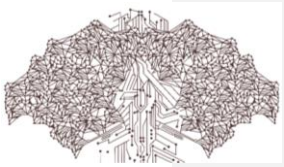
TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação corporativa digital: o futuro das relações públicas na rede**. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa Ciências da Comunicação, na área de conhecimento Interfaces Sociais da Comunicação, à Escola de Comunicações e Artes da USP. São Paulo, 2007. Disponível em: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-02072007-144237/publico/CarolinaTerra.pdf. Acesso em 11/05/2017.

TIPOS DE INFLUENCIADORES. **Fanpage Youpix**. Abril de 2017. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/YOUPIX/photos/?tab=album&album_id=10154773402283303. Acesso em 17/08/2017.

WILLIAMSON, Debra Aho. Como as marcas podem usar influenciadores. **Site Meio e Mensagem.** 04/03/2016. Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/03/04/como-as-marcas-podem-usar-influenciadores.html#ixzz43H935vzW. Acesso em 13/04/2017.

ZANETTE, Maria Carolina. **Novos Influentes: Blogues e sua Relação com o Consumo**. Dissertação de mestrado apresentada à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, 2011. Disponível em: http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8862/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Maria%20Carolin%20Zanette.pdf?sequence=4. Acesso em 11/05/2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



MARCHA PELA CIÊNCIA: CARTOGRAFIAS-GENEALÓGICAS DAS REDES DE MOBILIZAÇÃO [1]

Felipe da Silva Ponte de Carvalho[2]; Frieda Marti[3]; e Victor Junger[4]

Resumo: O presente artigo é um manifesto contra o crescente projeto político de sucateamento e desmonte das universidades públicas, de desvalorização do docente-pesquisador e das pesquisas em Ciência. O objetivo desta pesquisa é compreender e fazer uma análise sistematizada do desdobramento da "Marcha pela Ciência" no Brasil pós golpe institucional de 2016. Para tal bricolamos os métodos das cartografias (BENEVIDES & PASSOS, 2009) e das "genealogias" (FOUCAULT, 2010). Ao fazermos o caminho das cartografias genealógicas da Marcha pela Ciência em sites acadêmicos, artigos, reportagens, narrativas, vídeos, mapas e imagens *online* em nosso cotidiano, apresentamos redes de indignação, de resistências, de lutas e de esperança a favor do desenvolvimento da ciência nacional e mais aberta à sociedade, como também seus sentidos e significados.

Palavras-chaves: Marcha pela Ciência. Cartografia Genealógica. Redes de indignação, de resistências, de lutas e de esperança.

Primeiramente, #ForaTemer

O presente artigo é um manifesto contra os discursos anticientíficos, a diminuição de financiamento de projetos de pesquisa, os cortes de bolsas de estudo, expostos na Imagem 1 e Imagem 2, o sucateamento de universidade pública, as políticas neoliberais de privatização da ciência pública, a desvalorização do docente-pesquisador, o desmonte dos institutos públicos de pesquisa que vêm acontecendo em nosso país, tornando não só a atmosfera científica irrespirável como a de todo o território nacional. Nesse cenário não poderíamos deixar de mencionar a nossa Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj - #UerjResiste!) que vem sofrendo com a política de desmonte da universidade pública levada a cabo pelo governo Pezão (PMDB/RJ).

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 17**:** Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Doutorando em Educação (PROPED-UERJ). Participa do Grupo de Pesquisa em Gênero, Sexualidade e Interseccionalidade-GENI (UERJ). E-mail: felipesilvaponte@gmail.com Orcid: http://orcid.org/0000-0001-7398-6171

3 Doutoranda em Educação (PROPED-UERJ). Participa do Grupo de Pesquisa Docência Online e Cibercultura – GPDOC (UERJ). E-mail: friemc@gmail.com

4 Doutorando em Educação (PROPED-UERJ). Bolsista CAPES. Participa do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais em Educação e Arte. E-mail: victorjunger@gmail.com



Imagem 1 - Corte no orçamento do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação. Fonte: Academia brasileira de Ciência e MCTI (apud Associação Nacional em Pós-Graduação, 2017). Acessado em: 05/08/2017

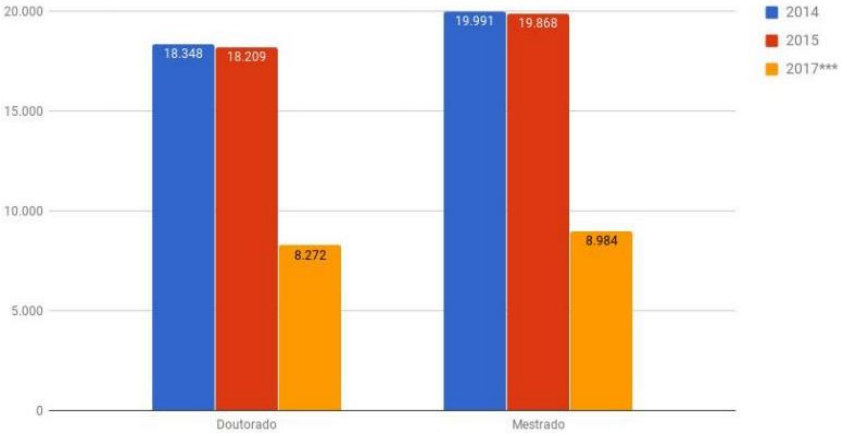
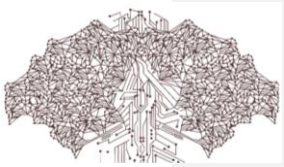


Imagem 2 - Corte nos investimentos em bolsas de doutorado e mestrado pelo CNPQ. Fonte: Associação Nacional em Pós-Graduação (2017). Acessado em: 05/08/2017

Este artigo é também um desdobramento da atividade final de nossos estudos na disciplina "Questões Teórico-Epistemológicas em Pesquisa nos/dos/com os Cotidianos", onde tecemos problematizações em torno da Ciência (LATOUR, 2011) na contemporaneidade,



principalmente no evento Marcha pela Ciência (RODRIGUES, 2017) que aconteceu em nível global, abordada na Seção 1. As problematizações dessa Seção dialogam com os pressupostos teóricos-epistemológicos de Michel de Certeau (2008 e 2012) e de Manoel Castells (2013).

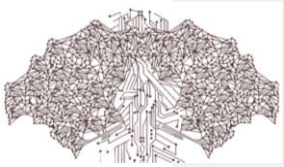
O objetivo desta pesquisa é compreender e fazer uma análise sistematizada do desdobramento da "Marcha pela Ciência" no Brasil pós golpe institucional de 2016. Para fazê-la bricolamos os métodos das cartografias (BENEVIDES & PASSOS, 2009) e das "genealogias" (FOUCAULT, 2010), exposto na Seção 2. Ao fazermos o caminho das cartografias genealógicas da Marcha pela Ciência em sites acadêmicos, artigos, reportagens, narrativas, vídeos, mapas e imagens online em nosso cotidiano, conforme discutimos na Seção 3, apresentamos redes de indignação, de resistências, de lutas e de esperança a favor do desenvolvimento da ciência nacional e mais aberta à sociedade.

Por fim, nas Considerações da Marcha pela Ciência, destacamos que o movimento nas ruas e nas redes se mostrou um importante disparador para a problematização acerca da importância da circulação do conhecimento científico dentrofora dos muros castelares do laboratório e da conscientização sobre a importância do fazer pesquisa e fazer política / ser pesquisadorpolitico.

Marcha pela Ciência em rede

A Marcha pela Ciência é um movimento mundial que reúne cientistas, profissionais ligados ao campo das ciências e todos aqueles que compreendem a importância e a necessidade da ciência para o desenvolvimento social, ambiental, educacional e econômico mundial[1]. Segundo o site internacional da Marcha pela Ciência[2], o movimento tem como objetivos:

- **Humanizar a ciência** partindo da premissa de que a ciência é uma atividade humana, a investigação científica é um processo cultural e social e que aqueles que fazem ciência tem origem a partir das mais diversas origens culturais, sistemas de crenças, orientações, gêneros e habilidades.
- **Estabelecer parceria com o público** levando em consideração de que o progresso da ciência está diretamente relacionado aos laços que são estabelecidos com a sociedade em geral, por meio do engajamento e da participação ativa dos cidadãos no que tange à discussão sobre pesquisas científicas.
- **Defender a ciência aberta, inclusiva e acessível** rompendo barreiras na própria comunidade científica, facilitando o acesso à carreira científica e ao conhecimento construído no campo das ciências, ampliando as ações de divulgação científica que levem



a ciência a países e públicos diversos, levando cientistas e profissionais da área ao encontro da comunidade.

- **Apoiar os cientistas** sendo uma das vozes de representação dos mesmos, tanto no setor público quanto no privado, no que diz respeito à liberdade de comunicação e ao desenvolvimento de suas pesquisas.
- **Reforçar a ciência como um valor democrático** participando dos atos públicos nas diversas cidades do mundo e assim dando mais um passo em direção a nos tornarmos mais proativos em relação às nossas comunidades e à democracia.

Esses objetivos da Marcha pela Ciência podem ser tecidos com as ideias de Bruno Latour em "Ciência Ação" (2011), ideias estas que chamam a nossa atenção para o papel que a ciência ocupa na sociedade contemporânea, nosso papel enquanto cientistas, como possibilitar o público leigo o acesso ao conhecimento científico restrito a determinado grupo e a defesa da ciência contra as pseudociências, contra a fraude e a irracionalidade.

Convocada originalmente nos Estados Unidos, com a intenção de mobilizar todos os setores da sociedade como forma de reação ao discurso "anticientífico" do presidente Donald Trump, que anunciava cortes de investimentos nas pesquisas científicas do país e a retirada dos EUA do Acordo de Paris[3], a Marcha pela Ciência se tornou, em pouco tempo, um evento mundial e vários países se uniram à causa. No dia 22 de abril de 2017, Dia da Terra, cerca de 630 atos públicos ocorreram em várias cidades do mundo, totalizando 69 países participantes, como pode ser observado no mapa do site internacional do movimento[3] a seguir.

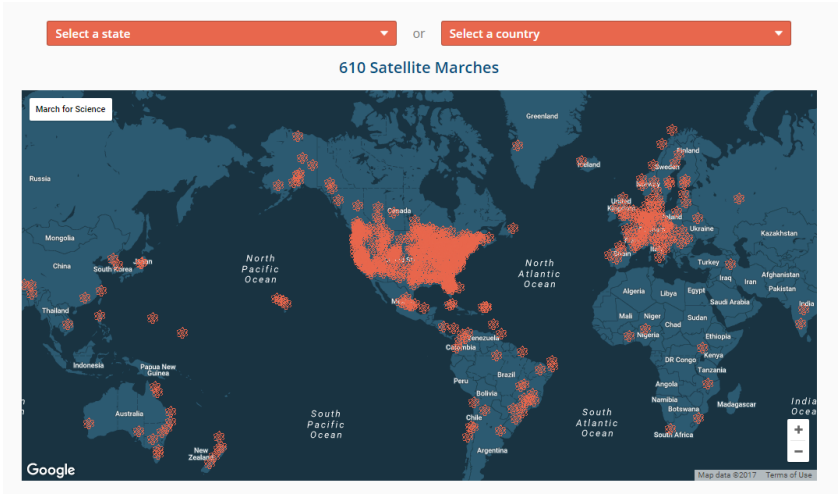


Imagem 3 – Atos públicos da Marcha pela Ciência no mundo.

Fonte: March for Science Acesso: 03/08/2017 https://www.marchforscience.com/satellite-marches

A insatisfação da comunidade científica estadunidense com o discurso e a política caótica de Donald Trump no que se refere ao meio ambiente, às pesquisas científicas e aos direitos humanos, alavancou

> o surgimento de um ativismo de resistência que promete não ceder um milímetro contra ações que restrinjam e ou diminuam direitos fundamentais. Um ativismo incentivado pela intelectualidade estadunidense – da qual Noam Chomski é o mais conhecido representante – que resgata profundas raízes da ação cívica e comunitária estadunidense, aliado ao novíssimo *cyberativismo* impulsionado pelas redes digitais (RODRIGUES, 2017, ONLINE).

O movimento da Marcha pela Ciência nos aponta sinais de uma crise de "autoridade" (CERTEAU, 2012), onde cientistas de diversas nacionalidades se mobilizaram por não concordarem com o discurso "anticientífico" de Trump, com os constantes cortes orçamentários nas áreas relacionadas, e com o crescimento do que nomeiam de "obscurantismo", exemplificado pelo aumento da difusão de terapias ou medicamentos sem comprovada eficácia (ex. pílula do câncer), assim como a crescente adesão a movimentos anti-vacinas que colocam em risco toda a sociedade.

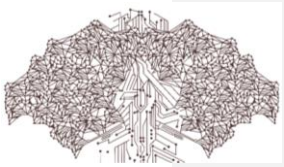
Certeau (2012) salienta que autoridade é "tudo que dá (ou pretender dar) autoridade – representações ou pessoas – e que se refere, portanto, de uma maneira ou de outra, àquilo que é "aceito" como "crível"" (idem, p. 40). Ela é responsável por tornar o ar de uma sociedade

respirável, repousa sobre a adesão de um grupo ou uma comunidade e o seu descrédito revela problemas que tornam a atmosfera social irrespirável. Esse descrédito pode ser fabricado por múltiplas maneiras nas (micro)operações da vida cotidiana, como por exemplo pelo "uso" (CERTEAU, 2008) do humor: um praticante na Marcha pela Ciência em Washington, EUA carregava um cartaz com a mensagem: "Faça a América pensar novamente", em alusão ao slogan da campanha de Trump ao cargo de presidente dos EUA: "Faça a América grande de novo", exposto na Imagem 4. O uso do humor, além de ser um ato político, é uma operação de modo tático que o praticante lançou mão para demonstrar no espaço público o seu descrédito a Trump (autoridade), ressignificando o slogan usado pelo político:



Imagem 4 - Manifestação Marcha pela Ciência em Washington/ EUA. Fonte: Academia Brasileira de Ciências (ABC). Acesso em: 05/08/2017b.

Nessa mesma trama de pensamento, ao analisar os diversos movimentos sociais em rede (revolução na Tunísia, revolução egípcia, os indignados na Espanha, Occupy Wall Street, jornadas de junho Brasil) e seus desdobramentos nos espaçostempos das cidades, Castells (2013) argumenta que eles emergem por uma rejeição a uma política ou a representantes por se sentirem traídos, manipulados, gerando redes de indignação que se desdobram em redes horizontais de autonomias e de esperança, que são tecidas pelo companheirismo na relação todos-todos. Os cortes orçamentários, o discurso anticientífico e o crescimento danoso do "obscurantismo" se tornam, desse modo, gatilhos disparadores dessa rejeição e da formação de redes de indignação materializada no movimento mundial da Marcha pela Ciência.



2. Cartografias genealógicas as redes da Marcha pela Ciência

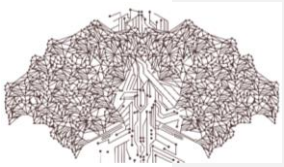
Uma vez que nos interessa realizar uma análise sistematizada de um movimento muito recente, e fundamental no sentido de combater a vertiginosa redução dos recursos para pesquisa em Ciência, reconhecemos ser desafiador apreender os traços mais marcantes e, por conseguinte, a problemática de seus enfrentamentos. A nós se apresenta desafiador os desdobramentos da Marcha pela Ciência na medida em que o movimento se encontra em processo de realização, implicado por questões que nos são muito importantes, em um conjunto de atravessamentos demasiadamente presentes em nossas vidas.

Como forma de apreender parte desses atravessamentos que constitui a problemática da Marcha pela Ciência, e nos auxiliaria a compreender as redes de indignação, resistência e luta acionadas, pensamos ser indispensável realizar um mapa dos processos de mobilização e seus respectivos desdobramentos. Nesse sentido, compor um mapa de tais processos significa praticar uma cartografia do presente que envolva o campo da Ciência e seus tensionamentos, especialmente no que diz respeito à circulação de sua produção em diferentes instâncias e espaços da sociedade.

Optamos pela cartografia por se tratar de um campo metodológico que se esforça por incorporar no processo investigativo transformações epistémicas e sensoriológicas realizadas em diferentes níveis, como as pequenas revoluções que se dão em nossos cotidianos por efeito de uma microfísica das ações. No entanto, como poderá ser visto ao longo do trabalho, não nos limitamos a seus procedimentos na medida em que nos interessa acentuar determinados aspectos da contenda contemporânea e, consequentemente, dos enfrentamentos enunciados pelo movimento Marcha pela Ciência.

A cartografia está longe de prescrever procedimentos metodológicos que garantiriam a elucidação de um determinado grupo de hipóteses, previamente deduzidas de sua articulação teórica, num regime de produção do conhecimento pautado pelo verdadeiro e falso. Antes, a orientação cartográfica presume um primado do vivido em relação às expectativas do que se espera conhecer, conduzindo o processo investigativo pelos desdobramentos de seu percurso, de modo que o conhecimento passa a ser suposto pela experiência e seus efeitos.

Ao mesmo tempo em que não seria apenas o objeto da pesquisa que estaria em questão pela cartografia, mas o próprio sujeito do conhecimento que passa a ser produzido ao longo do processo investigativo. A orientação cartográfica trata tanto de um campo de produção dos objetos como também dos sujeitos, onde tudo passa a ser atravessado pela problemática da pesquisa, em



permanente transformação dos saberes envolvidos. Ou seja, sob esta perspectiva o pesquisador estaria tratando de um campo de produção de uma objetividade e uma subjetividade, dinamicamente realizadas, que bordejaria pelos diferentes elementos mobilizados uma série de problemas.

Como nos esclarece Eduardo Passos e Regina Benevides (2009):

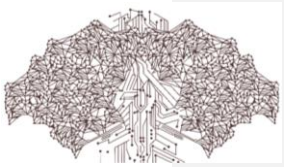
> Considerando que objeto, sujeito e conhecimento são efeitos coemergentes do processo de pesquisar, não se pode orientar a pesquisa pelo que se suporia saber de antemão acerca da realidade: o *know what* da pesquisa. Mergulhados na experiência do pesquisar, não havendo nenhuma garantia ou ponto de referência exterior a esse plano, apoiamos a investigação no seu modo de fazer: o *know how* da pesquisa (2009, p. 18).

Estando a objetividade e subjetividade comprometidas em uma série de processos, a cartografia pretende dessa forma incorporar em sua problemática o modo de produção da realidade, uma vez que seu empreendimento não cessa de recriar os objetos e sujeitos da pesquisa, especialmente quanto ao papel do sujeito do conhecimento. Assim, não se pode mais pretender as fronteiras que encastelariam o pesquisador frente ao seu campo de estudos, procedendo a uma assepsia dos rudimentos metodológicos em seu desvelamento da realidade. Pelo contrário, na medida em que se vê em contato com os contextos estudados, são os atravessamentos aí realizados que põe em transformação o próprio pesquisador, impossibilitando a crença em qualquer fronteira que supostamente se estabeleça entre o sujeito do conhecimento e objeto pesquisado.

Longe de sustentar tais assepsias metodológicas e a transcendência do sujeito, a cartografia tem como pressuposto ser concebida enquanto efeito dos processos de mudança da realidade, isto é, enquanto estiver comprometida com os atravessamentos que encontra em sua relação com os contextos estudados. Dessa forma, é ela propriamente que está em transformação com os mundos realizados em seu percurso, exigindo do pesquisador um maior envolvimento de modo a incorporar essas mudanças e deslocamentos em sua produção, sobretudo no que diz respeito aos afetos encontrados nesse contato com o que lhe é diferente.

Quanto à dimensão política da cartografia e as mudanças que reconhece promover, Suely Rolnik destaca:

> (...), dizer aqui que a prática de análise (do cartógrafo) é política tem a ver com o fato de que ela participa da ampliação do alcance do desejo, precisamente em seu caráter de produtor de artifício, ou seja, de produtor de sociedade. Ela participa da potencialização do desejo, nesse seu *caráter processual* de criador de mundos, tantos quantos necessários, desde que sejam facilitadores de passagem para as intensidades vividas de forma aleatória nos encontros que vamos tendo em nossas existências (2014, p. 70).



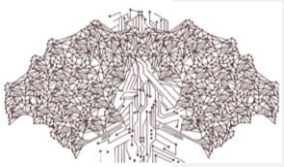
Dessa maneira, a cartografia se articula também como um traçado das relações de força que são atualizadas num determinado contexto, oferecendo-nos um quadro dos movimentos de mudança e resistência, bem como das estratégias de manutenção e conservação, de que se valem seus praticantes ao habitá-lo. A esse recurso que compõe igualmente os mapas das relações de força, apresentando-nos uma dimensão diagramática do espaço, a cartografia se aproxima dos interesses da abordagem genealógica pensada por Foucault (2010), onde as estratégias do poder são permanentemente interrogadas em prol daquilo que pretendem subjugar.

A genealogia não procura responder à historiografia que se constituiu no Ocidente com um traçado mais pormenorizado dos acontecimentos, nem substituir seu estatuto epistêmico sem provocar nesse mesmo gesto deslocamentos entre o atual regime de conhecimento. Seu propósito é articular-se com os saberes historicamente subalternizados, por reconhecer neles perspectivas que testemunham os limites e impossibilidades dos saberes instituídos. Ao mesmo tempo em que estas perspectivas produzem fissuras entre os modos de produção do conhecimento, denunciando outras maneiras de proceder ao saber sem o recurso ao sujeito transcendental.

Antes, são as estratégias do poder que interessam à genealogia em sua necessidade de estabelecer o verdadeiro e desqualificar o falso, em um jogo de invisibilização dos saberes, sensibilidades e das existências, e principalmente de um soterramento dos enfrentamentos dos movimentos de resistência. Seu investimento político não se encerra em absoluto no que passa a ser denunciado, como não pretende oferecer qualquer conclusão à problemática evidenciada, mas procede a abertura epistêmica de uma determinada contenda onde as categorizações e seus respectivos rudimentos são constantemente postos em questão.

Dessa maneira, a genealogia se dispõe como um instrumento de luta em que o modo de produção do conhecimento passa a ser tematizado, enunciado em todas as dimensões de que é composto, a partir de uma historiografia das contendas locais. E, como instrumento de luta, igualmente se dispõe como um produto do presente que serve à atualidade dos enfrentamentos, sempre mobilizada pelas estratégias de resistência, que, acionadas de forma momentânea, são capazes de produzir abalos consistentes e duradouros nos saberes instituídos. Como Foucault esclarece:

> A genealogia seria, pois, relativamente ao projeto de uma inserção dos saberes na hierarquia do poder próprio da ciência, uma espécie de empreendimento para dessujeitar os saberes históricos e torná-los livres, isto é, capazes de oposição e de luta contra a coerção de um discurso teórico unitário, formal e científico. (...) Eu diria em duas palavras o seguinte: a arqueologia seria o método próprio da análise das discursividades locais, e a genealogia, a tática que faz intervir, a partir dessas discursividades locais assim descritas, os saberes dessujeitados que daí se desprendem (2010, p. 11).



O que está em questão também é a historicidade dos enfrentamentos que são tidos como concluídos pelo regime atual de produção de conhecimento, e recobrem com uma aura de neutralidade os seus produtos bem como os meios pelos quais se consagra enquanto conhecimento. E essa historicidade retomada pela genealogia está longe de pretender revelar uma realidade escamoteada, mas um acontecimento social em que está em jogo a própria produção da realidade, que, reduzido à determinada categorização, termina por favorecer a partilha do que seria tido por natural e social.

Reconhecemos também que o empreendimento genealógico não se limita à realização historiográfica, fazendo-se dela para acionar uma determinada contenda com efeitos ainda atuais e, por essa razão, necessita ser melhor elaborada. Assim, entendemos também pertencer à alçada da genealogia a elaboração acerca das relações de força, que promovem diferentes atravessamentos nos regimes atuais de produção do conhecimento, intimamente envolvidos com o projeto colonial do Ocidente. Pois interessaria ao fazer genealógico os acontecimentos que não cessam de desestabilizar o poder vigente e, por conseguinte, elaborar saberes em intensa resistência ao seu domínio.

Nesse sentido, acreditamos ser importante proceder a uma cartografia genealógica como forma de conhecer a Marcha pela Ciência pelos tensionamentos e fissuras que produz, já que não é incomum encontrar em seus discursos o rompimento com práticas amplamente aceitas pelo campo científico. Mas a realização aqui de uma cartografia genealógica supõe a acentuação de seu viés político, concebendo o momento mesmo de sua manifestação como emergência de outros rearranjos de forças, que se dispõem contrários aos processos instituídos de produção do conhecimento.

Antes, procedemos dessa maneira por pretender acentuar os tensionamentos da Marcha pela Ciência e, assim, destacar seus saberes e atuações como foco de resistência, importantes para compreensão dos processos emergentes de produção e circulação do conhecimento. Esperamos que as referências reunidas nesse trabalho possam evidenciar sumariamente um mapa da Marcha como um diagrama dos focos de resistência, produtores de novas alianças no cenário contemporâneo, correspondente à complexidade dos problemas que nos atravessam na atualidade.

3. Redes: de indignação, de resistências, de lutas e de esperança

Convocada e organizada pela Sociedade Brasileira pelo Progresso da Ciência (SBPC), a Marcha pela Ciência no Brasil faz parte de um movimento que surge em resposta aos severos

cortes orçamentários a que vem sendo expostas as áreas de Ciência e Tecnologia do país desde o ano de 2014 e que se intensificaram após o golpe institucional de 2016, durante o governo ilegítimo de Michel Temer, e que em março de 2017 anunciou um corte de 44% no orçamento do recém fusionado Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC).

> Pelos cálculos da SBPC, de cada R$ 100 gastos pelo governo federal atualmente, só R$ 0,32 são destinados à ciência e tecnologia. "As universidades já estão à míngua", diz Helena. "A ciência e tecnologia não é mais míngua, nem pão e água – talvez água, porque pão não vai ter para todo mundo." (ESCOBAR, 2017a, *ONLINE*)

Em carta de convocação, Helena Nader, presidente da SBPC, convida "estudantes, professores, cientistas, pesquisadores e amigos da ciência" a participarem da marcha pela ciência, enfatizando que

> Os organizadores da Marcha pela Ciência entendem, como nós da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), que a ciência está em todo lugar e afeta a vida de todos. Portanto, a aplicação da ciência para a sociedade não pode estar à margem das grandes tomadas de decisão no campo político. E o melhor caminho para garantir que a ciência possa influenciar diretamente nas políticas públicas é encorajar as pessoas a apreciar e se envolver com a ciência. Entendemos que o fortalecimento da ciência passa também pelo fortalecimento da democracia em todos os países. (NADER, 2017, *ONLINE*)

Marcando o início de uma mobilização social pela valorização da ciência, os atos públicos ocorreram em 22 cidades de 16 estados brasileiros e foram também organizados e compartilhados via Facebook, conforme ilustrados nas imagens 5, 6 e 7 a seguir:

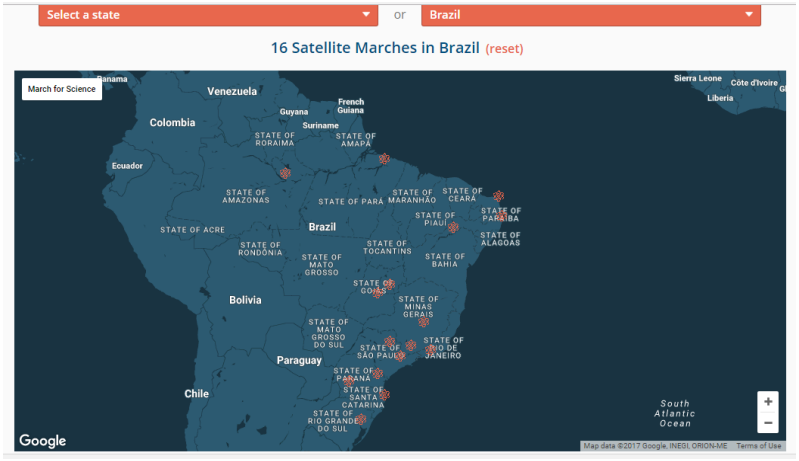


Imagem 5 - Mobilização do movimento Marcha pela Ciência no Brasil. Fonte: March for Science. Acesso: 06/08/2017



Imagem 6 - Marcha pela Ciência em SP. Fonte: Facebook



Imagem 7 - Marcha pela Ciência no RJ. Fonte: Facebook

O movimento em rede da Marcha pela Ciência vai ao encontro das discussões de Castells (2013) em relação aos movimentos sociais na internet: são simultaneamente locais e globais; conectados em rede de múltiplas formas; virais, "isso se dá não apenas pelo caráter viral da difusão das mensagens em si, particularmente das imagens das mobilizações, mas em função do efeito de demonstração movimentos que brotam por toda parte" (idem. p. 162); amplamente espontâneos em sua origem, geralmente desencadeados por uma centelha de indignação; e profundamente autoreflexivos, conforme exposto nas narrativas e imagens a seguir:

"*Participei da Marcha pela Ciência em Porto Alegre e considerei bastante emblemático. É fundamental cientistas irem a público demonstrar a importância da pesquisa no cotidiano das pessoas, desde a questões de alimentos até o desenvolvimento de remédios e curas para epidemias, passando pelo aperfeiçoamento de equipamentos eletrônicos como os celulares, que, sem pesquisa, seriam restritos a uma elite e jamais fariam parte do cotidiano das pessoas. Sem ciência, não há desenvolvimento, não há independência de um país, não há bem estar. Isso tem que ser passado para a população, particularmente nesses "novos tempos", que tem maltratado universidades e outras instituições de pesquisa Brasil afora*" (**Alexander Kellner - Membro Titular, Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ. Fonte: Academia Brasileira de Ciências**, **2017a**).

"Chega de classificar os cientistas e a ciência como gasto! Nós somos investimento, é isso que nós somos. Para cada 100 reais que o governo gasta com a Presidência e os ministérios, 32

centavos vão para ciência. Onde a gente fica, então, na sociedade do conhecimento? A nossa economia sobrevive por causa da ciência. A Embrapa, cujas pesquisas ajudaram a aumentar a produtividade agrícola, e a Petrobras, que desenvolveu tecnologia de extração de petróleo em águas profundas, não contrataram extraterrestres para isso. Foi a ciência que alcançou esses resultados, e ciência totalmente desenvolvida neste país" (**Helena Nader - Membro Titular, Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e presidente da SBPC. Fonte: Academia Brasileira de Ciências**, **2017a)**.

"Durante muito tempo ficamos encerrados em nossos laboratórios achando que o respeito pela ciência seria óbvio". "Ledo engano". "Temos que recuperar o tempo perdido". **(Walter Colli - professor aposentado do Instituto de Química da Universidade de São Paulo - USP. Fonte: ESCOBAR**, **2017b)**.

"A gente tem de aprender a falar com a sociedade". "Para a população, é muito claro que as prioridades são saúde e educação. Mas ninguém explicou para ela que não existe saúde e educação sem ciência. Quem tem que dizer isso somos nós." **(Natália Pasternak - Bióloga e divulgadora de ciência do Instituto de Ciências Biomédicas da USP. Fonte: ESCOBAR**, **2017b)**.



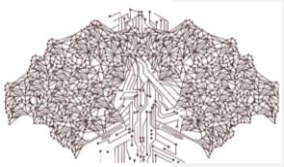
Imagem 8 - Manifestação Marcha pela Ciência em Fortaleza, CE. Fonte: Associação Brasileira de Ciência (ABC). Acesso em: 05/08/2017a.



Imagem 9 - Manifestação Marcha pela Ciência no Rio de Janeiro, RJ. Fonte: Jornal "O dia", 2017. Acesso em: 05/08/201

O apelo ao público mais amplo é recorrente em muitos dos atos praticados pela Marcha pela Ciência, o que evidencia um grande desconforto dos profissionais da ciência quanto à circulação de sua produção entre a população, e se mostra esclarecedor no que diz respeito à maneira como pretendia conduzir as suas pesquisas. Um menor apreço pela ampla circulação do conhecimento científico caracteriza os investimentos dos cientistas durante o processo de produção das pesquisas, restringindo seus produtos a uma pequena comunidade de especialistas sem avaliar sua inserção em diferentes espaços da sociedade. Como nos diz Latour (2011), ao apontar a necessidade de abrirmos as "caixas pretas" da ciência para podermos melhor compreender o cotidiano do fazer ciência e dos seus praticantes, "Apesar do quadro rico, desconcertante, ambíguo e fascinante que assim se revela, poucas pessoas de fora já penetraram nas atividades internas da ciência e da tecnologia e depois saíram para explicar, a quem continua do lado de fora, de quem o do tudo aquilo funciona." (LATOUR, 2011, p.23).

E complementa: "Alguns cientistas falam de ciência, de seus métodos e meios, mas poucos se submetem à disciplina de também agirem como leigos; o que eles dizem sobre o que fazem é difícil de conferir sem um esquadrinhamento independente." (LATOUR, 2011, p. 23). Longe dos obstáculos residirem exclusivamente num público maior, o fato da comunidade científica negligenciar a circulação de sua produção aprofunda os desconhecimentos e



mistificações que, atualmente, parecem tratar as Ciências como um campo 'alienígena', de não pertencimento e pouco relevante a sociedade.

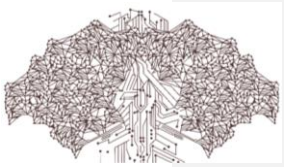
Nesse sentido, o que a Marcha pela Ciência parece apresentar é o entendimento tácito de que, entre a comunidade científica, o processo de elaboração do conhecimento não pode se realizar senão também por um exercício político, envolvendo a sociedade em suas dinâmicas e implicações, de modo que a própria elaboração do conhecimento se vê atravessada pela prática política e seus efeitos. Este momento de inflexão do campo científico parece estar implicado com uma questão muito cara a Foucault: "o que é esse poder, cuja irrupção, cuja força, cuja contundência, cujo absurdo aparecem concretamente no decorrer destes últimos quarentas anos, ao mesmo tempo na linha de desmoronamento do nazismo e na linha de recuo do stalinismo? O que é o poder?" (FOUCAULT, 2010, p. 13).

Não podemos precisar os atuais efeitos das questões que envolvem o poder no processo de produção científica, nem mesmo ter ainda o alcance da Marcha pela Ciência entre a sociedade, mas o movimento tem nos evidenciado um elemento significativo para um novo estatuto científico que parece emergir. A aparição no cenário contemporâneo do cientista com sua política não pode ser subestimada, na medida em que foi justamente essa articulação entre ciência e política combatida pelo regime moderno de produção conhecimento.

Uma vez presente na contenda contemporânea percebemos ser a sua emergência não correspondente à prática de um sujeito isolado, convicto de sua verdade científica, mas, como figura política, sujeito que não cessa de se afirmar em um coletivo e pensar o efeito de suas produções em diferentes setores da sociedade. Acreditamos que esta nova articulação de *um cientista que vai à rua* é extremamente rica para sua prática, já que o expõe a diversidade de enfrentamentos vivenciados no cenário contemporâneo, possibilidades de pensar e elaborar o modo mesmo como procedem à elaboração de seus estudos.

Acreditamos ser a emergência desse personagem a retomada de uma contenda importante para o campo das ciências, uma vez que se pretende aqui envolver a sociedade em suas pautas e, assim, organizar novas vias de acesso aos seus espaços, bem como o de frequentar espaços antes negligenciados. Não se pode ignorar nesse empreendimento a produção de outros saberes e novos sujeitos do conhecimento que, pela sua proliferação, avaliamos ser enriquecedor não somente para as ciências como também para a sociedade, os diferentes posicionamentos dos cientistas que possibilitam emergir outras formas produção e articulação.

Mas como todo enfrentamento requer muitos avanços e reveses não consideramos encerrada essa cartografia genealógica, que tem aqui apenas o princípio de sua avaliação, como um mapa com linhas ainda por serem traçadas. O cenário é ainda muito recente e não podemos



dizer se estes novos sujeitos da ciência obterão consistência num prazo mais alargado. Ponderamos que se os esforços da Marcha pela Ciência ganharem cada vez mais vulto as possibilidades de reorganização do campo científico seriam sem dúvida maiores.

Considerações da Marcha pela Ciência

Neste presente artigo, discutimos a dinâmica do movimento Marcha pela Ciência que aconteceu em múltiplos *espaçotempos* do globo. Nosso objetivo foi compreender e fazer uma análise sistematizada do seu desdobramento em nosso contexto pós golpe institucional de 2016. Para tanto, tecemos com pressupostos teóricos-metodológicos-epistemológicos que nos possibilitaram apresentar redes de indignação, de resistências, de lutas e de esperança a favor do desenvolvimento da ciência nacional e mais aberta à sociedade.

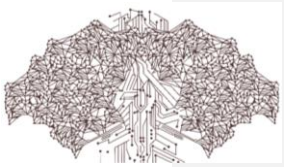
No caminhar desta carto-genealogia da Marcha pela Ciência, compreendemos que o movimento nas ruas e nas redes se mostrou um importante disparador para a problematização acerca da importância da circulação do conhecimento científico *dentrofora* dos muros castelares do laboratório e da conscientização sobre a importância do fazer pesquisa e fazer política / ser pesquisadorpolitico. A Marcha pela Ciência se apresenta talvez como uma caixa preta em abertura, um experimento de ciência em ação, que, mesmo inconscientemente, expõe seu processo de construção, permitindo as "olhadelas dos leigos" e permitindo seus praticantes a "agirem como leigos".

Referências

ANPG, Associação Nacional em Pós-Graduação (ANPG). **CNPq paga 45% menos bolsas de mestrado e doutorado em 2017 comparado com 2015**. *Online* anpg.org, 31/07/2017. Disponível em: <http://www.anpg.org.br/cnpq-paga-45-menos-bolsas-de-mestrado-e-doutorado-em-2017-comparado-com-2015/>. Acessado em: 05/08/2017.

Academia Brasileira de Ciências (ABC). **Acadêmicos na Marcha Mundial pela Ciência**. Online, site ABC 27/04/2017a. Disponível em: <http://www.abc.org.br/article.php3?id_article=8456>. Acessado em: 05/08/2017.

_____. **Marcha em prol da Ciência une diversos países**. Online, site ABC 27/04/2017. Disponível em: <http://www.abc.org.br/article.php3?id_article=8458>.. Acessado em: 05/08/2017b.



CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes, 15. ed., 2008.

_____. **A cultura no plural**. 2012.

ESCOBAR, H. **Cientistas vão às contra corte em investimentos**. Estadão, 2017a. Em: http://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,cientistas-vao-as-ruas-contra-corte-em-investimentos,70001747602. Acessado em: 06/08/2017.

ESCOBAR, H. Discursos contra cortes e obscurantismo marcam Marcha pela Ciência em São Paulo. Estadão, 2017b. Disponível em: http://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,discursos-contra-cortes-e-obscurantismo-marcam-marcha-pela-ciencia-em-sao-paulo,70001748268 . Acessado em: 06/08/2017.

FOUCAULT. Michel. **Em Defesa da Sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)**. 2 Ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

Jornal O Dia. **'Marcha pela Ciência' leva manifestantes às ruas do Rio neste sábado**. Online, 2017. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2017-04-22/marcha-pela-ciencia-leva-manifestantes-as-ruas-do-rio-neste-sabado.html>. Acessado em: 06/08/2017.

LATOUR, Bruno. Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora. São Paulo, Editora Unesp, 2ª ed., 2011.

March for Science. Satellites. Find your local satellites. Online, 2017. Disponível em: https://www.marchforscience.com/satellite-marches . Acessado em: 6/08/2017

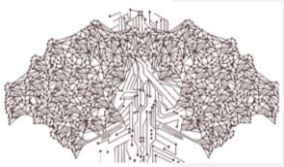
NADER, Helena B. **Presidente da SBPC convoca toda a comunidade científica a participar da Marcha pela Ciência.** Jornal da Ciência, 2017. Disponível em: http://www.jornaldaciencia.org.br/presidente-da-sbpc-convoca-toda-a-comunidade-cientifica-a-participar-da-marcha-pela-ciencia/ . Acessado em: 06/08/2017

PASSOS, Eduardo, BENEVIDES, Regina. Cartografia como Método de Pesquisa-Intervenção. In: PASSOS, Eduardo, KASTRUP, Virgínia, ESCÓSSIA, Liliana da. **Pistas do Método da Cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, G.M.A. **A Marcha pela Ciência: nasce uma estrela.** #carta ideias em tempo real. Carta Capital, Blog do GR-RI, 2017. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/blogs/blog-do-grri/a-marcha-pela-ciencia-nasce-uma-estrela. Acessado em: 06/08/2017.

ROLNIK, Suely. **Cartografia Sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. 2 Ed. Porto Alegre: Sulina, Editora da UFGRS, 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



MARJORIE PRIME: UMA ANÁLISE DA ALTERIDADE ENTRE HOLOGRAMA E HUMANO[1]

Ingrid Lacerda[2]; Thamires Ribeiro de Mattos[3]

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a relação do ser humano com a inteligência artificial através do longa-metragem "Marjorie Prime", lançado em 2017 durante o festival de cinema independente *Sundance*. Serão contrastados os pensamentos de Martin Heidegger sobre o *dasein* e a natureza humana e estudos derivados com a perspectiva de Alan Turing sobre Inteligência Artificial e humanidade, além de perspectivas acerca do pós-humanismo e transhumanismo, bem como suas implicações sociais; e discutir a alteridade e sua presença numa inteligência artificial. Assim, pergunta-se, nesse artigo, como é possível entender a alteridade encontrada entre Marjorie, a protagonista do filme, e uma Inteligência Artificial em formato de holograma que é criada com a função de substituir seu falecido marido, Walter. Para esse estudo, partiremos de pressupostos sobre a questão da técnica na concepção heideggeriana de *Dasein* e Ser e na visão da técnica como um modo de ser vigente na pós-modernidade. A metodologia utilizada será a revisão bibliográfica e a análise do conteúdo audiovisual previamente citado.

PALAVRAS-CHAVE

Marjorie Prime; Inteligência Artificial; Martin Heidegger; Pós-humanismo; Holograma.

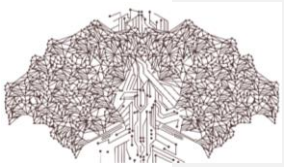
INTRODUÇÃO

Frente a cada computador, tablet ou celular vemos nosso reflexo opaco numa tela preta. A tecnologia, a técnica moderna, se faz presente em cada parte do nosso cotidiano. Por sua vez, "a técnica moderna se funda num certo tipo de pensamento, cujo denominador comum é a crença de que o maquinismo pode resolver qualquer problema e satisfazer qualquer exigência do mundo, não importam a sua origem e a sua natureza" (RÜDIGER, 2008, p. 11). Em outro momento Rüdiger vai além dessa afirmação, dizendo que o pensamento atual tem uma "pretensão

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 06 – Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede, no X ABCiber, realizado de 14 a 16 de dezembro de 2017.

2 Estudante de Pós-graduação em Jornalismo Científico pelo ISCOS – Indian Science Communication Society. Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). Pesquisadora no Grupo de Estudos em Cibercultura e Comunicação E-mail: ingrid.lac.barbosa@gmail.com.

3 Mestranda em Divulgação Científica e Cultural pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp) E-mail: thamires.mattos@hotmail.com.



maximalista de que a derradeira solução de nossos problemas está na superação maquinística do ser humano, através do ciborgue e, logo, de algo pós-humano" (RÜDIGER, 2007, p. 176).

Mas, por um momento, imaginemos uma idosa de 86 anos que sofre de Mal de Alzheimer. Ela sofreu com a perda de um filho e do marido ainda jovem. Apesar de ainda ter uma filha, sente-se sozinha e começa a perder suas memórias. Com a intenção de não deixar a doença levar as lembranças da idosa, seu genro decide comprar uma inteligência artificial que se projeta como um holograma, e a programa seu falecido sogro. Assim, Marjorie, a idosa em questão, encontra Walter Prime - um reboot de Walter, o homem que ela, um dia, amou. Com sua constante perda de memórias, Marjorie começa a confiar em Walter Prime para lembrá-la de como sua vida era, e, até mesmo, de sua própria identidade.

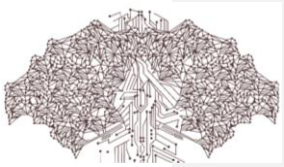
Partindo do pressuposto de que a tecnologia não é apenas representada por artefatos, mas se constitui em um discurso a respeito do real (TOMAZ, 2017), torna-se necessário discutir as implicações desta na sociedade. É desse confronto que trata o longa-metragem *Marjorie Prime*, dirigido por Michael Almereyda. Ao acompanhar Marjorie, uma ex-violinista aposentada que começa a sentir os reflexos da velhice, em sua relação com a cópia holográfica de seu marido na juventude. O longa ganhou o prêmio Alfred P. Sloan de Melhor Filme durante o Festival de Cinema de Sundance. O prêmio é direcionado à produções audiovisuais independentes com foco em ciência e tecnologia[4].

Contudo, quando chegamos à visão da técnica que se mostra como algo corpóreo, que excede a realidade virtual, que não se sabe mais se é máquina ou humano, tais categorizações não parecem mais suficientes para a discussão. "Pois uma das mais importantes questões de nosso tempo é justamente: onde termina o humano e onde começa a máquina? Ou, dada a ubiquidade das máquinas, a ordem não seria: onde termina a máquina e onde começa o humano?" (TADEU, 2000, p. 10). Assim, pergunta-se aqui como entender a relação de Marjorie com o holograma Walter Prime e a sua alteridade. Para responder tais perguntas, discutiremos o transhumanismo e a questão do Ser mediante as visões de Alan Turing, Nick Bostrom e Donna Haraway em contrafação a Francisco Rüdiger e Martin Heidegger.

1. COMPUTAÇÃO, INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E HOLOGRAMAS

O período moderno foi marcado pela insaciável busca do ser humano para assumir o controle de sua história. Diversas tecnologias foram utilizadas para manipular o destino do ente

[4] https://goo.gl/m8n9FY



humano. Tarefas demoradas e custosas se tornaram mais viáveis após as revoluções industriais. A racionalidade e a ciência eram tidas como pavimentadoras de nossa evolução intelectual e do desenvolvimento social, e é na era da junção de forças entre pensamento e máquina que as ideias viáveis para a construção de computadores digitais são desenvolvidas, com destaque para os projetos e predições tecnológicas de Charles Babbage, Ada Lovelace, James Thompson e Kelvin Thompson, ainda na década de 1930 (COPELAND, 2008).

No entanto, o conceito de computador moderno se firmou a partir dos estudos de Alan Turing (1936). Ele descreveu um computador digital que consistia de memória ilimitada e possuía um sistema de *scanning* que poderia procurar símbolos específicos presentes na memória ou escrever/programar novos símbolos (COPELAND, 2008). No princípio da computação moderna, já está implícita uma forma de Inteligência Artificial: o computador seria construído abrigando a possibilidade de mudança de programação da máquina pela própria máquina. Ele também fez a primeira menção direta à inteligência artificial durante uma palestra em 1947: "O que queremos é uma máquina que possa aprender a partir de sua experiência" (TURING, 2004, tradução livre).

Ao decorrer do século 20 – mais especificamente após o fim da Segunda Guerra Mundial –, o aparente controle do destino humano proporcionado por princípios racionais entra em xeque. "Essa noção de sobredeterminação da realidade parece inviável. Fica cada vez mais evidente, como diz Rüdiger (2006), que isso não era mais do que uma ilusão de onipotência humana" (TOMAZ, 2014, p.2). Em tal contexto, "pode a mente humana dominar o que a mente humana criou?" (VALÉRY *apud* BAUMAN, 2001, p.7). As inteligências artificiais se desenvolveram, e hoje estão acessíveis à grande parte da população que possui *laptops*, *gadgets* e/ou *smartphones.* Estudos já mostram que pessoas não apenas interagem com computadores digitais da mesma forma que com pessoas, mas que são mais propensas a se "identificarem" com os interesses do computador do que com o de outros seres humanos (POSARD; RINDERKNECHT, 2015).

Para Martin Heidegger (2007), vivemos na *era da disponibilidade técnica.* O termo implica todo um traçar do pensamento heideggeriano que constrói-se iniciando numa diferenciação entre ser e ente. Ente são todas as coisas, criaturas, objetos, tudo que se nomeia. O ser é um acontecimento, é a capacidade de reconhecer, de desvelar. Por isso, Heidegger (2007) denomina o humano de Dasein, "ser-aí" ou "ser-no-mundo". Marco Casanova (2009) afirma que esta noção vem da ideia de facticidade em Heidegger, termo o qual designa "exatamente uma tal articulação entre conhecimento, verdade e vida singular", "uma abertura existencial", ou seja, a combinação do que se encontra ao estar no mundo e a relação com este, fato em que reside também, para ele, uma questão primordial da filosofia (CASANOVA, 2009, p. 22-24).

Como coloca Tomaz (2016), o Dasein é, portanto, uma "abertura permanente, é uma



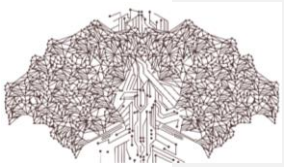
capacidade-de-ser". Se a tecnologia é "um modo de desabrigar", de "desencobrir", "trazer à frente", ela é então um modo-de-ser, ou seja, é o meio como o Ser se revela na era da técnica (HEIDEGGER, 2007, TOMAZ, 2014). A forma como o ser é desencoberto na técnica é como disponibilidade; ou seja, os entes estão disponíveis para a manipulação, de modo que sejam capazes de realizar determinadas finalidades; logo, a tecnologia é um modo de ser e agir em que as coisas aparecem como objetos, e eles podem ser usados para executar outras atividades (TOMAZ, 2016).

Isso não significa que os computadores digitais dotados de inteligência artificial alcançaram o patamar humano de existência, mas que a humanidade fez o caminho inverso, objetificando os entes ao seu redor e suas relações. Não existem mais sujeitos; apenas objetos. Isso implica que

> Os velhos tempos de separação entre natural e artificial, em que o artificial normalmente era visto como um mero instrumento humano para o atingimento dos seus objetivos, ficaram para trás. O artificial que criamos nos recria e se converte na própria matéria-prima de onde retiramos o repertório para estabelecer nossas relações com as coisas e os outros (TOMAZ, 2017, p.19).

O humano coloca-se, portanto, como disponibilidade, como objeto e não como sujeito, modificando suas relações com o mundo real. O mesmo acontece no que chamamos de real virtual, o qual pode ser definido como "um espaço que surge da tecnologia computacional", no qual "abre-se perante o ser humano uma janela para um novo mundo, mediado por interfaces" (PAULIENNE, 2016, p. 18). Já não há mais diferença ao lidar com os dois reais, pois em ambos se estabelece a mesma lógica de que os signos, corpóreos ou não, dispostos ali são disponíveis para utilização. Tal pensamento nos levará, no próximo tópico, à discussão do humano visto como produto, ou como commodity. Nick Bostrom (2005a; 2005b) propõe que o processo de aprimoramento humano faz total sentido uma vez que, se somos feitos de matéria que obedece igualmente às leis da natureza que operam fora do indivíduo, em princípio, seria possível aprender a manipular a natureza humana tal qual se manipula os objetos externos; visão esta que revela o pensamento técnico como norteador através de um claro exemplo de tomada do ser humano como disponibilidade por meio de sua matéria corpórea.

Sendo assim, se antes nos depararíamos com a realidade virtual no sentido de termos uma tela intransponível, como um ambiente que nos afasta da "tactilidade orgânica" e nos obriga a enfrentarmos um "colapso da distância estética do olhar", nota-se que na verdade o ambiente virtual traz uma fascinação e nos enche de um vazio – "proxemia das imagens, promiscuidade



das imagens, pornografia tátil das imagens. No entanto, a imagem está sempre a anos-luz" (BAUDRILLARD, 1993, p. 55). Em outras palavras, não existe um temor ou medo de perder-se de sua humanidade frente ao virtual; a fascinante tentação imagética tornou duvidosa a linha tênue entre real e virtual, entre humano e máquina.

Prova disso são as descobertas científicas contemporâneas que levam o humano a questionar a veracidade e a totalidade das teorias até então tidas como verdadeiras. Até 1947, acreditava-se que apenas imagens bidimensionais poderiam ser produzidas pelo aparato tecnológico (GABOR, 1972).

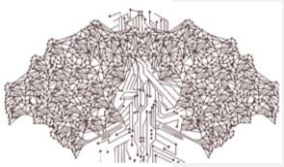
Nesse mesmo ano, ao tentar melhorar a precisão de um microscópio eletrônico, o engenheiro elétrico e físico Dennis Gabor descobriu uma maneira de produzir imagens com a ilusão de profundidade. O método foi baseado nos princípios da interferência - interação entre ondas de luz - e da coerência - ondas de luz alinhadas em fase entre si. O fenômeno ocorre quando a luz caindo sobre um objeto é capturada em filme fotográfico junto com um feixe de referência que não caiu sobre o objeto. Quando apenas o feixe de referência cai no filme desenvolvido, a luz é dobrada de modo que uma reprodução com profundidade é produzida, e, assim, um holograma é produzido. O nome "holograma", também criado por Gabor, é derivado da palavra grega *holos*, que significa "o todo" (GABOR, 1972, p. 300).

A representação holográfica é, então, um modo de reproduzir imagens e informações tridimensionalmente. Gabor (1972) acreditava que um dos usos mais viáveis e funcionais da holografia seria o armazenamento de informações - e não apenas sua representação imagética. Um holograma teria mais capacidade de armazenamento em comparação com tecnologias bidimensionais da época.

No século 21, temos que o pensamento humano nada mais é do que informação atrás de informação. Ao entrar em contato com a descoberta de Gabor e seus prospectos, o pesquisador chegará à rápida conclusão de que, na era da disponibilidade técnica, um holograma seria o perfeito portador de memórias humanas. Este pensamento é refletido em *Marjorie Prime.*

2. COMODITIZAÇÃO DO HUMANO

Os principais receios da comunidade científica e da ficção quanto às super inteligências artificiais, como o Walter Prime de *Marjorie Prime* provém de noções que pregam o constante "aperfeiçoamento" do que é ser humano: devemos estar prontos para sermos refinados, evoluídos, modificados – mesmo que isso signifique a própria perda de contato com o que consideramos como "humano" atualmente (BAUDRILLARD, 2000). Um termo que pode ser adequado para



esse *status* humano, conforme mencionado anteriormente, é *commodity* – palavra inglesa remetente a alguma matéria prima que pode ser comprada ou vendida (OXFORD LIVING DICTIONARIES, 2017). A origem etimológica de commodity está na palavra *commodus*: "adequado, em forma, conveniente, cômodo, fácil, apropriado, favorável, amigável" (LEWIS, 1891, p. 146, tradução livre). A ironia é explícita: o ser humano tem se definido cada vez mais por um termo que significa sua padronização – e, de certa forma, uma desumanização.

É importante frisar a diferença que existe entre os conceitos de "humano como propriedade" e "humano como commodity": o primeiro se apresenta como o senso de propriedade que uma pessoa possui sobre ela mesma; é a percepção territorial sobre seu corpo, sua mente. Já o segundo diz respeito a bens alienáveis ao humano.

De acordo com David Resnik (1998), a comodificação humana tem dois formatos básicos: parcial e generalizada. Células, tecidos, órgãos e dados do corpo e/ou comportamento humano que são comprados ou vendidos fazem parte da comodificação parcial. É nessa comodificação parcial que residem práticas como a doação de sangue, doação de órgãos de um humano vivo para outro, modificações estéticas e outras. Como exemplo, temos que um indivíduo não deixa de existir como humano holístico somente pela perda de alguns centímetros de cabelo. Práticas como essa não afetam diretamente a pessoalidade de um humano (RESNIK, 1998).

No entanto, a pessoalidade, embora diferente da dimensão corpórea do humano, está presente nele; as duas coexistem. Nesse momento, inclusive, torna-se importante frisar que esse trabalho não adota uma visão platônica do humano, que acredita no dualismo entre corpo e mente, mas não podemos deixar de notar que certos elementos corpóreos não afetam diretamente a pessoalidade, e vice-versa. Afinal, mesmo que pensemos em pessoas como corpos, não pensamos em partes corporais específicas como pessoas. Outro exemplo possível é que vender um corpo humano vivo é virtualmente a mesma coisa que vender uma pessoalidade, assim como ter controle exclusivo sobre o corpo de alguém é equivalente à escravidão. Apenas aqueles que mantêm um dualismo rígido entre mente/corpo não admitem que há uma relação íntima entre os dois (RESNIK, 1998).

A comodificação parcial do humano é, em geral, permitida, enquanto a generalizada, não. A razão para tal é a conexão intrínseca entre a pessoalidade e a corporeidade do humano – algo não alienável. Essa perspectiva adotada por Resnik é uma junção de princípios colocados por Jean Baudrillard e Donna Haraway. Ao descrever a humanidade, Baudrillard (2000) afere que a espécie humana é "incapaz de encorajar [...] sua própria alteridade" (p. 15, tradução livre), e, por isso mesmo, há um impulso técnico para a padronização do humano. Nessa busca, contudo, há o perigo de que nunca descubramos, de fato, o que é realmente humano – afinal, a própria realidade é uma

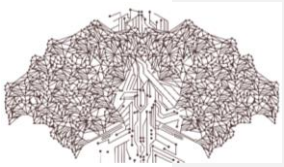
ilusão (BAUDRILLARD, 1983). Haraway (1991) também se concentra na questão da alteridade e rejeita o determinismo genético ao afirmar que "corpos [...] não nascem – são feitos" (p. 208, tradução livre). É importante ressaltar que, na visão de Haraway, o "corpo" abrange tanto a dimensão física quanto a mental.

Ao aplicar esses conceitos à *Marjorie Prime*, temos que o corpo de Walter foi comoditizado ao seu extremo. Afinal, tudo que estava disponível na dimensão física e na virtual que fosse "seu" foi replicado, dando origem a um tipo de Walter que não se cansa, não sente dores, não envelhece. Apesar de parecer uma versão aprimorada de seu original humano, Walter Prime não possui diferenciais humanos, como a imperfeição e a inconstância. Grande parte das reclamações de Tess, filha de Marjorie e de Walter, em relação ao holograma são justamente críticas em relação à falta desses atributos. Quando Walter Prime tenta transparecer imperfeições e inconstâncias, seu comportamento é visto como uma *performance*. É por isso que Walter (o humano) não se torna Walter Prime (a máquina), apesar de ter sido comodificado por completo. Ele é uma mera simulação de quem, um dia, foi humano (BAUDRILLARD, 2000).

3. NOVAS CRIATURAS: CIBORGUES, TRANSHUMANOS E PÓS-HUMANOS

De fato, Rüdiger (2008, p. 11 e 14) afirma que "que a técnica moderna se funda num certo tipo de pensamento, cujo denominador comum é a crença de que o maquinismo pode resolver qualquer problema e satisfazer qualquer exigência do mundo, não importam a sua origem e a sua natureza" e que por isso "é que concebemos o projeto, muito pouco razoável, de resolver tecnicamente todos os nossos problemas e limitações, senão de nos cancelarmos e encontrarmos sublimação numa espécie de organismo maquinístico". Assim, a tecnologia como modo de ser, como posto por Heidegger (2007), não se resume apenas à forma como um indivíduo se entende como ser, mas também aos meios pelos quais procura entender o mundo e, assim, resolver seus problemas.

É importante diferenciar os conceitos que se referem a essa amalgamação entre homem e máquina. Primeiramente, é necessário diferenciar transhumanismo de pós-humanismo. O primeiro se trata do aprimoramento humano, do processo em que o ser humano se reveste de tecnologia. Nick Bostrom (2005a, p. 14, *tradução livre*) cita como exemplos disso "próteses, cirurgia plástica, uso intensivo de telecomunicações, perspectiva cosmopolita e estilo de vida positivo em relação ao mundo (globetrotter), androgenia, reprodução mediada (como fertilização in vitro), ausência de crença religiosa e a rejeição dos valores tradicionais de família". Já o pós-



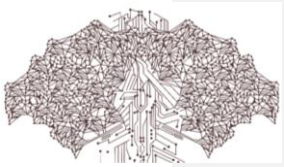
humanismo é o estado almejado em que se excederia ou transcenderia a humanidade, chegando a um estado que o deveria precedê-lo na evolução histórica.

Já o termo ciborgue é definido por Donna Haraway como "um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção" (HARAWAY, 2009, p. 36). Já Tomaz Tadeu (2009, p. 12), de forma semelhante, acrescenta na definição do termo a ideia de uma criatura que surge da combinação de dois processos (que já foram semelhantemente tratados anteriormente através de outros autores): a "mecanização e eletrificação do humano" e a "humanização e subjetivação da máquina". Para Tadeu, porém, o desconforto da discussão está na necessidade que o ciborgue provoca de descentralizar o homem da história e de desassociar alguns de seus atributos como exclusividades suas.

> Se existe, entretanto, uma criatura tecno-humana que simula o humano, que em tudo parece humana, que *age* como um humano, que se *comporta* como um humano, mas cujas ações e comportamentos não podem ser retroagidos a nenhuma interioridade, a nenhuma racionalidade, a nenhuma essencialidade, em suma, a nenhuma das qualidades que usamos para caracterizar o humano, porque feita de fluxos e circuitos, de fios e de silício, e não do macio e fofo tecido de que somos *ainda* feitos, então é a própria singularidade e exclusividade do humano que se dissolve (TADEU, 2009, p. 13).

Aqui nota-se uma das premissas das quais parte o pós-humanismo – a ênfase no fato de que *ainda* somos humanos feitos de tecido de pele como conhecemos, mas de que a possibilidade de tornar-nos mais resistentes e até eternos por meio da tecnologia seja na verdade uma resposta natural à evolução da ciência, como se a história da humanidade, tal como houvesse surgido de processos evolutivos unicelulares, fosse converter-se em máquinas humanoides e disso para mais além. Tal pensamento é notado na obra de Nick Bostrom e Donna Haraway. Esta se diz ser ela própria "uma ciborgue – um tipo de corpo que representa a quintessência da tecnologia" (KUNZRU, 2009, p. 20).

A afirmação, que pode até assustar alguns, não implica necessariamente estar vivendo sob uma corporeidade modificada. Conforme Kunzru (2009, p. 22-23, 32) relata, Haraway afirma que "as realidades da vida moderna implicam uma relação tão íntima entre as pessoas e a tecnologia que não é mais possível dizer onde nós acabamos e onde as máquinas começam". Indo além de podermos exemplificar a proximidade que temos com os objetos tecnológicos, principalmente eletrônicos, é inegável a interferência da ciência e tecnologia no cotidiano humano que objetiva melhorias e aprimoramentos, não apenas em nossas atividades, mas também em



nosso próprio corpo – são próteses, plásticas, ou como Haraway menciona através de Kunzru (2009), o *bodybuilding*, de forma que vê-se o corpo "como máquina de alta performance". É importante notar que, para ela, a tecnologia não é neutra, estabelecemos relações de via dupla com aquilo que fazemos e dentro de um mundo de conexões "é importante saber quem é que é feito e desfeito". Para a autora americana, "as tecnologias de comunicação e as biotecnologias são ferramentas cruciais no processo de remodelação dos nossos corpos" (HARAWAY, 2009, p. 64).

É interessante notar no interior desse pensamento de Donna Haraway uma questão fundamental que parece se assemelhar à de Martin Heidegger – ainda que tenha tomado rumo totalmente oposto: a de que a tecnologia possui uma essência que não é neutra e age na história da humanidade de forma a modificar as relações e o entendimento do indivíduo, de forma que esta passa a acontecer por meio da tecnologia. A diferença, porém, é que enquanto para o filósofo alemão em tal reconhecimento reside a possibilidade da libertação do modo de ser técnico como verdade última e a possibilidade para outros modos de ser, para a pensadora americana esse é o destino da humanidade e aceitar-nos como ciborgues.

4. A ALTERIDADE: ATRIBUTO DE HUMANOS E DE MÁQUINAS?

Retornando para os personagens do longa-metragem *Marjorie Prime*, observemos agora uma nova questão que surge da relação entre eles. Se Walter e Walter Prime são entes diferentes e a pessoalidade do Walter humano não pode ser transferida para a réplica que pretendia simulá-lo, deve-se considerar que o Ser de ambos aconteceu de maneira diferente para Marjorie? Seria uma evidência disso a reação negativa da filha de Marjorie, Tess, com a versão holográfica de seu falecido pai? Nessa lógica, a alteridade de Walter teria desvanecido em sua morte; mas teria Walter Prime também uma alteridade – e, se tiver alteridade, seria esta autêntica ou forjada, uma vez que ele foi programado a remeter-se a um Outro e reproduzir mecanicamente suas reações? Seria, por tais incertezas, o holograma já popular na sociedade futura de *Marjorie Prime* uma proposta falha em sua eficácia?

Tomaz Tadeu (2009, p. 9) cita uma mudança nos questionamentos que bem cabem nessa zona cinzenta. Não nos preocupamos tanto com quem é o sujeito, mas nos perguntamos se ainda queremos ser sujeitos, quem precisa ou tem nostalgia do sujeito e, indo mais além, o que vem depois do sujeito. Tales Tomaz (2016) define a alteridade como "a qualidade do Outro, aquele com quem estabelecemos uma relação", ou ainda "é uma pergunta sobre a possibilidade de uma relação com o Outro". Enquanto esse trabalho de Tomaz se inicia perguntando-se por "o que faz do Outro, de fato, *outro*, e não uma extensão de nós mesmos", no território trans e pós-humano

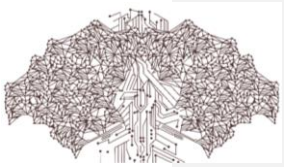
pergunta-se onde termina humano e começa a máquina.

Tendo em vista que a alteridade significa o entrar em contato com o Outro, ter acesso ao Outro, é preciso perceber o Outro, portanto, recorramos a Heidegger (2012) em *Problemas Fundamentais da Fenomenologia*, para entender o conceito de percepcionalidade. Como Tomaz (2016, p. 2) bem sumariza o pensamento heideggeriano, "Percepção é, portanto, um *direcionar-se percepcionalmente ao percebido*." Isso significa que o percebido, aquele a quem se dirige, deve perceber que é alvo de uma intencionalidade. Esta, aliás, trata-se de uma estrutura fenomenológica, formada de *intentio*, que é o ato de se direcionar ao Outro, e de *intentum*, aquele que é percebido.

A citação anterior trata de entes humanos; mas resta a dúvida se uma criatura pós-humana, como é Walter Prime, tem a capacidade de notar-se como percebido em sua percepcionalidade, ou ainda, se ele é capaz de possuir intencionalidade ao interpelar outro ente. No entanto, voltando a considerar o modo de ser técnico em que os entes são vistos como disponibilidade, é relevante considerar aqui os *media* comunicacionais interativos, onde os entes se expõem como espectros e constroem suas personas e é a estas que interpelamos, por meio de mensagens de texto, áudio e vídeo. Porém, "mesmo a interpelação do Outro nos novos *media* só funciona porque já reduzimos o que o Outro é"; e "nesse sentido, pouco importa se o Outro físico, corporal está realmente por trás dos signos" (TOMAZ, 2016, p. 12). Essa redução que acontece pelo ver o Outro como disponível, para Heidegger, é considerado por Jean Baudrillard (1996, 1999, 2000) de forma ligeiramente semelhante, com implicações próximas do esquecimento e morte do humano.

Para os transhumanistas e pós-humanistas, essa discussão perde forças devido a algumas premissas que parecem divergir os pensamentos destes defensores em completo opostos aos fenomenólogos desde o início. Nick Bostrom, em seu ensaio *A history of transhumanistic thought*, coloca em diálogo diferentes autores de ambas as visões – porém, como citações prévias já revelaram, seu pensamento é favorável aos avanços do aprimoramento humano e da criação de inteligências artificiais. É relevante em seu estudo notar algumas onde está o cerne da diferenciação da forma como esses pensadores veem o humano e porque resultam num fim tão oposto.

Bostrom (2005a, p. 5 e 24) menciona o *"yuck factor",* termo que sumariza o sentimento de repulsa e demonização das ideias trans e pós-humanistas. Para tal, ele faz referência a dois pensadores opostos: 1) o bioquímico britânico J. B. S. Haldane, o qual afirma que desde os mitos até na história as novidades científicas sempre trouxeram estranhamento e até pavor para as pessoas em geral, mas que os benefícios da manipulação genética, por exemplo seriam inevitáveis; 2) o presidente do conselho de bioética na era de G. Bush, Leonard Kass, para quem



o sentimento de aversão causado por tais ideias são sinais de "sabedoria" que vem das "entranhas" do indivíduo como resposta ao sentimento de violação de coisas de alto apego. Para os bioéticos que corroboram com esta visão, no texto, exposta no texto através da visão do proeminente bioconservador Francis Fukuyama, os seres humanos são dotados de algo indefinido chamado de "X factor", "que fundamentam sua igualdade de dignidade e direitos. O uso dessas tecnologias, ele teme, pode destruir esse 'X factor'" (BOSTROM, 2005a, p. 24, tradução livre).

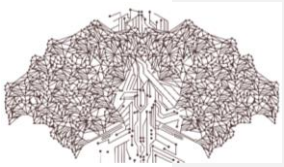
Essa divergência básica referente a uma suposta "essência" indefinida humana que representaria um valor ou dignidade diferenciada é apenas um exemplo de por onde são trilhados os caminhos em relação ao trans e pós-humanismo. Bostrom ainda escreveu um ensaio intitulado *"Em defesa da dignidade humana"*, no qual ele discute a aceitação de uma inteligência artificial (IA) na sociedade e procura argumentar a respeito dos maiores temores das pessoas quanto à presença da IA em nosso meio, como a subjugação ou até extinção dos humanos. Como pode-se perceber, esta discussão acaba por parecer alheia ao que antes foi exposto a respeito do modo de ser técnico que converte tudo, inclusive o ser humano, em disponibilidade, porém ao vê-se claramente a visão tecnológica atravessando todos os paradigmas e argumentos em prol da evolução científica.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões sobre a disponibilidade técnica do humano e a alteridade por parte de inteligências artificiais repousam, por fim, em uma afirmação de Nietzsche: "O homem é o animal ainda por fixar" (*apud* HEIDEGGER, 1984, p. 9). Essa frase carrega a implicação de que o humano sempre será um fator de perturbação no ciclo técnico que ele mesmo impôs. Temos, portanto, que o humano não pode ser controlado – e, portanto, nunca será plenamente "emulado" por uma inteligência artificial. No caso de *Marjorie Prime*, a simulação de Walter – Walter Prime – não convence Marjorie de sua humanidade. Faltam-lhe falhas. É justamente disso que Martha sente falta: da imprevisibilidade, bagunça e imperfeição que estavam presentes em Walter. A ironia do holograma é a instatisfação da cliente.

O espectador também percebe que Walter, como humano, foi comoditizado ainda em vida – afinal, o material que deu origem à sua versão Prime foram as memórias escolhidas por Marjorie. O pensamento de *humano* como *commodity* está na utilização dessas memórias para a produção do holograma "perfeito", que a agrada. Walter Prime é fruto de uma relação controladora entre as memórias conturbadas de Marjorie e o que ela deseja de seu falecido marido.

Marjorie encontra alento – ainda que brevemente – na interação com o não-humano; com



o espectro de Walter. Assim, sua vida também é regida pelo vazio da simulação, pelo fantasma da desumanização (BAUDRILLARD, 1984).

A alteridade entre humano e máquina em *Marjorie Prime* não depende da máquina em questão (Walter Prime), e sim da percepção que o humano cria dela. Inicialmente, Marjorie acredita que a inteligência artificial é seu falecido companheiro. Com o tempo, ela se torna descrente, e a alteridade é extinta. À primeira vista, o humano possui a máquina simuladora; mas, na realidade, ele coloca-se no papel de máquina diversas vezes por não conseguir exercer sua própria humanidade. Mas, afinal, o que é a humanidade, além de nossas imperfeições e características imprevisíveis? Para Baudrillard (2000), tudo e todos no universo possuem, em sua essência, algo que não pode ser mensurado, contado, visto – "um segredo fundamentalmente inacessível" (p. 80, tradução livre). Essa ideia de "segredo" lembra o "Ser" heideggeriano, que não pode ser fixado nem controlado (HEIDEGGER, 2007). *Be Right Back* captura tais conceitos e os incorpora em uma situação de ficção distópica, que expõe o vazio causado pela simulação e a "corrida em círculos" que é tentar descobrir e fixar o humano em uma máquina.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**. São Paulo: Editora Papirus, 1996.

_____. **A troca impossível**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1999.

_____. **Simulations**. Los Angeles: Semiotext[e], 1983.

_____. **The Vital Illusion.** New York City: Columbia University Press, 2000.

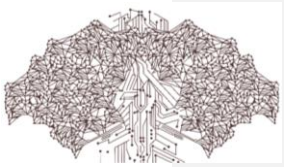
BOSTROM, Nick. A History of Transhumanist Thought. In: **Journal of Evolution and Technology**, v. 14, n. 1. Oxford: Oxford University Press, 2005a, p. 1-25.

_____. Em defesa da dignidade pós-humana. In: **Bioethics**, v. 19, n. 3. Oxford: Oxford University Press, 2005b, p. 202-214.

CASANOVA, Marco Antônio. **Compreender Heidegger**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

COPELAND, Brian Jack. The Modern History of Computing. In: ZALTA, E. N. (Ed.). **The Stanford Encyclopedia of Philosophy.** Stanford: Stanford University, 2008. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2008/entries/computing-history/>. Acesso em: 25 abr. 17.

GABOR, Dennis. Holography, 1948-1971. In: **Science**, v. 177, n. 4049. Washington: American



Association for the Advancement of Science, 1972, p. 299-313.

HARAWAY, Donna Jeanne. **Simians, cyborgs, and women**: the reinvention of nature. New York: Routledge, 1991.

_____. Manifesto ciborgue: Ciência, tecnologia e feminismo-socialismo no final do século XX. In: HARAWAY, D., KUNZRU, H., TADEU, T. (Org.). **Antropologia do ciborgue – as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2000.

HEIDEGGER, Martin. **A proveniência da arte e a determinação do pensar.** Tradutor desconhecido. Frankfurt: Vitorio Klostermann, 1983.

_____. A questão da técnica. In: **Scientiae Studia**, v.5, n.3. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007, p. 375-398.

_____. **Problemas fundamentais da fenomenologia**. Petrópolis: Vozes, 2012.

KUNZRU, Hari. "Você é um ciborgue: Um encontro com Donna Haraway". In: TADEU, Tomaz (Org.). **Antropologia do ciborgue – as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2000.

LEWIS, Charlton Thomas. **An Elementary Latin Dictionary.** New York: Harper & Brothers, 1891. Disponível em: <https://goo.gl/HeT8uA>. Acesso em: 6 jun. 2017.

PAULIENNE, Kendra. Uma história de amor com o virtual. In: TOMAZ, T. (Org.). **Sociabilidade e Comunicação: dilemas na cibercultura**. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2016.

RESNIK, David. The commodification of human reproductive materials. In: **Journal of Medical Ethics**, v. 24, 1998, p. 388-393.

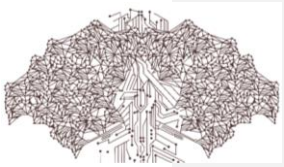
RÜDIGER, Francisco. **Martin Heidegger e a questão da técnica:** prospectos acerca do futuro do Homem. Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **Cibercultura e Pós-humanismo: exercícios de arqueologia e criticismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

TADEU, Tomaz. Nós, Ciborgues: O corpo elétrico e a dissolução do humano. In: HARAWAY, D., KUNZRU, H., TADEU, T. (Org.). **Antropologia do ciborgue – as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2000.

TOMAZ, Tales Augusto Queiroz. Alteridade e Tecnologia: Implicações da Fenomenologia de Martin Heidegger. **Intercom – XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/vejRXg>. Acesso em: 29 jul. 2017.



_____. **Máquina como Outro comunicativo**: Crítica da concepção cibernética à luz da fenomenologia de Heidegger. São Paulo, 2017. 182f. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

_____. Pensamento técnico: paradoxo da ilusão de onipotência humana. In: PETRY, Arlete dos Santos; TRINDADE, Eneus; PETRY, Luís Carlos; LINARES, Nicolás Llano (Org.). **Comunicação e antropologia visual.** 1ed. São Paulo: INMOD / PPGCOM-ECA-USP, 2014, p. 336-349.

_____. Prefácio. In: TOMAZ, T.A.Q. (Org.), **Sociabilidade e Comunicação: dilemas na cibercultura**. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2016.

TURING, Alan Mathison. Computing Machinery and Intelligence. In: **Mind**, v. 59, n. 236. Oxford: Oxford University Press, 1950, p. 433-460.

_____. On Computable Numbers, with an Application to the Entscheidungsproblem. In: **Proceedings of the London Mathematical Society**, Series 2, n. 42. London: London Mathematical Society, 1936, p. 230–265.

_____. Lecture on the Automatic Computing Engine. In: COPELAND, B. J. (Ed.) **The Essential Turing**: Seminal Writings in Computing, Logic, Philosophy, Artificial Intelligence, and Artificial Life, plus The Secrets of Enigma. Oxford: Oxford University Press, 2004, p. 362-394.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

MEDIAÇÕES ALGORÍTMICAS: ANALISANDO O PODER DE MODULAÇÃO DOS ALGORITMOS DO FACEBOOK[1]

Débora Machado[2]

Resumo: O texto apresenta a pesquisa sobre o uso de algoritmos pelas plataformas de mídias sociais. O objetivo é analisar as dinâmicas de criação e aplicação desses códigos, as motivações que acompanham sua criação, buscando entender o que muda em uma comunicação cada vez mais mediada e modulada por agentes não-humanos. As hipóteses que guiam a pesquisa nascem do debate emergente sobre as implicações éticas que surgem ao delegar-se decisões aos algoritmos e o poder de modulação de comportamento que esses códigos carregam. A metodologia utilizada para a presente pesquisa foi a análise de algumas patentes registradas pela empresa Facebook Inc. nos últimos 3 anos.

Palavras-chave: Algoritmos; Modulação; Facebook; Big Data; Patentes.

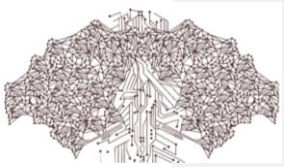
INTRODUÇÃO

Nos últimos seis anos o número de brasileiros com acesso à internet cresceu exponencialmente. Somente nas classes C e D o número de usuários subiu de 18% para 50% (CETIC, 2015). Os brasileiros também lideram a lista de tempo gasto nas redes sociais online por visita, em torno de 21,2 minutos. Uma única plataforma, Facebook, consome 96,7% do tempo que os usuários passam nas redes sociais (COMSCORE, 2014). Segundo a empresa, 8 em cada 10 brasileiros conectados estão no Facebook, somando um total de 99 milhões de usuários ativos mensais (COSSETTI, 2016).

Apesar do uso diário das redes sociais digitais ser uma prática comum na maioria do países com acesso à internet, uma mesma tecnologia pode ter usos diferentes em sociedades que possuam diferentes culturas e históricos. Um bom exemplo pode ser encontrado na pesquisa realizada em 2015 que mostra que 55% dos brasileiros acreditam que o Facebook é a internet, enquanto apenas

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 02 – Big data, ciência dos dados, dados abertos, algoritmos, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora é mestranda em Ciências Humanas e Sociais na UFABC e participa do Laboratório de Tecnologias Livres da UFABC. E-mail: deborafmachado@gmail.com

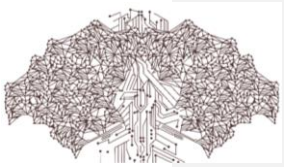


5% dos americanos tem essa visão (QUARTZ, 2015). As práticas de zero-rating, controversas por distorcerem os princípios de neutralidade da rede propostos pelo Marco Civil, incentivam usuários da rede via mobile a não sair dessas plataformas enquanto estão online, visto que seu acesso é gratuito em certos planos de telefonia (RAMOS, 2015).

A funcionalidade destas plataformas é regida por algoritmos, mas a importância deles não se restringe a elas e já passa por diferentes áreas do nosso cotidiano. 80% das transações em alguns mercados de capitais americanos são feitas por algoritmos, que exercem o papel de decidir o fluxo do capital e o *credit score* de um cliente utilizando uma vasta base de dados e critérios pré-definidos (PASQUALE, 2015). Para Mackenzie (2006) os algoritmos que permeiam a rede são performativos. Tais modelos matemáticos, ao serem aplicados, não alteram somente o cálculo do valor no mercado financeiro, mas também modelam as dinâmicas, práticas e comportamentos dos profissionais dessa área e das pessoas que serão afetadas por suas decisões – estejam elas cientes de como esse cálculo funciona ou não. Pasquale lembra que uma das problemáticas desses sistemas é a falta de transparência, pois não é possível investigar, muito menos auditar, algo que você desconhece. Ele afirma que a cortina de fumaça imposta pelas empresas e instituições sobre os algoritmos que utilizam muitas vezes é amparada pela lei. Se por um lado as ações tomadas por grandes empresas são escondidas por trás de acordos de não divulgação, por outro, tudo que o usuário faz na rede está sendo monitorado.

Para Introna (2013), uma das consequências dessa performatividade é o reducionismo no ato de delegar a tomada de decisões e a solução de problemas ao código, visto que nem todos os problemas podem ser resolvidos e traduzidos algoritmicamente. Ele cita Latour ao apontar que o toda tradução é também uma transformação e lembra que os algoritmos em si são apenas parte do problema.

Atualmente o foco das pesquisas da área de tecnologia e sociedade voltou-se para o uso de algoritmos no controle do fluxo de informação dentro das plataformas de mídias sociais, visto que elas já são a principal fonte de informação de grande parte da população conectada (PARISER, 2012). A mais utilizada pelos brasileiros, o Facebook, armazena em torno de 300 petabytes de dados dos usuários (JOLER; PETROVSKI, 2016), essenciais para o trabalho de filtragem de informação que seus softwares exercem. A personalização da informação recebida por cada usuário é vital não apenas para permitir que os eles recebam as postagem mais relevantes (de acordo com os critérios de relevância da empresa), mas também para atingir os objetivos do mercado publicitário, responsável por 92% da receita da empresa em 2014 (SILVEIRA, 2017). Para uma análise tão detalhada do perfil de cada usuário a empresa especializa-se em produzir



novos softwares que possibilitem um monitoramento intenso do comportamento, dos interesses e da comunicação e quem a utiliza. Essa imensa quantidade de dados qualitativos é então transformada em dados quantitativos para poder ser processada pelos algoritmos.

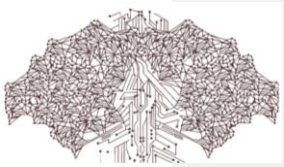
Para Foucault (1973), o poder está diretamente ligado à produção de verdade e ao saber. Alain Desrosières (2002) também se dedicou a estudar como uma forma de saber pode se transformar em poder quando analisou a história do pensamento estatístico, que data aos séculos XVII e XVIII. Ao descrever o início da busca por cálculos probabilísticos, o autor mostra que a questão que essa nova ciência estava tentando solucionar veio de uma tentativa antiga de encontrar algo que possibilitasse especular sobre o que até então estava apenas na mão de Deus, era sagrado: o acaso. "Quer permitindo que ele decida casos difíceis, ou integrando a avaliação de um futuro incerto no presente" (DESROSIERES, 2002, p. 46). Assim, o autor compara o papel do estatístico com o do juiz. A afirmação nos remete a Lawrence Lessig (2006), que aponta uma outra forma de legislar afirmando que "o código é a lei". Em um ambiente que depende do código para existir e onde o código determina quais as formas de convivência, definindo as opções de caminhos a serem escolhidos, escondendo ou revelando o que for necessário, o código se torna a lei. Ele explica:

> O software ou hardware que faz do ciberespaço o que ele é constituído por um conjunto de restrições sobre como você pode se comportar. A essência dessas restrições pode variar, mas são vividas como condições no seu acesso ao ciberespaço. (…) O código ou software ou arquitetura ou protocolo definem esses recursos, que são selecionados por programadores. Eles restringem certos comportamentos ao fazer outros comportamentos possíveis ou impossíveis. O código firma alguns valores e tornam outros valores impossíveis. Neste contexto, ele é também regulamentação, assim como a arquitetura de espaços reais são regulamentação (LESSIG, 2006, loc. 2299-2307, tradução nossa).[3][4]

Para John Cheney-Lippold (2011), uma análise contemporânea do uso do código exige uma definição mais dinâmica e flexível do mesmo. O código faz parte de uma relação dinâmica

[3] "The software and hardware that make cyberspace what it is constitute a set of constraints on how you can behave. The substance of these constraints may vary, but they are experienced as conditions on your access to cyberspace. (…) The code or software or architecture or protocols set these features, which are selected by code writers. They constrain some behavior by making other behavior possible or impossible. The code embeds certain values or makes certain values impossible. In this sense, it too is regulation, just as the architectures of real-space codes are regulations."

[4] A citação foi retirada da edição do livro no formato Kindle, portanto ao invés da página informo a localização.



do usuário com o mundo real. Dinâmica essa que pode afetar as oportunidades de vida oferecidas aos usuários com base em uma lógica pré-configurada, mas também reflexiva.

> Os códigos são objetos culturais incorporados e integrados em um sistema social cuja lógica, regras e funcionamento explícito se esforçam para determinar as novas condições de possibilidades de vida dos usuários. Como uma variável como X vem a ser definida, então, não é o resultado de um fato objetivo, mas é uma consequência tecnicamente mediada e culturalmente localizada de estatísticas e ciência da computação (p. 167).[5]

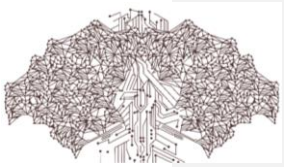
O ato de classificar, valorizar e avaliar fenômenos naturais a nossa volta também não é algo novo. No entanto, uma característica que marca a nossa época é o fato de realizarmos essas tarefas utilizando "ferramentas tecnológicas e virtuais compostas de algoritmos capazes de sintetizar, processar e divulgar dados em uma velocidade e quantidade jamais testemunhadas em nossa história" (LEITE; SARTORE, 2017, p. 13).

Ao tentar entender as implicações éticas do uso de algoritmos, Kitchin aponta que estes costumam ser entendidos como "preocupações estritamente racionais, que juntam as certezas da matemática com a objetividade da tecnologia" (SEAVER apud. KITCHIN, 2017, p. 17, tradução nossa). Contudo, o código nunca é puramente abstrato e matemático. É inevitável que ele carregue em si dimensões sociais em suas mais diversas formas de atuação.

Uma das características da sociedade informacional é que ela se constitui com tecnologias que comunicam e controlam ao mesmo tempo (SILVEIRA, 2017). Por isso o controle é um tema tão importante ao estudarmos os algoritmos utilizados nas plataformas de mídias sociais. Para Deleuze, passamos da era das Sociedades Disciplinares estudadas por Foucault e estamos vivendo em uma Sociedade de Controle (DELEUZE, 1992). O medo da punição é substituído por dispositivos de modulação de condutas onde o controle caminha junto com a sensação de conforto, resolve problemas, "melhora a experiência do usuário", "não geram medo, mas afeto" (SILVEIRA, 2017, p. 83). Para Silveira, a modulação é vital para o marketing.

> Depois da captura e armazenamento de dados para processamento e mineração, as empresas formam amostras de perfis similares que servem aos dispositivos de modulação. O que eles fazem? A partir dos

[5] Codes are cultural objects embedded and integrated within a social system whose logic, rules, and explicit functioning work to determine the new conditions of possibilities of users' lives. How a variable like X comes to be defined, then, is not the result of objective fact but is rather a technologically-mediated and culturally-situated consequence of statistics and computer science.



> gostos, do temperamento, das necessidades, das possibilidades financeiras, do nível educacional, entre outras sínteses, as empresas oferecem caminhos, soluções, definições, produtos e serviços para suas amostras, ou seja, para um conjunto potencial de consumidores que tiveram seus dados tratados e analisados. O sucesso da modulação depende da análise precisa das pessoas que serão moduladas (2017, p. 84).

Uma das características da modulação é a possibilidade de criar um espaço para o individual, dar a sensação de liberdade para o indivíduo enquanto o mantém em um ambiente restrito. E essa é a forma de liberdade que plataformas como o Facebook propõem. Onde você é incentivado a compartilhar, mas só recebe a informação que uma série de algoritmos decidiu ser mais relevante para você. É incentivado a se expressar, mas dentro de uma série de regras de conduta, ou escolhendo dentre seis emoções que representem o que você está sentindo.

Foucault (1998), ao estudar o poder disciplinar, enxerga a liberdade como condição de relações de poder . Segundo o autor, a promessa iluminista era de um homem que aumentaria suas capacidades técnicas na relação com a natureza e com os outros, através do desenvolvimento das capacidades técnicas de agir, juntamente com o crescimento da liberdade dos indivíduos. Porém, os mecanismos modernos de poder inverteram essa relação. As dinâmicas de uso propostas pelas plataformas de mídias sociais como o Facebook parecem elevar ao extremo o paradoxo da liberdade controlada já analisado por alguns autores ao estudar a modernidade.

E é esse controle que consegue ao mesmo tempo restringir e passar a sensação de liberdade que Deleuze chama de modulação.

> Os confinamentos são moldes, distintas moldagens, mas os controles são uma modulação, como uma moldagem auto-deformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cujas malhas mudassem de um ponto a outro (DELEUZE, 1992, p. 221) .

DESAFIOS METODOLÓGICOS NO ESTUDO DE ALGORITMOS E MÍDIAS SOCIAIS

Uma das maiores mudanças que a sociedade em rede proporcionou foi a possibilidade de todo leitor ser também um produtor de conteúdo. Isso transformou a situação de escassez da mídia de massa em uma abundância de dados e conexões, possível somente em uma rede distribuída como a internet. Com isso, a quantidade de dados armazenados na rede, assim como tecnologias para analisa-los, cresceram exponencialmente, dando origem ao termo Big Data.

Para Breternitz e Silva (2013, p.107), Big Data é o termo utilizado para denominar "um



conjunto de tendências tecnológicas que permite uma nova abordagem para o tratamento e entendimento de grandes conjuntos de dados". Este termo tornou-se essencial para os pesquisadores que têm as mídias sociais como principal fonte de pesquisa. Boyd e Crawford (2012, p.9) apontam que trabalhar com "Big Data oferece às disciplinas humanistas uma nova maneira de reivindicar o status de ciência quantitativa e método objetivo. Isso torna muitos espaços sociais mais quantificáveis."

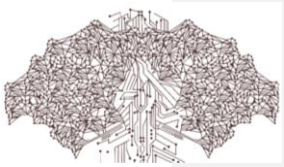
Trabalhar com dados ou mesmo analisar redes sociais digitais não é algo novo dentro das ciências sociais. A novidade da pesquisa usando Big Data refere-se ao que alguns pesquisadores chamam de "os quarto Vs": velocidade, variedade, vinculação e validade da informação (SILVEIRA, S.A. et al., 2015).

Apesar de possuírem objetos de pesquisa díspares, em universidades e países diferentes, a maior parte dos pesquisadores alega preocupar-se com questões similares ao analisar mídias sociais. A falta de confiança em saber se estão "fazendo o certo" no âmbito metodológico e ético; dúvidas em relação a como fazer pesquisa usando mídias sociais, coletar, analisar e representar as mídias sociais de uma forma que resista ao exame minucioso dos princípios de validação e confiabilidade; se os avanços tecnológicos na nossa capacidade de coletar dados nas mídias sociais está se movendo mais rápido que o nosso conhecimento desses dados ou dos desafios epistemológicos desse novo campo.

> Em parte, essas são as consequências das pesquisas em mídias sociais serem avaliadas com os critérios de pesquisa quantitativa social, da mesma forma que a pesquisa qualitativa foi julgada contra esses critérios nos tempos primórdios É difícil enxergar como a pesquisa em mídias sociais pode ser esperada a alcançar as demandas de critérios desenvolvidos especificamente para uma metodologia diferente, conduzida e um contexto de pesquisa diferente e um dos maiores desafios para os pesquisadores será desenvolver novos critérios para julgar a robustez e a utilidade da pesquisa em mídias sociais. (NCRM, 2013, p.6)

Nesse sentido, Howard (2002, p. 553), afirma que "tão logo novas formas de organização social e comunidades aparecem, os pesquisadores devem adaptar os seus métodos, a fim de capturar melhores evidências".

Uma das questões que preocupa pesquisadores do meio como Frank Pasquale, Lev Manovich e Danah Boyd é o fato das plataformas de mídias sociais funcionarem como uma caixa preta, onde certas informações são impossíveis de serem coletas caso sua pesquisa não seja realizada dentro da empresa que administra essa plataforma. Algumas empresas vendem o seu



banco de dados ou mesmo softwares proprietários que analisam os dados presentes dentro dessa rede, o que acaba limitando a pesquisa à grupos com grandes financiamentos, em sua maior parte também de empresas privadas e que muitas vezes encontram-se em situações de conflito de interesses com a pesquisa.

ANÁLISE DE PATENTES DO FACEBOOK

Para a presente pesquisa, a metodologia escolhida foi a análise de patentes. Apesar de muito utilizada nas áreas de inovação e como uma forma de mapear tecnologias e analisar tendências, a análise de patentes não é uma metodologia frequente ao se tratar de pesquisas na área das ciências sociais.

Ao ser questionado pelo website The Verge sobre algumas patentes polêmicas registrada em 2017 pela Facebook Inc[6]., um representante da empresa apontou que a a mesma frequentemente registra patentes para tecnologias que nunca são implementadas, e por isso "patentes não deveriam ser tomadas como um indicador de futuros planos" (NEWTON, 2017, online). Contudo, há uma extensa literatura que aponta a análise de patentes como um método eficiente para identificar padrões, entender em que direção a equipe de desenvolvimento de produto da empresa está caminhando e acompanhar o tipo de conhecimento que a empresa analisada adquiriu no decorrer dos anos.

Daim et. al. (2006) compara o registro de patentes a artigos publicados em revistas acadêmicas. Eles acreditam que mesmo que poucas patentes venham a se tornar algo com valor comercial, a maioria é tecnicamente significativa pois elas servem como ponto de partida para o desenvolvimento de novas tecnologias. Breitzman e Mogee (2002) mostram que a análise de patentes muitas vezes revela a competência tecnológica central de uma empresa e é, também, uma forma eficaz de projetar em que áreas uma empresa ou tecnologia irá se concentrar em um futuro próximo.

As primeiras patentes registradas pela Facebook Inc. datam a 2009 e, desde então, a empresa já fez o pedido de mais de dez mil patentes a serem registradas pela *United States Patent and Trademark Office.* Em 2015, a plataforma Facebook lançou a ferramenta *reactions*, botões

[6] No decorrer do artigo, ao citar a Facebook Inc. estaremos tratando da empresa, hoje dona de outras plataformas importantes como o Instagram e o Whatsapp. Ao citar apenas Facebook estaremos tratando da plataforma de mídia social.

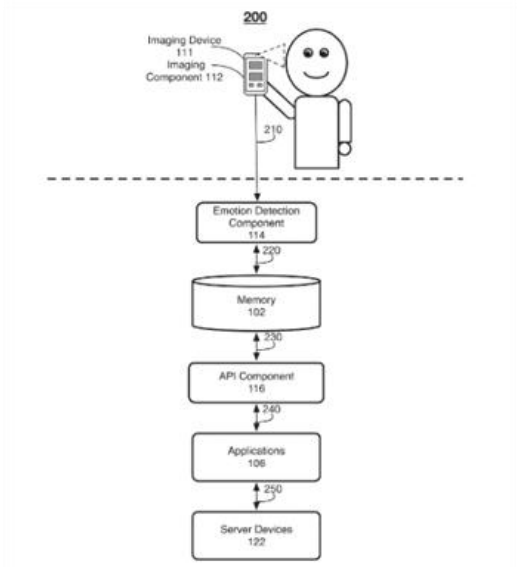
que representam seis emoções que o usuário pode utilizar para demonstrar o que sentiu ao ler uma postagem em seu *News Feed*, como já fazia com o botão curtir. Desde então a empresa vem investindo cada vez mais em tecnologias capazes de analisar uma grande quantidade de dados relacionados às emoções e sentimentos dos usuários da rede. O texto da maioria das patentes costuma seguir um padrão: primeiro explica-se porque ela foi criada, qual a necessidade dessa invenção, e depois detalha-se o que ela faz. Tentando entender como essas tecnologias estão sendo aplicadas, as duas patentes escolhidas para serem estudadas lidam com a análise de emoções. Listo-as abaixo.

Techniques for emotion detection and content delivery

Em português "Técnicas para detecção de emoção e entrega de conteúdo". A patente foi requerida em fevereiro de 2014 e mostra uma funcionalidade capaz de detectar qual emoção um usuário está sentindo ao usar uma rede social e direcionar a ele postagens identificadas como adequadas para aquele tipo de sentimento. O texto cita um exemplo prático.

> Um usuário pode ver uma série de histórias postadas em uma rede social usando uma aplicação nativa em um celular. À medida que um usuário percorre o conteúdo o aplicativo pode solicitar informações sobre o tipo de emoção [que o usuário está sentindo]. Quando um usuário tiver escolhido uma foto específica para visualizar, um tipo de emoção atual pode estar associado à foto. Em um exemplo, uma foto de um cachorrinho pode estar associada a um tipo de emoção feliz. Em outro exemplo, uma foto de uma ex-namorada pode estar associada a um tipo de emoção triste (NAVEH, 2014, p 5, tradução nossa). [7]

[7] "A user may view a series of stories posted on a social network using a native mobile application. As a user scrolls through content, the application may request emotion type information. When a user has chosen a particular photo to view, a current emotion type may be associated with the photo. In an example, a photo of a puppy may be associated with an emotion type of happy. In another example, a photo of an ex-girlfriend may be associated with an emotion type of sad."

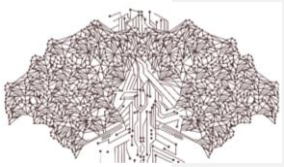


O texto aponta que fotos são apenas um tipo de conteúdo que pode ser mostrado, e esse pode variar entre postagens de texto, vídeo, áudio, games ou mesmo anúncios publicitários[8]. O texto segue com outros exemplos relevantes e mostra que "ao usar informações associando emoções com conteúdo, um sistema de entrega de conteúdo pode fornecer mais conteúdo associado a emoções felizes do que emoções tristes, por exemplo" (NAVEH, 2014, p 5, tradução nossa), ou mesmo "se um usuário for identificado como entediado, um conteúdo engraçado poderá ser mostrado a ele" (Ibid., tradução nossa).[9]

Segundo a patente, o sistema também pode ser útil para o mercado publicitário e "o estado emocional do usuário poderá ser utilizado para server propagandas" (NAVEH, 2014, p 6, tradução nossa)[10], uma vez que a ferramenta consegue identificar quando o usuário está olhando para a tela do celular ou não. Assim é possível solicitar que anúncios apareçam apenas quando o usuário estiver atento, ou mesmo que quando ele aparentar tristeza, anúncios inspiradores apareçam, e quando estiver entediado anúncios interativos apareçam.

Ao analisar o texto da patente é possível observar a intenção de modulação de

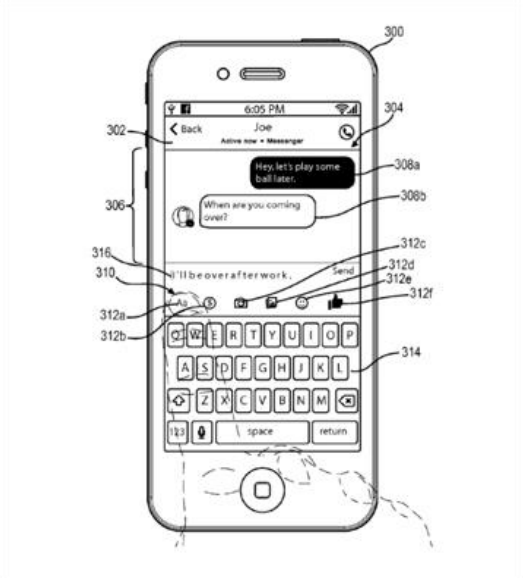
[8] "Using information associating emotions with content, a content delivery system may deliver more content associated with happy emotions than sad emotions, for example."
[9] "For example, if a user has been determined to be bored, funny content may be displayed to the user."
[10] "User's emotional state may be used to serve advertisements."



comportamento embutida no sistema. Para exemplificar a sua funcionalidade o autor propõe que, ao identificar que um usuário está triste, a mudança de comportamento desejada seria deixá-la feliz. Sentimentos como tristeza e tédio são vistos como indesejados e a alteração dos mesmos é vista como parâmetro de sucesso. A hipótese que pode ser levantada, levando em consideração que a rentabilidade da empresa depende da permanência do usuário atento à plataforma, é a de que o sentimento desejado é aquele que mantém o usuário conectado. Identificando qual emoção um usuário está sentindo, qual tipo de conteúdo ele costuma consumir nesse estado emocional, e consequentemente, registrando o que ele sente após consumir certos tipos de conteúdo, é possível ter uma base de dados valiosa capaz de alimentar algoritmos com o poder de direcionar o usuário a sentir ou deixar de sentir emoções definidas pela plataforma.

Augmenting text messages with emotion information

A patente, em português "Aumentando mensagem de texto com informação de emoção" foi requisitada em novembro de 2015 e trata-se de uma funcionalidade que permite que um sistema identifique emoções relacionadas a mensagens digitadas pelo usuário e que formate esse texto de acordo com a informação adquirida. Em seu resumo, a patente mostra que a ferramenta aumenta mensagens de texto com informações de caráter emocional do usuário, com base nas características de digitação do mesmo. O sistema prevê a emoção que o usuário está sentindo e define uma formatação de texto capaz de expressar melhor, visualmente, esse sentimento.

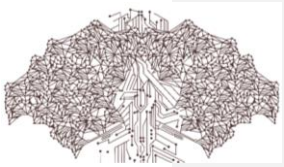


Parte do texto explica a necessidade de se criar uma invenção como essa.

> Os sistemas de mensagens eletrônicas que permitem aos usuários enviar e receber mensagens que contêm principalmente texto/ícones geralmente não conseguem comunicar certas informações emocionais ou contextuais que descrevam com mais precisão o significado pretendido das mensagens. Por exemplo, as mensagens contendo apenas texto podem perder o contexto emocional associado a um significado pretendido ou a um humor atual do remetente (DONOHUE, 2015, p.1, tradução nossa).[11]

Para prever o que o usuário está sentindo ao digitar a mensagem a ferramenta coleta diversas informações que vão além do conteúdo redigido por ele, como por exemplo a velocidade da digitação, a pressão do toque ao digitar, padrões de interação do usuário com o aplicativo, ou

[11] Specifically, electronic messaging systems that allow users to send and receive messages that contain primarily text/icons are often unable to communicate certain emotional or contextual information that more accurately describes the intended meaning of the messages. For example, messages containing only text may lose emotional context associated with an intended meaning or a current mood of the sender. Because emotional and other context can greatly affect the meaning of text-based messages, recipients of the messages may not be able to easily and accurately interpret the intended meanings based solely on the text, potentially resulting in misunderstandings between senders and recipients.



mesmo a sua localização no momento da digitação.

> Por exemplo, se o remetente digitar lentamente, o sistema de mensagens pode determinar que o remetente sente que a mensagem não é urgente. Em formas alternativas, o sistema de mensagens pode prever outras emoções com base na velocidade de digitação associada à entrada de informação pelo teclado, como se o remetente está interessado na conversa se está com pressa (DONOHUE, 2015, p.7, tradução nossa)[12]

Dentre as alterações que o sistema pode fazer a patente cita modificar o formato do balão de fala, o plano de fundo da aplicação de mensagens ou mesmo "fornecer informações adicionais junto com a mensagem para explicitamente ou implicitamente indicar a emoção prevista" (DONOHUE, 2015, p.8, tradução nossa)[13]. Para demonstrar que o usuário não está com pressa e por isso está digitando lentamente, o sistema pode, por exemplo, espaçar as letras das palavras digitadas.

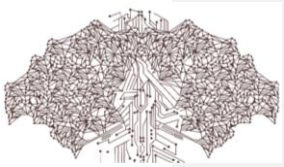
> O sistema de mensagens pode incorporar informações de emoção na mensagem formatando o texto da mensagem de acordo com a emoção prevista. Especificamente, o sistema de mensagens pode formatar a mensagem para permitir que um destinatário da mensagem possa deduzir a emoção do remetente com base na formatação da mensagem (DONOHUE, 2015, p.8, tradução nossa)[14].

Com base na localização do usuário, o texto da patente mostra que o sistema pode prever que ele esteja cansado se ele enviar a mensagem de dentro de uma casa noturna, entre as 12am e 6am, e a partir dessa informação formatar a mensagem de acordo. Já com base na pressão que o usuário utiliza para digitar, o sistema pode prever que o usuário está ansioso ou com raiva (ao

[12] For example, if the sender types slowly, the message system can determine that the sender feels that the message is not urgent. In alternative embodiments, the message system can predict other emotions based on the typing speed associated with the keyboard input, such as whether the sender is interested in the conversation or whether the sender is in a hurry.

[13] For example, if the sender types slowly, the message system can determine that the sender feels that the message is not urgent. In alternative embodiments, the message system can predict other emotions based on the typing speed associated with the keyboard input, such as whether the sender is interested in the conversation or whether the sender is in a hurry.

[14] The message system can embed emotion information into the message by formatting the text of the message in accordance with the predicted emotion. Specifically, the message system can format the message to allow a recipient of the message to infer the emotion of the sender based on a formatting of the message



pressionar forte) ou se ele está calmo (ao pressionar fraco). Usando o microfone do celular, o sistema pode prever que o usuário está dançando em uma festa com música alta. Usando a câmera do celular o sistema pode identificar expressões faciais do usuário. O sistema pode mostrar essa formatação antes do usuário enviar a mensagem ou apenas depois que a mensagem já foi enviada e recebida. Todavia, o sistema propõe que o usuário possa optar por ter a funcionalidade de análise de emoções em funcionamento no mensageiro ou não.

Por fim, é possível observar a intenção da empresa em adicionar mais uma camada de intervenção automatizada na comunicação do usuário, diminuindo sua autonomia e decidindo por ele quais informações são mais relevantes e merecem mais destaque. A classificação de conteúdos por relevância já se mostrou como um objetivo projetado pela Facebook Inc. desde uma de suas primeiras patentes, como a denominada *Generating a feed of stories personalized for members of a social network* requerida em 2006, e é uma prática que acompanha a evolução do Feed de Notícias do Facebook (ARAÚJO, 2017).

Para Gillespie "relevância" é um termo fluido e aberto a interpretação. O autor mostra um entendimento do termo – e dos mecanismos que o utilizam – que vai na contramão do discurso da objetividade propostos pelas empresas de tecnologia e plataformas de mídias sociais.

> Como não há uma métrica independente para o que realmente são os resultados de pesquisa mais relevantes para qualquer consulta, os engenheiros devem decidir quais resultados parecem "corretos" e ajustar seu algoritmo para atingir esse resultado, ou fazer alterações com base em evidências de seus usuários, tratando cliques rápidos e sem pesquisas na sequência como uma aproximação, não exatamente de relevância, mas de satisfação (GILLESPIE, 2014, p.10, tradução nossa).[15]

Para a empresa, sistemas como esse são importantes pois permitem "que o destinatário da mensagem interprete com mais precisão a mensagem à luz das emoções do remetente", contudo, o texto da patente não deixa claro como essa precisão é avaliada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

[15] As there is no independent metric for what actually are the most relevant search results for any given query, engineers must decide what results look "right" and tweak their algorithm to attain that result, or make changes based on evidence from their users, treating quick clicks and no follow-up searches as an approximation, not of relevance exactly, but of satisfaction.

A interação por meio de plataformas de mídias sociais há tempos ocupa uma parcela significativa de tempo no dia a dia nos brasileiros. Devido a crescente quantidade de informação armazenada por essas plataformas e ao modelo de negócio que as mantém no topo das empresas mais lucrativas no mundo – obtendo valor a partir dos dados dos usuários e do tempo que eles se mantém conectados e em constante interação – seu funcionamento depende de agentes que automatizem a entrega e a organização informação que circulam dentro delas. Não há dúvidas de que o sucesso e a eficácia dessas plataformas depende, em boa parte, de seus processos algoritmicos. Portanto, é importantíssimo que pesquisadores na área da comunicação e das ciências sociais se dediquem a estudar as consequências dessa nova e efêmera dinâmica social. Para isso, é preciso entender os algoritmos como atores performativos, e o usuário como um agente ativo, não passivo, nessa interação.

A presente pesquisa mostra como a análise de patentes é uma metodologia relevante para entender a lógica que acompanha a criação desses algoritmos, acompanhar o conhecimento tecnológico adquirido por essas empresas e identificar padrões nas aplicações dos mesmos. A bibliografia estudada e as patentes analisadas apontam para um poder de modulação de comportamento presente nessas plataformas que merece uma análise crítica dos pesquisadores da cibercultura. Esse artigo se propõe apenas como uma pequena parcela de um debate emergente, interdisciplinar e essencial sobre a opacidade dos mecanismos que operam algumas das plataformas mais utilizadas no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Willian Fernandes. **As narrativas sobre os algoritmos do Facebook**: uma análise dos 10 anos do feed de notícias. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

BOYD, Danah; CRAWFORD, Kate. Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological, and Scholarly Phenomenon. **Information, Communication, & Society** p. 662-679, 2012. Disponível em: <https://people.cs.kuleuven.be/~bettina.berendt/teaching/ViennaDH15/boyd_crawford_2012.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2018.

BRETERNITZ, V. J.; SILV A, L. A. Big Data: um novo conceito gerando oportunidades e desafios. **TETC - Revista Eletrônica de Tecnologia e Cultura** ,São Paulo, n. 13, p. 106-113, out. 2013.

CETIC. **TIC Domicílios**. Disponível em: <http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM>. Acesso em: 30 jan. 2018.



CHENEY-LIPPOLD, J. A new algorithmic identity: soft biopolitics and the modulation of control. **Theory, Culture & Society**, Thousand Oaks, v. 28, n. 6, p. 164-181, 2011. DOI: http://dx.doi.org/10.1177/0263276411424420

COMSCORE. **The State of Social Media in Brazil and the Metrics that Really Matter**. Disponível em: <http://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2014/The-State-of-Social-Media-in-Brazil-and-the-Metrics-that-Really-Matter>. Acesso em: 30 jan. 2018.

COSSETTI, Melissa. **Facebook revela dados do Brasil na CPBR9 e WhatsApp 'vira ZapZap'.** Techtudo. 2016. Disponível em:< http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>. Acesso em: 30 jan. 2018.

DELEUZE, Gilles. Post-Scriptum sobre as Sociedades de Controle. In: **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.

DESROISIÈRES, Alain. The politics of large numbers: a history of statistical reasoning. Cambridge: Harvard University Press, 2002.

DONOHUE, Aran. **Augmenting Text Messages with Emotion Information.** US 2017/0147202, 25 mai. 2017.

FOUCAULT, Michel. **A verdade e as formas jurídicas**. Rio de Janeiro: NAU Editora, 1973 [1973].

_____. **A história da sexualidade 2**: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

GILLESPIE, Tarleton. The Relevance of Algorithm. **Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society.** Cambridge, MA: MIT Press, 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/2257984/The_Relevance_of_Algorithms>. Acesso em: 30 jan. 2018.

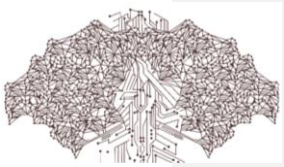
HOWARD, PHILIP N. Network ethnography and the hypermedia organization: new media, new organizations, new methods. **New Media & Society**, v.4, n. 4, p.550–574, 2002.

INTRONA, L. D. Algorithms, performativity and governability. In: **Governing Algorithms: a conference on computation, automation, and control**, 2013, New York. Anais. Disponível em:<http://governingalgorithms.org/wp-content/uploads/2013/05/3-paper-introna.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2018.

JOLER, Vladan; PETROVSKI, Andrej. **Immaterial Labour and Data Harvesting.** Share Lab. 2016. Disponível em:< https://labs.rs/en/facebook-algorithmic-factory-immaterial-labour-and-data-harvesting/>. Acesso em: 30 jan. 2018.

KITCHIN, Rob. Thinking Critically About and Researching Algorithms. **The Programmable City Working Paper 5**. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2515786>. Acesso em: 30 jan. 2018.

LESSIG, Lawrence. **Code version 2.0**. Nova York: Basic Books, 2006. Kindle Edition.



MACKENZIE, Donald. **An engine, not a camera: How financial models shape markets**. Caambridge:MIT Press, 2006.

NAVEH, Barak. **Techniques for emotion detection and contente delivery.** US 2015/0242679, 27 ago. 2015.

NCRM. Blurring the boundaries? **New social media, new social research**: Developing a network to explore the issues faced by researchers negotiating the new research landscape of online social media platforms. 2016. Disponível em: < http://eprints.ncrm.ac.uk/3168/>. Acesso em: 30 jan. 2018.

NEWTON, Casey. **A boredom detector and 6 other wild Facebook patents**. The Verge. Disponível em: https://www.theverge.com/2017/6/12/15772342/facebook-patents-boredom-detector-dating-delivery-app>. Acesso em: 30 jan. 2018.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012. Kindle Edition.

PASQUALE, Frank. **The Black Box Society**: The Secret Algorithms That Control Money and Information. Cambridge: Harvard University Press, 2015.

QUARTZ. **Millions of Facebook users have no idea they're using the internet**. Disponível em: <http://qz.com/333313/milliions-of-facebook-users-have-no-idea-theyre-using-the-internet/>. Acesso em: 30 jan. 2018.

RAMOS, Pedro Henrique. **Zero-rating: uma introdução ao debate**. Disponível em: < https://politics.org.br/edicoes/zero-rating-uma-introdu%C3%A7%C3%A3o-ao-debate>. Acesso em: 30 jan. 2018.

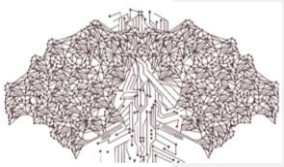
SARTORE, Marina; LEITE, Elaine. Desconstruindo os dispositivos dos mercados: aportes da Sociologia Econômica. **Revista TOMO**, 2017. Disponível em:< https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/viewFile/6708/5475>. Acesso em: 30 jan. 2018.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. Governo dos Algoritmos. **Revista de Políticas Públicas**, v. 21, n. 1, p. 267-282, 2017. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/6123>. Acesso em: 30 jan. 2018.

_____. **Tudo Sobre Tod@s**: Redes digitais, privacidade e dados pessoais. São Paulo: Edições SESC, 2017.

_____. **Ser Cientista Social Hoje**, no século XXI. In: O que é ser Cientista Social. / Adriana Capuano de Oliveira e Marilda Aparecida de Menezes (Orgs.). São Bernardo do Campo: EDUFABC, 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



MÍDIAS DIGITAIS, IDENTIDADES CULTURAIS E FORMAÇÃO CIDADÃ NA ESCOLA[1]

Saulo Eduardo Ribeiro[2]; Eliane Schlemmer[3]

INTRODUÇÃO

Neste artigo, além da apresentação e desenvolvimento de algumas questões históricas relativas ao conceito de cidadania, pretende-se analisá-la sob a luz do nosso presente histórico. Nesta análise teórica levar-se-á em conta o surgimento das mídias, especialmente das mídias digitais, e o seu impacto no problemático projeto de produção, nas sociedades pós-industriais, de uma identidade cidadã relacionada ao sentimento de pertença. Dessa maneira, o trabalho partirá do universal/global para o local/regional, abordando as questões mais amplas relacionadas ao processo histórico de ressignificação do conceito e da prática cidadã, para focar na realidade escolar brasileira, e pensar como uma educação para cidadania, ou melhor, uma educação/formação cidadã pode ser possível nesse contexto por meio do trabalho com as mídias digitais.

No que diz respeito a dimensão histórica do conceito de cidadania, se tomará por referência os estudos publicados no livro *História da Cidadania*, organizado por Jaime e Carla Pinsky (2013). A partir do livro *Cidadão do mundo: para uma teoria da cidadania*, de Adela Cortina (2005), além dos aspectos históricos e teórico-conceituais, abordar-se-á os aspectos sociais e interculturais do conceito, especificamente sobre a problemática da geração de uma identidade intercultural através do exercício de uma cidadania relacionada a um sentimento de pertença no contexto das sociedades pós-industriais.

A transformação do conceito será analisada tendo por referência as transformações do mundo naquilo que Manuel Castells (2013) chama de "sociedade em rede", especificamente dos

1 . Artigo apresentado ao **Eixo Temático 19:** Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é doutorando em Educação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). É Mestre em Educação (UFSM) e participa do Grupo de Pesquisa em Educação Digital – GPe-dU UNISINOS/CNPq. E-mail: sauloeduardoribeiro@gmail.com.br

3 . Pesquisadora é professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). É Doutora em Informática na Educação (UFRGS) e coordena o Grupo de Pesquisa em Educação Digital – Gpe-dU (UNISINOS). E-mail: elianes@unisinos.br

impactos da internet na cultura da autonomia. Néstor Canclini (2013), em seu livro *Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidade*, nos oferece a possibilidade de pensar uma identidade intercultural a partir da noção de cultura híbrida, que coloca o problema de como projetar formas de associação e cooperação em contextos de quebra e mescla das coleções simbólicas de arte culta e popular, e, por conseguinte, de desterritorialização dos processos simbólicos e de expansão de gêneros impuros. Nesse processo de mundialização da cultura, estudado por Renato Ortiz (1996), os espaços se desterritorializam na medida em que são localizados pela presença de objetos mundializados. Cada local revela o mundo em função da globalização dos lugares que, através das técnicas, unifica os espaços, fazendo com que o mundo esteja em todos os lugares.

Em relação ao contexto escolar brasileiro, referenciando-se em Paulo Freire (1987), o mesmo será pensado sob a perspectiva da filosofia ou pensamento da liberação. Pensá-la sob esta perspectiva é pensá-la sob a perspectiva da promoção da autonomia, da independência e da emancipação. Neste trabalho a cidadania, a democracia e a liberdade são concebidas como práticas de participação coletivas em espaços de convivência híbridos, multimodais, pervasivos e ubíquos. Essas práticas poderão ser desenvolvidas no contexto das instituições educativas brasileiras na medida em que os diferentes espaços da cidade sejam transformados em espaços de aprendizagens que venham a contribuir com a restruturação dos conteúdos curriculares das escolas.

ASPECTOS TEÓRICOS E HISTÓRICOS DA CIDADANIA

A cidadania, assim como a democracia, é um conceito histórico e por não transcender a história é, também, um conceito móvel, isto é, ele se transforma, move-se e modifica-se no espaço e no tempo. Por não ser transcendental ele também não representa uma realidade absoluta. Sendo um conceito histórico e estando ligada as condições concretas e materiais da vida humana, assim como aos modos de produção de uma sociedade, o conceito não apenas muda no espaço e no tempo de uma história geral e universal da humanidade, mas relativiza-se em condições concretas e materiais específicas, em problemas universalizáveis, mas não absolutos, universais, mas locais e globais ao mesmo tempo.

Se a cidadania se materializa em certa forma de ser-no-mundo-com, o cidadão, e se o estatuto desse ser depende de uma relação de posse, então o cidadão é aquele que, ainda que formal e virtualmente, tem ou está em posse de, basicamente, uma coisa: direitos civis. Nesse sentido, o exercício da cidadania é assegurado, jurídica e formalmente, através de uma relação

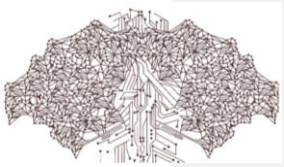
virtual de posse de alguns direitos, tais como à vida, propriedade e igualdade, assim como a liberdade individual, de palavra, de manifestação, de pensamento, de fé, e de ir e vir.

A democracia moderna pressupõe a cidadania na medida em que o exercício desta é a expressão concreta do exercício da democracia. Assim, seu exercício está relacionado não apenas a uma relação jurídico-formal de posse de certos direitos, mas a uma relação de uso [real] desses direitos, que se efetivam e realizam na medida em que sua virtualidade se atualiza com a participação dos indivíduos. No entanto, os usos reais são, tradicionalmente, resumidos ou reduzidos a participação nos destinos da cidade através do exercício do direito de votar e ser votado. Esse exercício ou uso decorre, por sua vez, de uma posse formal ou virtual de direitos civis e políticos, que se atualiza de dois em dois anos através da ação participativa de votar e ser votado.

Cidadania e democracia pressupõe, portanto, participação, e ter direito a participação (liberdade de ação política) não garante aos indivíduos as condições materiais e de igualdade necessárias para pôr em obra tais direitos. Para que o exercício pleno dos direitos fundamentais e constitucionais dos indivíduos esteja garantido, é preciso que estes tenham acesso real a direitos sociais tais como educação, trabalho, saúde, alimentação, moradia, transporte, lazer etc. Os direitos fundamentais são baseados na declaração *universal* dos direitos humanos, mas sua aplicação é relativa e não absoluta, pois são a atualização dos direitos humanos às particularidades culturais e históricas de um determinado contexto civilizacional. O exercício pleno da cidadania no contexto de um Estado Nacional consistiria, nesse sentido, no pleno exercício/uso dos direitos civis, políticos e sociais.

No entanto, a cidadania não pode ser reduzida ao seus aspectos jurídico-formais, pois enquanto prática de liberdade, ela extrapola as formas de vida e de ação política institucionalizadas, quando estas formas de civilidade institucional se mostram anacrônicas ou injustas, o exercício da cidadania e a prática cidadã tornam-se insurgentes, e a manifestação desobediente, sob a forma da civilidade e não da barbárie, transforma-se em ação legítima e legalmente aceita. Nesse sentido, de acordo com Jaime e Carla Pinsky (2013, p. 10, grifo meu),

> A cidadania instaura-se a partir dos processos de lutas que culminaram na Independência dos Estados Unidos da América do Norte e na Revolução Francesa. Esses dois eventos romperam o princípio de legitimidade que vigia até então, baseado nos *deveres dos súditos*, e passaram a estruturá-lo a partir dos *direitos dos cidadãos*. Desse momento em diante todos os tipos de luta foram travados para que se ampliasse o conceito e a prática de cidadania e o mundo ocidental o estendesse para mulheres, crianças, minorias nacionais, étnicas, sexuais, etárias. Nesse sentido pode-se afirmar que, na sua acepção mais ampla, cidadania é a expressão concreta do exercício da democracia.

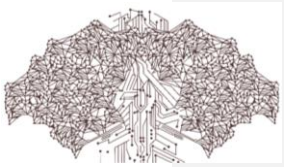


A cidadania por ser um conceito histórico que atravessou culturas e civilizações está atrelada a diversos princípios éticos e políticos, sendo um deles o princípio da *civilidade*. Este princípio ético pressupõe a promoção e produção de uma sintonia através de um sentimento de pertença entre cada um dos indivíduos de uma determinada sociedade. Ele tem uma pretensão de validade universal, pois teria a capacidade de contemplar a perspectiva de todos e transcender a esfera da subjetividade. As características de um tal princípio ético, além da pretensão à universalidade, são a imparcialidade, a humanidade, a consistência (entre juízo e ação) e a reversibilidade (pretende colocar o sujeito no lugar do outro).

No que diz respeito aos seus aspectos mais gerais, especificamente a declaração universal, um conceito mais amplo, mas ao mesmo tempo mais específico para este tipo de cidadania, seria o de cidadania global ou planetária. Os fatores ou variáveis que vão influenciar na amplitude do conceito e na prática ou exercício da cidadania em cada país dizem respeito a abertura do estatuto de cidadão para imigrantes, ao grau de participação política de diferentes grupos ou setores da sociedade e aos direitos e proteção social.

Da pré-história aos alicerces da cidadania moderna

Essa cidadania moderna tem uma longa história, que inicia e encontra suas bases na antiguidade, com a cultura hebraica e seus profetas sociais, "que há quase trinta séculos falavam em cuidar dos despossuídos, proteger a viúva e o órfão, não pensar apenas em morar, comer e viver bem num mundo de pobreza extrema" (ibid.). Ele se amplia com o surgimento das Cidades-estado greco-romanas, onde a cidadania, cidade e Estado constituem um mesmo conceito. Isso se deve ao fato de a diversidade de povos e costumes já estar presente desde a sua fundação. *Civis* ou cidadão é o ser humano livre, mas nem todos eram livres e a cidadania não era de acesso universal, mas somente para a nobreza ou, posteriormente, para os patrícios. Ainda assim as mulheres romanas possuíam mais liberdade e participação social do que as mulheres gregas. No cristianismo dos primeiros séculos, os princípios que caracterizariam a cidadania já estavam presentes nas redes associativas entre pessoas marginalizadas que não eram assistidas pela administração romana, e que lutavam de maneira organizada pela cidadania. No renascentismo a questão da cidadania ressurge com a redescoberta do homem e com a recuperação da herança política clássica e reapropriação do Direito romano.

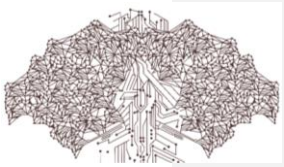


No entanto, seus alicerces modernos são fruto das revoluções burguesas; especificamente, da Revolução Inglesa, com a separação dos poderes e o respeito aos direitos dos indivíduos; da Revolução Americana, com as liberdades individuais; e da Revolução Francesa, em que a liberdade é colocada como meta coletiva e não individual. A partir da passagem da figura do súdito e de seus deveres para a de cidadão e seus direitos, o conceito de cidadania passa por grandes transformações históricas; marcadas pela conquista dos direitos civis, no século XVIII; dos direitos políticos, no século XIX; e dos direitos sociais, no século XX. As revoluções burguesas também possibilitaram novas formas de Estado e de relações entre este, os indivíduos e a sociedade. Essas revoluções, entre outras que ocorreram ao longo desse período, marcaram o desenvolvimento moderno da cidadania. A luta dos trabalhadores pelos direitos sociais, a luta das mulheres por igualdade, assim como das minorias religiosas, étnicas e nacionais, a luta por direitos humanos tais como o direito a integridade física, passando pela questão da autodeterminação nacional, caracterizam esse processo de desenvolvimento e ampliação moderna do conceito de cidadania.

Se para os gregos a *felicidade* era o horizonte da ação ética e a meta da política, o mesmo não irá ocorrer para os modernos, onde a *justiça* passa a figurar como horizonte da ética e da política. A cidadania ressurge como conceito histórico, mas agora em função de um horizonte e de uma ação que tem a *justiça social* como o seu bem e fim último. Seguindo essa tradição, Cortina (2005, p. 64) critica o Estado de Bem-Estar Social ao afirmar que o mesmo "gerou um cidadão dependente, 'critiqueiro' e não crítico, passivo, apático e medíocre". De acordo com a filósofa, não é a solidariedade e o bem-estar (felicidade/prazer) que deve ser institucionalizado, mas um mínimo de justiça. A partir de então, a percepção de uma injustiça levará com que os indivíduos comecem a se mobilizar e identificar-se através de um sentimento de indignação, fazendo-os convergir em torno da promoção da justiça social.

O problema da cidadania nas sociedades pós-industriais

No livro *Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania*, Adela Cortina (2005) busca analisar a cidadania sob seus aspectos sociais, econômicos, civis e interculturais. No que diz respeito aos aspectos sociais e civis, a cidadania toma realidade, ou atualiza e realiza sua virtualidade, a partir do momento em que os indivíduos se sentem motivados a trabalhar pela comunidade, pois sentem que, efetivamente, fazem parte dela, sentem que pertencem aquela comunidade não por mera questão de formalidade jurídica, mas por uma identificação. Nesse sentido, a concepção de justiça social ganha grande relevância, pois não basta a formalidade



jurídica para que um indivíduo se sinta pertencente a uma comunidade, é preciso que ele tenha os mesmos direitos e condições de igualdade na participação das riquezas coletivas dessa comunidade.

De acordo com Cortina (2005), a civilidade, como virtude necessária para o exercício da cidadania, nasce e se produz através da sintonia entre a sociedade e cada um de seus membros. Essa sintonia se dá através do reconhecimento e da livre adesão, da produção de uma identidade relacionada ao sentimento de pertencimento. No entanto, a oferta simbólica heterogênea crescente que, de acordo com Garcia Canclini (2013, p. 265), é "renovada por una constante interacción de lo local con redes nacionales y transnacionales de comunicación", a pluralidade e diversidade de modos e formas de expressão da vida social, cultural e política, dificultam a criação de uma identidade e de um espaço público onde essas diversidades possam circular, se articular e expressar, criando as condições e o espaço para a produção de um sentimento de pertença à uma comunidade caracterizada pela diversidade.

Esse contexto atualiza a problemática e a relevância do conceito de cidadania. Para Aristóteles a felicidade era a meta da política e só poderia se realizar na *pólis*. Com a diluição das cidades-estado este ideal e modo de vida filosófico passa a perder espaço para outros que pregam o retiro e distanciamento dos negócios e perturbações da cidade, tais como os epicuristas, os estóicos e os cínicos. Apesar disso, permanece a noção de comunidade, mas não mais centrada e dependente da ideia de *pólis*. A felicidade, horizonte da ação ética e meta da ação política segundo Aristóteles, é aquilo segundo o qual todo ser humano orienta sua ação, aquilo no qual os homens convergem, e a cidade seria o espaço por excelência para a realização desse ideal, pois é nela que nos relacionamos com os outros, pelo exercício da virtude da civilidade e, por conseguinte, da cidadania.

Não há ética sem haver um outro. Se o horizonte da ética é a felicidade, então esta felicidade só se pode dar em uma relação com os outros, ela se produz na relação, e a cidade é o espaço privilegiado que possibilita a constante articulação-desarticulação-rearticulação entre o eu e o outro. A ação ética do período clássico e helenístico tinha como horizonte a felicidade e o prazer como realização do ideal de vida boa. No entanto, nem todos faziam ou se sentiam parte dos espaços públicos da cidade onde a "felicidade" poderia se realizar.

Nesse sentido surgem comunidades e escolas filosóficas divergentes, que irão enfatizar não um ideal de felicidade dependente da cidade, mas a busca de um prazer e de uma felicidade que só dependem e pode ser buscado dentro de nós e que consiste, basicamente, em ausência de dor física e de perturbação na alma. Ou seja, com a restrição do espaço e da esfera pública e ao estatuto de cidadão, constituídos por uma diminuta parcela da sociedade, os chamados "homens

livres", eram excluídos uma grande parcela da sociedade da época. Além da comunidade política institucionalizada sob a forma da cidade-estado, haviam e surgiram outras comunidades, cujas preocupações eram mais de ordem ética do que política.

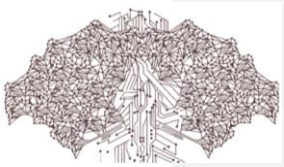
Sócrates colocava a questão de como educar o cidadão para o exercício da virtude da civilidade na *pólis*, questão que se dilui com a diluição da cidade-estado pela expansão do império macedônico por Alexandre Magno. Além disso, o surgimento de uma diversidade de escolas filosóficas que, em certo sentido, se distanciam dos ideais socráticos e da filosofia platônica e aristotélica, contribuíram e foram resultado desse processo. Após esse período, como visto, a questão da cidadania e da participação política passam a ser colocadas em outros termos.

Se a expansão do império macedônico contribuiu para a diluição das cidades-estado gregas e, por conseguinte, para a diluição de sua já restrita e limitada esfera pública, a expansão urbana contemporânea tem contribuído para a diluição desses espaços públicos ao mesmo tempo em que tem intensificado a hibridização cultural. Ao modo da fusão cultural, que misturou elementos do Oriente e do Ocidente, no período da expansão do império macedônico, a expansão urbana possibilitou que passássemos de

> sociedades dispersas en miles de comunidades campesinas con culturas tradicionales, locales y homogéneas, en algunas regiones con fuertes raíces indígenas, poco comunicadas con el resto de cada nación, a una oferta simbólica heterogénea, renovada por una constante interacción de lo local con redes nacionales y transnacionales de comunicación (GARCIA CANCLINI, 2013, p. 265).

A expansão urbana exigirá assim uma expansão dos horizontes de participação política e cidadã. O espaço público se dilui e passa a ser substituído por aquilo que Canclini chama de teleparticipação. O autor prossegue sustentando que atrelado a expansão urbana estão a serialização e o anonimato da produção que, somados as reestruturações da comunicação (agora tornada imaterial), modificam os vínculos entre público e privado. A vida do campo e a vida urbana também se hibridizam na medida em que muitas mudanças culturais e gostos coincidem, e coincidem graças as interações comerciais e a recepção de mídias eletrônico-digitais no meio rural, conectando o campo com as inovações da cidade.

Na Grécia e na Roma antigas a cidade não abarcava a todos em função do estatuto restrito da cidadania. A participação política e cidadã em espaços públicos estava restrito apenas aos nobres, patrícios ou homens livres. Se na antiguidade a cidade e o espaço público são diluídos pela expansão do império macedônico, na contemporaneidade o espaço público se dilui na medida em que se fragmenta, pois se antes era a cidade que não abarcava a todos os seus moradores, hoje



são os cidadãos que não conseguem abarcar toda a cidade, buscando "en la intimidad doméstica, en encuentros confiables, formas selectivas de sociabilidade" (ibid). Os cidadãos habitam a cidade na medida em que a isolam em um espaço próprio, sendo que "la esfera pública ya no es el lugar de participación racional desde el que se determina el orden social" (id., p. 266).

A fragmentação estrutural das cidades leva a fragmentação das mobilizações sociais, impossível de serem totalizadas sob uma única forma de participação ou bandeira, o que nos leva a necessidade de reorganização do espaço público. Desse modo, a falta de adesão dos cidadãos ao conjunto de uma comunidade não se deve, como supunha Daniel Bell, a um individualismo hedonista. O hedonismo como teoria, doutrina e movimento filosófico-moral surge na Grécia, primeiro com Aristipo de Cirene, depois, de modo distinto, com Epicuro, e mais tardiamente é desenvolvido pelos utilitaristas modernos tais como Bentham e Stuart Mill, tem muito pouco ou nada a ver com o que ocorre nas sociedades ditas pós-industriais.

A falta de adesão dos cidadãos e sua aderência a um modo de vida hedonista não se deve ao hedonismo ou a esse tipo de hedonismo filosófico ou mesmo ao descrito por Bell pelo seu caráter consumista, mas as transformações políticas, sociais e econômicas que criaram as condições para o seu surgimento, tanto nas sociedades da antiguidade quanto nas sociedades pós-industriais. Não é que falte um interesse na coisa pública e na participação de uma comunidade política em busca de um bem coletivo e comum, é que, com a fragmentação da esfera pública, o interesse na coisa pública, assim como a própria coisa pública, se fragmenta e não se deixa capturar por uma totalidade.

A atomização social de uma sociedade definida pela fragmentação e diversificação dos padrões identitários, as ações e participações políticas dos cidadãos "son de baja resonancia cuando se limitan a usar formas tradicionales de comunicación (orales, de producción artesanal o en textos escritos que circulan de mano en mano)" (id., p. 267). Ao mesmo tempo em que há uma necessidade de gerar identidade relacionada ao sentimento de pertença nas sociedades pós-industriais, há uma dificuldade inerente as transformações dessas sociedades, que desestruturam o espaço público ao mesmo tempo que expandem os espaços físicos da cidade, fragmentando e atomizando os espaços para o exercício da cidadania.

Apesar disso, essas transformações estruturais também são seguidas e se seguem de transformações tecnológicas, especialmente as relacionadas a comunicação, especificamente com o surgimento das redes e mídias massivas de comunicação. Nesse contexto, o poder de ação cidadã cresce na medida em que atuam dentro e fora dessas redes, interferindo no funcionamento habitual de uma cidade, encontrando eco nos meios eletrônicos de informação, restituindo o sentido de urbano e, por conseguinte, o sentimento de pertença. Essas redes massivas de mídia e

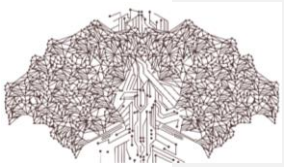
comunicação convertem-se em meios de expressão amplificada de poderes locais, complementando os fragmentos através de atos conectivos.

Adela Cortina (2005) ao trazer a questão da importância do sentimento de pertença para produção de uma identidade social, vai de encontro com o que Castells (2013) sustenta ao analisar a formação dos movimentos sociais. Segundo Castells, os movimentos sociais "são desencadeados por emoções derivadas de algum evento significativo que ajuda os manifestantes a superar o medo e desafiar os poderes constituídos" (id., p. 127). O medo, no entanto, "é superado pelo compartilhamento e pela identificação com outros num processo de ação comunicativa" (id., p. 127-128) que induzirá a ação e as mudanças coletivas. Neste momento, a produção do entusiasmo se segue a mobilização societária, que "resulta da ação comunicativa que envolve a conexão entre redes de redes neurais dos cérebros humanos estimuladas por sinais de um ambiente comunicacional formado por redes de comunicação" (id., p. 128).

Castells sustenta que a mobilização emocional, que resulta no movimento social propriamente dito, é desencadeada, entre outras coisas, "pela indignação que a injustiça gritante provoca" (ibid). Isso vai de encontro a reinvindicação de Cortina (2005), segundo a qual a justiça social importa mais do que o bem-estar. No entanto, Cortina parece focar sua abordagem mais sob a perspectiva do Estado como promotor de uma justiça distributiva que produziria o sentimento de pertença e civilidade entre os indivíduos de uma determinada sociedade. Isso levaria a produção de um senso de comunidade e da coesão social através da livre adesão e participação dos indivíduos pelo exercício da virtude moral da civilidade. Essa concepção de justiça passa a ser compartilhada por todos os membros de uma sociedade com Democracia Social. De acordo com Cortina, para isso é preciso descobrir, na cultura política de uma sociedade, o que os cidadãos consideram justo, pois é a partir da inserção dessa ideia nas instituições que se pode gerar adesão, visto que as relações que estabelecemos livremente possuem mais força identificadora. Já para Castells, são

> as redes horizontais, multimodais, tanto na internet quanto no espaço urbano, [que] criam companheirismo [...] é pelo companheirismo que as pessoas superam o medo e descobrem a esperança [...] [favorecendo] a cooperação e a solidariedade, ao mesmo tempo que reduz a necessidade de liderança formal (2013, p. 131-132).

Nessa perspectiva a questão da identificação dos indivíduos a um princípio que os faça aderir a um movimento ou causa tem por referência, além da justiça social de Cortina, a cultura da autonomia em relação as instituições da sociedade. Se, de acordo com Cortina, Daniel Bell referia-se ao problema do individualismo hedonista, Castells vai afirmar a necessidade de um



novo conjunto de valores definidos como individuação e autonomia. A individuação, diferentemente do individualismo, enfatiza o indivíduo, mas adaptado a ação coletiva e a ideais comuns, e a autonomia consiste no processo de independência de instituições da sociedade para a realização desses projetos através da constituição de redes sociais. Portanto, "o mundo real em nossa época é um mundo híbrido, não um mundo virtual nem um mundo segregado que separaria a conexão on-line da interação off-line" (id., p. 137).

Nos espaços do fluxo, o sentimento de pertença flui e não dura para sempre, precisa e pode ser constantemente atualizado, e se atualiza quando uma injustiça é percebida como algo que já não pode mais ser ignorado por uma coletividade. A injustiça é o estopim, que desencadeia o sentimento de raiva e indignação, o processo de ação comunicativa através do compartilhamento e identificação com outras pessoas supera o medo, produzindo entusiasmo e esperança.

Culturas híbridas, multivíduo, interculturalidade cidadã e cidadania comunicativa

Para García Canclini (2013) a cidade e sua história constituem um cenário cada vez menos presente na formação das identidades coletivas. As mídias constituem o sentido "público" da cidade mais do que a própria cidade, simulando a integração de um imaginário urbano desagregado. Nesse contexto, as questões coletivas ficam restritas aos interesses corporativos de cada grupo, restringindo, assim, o horizonte social das ações dos indivíduos desses coletivos. Outra forma de restrição do horizonte social das ações se dá mediante a remodelação do espaço público pela redução da participação social à prática do consumo. O cidadão reduzido a figura do contribuinte, cliente e consumidor. Nas palavras de Ortiz (1996, p. 122): "o universo do consumo [...] como lugar privilegiado da cidadania".

Com a reestruturação da cultura urbana, quando o espaço público tradicional cede espaço para as tecnologias eletrônicas, participar passa a consistir em "relacionarse con una 'democracia audiovisual', en la que lo real es producido por las imágenes gestadas en los medios" (GARCÍA CANCLINI, 2013, p. 269). A crescente expansão e desarticulação do urbano coloca em dúvida se os sistemas culturais encontram sua chave nas relações da população com determinado território e história que prefiguraria os comportamentos dos grupos que constituem essa população. Os dispositivos de reprodução contribuíram para

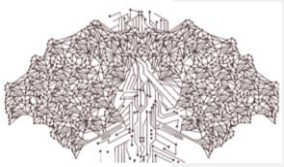
a desterritorialização dos sistemas culturais ao hibridizar o culto e o popular, desestruturando as imagens e os contextos, assim como as referências semânticas e históricas que amaram os sentidos dessas imagens. Assim,

> La questión es entender como la dinâmica propia del desarrollo tecnológico remodela la sociedade [...] Hay sectores sociales con capitales culturales y disposiciones diversas para apropriárselas com sentidos diferentes: la descolección y la hibridación no son iguales para los adolescentes populares que van a los negócios públicos de videojuegos y para los de clase media y alta que los tienen en sus casas. Los sentidos de las tecnologías se construyen según los modos en que se institucionalizan y se socializan (id., p. 287).

Essa reorganização também atinge a relação ou vínculo entre grupos sociais e sistemas simbólicos. Com os descolamentos contextuais e hibridizações não é mais possível vincular rigidamente as classes sociais com determinados estratos culturais. A perda da relação naturalizada da cultura com os territórios geográficos e sociais, assim como a relocalização territorial das velhas e novas produções simbólicas, são fruto da transnacionalização dos mercados simbólicos e das migrações. As economias cruzadas, os sistemas de significados que se interseccionam e as personalidades fragmentadas, que não podem mais ser identificadas pelo nascimento, família, estatuto profissional, por relações de amizade ou de propriedade, fazem cair por terra a noção tradicional de *comunidade*.

Tudo isso leva a uma reorganização cultural do poder e nos provoca a pensar sobre as consequências políticas de se passar de uma concepção vertical e bipolar do poder para outra concepção, descentrada e multideterminada. Canclini conclui que, ao perder sua relação exclusiva com o seu território, as culturas ganham em comunicação e conhecimento. Nesse sentido, Ortiz (1996, p. 110) vai dizer que "o espaço [...] transubstancia-se em elemento abstrato". O indivíduo, neste contexto, passa a ser reivindicado como uma pessoa internamente plural, um multivíduo, uma subjetividade não "unificável em uma totalidade ecológica" (CANEVACCI, 2012, p. 42).

Nesse sentido, apesar de ainda não termos uma sociedade intercultural, já temos muitos sujeitos e identidades interculturais, identidades estas decorrentes desse processo de desterritorialização da cultura. Uma personalidade e uma identidade cultural fragmentada, um mosaico da diferença, onde sistemas de significado se interseccionam.



As identidades são relações de uso. O seu si é apenas uma relação de uso consigo e com os outros, o si é a relação, e estas relações não são eternas, imutáveis e dadas desde sempre. Da mesma maneira que se fazem e acontecem, podem se desfazer e desaparecer. Como já dizia Heráclito, tudo flui e nada permanece. Assim, a cidadania só existe quando está em obra ou em uso, só existe como prática e enquanto está em prática, sem jamais se deixar capturar por uma forma cristalizada e estereotipada de cidadão.

Para assegurar um espaço público de convergência e exercício democrático da cidadania, Cortina (2005) sustenta que a ética intercultural propõe o exercício do diálogo entre as culturas como possibilidade de uma interculturalidade cidadã. A cidadania ocorreria no exercício civilizado do diálogo através do qual os indivíduos "esclareçam conjuntamente o que consideram irrenunciável para construir, [...], uma convivência mais justa e mais feliz. Tendo em conta, [...], que a compreensão de outros obtida por meio da convivência e do diálogo é indispensável para a autocompreensão" (id., p. 144). O desafio de uma ética e cidadania intercultural consiste em "conservar o melhor do universalismo e da sensibilidade diante do diferente [em algo que] os supere, sem desperdiçar a riqueza que uma e outra oferecem" (id., p. 146).

A abordagem contextualizada dessas questões está, portanto, intimamente relacionada e imbrincada com a das tecnologias da informação e comunicação, assim como a das mídias [digitais] e seu papel na hibridização das culturas. Nesse sentido, Rocío Ortiz (in: LAGO, 2012) atualiza o conceito de cidadania ao abordar a noção de cultura digital e de desterritorialização dos espaços da cidadania sob a forma do ciberespaço e da cibercidadania. Sergio da Silveira (2006) procura repensar a noção de cidadão em um mundo transnacionalizado em que a comunicação é mediada por softwares cujo modo de funcionamento desconhecemos e não controlamos.

Se a mídia massiva constitui, hoje, o espaço público, e se a interculturalidade pressupõe diálogo, e se diálogo pressupõe comunicação, a comunicação, dimensionada pelas mídias, constitui as práticas políticas e a própria condição da cidadania.

Monje et. al. (2009) vai se perguntar até que ponto a capacidade modeladora das práticas midiáticas incide sobre a condição cidadã. Se, conforme definem, a cidadania consiste no "ejercicio del drecho a tener derechos, esto es, como la posibilidad y capacidade de constituición de sujetos em el espacio público a través de prácticas articuladas en torno a las demandas y propuestas por derechos" (id., p. 183), até que ponto as práticas midiáticas incidem sobre o processo de modelação dessas demandas e

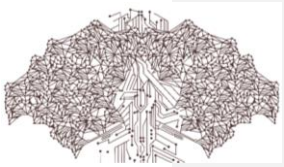
propostas? Como percebemos, no estudo dos movimentos sociais relatados por Castells, as mídias, tanto tradicional, mas principalmente as redes sociais digitais, exerceram um papel crucial no processo de formação desses movimentos.

A cidadania comunicativa consistiria no reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direitos e de exercer esses direitos no terreno da comunicação pública. Nesse sentido, Monje et. al. (2009, p. 189) questionam "cuál es el papel que cumplen los médios masivos de comunicación en la actual configuración del espacio público local y cuál es su compleja articulación com prácticas sociales y comunicativas desarrolladas en el espacio de la ciudad"? Portanto, precisamos pensar os sujeitos escolares como sujeitos em comunicação e em fluxo de produção de sentido em um contexto de ubiquidade territorial-digital. Não cabe estabelecer uma única forma de exercer a cidadania, mas de promover múltiplas cidadanias. Dessa maneira, essa promoção pode se dar mediante a promoção das vivências e das relações na cidade "com outras culturas comunicacionais, políticas, sociais, étnicas, regionais, classistas, religiosas e etárias que suscitam nas pessoas a procura de novidades, mudanças e fruições distintas da midiático/comerciais" (MALDONADO, 2017, p. 99).

CONCLUSÃO

Toda virtude é uma disposição para o bem que se adquire através da prática de bons hábitos. A civilidade é uma virtude e um hábito que se adquire através da prática e do exercício da cidadania. Cidadania não é uma condição da qual se toma posse formal, isto é, por direito, mas uma condição que se realiza e se atualiza em uma relação ou situação de uso desses direitos. Assim, faz mais sentido falar em educação cidadã do que em educação para cidadania, pois no primeiro caso todos os sujeitos estão comprometidos com o ensino e com a aprendizagem, não é só o professor que ensina nem o aluno quem só aprende. Se a cidadania depende da virtude da civilidade, e se esta só pode ser adquirida ou desenvolvida com a prática desse hábito, então o papel do educador consistiria em criar situações práticas em que essa habilidade possa ser posta a prova e desenvolvida. O espaço da escola pode ser um começo, mas é necessário abranger outros espaços da cidade, assim como o ciberespaço.

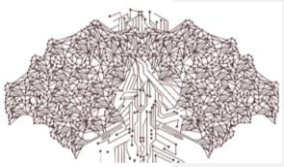
Já dizia Paulo Freire (1987) que "ninguém liberta ninguém, ninguém se liberta sozinho"; a liberdade não pode ser concedida, não é algo que se possa ganhar ou conquistar passivamente.



Não se pode conquistar a liberdade. Não podemos tomar posse da liberdade, mas apenas nos relacionarmos com ela através de certo tipo de prática insurgente, capaz de modificar os modos de participação institucionais. Uma potência destituinte. Liberdade não se concede, nem se conquista, liberdade se pratica e a cidadania é uma forma de praticar essa liberdade.

Nesse sentido, não se pode falar de cidadania na escola dentro de uma concepção bancária, não se pode ensinar cidadania num padrão comunicacional transmissor-receptor, ou seja, não se pode educar para a cidadania dentro dessa lógica comunicacional binária. A educação na escola é cidadã se implica os educandos em um processo dialógico de fazer junto que começa com a busca do conteúdo programático. Ou seja, uma educação cidadã é aquela em que a escola e os professores possibilitam que seus alunos se envolvam em todos os processos possíveis de participação, e que estimulem o desenvolvimento da autonomia, da colaboração, da união e da organização do educando. Como apresentado anteriormente, uma das maneiras de promover a autonomia é através das mídias digitais. No espírito do que disse Castells, poderíamos considerar o espaço público da aprendizagem como aquele que é constituído pelo espaço escolar e urbano somado as conexões das redes da internet.

Uma educação cidadã e uma prática docente que tenha por finalidade a promoção da autonomia e da emancipação do educando, não a pura e simples instrução, mas educação, é aquela que produza e promova as situações necessárias para o exercício e desenvolvimento da cidadania. Assim, cria-se um ambiente escolar em sintonia com os processos de transformação tecnológica e organizacional da comunicação, levando-se em conta que essas transformações estão baseadas na autocomunicação e em redes horizontais de comunicação multidirecional e interativa. Em uma sociedade mediatizada, pensar os meios de comunicação é imprescindível para pensarmos a cultura da participação nas escolas e nos processos formativos em geral.



REFERÊNCIAS

CANEVACCI, M. Multivíduo conectivo: Gregory Bateson. **Cienc. Cult**., São Paulo , v. 64, n. 1, p. 41-44, Jan. 2012. Disponível em: <http://bit.ly/2uEiMDP>. Acessado em: 25 jul. 2017.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano** 1. Artes de fazer. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

CORTINA, A. **Cidadãos do mundo**: para uma teoria da cidadania. São Paulo: Loyola, 2005.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GARCÍA CANCLINI, N. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2013.

LAGO, S. (Comp.) **Ciberespacio y Resistencias**: exploración en la cultura digital. Buenos Aires: Hekht Libros, 2012.

MALDONADO, E. Pensar os processos comunicacionais em recepção na conjuntura latino-americana de transformação civilizadora. In: BONIN, J. A; ROSÁRIO, N. M. **Processualidades metodológicas**: configurações transformadoras em comunicação. Florianópolis: Insular, 2017.

MONJE et. al. Ciudadanía comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. In: PADILLA FERNÁNDEZ, A. **Metodologías transformadoras**: tejiendo la red en comunicación, educación, ciudadanía e integración em América Latina. Caracas: Fondo editorial CEPAO: UNESR, 2009.

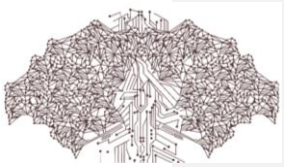
ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

PINSKY, J; PINSKY, C. B (Orgs). **História da cidadania**. 6ª ed. São Paulo: Contexto, 2013.

PINSKY, J. (Org). **Práticas de cidadania**. 2ª. ed. São Paulo: Contextos, 2012.

SILVEIRA, S. A. Hackers, monopólios e instituições panópticas: elementos para uma teoria da cidadania digital. **Líbero**, Ano IX, nº 17, Jun 2006, p. 73-81. Disponível em: <http://bit.ly/2tZwU6V>. Acessado em: 20 jul. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



MIDIATIVISMO NO FACEBOOK: NINJA ES E AS NARRATIVAS INDEPENDENTES DURANTE A OCUPAÇÃO DE ESCOLAS NO ESPÍRITO SANTO [1]

Fábio Luiz Malini de Lima[2]; Ana Paula Miranda Costa Bergami[3]

RESUMO

O artigo estabelece uma análise da produção de narrativas independentes do Ninja ES no Facebook em outubro, novembro e dezembro de 2016, durante a ocupação das escolas públicas do Espírito Santo e da sede da Secretaria de Estado da Educação do Espírito Santo (Sedu) pelos secundaristas. Na época, os estudantes protestavam contra a proposta do governo federal de reforma do ensino médio e contra a PEC 55 (PEC 241), que previa um teto para gastos públicos. Em nosso trabalho, realizamos uma coleta de dados da *fanpage* dos midiativistas no Facebook, e partir dos resultados, identificamos os sintagmas mais frequentes nas postagens dos midiativistas sobre as ocupações, evidenciando o respectivo desenvolvimento temático das narrativas do período. A coleta foi feita por meio do *script* Ford, desenvolvido pelos pesquisadores do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

Palavras-chave: midiativismo; Facebook; ocupações; ativismo digital.

Introdução

A difusão das redes de comunicação horizontais modificou drasticamente a prática de poder em várias dimensões institucionais e sociais. No cenário cotidiano midiatizado, a sociedade civil e atores sociopolíticos não institucionais passaram a ter uma maior influência na dinâmica das relações de poder (CASTELLS, 2015), postando conteúdo nos sites de redes sociais e mobilizando suas audiências em torno de agendas específicas, inclusive dos movimentos sociais.

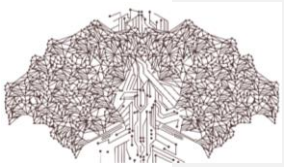
É o caso do coletivo Ninja ES, sediado em Vitória (ES), que dá ampla divulgação às lutas das ruas em sua página no Facebook, que possui 37.045 curtidas[4]. O grupo tem como objetivo

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Professor da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), coordenador do programa de pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Ufes. Doutor em Comunicação e Cultura (UFRJ). Coordenador do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Ufes). E-mail: fabiomalini@gmail.com.

3 Mestranda em Comunicação e Territorialidades (Ufes). Pesquisadora do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Ufes). E-mail: anapaulamirandacosta@hotmail.com.

4 Informação disponível no site <https://www.facebook.com/ESNINJAES/>. Acesso em 31/01/2018.

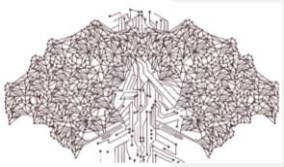


"fazer circular as informações que vem dos gritos da rua, dos movimentos sociais, dos coletivos, das lutas", buscando "denunciar, fiscalizar e cobrar"[5]. Os ciberativistas explicam que fazem "cobertura com narrativas e fotos atualizadas em tempo real conforme os ocorridos e transmissões *streamming* ao vivo"[6] de eventos com forte teor social. A página foi criada em 7 de setembro de 2013[7], com o objetivo de ser uma mídia independente com denúncias e investigação[8]. O grupo capixaba surgiu inspirado no Mídia Ninja nacional, instituído a partir das jornadas de junho de 2013[9]. Apesar de remeter à tradicional arte marcial oriental, a sigla Ninja significa Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação[10], e seus ativistas são chamados popularmente de "ninjas".

Os midiativistas postam conteúdo de relevância jornalística sobre temas variados, dentro da temática social com um viés mais contestador. As colaborações de outros internautas são aceitas, desde que submetidas anteriormente ao moderador do coletivo. Observamos que é um padrão dos ciberativistas postar fotos e vídeos anônimos, sem identificar seus autores. O conteúdo anonimizado é apresentado como tendo sido elaborado pelo coletivo. Além disso, percebemos que o grupo tem exclusividade de publicação da indignação dos movimentos sociais, considerando que a mídia tradicional, ancorada em grandes patrocinadores, dá pouco espaço para os conteúdos que chegam das lutas das ruas.

Sendo assim, partimos do pressuposto de que o grupo de mídia livre Ninja ES utiliza a capacidade de criar conteúdos independentes nos sites de redes sociais para mobilizar e engajar novos voluntários no ciberespaço, por meio da construção colaborativa de narrativas feitas por diferentes atores que leva a uma pluralidade de opiniões no ciberespaço, criando uma resistência midiática. Entendemos que o coletivo Ninja ES oferece uma relevante formação discursiva biopolítica, capaz de dar visibilidade àquilo que se oculta ou se criminaliza na imprensa. Além disso, consideramos que os "ninjas", nomenclatura pela qual os ativistas são conhecidos popularmente, modificaram estéticas, estruturas narrativas e a posição de sujeito (que se oculta) da deontologia jornalística, ao postar conteúdo em movimento, anônimo e com caráter

[5] Informação disponível no site <https://www.facebook.com/ESNINJAES/>. Acesso em 31/01/2018.
[6] Informação disponível no site <https://www.facebook.com/ESNINJAES/>. Acesso em 31/01/2018.
[7] Informação disponível no site <https://www.facebook.com/ESNINJAES/>. Acesso em 31/01/2018.
[8] Informação disponível no site <https://www.facebook.com/ESNINJAES/>. Acesso em 31/01/2018.
[9] Informação disponível no site <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14113-midia-ninja-um-fenomeno-de-jornalismo-alternativo-que-emergiu-dos-protestos-no-rio-de->. Acesso em 31/01/2018.
[10] Informação disponível no site <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/>. Acesso em 31/01/2018.



colaborativo, por meio de ativistas que desconheciam um maior rigor formal das rotinas produtivas jornalísticas.

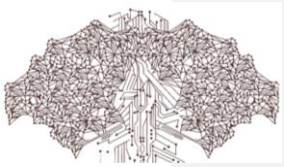
A partir de uma coleta de dados, propomos estabelecer uma análise da produção de narrativas independentes do Ninja ES no Facebook em outubro, novembro e dezembro de 2016, durante a ocupação de escolas municipais, estaduais e federais no Espírito Santo, além da sede da Secretaria de Estado da Educação do Espírito Santo (Sedu) pelos secundaristas. Na época, os estudantes protestavam contra a proposta do governo federal de reforma do ensino médio e contra a PEC 55. Nosso objetivo é identificar os sintagmas mais frequentes nos textos dos midiativistas, evidenciando o respectivo desenvolvimento temático para, então, elencar e refletir sobre as categorias de notícia emergentes durante os dias de ocupação, criando assim um *corpus* para analisar narrativas midiáticas de protestos sobre ocupações escolares.

Midiativismo e contrapoder

Para compreender a lógica das redes digitais colaborativas, consideramos importante analisar o trabalho dos coletivos de mídia, quando anônimos se apropriam das ferramentas comunicacionais e passam a produzir seu próprio conteúdo, em um modelo de autocomunicação de massa (CASTELLS, 2015; CASTELLS, 2013), estabelecido com base em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa e sem fio. A autocomunicação de massa "aumenta as oportunidades de mudança social, sem, no entanto, definir o conteúdo e o objetivo dessa transformação" (CASTELLS, 2015, p. 26).

Esse modelo contemporâneo de difusão, com redes horizontais em que as pessoas podem se associar livremente, modificou drasticamente a prática de poder em várias dimensões institucionais e sociais, "aumentando a influência da sociedade civil e de atores sociopolíticos não institucionais na forma e na dinâmica das relações de poder" (CASTELLS, 2015, p. 33).

De fato, entendemos que as mídias eletrônicas trazem consigo uma força mobilizadora (ENZENSBERGER, 2003), sendo que, "pela primeira na história, as mídias tornam possível a participação em massa de um processo produtivo social e sociabilizado, cujos meios práticos encontram-se nas mãos das próprias massas" (ENZENSBERGER, 2003, p. 16). Esse novo modelo de mídia traz um formato igualitário, pois permite que todos possam participar, por meio da conexão (ENZENSBERGER, 2003). Sendo assim, como todos ganham voz a partir do acesso à internet, "as novas mídias têm a tendência a eliminar todos os privilégios de formação, e com isso também o monopólio cultural da inteligência burguesa" (ENZENSBERGER, 2003, p. 39).



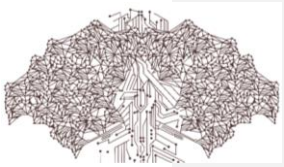
Nesse cenário, as novas mídias estão ligadas à ação e à instantaneidade do momento, em contraposição à contemplação e à tradição da mídia hegemônica anteriormente constituída, que costumava ter o monopólio da indústria da consciência (ENZENSBERGER, 2003). Para se alcançar a emancipação política por meio das novas mídias, Enzensberger (2003) aponta que as massas auto-organizadas devem adotar um modelo de produção coletiva que entende os até então receptores como sendo emissores em potencial.

Entendemos que atualmente a comunicação integra o plano sistêmico da estrutura de poder e que as redes comunicativas são fontes decisivas de construção desse poder (CASTELLS, 2013), sendo que o contrapoder é desempenhado "reprogramando-se as redes em torno de outros interesses e valores, e/ou rompendo as alternâncias predominantes" (CASTELLS, 2013, ps. 17-18). Por poder se define uma relação entre parceiros, sendo que o exercício do poder "é um modo de ação de alguns sobre outros" (FOUCAULT, 1995, p. 242). Nesse sentido, uma sociedade em que não há tensão e relações de poder "só pode ser uma abstração" (FOUCAULT, 1995, p. 246).

Partimos do pressuposto de que os ativistas do coletivo de mídia livre Ninja ES são atores da mudança social, que exercem o contrapoder construindo-se por meio de um processo de comunicação autônoma, livre do controle dos que detêm o poder institucional (CASTELLS, 2013). Ao produzir narrativas próprias e desenvolver uma rede autônoma de comunicação horizontal, os ativistas "subvertem a prática da comunicação tal como usualmente se dá, ocupando o veículo e criando a mensagem" (CASTELLS, 2013, p. 18). Acreditamos que, na sociedade em rede, a autonomia de comunicação é construída na internet e nas plataformas de comunicação sem fio, com as redes sociais digitais oferecendo a possibilidade de coordenar ações de forma amplamente desimpedida (CASTELLS, 2013).

Sendo assim, consideramos que o Ninja ES promove um embate com a mídia corporativa na disputa pela construção de discursos midiáticos. O midiativista surge como um hacker das narrativas, "um tipo de sujeito que produz, continuamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV e emissoras de rádio de grandes conglomerados de comunicação" (MALINI E ANTOUN, 2013, p. 23). Ao postar o conteúdo no ciberespaço, os midiativistas geram um ruído "cujo principal valor é de dispor uma visão múltipla, conflitiva, subjetiva e perspectiva sobre o acontecimento passado e sobre os desdobramentos futuros de um fato" (MALINI E ANTOUN, 2013, p. 23).

Biopolítica e mídia radical alternativa



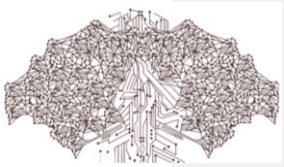
A transformação e a libertação social só podem ser conduzidas atualmente com base na multidão (HARDT E NEGRI, 2014). Hardt e Negri trabalham com os conceitos de biopoder e de biopolítica, que é "o poder da vida de resistir e determinar uma produção alternativa de subjetividade" (HARDT E NEGRI, 2016, p. 74). Para eles, "o biopoder situa-se acima da sociedade, como uma autoridade soberana, e impõe a sua ordem. A produção biopolítica, em contraste, é imanente à sociedade, criando relações e formas sociais através de formas colaborativas de trabalho" (HARDT E NEGRI, 2014, p. 135).

A produção biopolítica permite a criação de novas subjetividades, apresentadas ao mesmo tempo como resistência e dessubjetivação (HARDT E NEGRI, 2016). Os autores pontuam que a biopolítica tem caráter de acontecimento, no sentido de que "'a intransigência da liberdade' perturba o sistema normativo" (HARDT E NEGRI, 2016, p. 76). Para eles, "o acontecimento biopolítico vem do exterior, na medida em que rompe a continuidade da história e a ordem existente, mas não deve ser entendido apenas negativamente, como ruptura, mas também como inovação" (HARDT E NEGRI, 2016, p. 76).

Hardt e Negri (2016) relacionam o conceito de biopolítica com o de multidão. Nesse sentido, o acontecimento biopolítico representa a produção de vida como sendo um ato de resistência e de liberdade. Dentro desse contexto, surge a multidão, como uma verdadeira estratégia política: "biopolítica é uma relação partisan entre subjetividade e história que é moldada por uma estratégia multitudinária, formada por acontecimentos e resistências e articulada por um discurso que vincula o processo decisório político à construção de corpos em luta" (HARDT E NEGRI, 2016, p. 78-79). Os acontecimentos de resistência são fundamentais nesse prisma, pois são dotados de poder, capazes de escapar ao controle e de criar um novo mundo (HARDT E NEGRI, 2016).

A multidão, dispondo das plataformas digitais móveis conectadas à internet, torna-se então capaz de assumir uma postura de ativismo midiático, indo na contramão dos bloqueios da expressão pública. Acreditamos que o coletivo Ninja ES estabelece uma dinâmica que se assemelha ao modelo de mídia radical alternativa (DOWNING, 2002), quando verificamos o contexto e as consequências de suas atividades, sobretudo na ocasião das ocupações escolares no Espírito Santo. Por meio de sua atuação durante as ocupações, os "ninjas" romperam regras, sem motivação financeira, fazendo oposição direta à estrutura de poder (verticalmente) e conquistando apoiadores em um formato de solidariedade (horizontalmente).

O Ninja ES deu espaço a todo um movimento estudantil com amplo apelo social, com uma pauta de reivindicações muitas vezes ignorada pela mídia tradicional capixaba. Entre as



consequências de assumir a postura de mídia radical alternativa, havia o próprio risco da atividade, sob forte opressão policial e judicial, por exemplo.

Narrativa e acontecimento

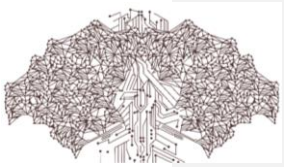
A produção de narrativas a partir das lutas dos movimentos sociais é uma das premissas de trabalho do coletivo Ninja ES para conquistar engajamento no Facebook. Com fotos, vídeos e textos com forte apelo testemunhal, os midiativistas criam uma agenda própria, muitas vezes com um sentido contra-hegemônico ao que está sendo veiculado nos meios de comunicação capixabas hegemônicos.

A capacidade de estabelecer narrativas é uma das estratégias de sedução da audiência. Entendemos que o texto narrativo "será aquele em que um agente relate uma história" (SODRÉ, 2012, p. 203). Muniz Sodré (2012) cita Paul Ricoeur para estabelecer que "narrativa articula o tempo do mundo à experiência humana e à linguagem, permitindo que o leitor ou o ouvinte vivencie imaginariamente os acontecimentos relatados" (SODRÉ, 2012, p. 205). Narrar, no fim das contas, significa contar uma história (SODRÉ, 2012), sendo que "um acontecimento é a transição de um estado a outro" (SODRÉ, 2012, p. 203), dois conceitos que caminham juntos.

As narrativas trazem acontecimentos, uma espécie de recorte da realidade, uma "modalidade clara e visível de tratamento do fato" (SODRÉ, 2012, p. 36-37). Portanto, partimos da ideia de que o acontecimento "é uma construção ou uma produção de real, atravessada pelas representações da vicissitude da vida social" (SODRÉ, 2012, p. 36-37).

Os midiativistas produzem uma profusão de relatos, imagens e vídeos, portanto entendemos que esses fragmentos, muitas vezes não lineares e interativos, estão estabelecendo uma forma *sui generis* de narração (SODRÉ, 2012). Nesta perspectiva, "o fluxo textual em convergência técnica pode ser descrito como uma forma de experiência em que a visão e o acontecimento assumem a dominância" (SODRÉ, 2012, p. 188). Apesar da falta de uma linearidade na enunciação, com uma sequência cronológica e crescente dos eventos relatados, os ativistas conseguem estabelecer uma narrativa. Isso porque, "o que realmente integra temporalmente os acontecimentos no relato é o pano de fundo constituído pelo enredo" (SODRÉ, 2012, p. 189).

Em oposição às narrativas, está o estilo jornalístico empreendido atualmente nas redações jornalísticas brasileiras, amparado por uma prática profissional formalmente estabelecida, que se diferencia da narrativa por, entre outros elementos, ter um espírito de concisão e síntese, além de "fluência, clareza, objetividade, correção gramatical, sem asperezas linguísticas" (SODRÉ, 2012,



p. 208). O texto informativo suprime consideravelmente o caráter testemunhal e emotivo das narrativas, "em benefício de uma comunicabilidade indistinta" (SODRÉ, 2012, p. 207). Ou seja, a linguagem se distancia das dos grupos sociais e ganha um rigor da norma padrão vigente na sociedade.

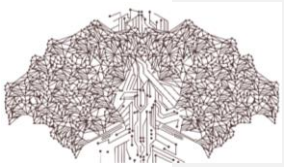
Convergência midiática e atos de jornalismo

Os sites de redes sociais representam um espaço de trocas e interações que determinam a sociabilidade contemporânea, na qual os indivíduos realizam processos de participação e discussão de temas relacionados às suas vivencias individuais e coletivas. Essas ferramentas são hoje uma tendência importante para a sociedade, pois transformam a cultura ao induzir ao compartilhamento. Nos sites de redes sociais, os usuários produzem e publicam conteúdo como texto, imagens e vídeos, estabelecendo vínculos e conectando práticas (CASTELLS, 2013).

Dentro desse cenário midiatizado atual, em que novos atores dotados de dispositivos móveis permanecem conectados à internet, a construção da narrativa imagética apresenta-se mais complexa, na medida em que as leituras resvalam do campo simbólico para a materialidade da navegação. A experimentação na rede digital transfigura, e pode, de certa maneira, estender a especificidade dos registros em fotos e vídeos em sites de redes sociais como o Facebook, que passam a compor simultaneamente narrativas lineares e hipertextuais.

O cenário cotidiano experimenta a cultura da convergência, "onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (JENKINS, 2009, p. 343). Por convergência, entendemos que é uma alteração de fluxo na produção de conteúdo por meio de múltiplas plataformas, que tem como consequência uma transformação cultural, "à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos" (JENKINS, 2009, p. 30). Os novos atores em cena estabelecem uma narrativa transmidiática, que "se expande através de diferentes linguagens (verbal, icônica etc) e mídias (cinema, quadrinhos, televisão, videogames etc)" (SCOLARI, 2015, p. 8).

Apesar das narrativas terem suas peculiaridades em relação aos textos propriamente jornalísticos, que são elaborados dentro de uma lógica mercadológica e de uma rotina produtiva



específica, os esforços de veicular narrativas com sentido contra-hegemônico nos sites de redes sociais, como é o caso do coletivo Ninja ES, podem ser considerados atos de jornalismo, feitos por amadores, que se apropriam das ferramentas tecnológicas para criar conteúdo em busca de engajamento no Facebook.

Consideramos que a produção narrativa biopolítica dos midiativistas, focada em relatos testemunhais, traz uma ligação direta com algumas das atividades entendidas como próprias da atividade jornalística, porém exercidas, neste caso específico do coletivo Ninja ES, por amadores que desconhecem grande parte das normas formais e práticas da deontologia profissional.

A atuação dos midiativistas acontece em um cenário de convergência em que as velhas e novas mídias colidem (JENKINS, 2009). Com as fronteiras sendo superadas, a mídia ganha um novo sentido, mais focado em seus usos do que propriamente em seus propósitos mercadológicos. Acreditamos que, no cenário midiatizado, houve uma mudança fundamental na relação dos indivíduos com a mídia (JENKINS, 2009). A mídia tornou-se o "tecido conjuntivo da sociedade" (SHIRKY, 2011, p. 52), quando os indivíduos deixaram de apenas consumir mídia, passando a produzir conteúdo livremente.

A própria relação dos indivíduos com a mídia mudou: hoje, ela não é algo que as pessoas consomem, mas algo que as pessoas usam para se comunicar uns com os outros, compartilhando conteúdos variados. Shirky (2011) explica que, anteriormente, havia uma divisão em mídia pública (como comunicação visual e impressa feita por um pequeno grupo de profissionais) e mídia pessoal (como cartas e telefonemas, feitos por cidadãos comuns). Neste cenário, "essas duas formas estão fundidas" (SHIRKY, 2011, p. 53).

Clay Shirky (2012) estabelece que, neste novo contexto midiatizado, os atos de jornalismo se popularizam, tornando comum as narrativas multitudinárias para além da cultura profissional da imprensa. O autor pondera que "nossas ferramentas sociais removem obstáculos mais antigos à expressão pública, eliminando assim os gargalos que caracterizavam os meios de comunicação de massa" (SHIRKY, 2012, p. 51). Sendo assim, "o resultado é a amadorização em massa de esforços antes reservados a profissionais de mídia" (SHIRKY, 2012, p. 51).

Surge então uma nova revolução, ocasionada com a inclusão de amadores na produção de conteúdo na mídia, quando os indivíduos não precisam mais "pedir ajuda ou permissão a profissionais para dizer as coisas em público" (SHIRKY, 2011, p. 50). A revolução acontece em um cenário propício, com novas ferramentas tecnológicas que permitem a expressão dos indivíduos sem a interferência de um moderador, por assim dizer, capaz de decidir o que pode ser publicado ou não, como acontecia anteriormente nas mídias tradicionais. Os usuários dos dispositivos tornam-se editores quando decidem publicar algo ou não nos sites de redes sociais.

Dessa forma surge a revolução, quando a sociedade adota novos comportamentos, proporcionados pela tecnologia, mas não determinados especificamente por ela (SHIRKY, 2012).

Sendo assim, todo mundo torna-se um veículo de comunicação (SHIRKY, 2012), quando constatamos que qualquer indivíduo pode publicar qualquer coisa em qualquer momento, "e no mesmo instante o material publicado torna-se globalmente disponível e facilmente encontrável. Se qualquer um pode ser editor, qualquer um pode ser jornalista" (SHIRKY, 2012, p. 64). A notícia, que até então era entendida como sendo o produto de uma rotina produtiva jornalística específica, com seus próprios valores-notícia e critérios de noticiabilidade institucionalizados, passa a ser aquilo que ecoa nos sites de redes sociais, em um formato essencialmente colaborativo, quando as pessoas podem compartilhar suas experiências com os demais indivíduos.

A partir dessa constatação, percebemos que a notícia "deixa de ser uma prerrogativa institucional para ser parte de um ecossistema de comunicações, ocupando por uma mistura de organizações formais, coletivos informais e indivíduos" (SHIRKY, 2012, p. 60). Sendo assim, os veículos de comunicação tradicionais estão a cada dia mais perdendo a exclusividade de emissão de textos noticiosos para a sociedade, dando espaço para o até então consumidor de informação, que deixa sua posição passiva de receptor e torna-se também emissor, atuante na criação de conteúdo por meio das plataformas digitais conectadas à internet.

Metodologia e resultados

No presente trabalho, propomos uma análise de conteúdo das postagens da *fanpage* do coletivo Ninja ES, relacionadas à ocupação das escolas públicas capixabas e da sede da Secretaria de Estado da Educação do Espírito Santo (Sedu) pelos secundaristas. Na época das ocupações, os estudantes protestavam contra a proposta do governo federal de reforma do ensino médio e contra a PEC 55 (chamada de PEC 241 na Câmara), posteriormente aprovada em votação nas duas casas legislativas federais (Senado e Câmara). Nossa proposta é estabelecer os sintagmas mais frequentes nas postagens do Ninja ES, evidenciando o respectivo desenvolvimento temático, a partir de uma lógica enunciativa amparada pela autocomunicação de massa, quando amadores podem empreender atos de jornalismo.

A coleta de dados foi empreendida no dia 22 de junho de 2017, por meio do *script* Ford, desenvolvido pelos pesquisadores do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), localizado na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). O levantamento de material abrange o período de 17 de outubro a 5 de dezembro de 2016, quando foram gerados 941 posts veiculados pela *fanpage* do Ninja ES no Facebook. Após a análise do *dataset* completo, parte

das postagens foi descartada por trazer conteúdo diverso, não se referindo às ocupações nem ao movimento gerado para contestar a votação da PEC 55. A amostra que trabalhamos corresponde a 743 postagens, constituindo nosso *corpus* de estudo.

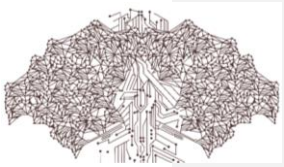
Adotamos como metodologia de trabalho a análise de conteúdo, por entendermos que, na pesquisa qualitativa, podemos usar técnicas que permitem "tornar replicáveis e válidas inferências sobre dados de um determinado contexto, por meio de procedimentos especializados e científicos" (MINAYO, 2007, p. 303). A análise temática surge como uma forma adequada de dar tratamento ao nosso *corpus* um tanto quanto extenso, com 743 publicações. Nosso estudo, buscamos identificar os núcleos de sentido que compõem uma comunicação (MINAYO, 2007), cuja presença denota "estruturas de relevância, valores de referência e modelos de comportamento presentes ou subjacentes no discurso" (MINAYO, 2007, p. 316).

Após a coleta empreendida, os dados das postagens foram inicialmente analisados, tipificados e separados em categorias semânticas de acordo com os termos mais recorrentes. Diagnosticamos inicialmente as seguintes grandes categorias nos posts: cobertura das ocupações escolares capixabas; cobertura de protestos sobre a PEC 55; viralização de temas nacionais e desdobramentos das ocupações. Percebemos que o Ninja ES não só se preocupou em veicular conteúdo produzido por colaboradores no Espírito Santo, mas também compartilhou narrativas de outras ações pelo Brasil afora, como ocupações em escolas paranaenses e atos contra a PEC 55 em Brasília, por exemplo.

Também verificamos as palavras mais recorrentes dentro de nosso *corpus*: em primeiro lugar está a palavra "escola", que apareceu 645 vezes, seguida respectivamente de "estudantes" (608 vezes), "PEC" (261 vezes), "ocupa" (256 vezes) e "educação" (204 vezes). Também identificamos as *hashtags* mais recorrentes: em primeiro lugar, está #ocupatudo, com 212 menções nas postagens, seguida respectivamente por #ocupaes (148 menções), #primaverasecundarista (90 menções), #contrapec241 (74 menções) e #pecdofimdomundo (50 menções). A partir do levantamento dos primeiros dados quantitativos, passamos a empreender uma análise qualitativa do material, sob o ponto de vista do processo de enunciação, amparado por uma ampla rede de colaboração.

Análise

Entendemos que uma parte consistente do *dataset* analisado abrangeu a cobertura das ocupações escolares capixabas. Assim como alguns veículos informativos tradicionalmente fazem, os midiativistas do Ninja ES e seus colaboradores estiveram presencialmente em alguns



espaços que estavam sendo administrados pelos alunos, cobrindo as ações e fazendo registros como fotos e vídeos. Eles acompanharam ações de entretenimento, oficinas culturais, aulas e debates com voluntários, assim como atos propriamente da organização do movimento, com mutirões para limpeza e alimentação.

Em algumas ocasiões, os midiativistas cobriram ações policiais nas escolas, inclusive quando a polícia fez uma barreira para evitar que os manifestantes ocupassem o prédio da Sedu[11] ou quando religiosos fizeram uma vigília em frente da Escola Viva, de São Pedro, bairro da periferia de Vitória (ES), para apoiar a ação dos estudantes[12]. Nesse sentido, a cobertura das ocupações foi um momento importante do trabalho dos midiativistas para mostrar o dia a dia de quem participou do movimento, as tentativas de negociação com as autoridades e a forma como os alunos envolveram a comunidade nas atividades. Em grande parte das ocupações, a vizinhança das escolas foi convidada a participar das ações estudantis, para reforçar, na visão dos estudantes, que a escola não é da administração pública, mas sim da comunidade.

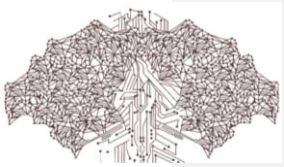
Entre as ações mostradas pelos midiativistas, nesta categoria especificamente, estavam pedidos de doação de materiais de higiene e limpeza, além de alimentos. Além disso, o Ninja ES relatou fatos sobre a ocupação da sede da Secretaria de Estado da Educação (Sedu), quando, por exemplo, o secretário estadual de Direitos Humanos, Júlio Pompeu, participou de uma roda de conversa com os estudantes, para tentar ajudar nas negociações, após algumas desavenças entre os alunos e o secretário estadual de Educação, Haroldo Rocha, que não permitiu que os manifestantes tivessem acesso ao banheiro do prédio[13].

Em muitas postagens dessa categoria, percebemos que manifestantes enviaram material para publicação no Ninja ES, em uma prática de construção colaborativa de narrativas. Como foram mais de 60 espaços ocupados, na Grande Vitória e no interior do Espírito Santo, não havia como a equipe do Ninja ES cobrir todos os acontecimentos do dia a dia, por isso um recurso para dar conta de tantos eventos simultâneos foi usar as narrativas enviadas por parceiros. Esse esforço deu origem a narrativas construídas de forma colaborativa, quando os manifestantes tinham chance de ganhar voz por meio do Ninja ES. Em todos os casos de elaboração do material, os

[11] Informações disponíveis no endereço eletrônico <http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/estudantes-mantem-ocupacao-no-patio-da-sedu-no-es.html>. Acesso em 30/01/2018.

[12] Informações disponíveis no site <http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/padre-faz-vigilia-favor-de-estudantes-nas-ocupacoes-no-es.html>. Acesso em 30/01/2018.

[13] Mais informações no site <http://seculodiario.com.br/31578/16/depois-de-pressao-governo-envia-secretario-de-direitos-humanos-para-dialogar-com-ocupantes-da-sedu>. Acesso em 30/01/2018.



midiativistas do Ninja ES faziam postagens anonimizadas em sua *fanpage*, sem informar quem era o autor do texto, foto ou vídeo, apenas informando que era conteúdo do Ninja ES.

O mesmo aconteceu durante a cobertura dos protestos sobre a PEC 55 (PEC 241), a segunda categoria de postagem identificada em nosso estudo. A equipe do Ninja ES fez transmissões ao vivo dos protestos que aconteceram em Vitória, em uma prática conhecida como *live*, para mostrar as ações dos manifestantes. Esse tipo de conteúdo foi fundamental para atrair mais participantes para atos, como o protesto que aconteceu em frente ao Palácio Anchieta, sede do governo estadual[14], reunindo aproximadamente 10 mil pessoas, entre integrantes de movimentos estudantil e sociais, além de entidades de trabalhadores.

Outra categoria de postagem identificada em nosso estudo foi a viralização de temas nacionais. Nessa situação específica, os midiativistas compartilhavam notícias de portais jornalísticos e de outros coletivos de mídia independente sobre ocupações em outros locais do País, além de protestos em várias cidades contra a PEC 55. Essa estratégia alinhava o Ninja ES às outras ações nacionais, empreendidas em vários Estados, mas que tinham o mesmo objetivo: contestar a estipulação de um teto de gastos no orçamento público para áreas prioritárias, como educação e saúde.

A quarta e última categoria identificada em nosso *dataset* diz respeito aos desdobramentos das ocupações, como, por exemplo, as questões referentes aos processos de aplicação do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), cujas provas foram adiadas para alguns participantes que tiveram seus locais de exame ocupados por estudantes[15]. No mesmo período das ocupações, havia o segundo turno das eleições municipais, que também foi impactado pelas ocupações, com a transferência de alguns locais de votação para outros espaços[16]. Nessa categoria, também estão as repercussões jurídicas das ocupações, quando o Governo estadual entrou na Justiça para conseguir multar as famílias dos estudantes que estavam participando do movimento estudantil[17], ou mesmo

[14] Mais informações no endereço eletrônico <http://www.gazetaonline.com.br/cbn_vitoria/reportagens/2016/11/manifestacao-em-vitoria-contra-pec-55-reune-movimentos-sociais-e-sindicatos-1013995183.html>. Acesso em 30/01/2018.

[15] Mais informações no site <http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/enem-e-adiado-em-escolas-ocupadas-no-es-confira-lista.html>. Acesso em 30/01/2018.

[16] Mais informações no site <https://www.gazetaonline.com.br/especiais/eleicoes_2016/2016/10/ocupacao-muda-locais-onde-44-mil-vao-votar-1013990856.html>. Acesso em 30/01/2018.

[17] Mais informações no site <https://www.gazetaonline.com.br/noticias/cidades/2016/11/pais-de-alunos-que-ocuparem-as-escolas-podem-ser-multados-em-ate-20-salarios-1013992275.html>. Acesso em 30/01/2018.

quando a Defensoria Pública entrou com uma ação para apoiar o direito dos alunos de ocupar os espaços[18].

Ao tratar desses assuntos, o Ninja ES ofereceu ao movimento estudantil a chance de ser ouvido, de ter voz durante esses desdobramentos, já que muitas lideranças não davam entrevista aos veículos de comunicação capixabas, como apuramos em nosso estudo. Além disso, o Ninja ES noticiou os protestos abordando a perspectiva dos estudantes com exclusividade, pois o movimento estudantil praticamente legitimou o coletivo como sendo um porta-voz dos protestos, ao fornecer dados exclusivos para os midiativistas, e muitas vezes não tendo nenhum tipo de diálogo com a imprensa capixaba, como apuramos.

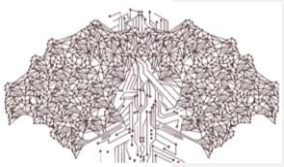
Sendo assim, entendemos que o Ninja ES promove um embate com a mídia corporativa na disputa pela construção de discursos midiáticos, pois oferece uma versão muitas vezes alternativa ao que é noticiado na imprensa corporativa. Percebemos, inclusive, que o Ninja ES tinha uma informação mais precisa sobre a quantidade de escolas ocupadas durante a época dos protestos, e que essa informação divergia dos dados publicados pela imprensa tradicional capixaba, como os próprios ativistas comparavam.

Consideramos que o Ninja ES configurou-se como uma verdadeira agência de notícias durante o período de ocupação das escolas públicas do Espírito Santo, convertendo-se em um *hub* midiático de conteúdo alternativo, construído a partir de narrativas independentes elaboradas pelos midiativistas. Dotados de dispositivos como celulares, tablets e câmeras digitais, os midialivristas fogem do modo de trabalho dos veículos de massa para "produzir uma comunicação em rede que faz alimentar novos gostos, novas agendas informativas e novos públicos, alargando assim o espaço público midiático" (MALINI E ANTOUN, 2013, p. 24). Isso porque o espaço público, que deveria funcionar como um quarto poder, tem sido dominado por um sistema midiático comprometido com os poderes econômico e político hegemônicos (RAMONET, 2013).

Sendo assim, entendemos que os midialivristas são atores que narram dentro dos acontecimentos, movimentando as redes sociais a partir das ruas, postando versões dos acontecimentos, muitas com caráter de relato, sem uma maior reflexão ou aprofundamento, de forma contínua e muitas vezes espontânea. São esses sujeitos em movimento que alimentam o Ninja ES com suas narrativas textuais e imagéticas.

Referências bibliográficas

[18] Mais informações no site <http://g1.globo.com/espirito-santo/educacao/noticia/2016/11/defensoria-do-es-entra-com-acao-favor-de-alunos-que-ocupam-sedu.html>. Acesso em 30/01/2018.



CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

_____. **Redes de indignação e esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DOWNING, John. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Bem-estar comum**. Rio de Janeiro: Record, 2016.

_____. **Multidão**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 2007.

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas Transmídias: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In: **Revista Parágrafo**, janeiro/junho 2015, v. 1, n. 3, p. 7-19, 2015

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

_____. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MOTIVAÇÕES DAS *FAKE NEWS* E A MANIPULAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA: ANÁLISE DAS NOTÍCIAS COMPARTILHADAS EM JULHO/2017 PELO *MOVIMENTO BRASIL LIVRE (MBL)* EM SUA *FANPAGE* NO *FACEBOOK*[1]

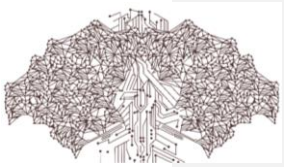
Ivanilce Santos Oliveira[2]; Tamiris Artico[3]

O *corpus* de estudo do presente artigo foram notícias compartilhadas pelo *Movimento Brasil Livre (MBL)* no mês de julho/2017 em sua fanpage no *Facebook* e teve como objetivo principal identificar *fake news* entre as matérias compartilhadas, bem como analisar sua disseminação e popularização e, ainda, a influência do *MBL* na formação da opinião pública com esta ação. A hipótese inicialmente levantada foi a de que o *MBL* privilegiou o compartilhamento constante de *fake news* como uma estratégia para disseminar suas verdades e persuadir a opinião pública. Intentou-se alcançar os objetivos propostos neste estudo por meio da metodologia da análise de conteúdo proposto por BARDIN (2011), com a qual numa primeira etapa se procedeu a seleção das notícias compartilhadas pelo *MBL* (disponível em: https://pt-br.facebook.com/mblivre/), tanto as notícias de outros sites/páginas quanto as de autoria do próprio Movimento. Os achados foram organizados em categorias temáticas, realizando a análise do discurso presente nas *fake news* e entender quais fatores fizeram com que fossem escolhidas pelo *MBL* e, também, porquê se popularizaram e influenciaram as redes sociais. As reflexões sobre as temáticas encontraram bases teóricas em autores como Manuel CASTELLS (2013) e André LEMOS (2002) para Cibercultura e Ciberativismo; Maria da Glória GOHN (2017), para Movimentos Sociais na Internet; Wilson GOMES (2011) e Rousiley MAIA (2006) para Comunicação Política, Mídia e Esfera Pública. Para Notícia e Opinião Pública se buscou referência em Nelson TRAQUINA (2004). Entende-se a relevância desse estudo pelo fato de a internet ser o segundo meio de comunicação de maior influência para informação aos brasileiros, apontando 49% de menção na Pesquisa Brasileira de Mídia realizada pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM), em 2016; também pelo fato de que a transmissão de notícias – ainda que falsas – revela o jogo político e de poder presente no veículo que a dissemina.

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 16 – Jornalismo de dados, ética da informação, *fake news* e crise dos pontos de vista centrais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora e professora da Instituição de Ensino Superior IBTA. É Mestranda em Comunicação (Universidade Paulista - UNIP). E-mail: ivaoliver@gmail.com

3 . Pesquisadora e Mestranda em Comunicação (Universidade Paulista – UNIP), também é bolsista CAPES – modalidade taxa. E-mail: tamiris.artico@hotmail.com



Palavras-chave: *Fake News*; Ciberativismo; Redes Sociais; *Movimento Brasil Livre* (*MBL)*; Influência Midiática.

Introdução

> Primeiro inventa-se o produto; depois, o manual. Os chineses criaram a pólvora, mas só a usavam para fazer fogos de artifício. Séculos depois, ocidentais perceberam que a explosão também podia servir para matar alguém – e, claro, adoraram a novidade. A internet foi inventada, mas ainda não entendemos se ela serve para produzir fogos de artifício ou chacinas. (DUVIVIER, 2016)[4]

Recentemente, Alain Juppé, ex-prefeito de Bordeaux (cidade francesa), se candidatou à presidência do seu partido e sofreu com a propagação de notícias falsas pela rede social *WhatsApp*. Foi noticiado que ele tinha apoio do grupo radical islâmico Fraternidade Islâmica e que, ainda, havia construído uma mesquita na cidade em que foi prefeito. Essa notícia se deu por um pedido de construção de mesquita, mas que não saiu do papel. A disseminação de notícias falsas, principalmente, na política, não é novidade; mas a internet popularizou a utilização do fenômeno chamado *fake news*. Até mesmo o Papa Francisco, ícone de sua religião, foi atingido por este fenômeno. O membro religioso chegou a dizer que "a desinformação é provavelmente o maior pecado que um meio de comunicação pode cometer, porque dirige a opinião pública a uma direção única e omite parte da verdade." (EL PAÍS, 2017).

Acredita-se que as *fake news* surjam de uma informação real, mas que seja mal interpretada, ou seja, distorcida, e são espalhadas como verdade, até influenciar o público alcançado.

Centralização, Motivações e Contexto das *Fake News*

A Macedônia é considerada o centro da indústria de *fake news* no mundo devido à mão de obra barata e alto índice de desemprego. Jornalistas que realizaram uma investigação, por meio de empresas de *fact-checking* e especialistas, e chegaram até mesmo a entrevistar um dos

[4] Prefácio. In: SAKAMOTO, Leonardo. O que aprendi sendo xingado na internet. São Paulo: LeYa, 2016.

chamados *Vele's Boys*[5], concluem que a motivação se dá sem ideologia ou qualquer preocupação com a veracidade dos fatos, de modo totalmente financeiro, chegando a render 20 mil dólares por semana (AGUIAR, 2017). A maneira de lucrar dos sites é com a venda de anúncios. Quanto mais uma página ou notícia é clicada, mais se ganhará com publicidade. Quem anuncia define o perfil do público que quer atingir, mas não controla em que site sua propaganda será veiculada; e em casos dos sites de notícias, não costuma ser verificada a credibilidade da página ou notícia que se compartilha.

As falsas notícias podem ser percebidas, em geral, com títulos sensacionalistas, disseminando um imbricamento entre informações verdadeiras e falsas e com a ajuda de compartilhamento de páginas e perfis que, muitas vezes, são dos próprios donos das *fanpages* que criaram àquela *fake new*. Sakamoto (2016, p. 118) compreende que esses conteúdos são, em sua maioria, anônimos, a fim de produzir munição para uma "guerra virtual". Acredita que fomentou a criação de um novo formato de "comunicação" nas mãos de novos "comunicadores".

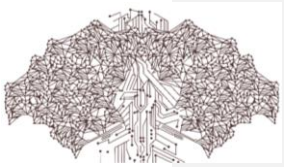
> Conversei com uma pessoa que trabalhava em campanhas digitais e era responsável por formar opinião em redes sociais. Segundo ela, o objetivo de pôr um meme falso, por exemplo, para circular não é tanto mudar a ideia de quem concorda com a pessoa que é alvo da campanha de difamação, mas municiar de argumentos e fortalecer a identidade de quem não concorda. E, ao mesmo tempo, tentar criar uma dúvida razoável em quem fica na zona cinzenta (SAKAMOTO, 2016, p.118).

É uma luta desigual. Perde-se, literalmente, para as fofocas. Percebe-se, cada vez mais, a importância da leitura com desconfiança de todo compartilhamento de notícias, além da busca por informações em fontes mais confiáveis possíveis, sempre procurando a veracidade do que se lê/ouve, para não propagar boatos.

***Movimento Brasil Livre* (*MBL*)**

O *Movimento Brasil Livre* (*MBL*) surgiu em 2014 advindo das manifestações que ocorreram no Brasil em 2013. À época seu discurso era ser contra a política; depois ser "contra a corrupção". Contudo, com o tempo foi mudando/revelando ainda mais seu viés ideológico e surge a ideia do "fora-PT" e, posteriormente, se lançam ou apoiam candidatos nas eleições Municipais pelo Brasil em 2016.

[5] Grupo da cidade de Veles, interior da Macedônia, que cria e espalha *fake news*.



Para Ortellado (2017), professor de Gestão de Políticas Públicas da USP, o *MBL* tem centrado esforços nas "guerras culturais"[6] com discurso punitivista, ao terem descoberto que poderia ser um ótimo instrumento para atrair conservadores às suas causas. A propagação de pós-verdades na mídia, atualmente, é rotina diária. E o *MBL* não fica atrás. Compartilha notícias de sites anônimos, com conteúdo sensacionalista e que dissemina o ódio à pensamentos ideológicos antagônicos. Com poder e influência sobre a opinião pública cada vez maior, o Movimento encorajou, nas redes sociais, um boicote ao Banco Santander, devido à exposição "*Queermuseu* – Cartografias da Diferença na Arte Brasileira" que trata sobre diversidade sexual. Com argumentos de ofensas à religião e apologia à pedofilia, o *MBL* atacou a mostra que continha trabalhos de artistas renomados, como Candido Portinari, Alfredo Volpi e Adriana Varejão (MELO, 2017).

A pós verdade é um conceito fundado no ano de 2016, causando grandes repercussões após a vitória do presidente republicano Donald Trump nas eleições americanas do mesmo ano e no brexit que tirou a Inglaterra da União Europeia, como afirma o jornalista José Antonio Zarzarejos:

> A pós-verdade não é sinônimo de mentira, mas "descreve uma situação na qual, durante a criação e a formação da opinião pública, os fatos objetivos têm menos influência do que os apelos às emoções e às crenças pessoais". A pós-verdade consiste na relativização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emocional. Tampouco é um fenômeno novo. Ralph Keyes já o citava, em 2004, no livro Dishonesty and Deception in Contemparary Life, como relata Luis Meyer na revista Ethic, na edição de fevereiro deste ano (Não a chame de pós-verdade, chame de pós-jornalismo). Seu colega, Eric Alterman, a descreveu, definitivamente, como a "arma política da desinformação". O mesmo autor cita Noam Chomsky que, referindo-se à palavra pós-verdade, elaborou uma célebre lista: 10 Estratégias de Manipulação, entre as quais se incluem técnicas para suavizar emotivamente as mensagens, com o propósito de causar uma espécie de curto-circuito no senso crítico e analítico dos cidadãos.[7]

A primeira vez que o termo apareceu foi no ensaio do dramaturgo sérvio americano Steve Tesich para uma revista *The Nation*, de acordo com a Oxford.
A grande repercussão da palavra se deu no texto do *The Economist* com o artigo chamado "A arte da mentira", no auge das disputas americanas pela presidência, em que ele afirma haver um novo estilo (pós verdade) de discurso no setor público que se diferencia pelo

[6] Disputa entre conservadores e progressistas.

[7] Zarzarejos, José Antonio. Comunicação, jornalismo e fact checking In **A era da pós verdade**: realidade versus Percepção.

fato de utilizar informações aparentemente verdadeiras, mas sem respaldo algum da realidade.[8]

Neste mesmo artigo, a revista responsabiliza a globalização, a internet e as redes sociais pelo surgimento do fenômeno da pós-verdade. No entanto, vale ressaltar que, no caso do Brasil, a mídia tradicional durante décadas impediu o livre desenvolvimento da democracia nos meios de comunicação, formando assim um oligopólio no qual 50% da mídia oficial está nas mãos de 5 famílias.

As consequências de apenas uma ideologia política se propagar nas massas foi a criação de uma crise econômica, política e social que não existiam a níveis tão alarmantes, criando um sentimento de desespero irracional em seus telespectadores, leitores e ouvintes, saturando as informações e fazendo com que os mesmos buscassem meios alternativos que dessem a eles sentido em toda essa irracionalidade.

Marilena Chauí já alertava, no ano de 2007, a grande habilidade da mídia em inventar as crises que aumentaram e resultaram no caos político que hoje vive o Brasil, tomando por base a chamada crise dos aeroportos que ocorria naquele período.

A filósofa incomodou os grandes meios de comunicação, que não hesitaram em escrever colunas como esta da *Folha de S. Paulo* com o título "Chauí diz que a mídia inventou a crise aérea"[9], dando um tom irônico de determinado grau de loucura que a autora do artigo deveria possuir na visão do jornalista que escreveu essa manchete. No artigo, Chauí dizia:

No plano político, a invenção da crise aérea simplesmente é mais um episódio do fato da mídia e certos setores oposicionistas não admitirem a legitimidade da reeleição de Lula, vista como ofensa pessoal à competência técnica e política da auto denominada elite brasileira. E bom a gente não esquecer de uma afirmação paradigmática da mídia e desses setores oposicionistas no dia seguinte às eleições: "o povo votou contra a opinião pública". Eu acho essa afirmação o mais perfeito auto retrato da mídia brasileira![10]

Marilena Chauí desenvolve seu texto baseado na grande repercussão acerca do acidente do Boeing da TAM que atingiu um prédio, tragédia que deu ao grande aparato midiático um prato cheio de acusações ao governo Lula de ser o grande responsável pela falta de estrutura do pouso no aeroporto de Congonhas, em São Paulo.

Deste evento em diante, a mídia brasileira desenvolveu um papel fundamental no sentimento anti político da sociedade, repetindo inúmeras vezes a palavra "crise", interferindo diretamente na conjuntura política e social.

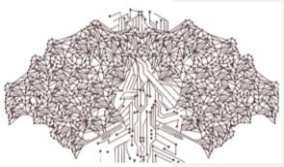
Nas eleições de 2014 se deu o grande estouro do fenômeno da pós-verdade no Brasil, identificado apenas em 2016 na vitória de Trump sobre Hillary Clinton.

---

1. [8] **THE ECONOMIST. Arte da mentira: Na política, a verdade já não é mais é falseada ou contestada; tornou-se secundária no debate público. Disponível em: https://www.economist.com/news/leaders/21706525-politicians-have-always-lied-does-it-matter-if-they-leave-truth-behind-entirely-art.**

[9] **FOLHA DE S. PAULO.** Chauí diz que a mídia inventou a crise aérea. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0108200710.htm.

[10] Chauí, Marilena. **A invenção da crise**. Disponível em: https://www.conversaafiada.com.br/brasil/2010/11/25/o-caosaereo-que-ia-derrubar-o-lula.



Vídeos e textos de procedência duvidosa de páginas desconhecidas conquistaram protagonismo que deu início a uma nova fase da crise política implantada no país. Dono de terra gravando vídeo mostrando indignação por seu funcionário supostamente abandonar o trabalho para receber bolsa família; carteiro gravado aparentemente entregando panfleto da candidatura de Dilma Rousseff nas residências, e muitas outras situações que ganharam as atenções nas redes e deixando a candidatura da então presidente eleita mais turbulenta e insustentável.
No meio dessa situação caótica surge o Movimento Brasil Livre, o MBL, um grupo que inicialmente mostrou ser politicamente neutro - algo que não existe na política- mas mostrou desde o início sua ideologia e até seus financiadores.
Desde a sua criação até os dias atuais, o MBL utiliza de artefatos discursivos para ganhar a população e gerar um caos ainda maior do que o já instaurado na política brasileira.
Notícias e análises políticas cujas informações não procedem ganham diariamente a atenção de milhões de seguidores da página, que não questionam a veracidade e compartilham, criando-se um ciclo ininterrupto de mentiras e apelos emocionais, dando espaço para figuras antidemocráticas como o deputado e candidato à presidência de 2018 Jair Messias Bolsonaro.

Como afirma Meszàros, vivemos numa sociedade impregnada de ideologia, mesmo que não a percebamos (2004, p.57), e numa sociedade como brasileira, se torna cada vez mais comum as pessoas não perceberem a ideologia que as domina.

Levantamento e análise das postagens Movimento Brasil Livre (MBL) em sua fanpage no Facebook

A *fanpage* do *MBL* foi criada em 01° de novembro de 2014, autodeclarada como uma organização sem fins lucrativos com foco em defender "a Democracia, a República, a Liberdade de Expressão e de Imprensa, o Livre Mercado, a Redução do Estado, Redução da Burocracia"[11]. Gohn (2017), porém, alerta para o viés contraditório que insufla o grupo:

Com o intuito de aferir a hipótese apresentada, utilizou-se a *fanpage* do grupo no *Facebook*, em uma busca manual, para levantar as postagens no mês de julho/2017 e encontrar compartilhamento de notícias falsas.

Recorremos, portanto, a análise por amostragem e uma escolha de período aleatório, para iniciar a verificação do conteúdo tomando por base Bardin (2011) e às três etapas que compõem essa metodologia. Segundo a autora, esta primeira fase possui três etapas, a saber: a escolha dos

[11] Descrição na *fanpage* do *MBL*. Disponível em: https://pt-br.facebook.com/pg/mblivre/about/?ref=page_internal. Acesso em: 29 out. 2017.

documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de categorias que fundamentem a interpretação final.

Na primeira etapa foi realizada a seleção das postagens compartilhando notícias falsas, no mês de julho/2017. Para formulação da hipótese, teve-se como pressuposto que o *MBL* privilegiou o compartilhamento constante de *fake news* como uma estratégia para disseminar apenas o seu ponto de vista e da sua ideologia, muitas vezes distorcendo o conteúdo da notícias e persuadindo a opinião pública. Como categorias foram selecionadas: ataque ao PT, ataque aos adversários em geral, críticas gerais , elogios ao MBL, distorção/*fake news*. Após a visualização do conteúdo, na etapa nomeada de exploração do material, as unidades de análise foram agrupadas, com base nas categorias definidas na etapa anterior. As postagens foram retiradas do site: https://pt-br.facebook.com/mblivre/. Na terceira e última etapa, os resultados obtidos foram analisados sob a égide do contexto social e político atual.

Observou-se, portanto, que, o MBL utiliza-se da publicação de postagens de notícias por vezes que ocorreram, mas, com distorções que as tornam falsas, alterando totalmente o sentido da notícia veiculada. Por exemplo, pode-se verificar isso na matéria compartilhada do site Jornalivre no dia 24/07/2017, chamada “Folha publica matéria estilo nazista para perseguir pessoas do MBL que atuam na gestão pública”. Trata-se de uma matéria realizada por jornalista investigativo da Folha, em que questiona algumas situações estranhas ao MBL, e que eles veicularam dessa forma, como “matéria estilo nazista”.

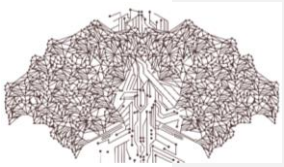
Considerações Finais

Como já dito, *fake news* sempre existiram, mas com a difusão da internet alcança-se um número ainda maior de pessoas. As notícias transmitidas pelos meios de comunicação são fatores decisivos pela população, em assuntos ambientados na sociedade.

Então, esse fenômeno está atuante na pauta do cidadão e dos assuntos sociais cruciais, o que caracteriza a necessidade de maior cuidado na recepção e transmissão de informações.

Com a análise deste artigo, foi possível verificar a hipótese inicialmente levantada, qual seja, se o MBL se utiliza deste fenômeno como ferramenta para disseminar certas notícias, muitas vezes, inverídicas, para que surtam efeitos favoráveis ao grupo e seus interesses ideológicos.

Com a singela análise, verifica-se que esta hipótese se afirma, pois apesar de interessante analisar mais períodos, o compromisso que a mídia e a comunicação tem para com a sociedade e com a ética em seu trabalho é de extrema importância, ainda mais se tratando de assuntos de tamanha magnitude.



Referências

AGUIAR, C. Aspirações reais por trás das fake News. **TRENDR**. 30 set. 2017. Disponível em: https://trendr.com.br/fake-news-aspiracoes-reais-globo-news-e898a52b0967. Acesso em: 13 out. 2017.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

Chauí, Marilena. A invenção da crise. Disponível em: https://www.conversaafiada.com.br/brasil/2010/11/25/o-caosaereo-que-ia-derrubar-o-lula. Acesso em: 26 jan. 2018.

EL PAÍS. O mundo governado por mentiras das "fake news" abre ciclo de debates FAAP-ELPAÍS. 05 maio 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/30/politica/1493559929_642710.html. Acesso em 12 out. 2017.

FOLHA DE S. PAULO. Chauí diz que a mídia inventou a crise aérea. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0108200710.htm. Acesso em: 26 jan. 2018.

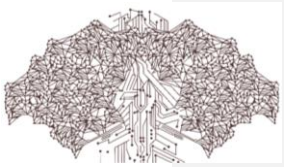
FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 6ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

_____. **A ordem do discurso** – Aula inaugural no *Collège* de *France*. Pronunciada em 02 dez. 1970. 19ª edição. São Paulo: Loyola, 2009.

GOHN, Maria da Glória. **Manifestações e protestos no Brasil**: correntes e contracorrentes na atualidade. São Paulo: Cortez Editora, 2017.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.

MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria C. P. Spínola (Orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas.** Belo Horizonte: UFMG, 2006**.**



MELO, Débora. 'Liberal', MBL oscila entre o Estado mínimo e o conservadorismo moral. **CARTA CAPITAL**. 20 set. 2017. Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/politica/liberal-mbl-oscila-entre-o-estado-minimo-e-o-conservadorismo-moral. Acesso em: 12 out. 2017.

MÉSZÁROS, István. **O poder da ideologia**. São Paulo: Boitempo, 2004.

MORAES, M.; FIGUEIREDO, P. Checamos o que o MBL diz sobre regime semiaberto. **AGÊNCIA PÚBLICA**. 28 jun. 2017. Disponível em: https://apublica.org/2017/06/truco-checamos-o-que-o-mbl-diz-sobre-regime-semiaberto/. Acesso em: 13 out. 2017.

ORTELLADO, P. Militarismo e religião marcam as guerras culturais no Brasil. **FOLHA DE S. PAULO**. 19 ago. 2017. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/colunas/pablo-ortellado/2017/08/1911217-militarismo-e-religiao-marcam-as-guerras-culturais-no-brasil.shtml. Acesso em: 14 out. 2017.

SAKAMOTO, Leonardo. **O que aprendi sendo xingado na internet**. 01ª edição. São Paulo: LeYa, maio 2016.

THE ECONOMIST. Arte da mentira: Na política, a verdade já não é mais é falseada ou contestada; tornou-se secundária no debate público. Disponível em: https://www.economist.com/news/leaders/21706525-politicians-have-always-lied-does-it-matter-if-they-leave-truth-behind-entirely-art. Acesso em: 25 jan. 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Porque as notícias são como são. Volume I. Florianópolis: Insular, 2004.

VICTOR, F. Como funciona a engrenagem das notícias falsas no Brasil. **FOLHA DE S. PAULO**. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859808-como-funciona-a-engrenagem-das-noticias-falsas-no-brasil.shtml. Acesso em: 12 out. 2017.

ZARZAREJOS, José Antonio. Comunicação, jornalismo e fact checking *in* **A era da pós verdade**: realidade versus percepção. Llorente & Cuenca, 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

MOVIMENTOS DO ATIVISMO DIGITAL NA POLÍTICA MUNICIPAL DE SÃO GONÇALO: UM ESTUDO DAS PÁGINAS FALA COROADO E SÃO GONÇALO DÁ DEPRESSÃO[1]

Renata Palitó de Carvalho[2]; Adilson Vaz Cabral Filho[3]

Resumo

A Internet e as mídias sociais vêm se consolidando como plataformas de articulação social e mobilização para ações políticas, da instância global ao local. O objetivo do artigo é buscar a identificação de formas de articulação política através do ativismo digital no município de São Gonçalo, no Estado do Rio de Janeiro a partir da análise das páginas Fala Coroado e São Gonçalo dá Depressão. Em torno deste contexto, este artigo assume uma metodologia que compreende uma pesquisa bibliográfica, bem como um levantamento das postagens dos emissores e comentários dos usuários, articulando compreensões em torno do uso das redes e das ações políticas empreendidas pelas mídias sociais no período de setembro e outubro de 2016.

Palavras-chave: Mídias sociais; Movimentos Sociais em rede; Ativismo digital; Mobilização social e política.

Introdução

A Internet e as mídias sociais vêm se consolidando como plataformas de articulação social e mobilização para ações políticas. Seja na própria rede ou mesmo em espaços formais, seus modos de atuação estão tanto articulados a organizações e movimentos sociais já estabelecidos, como a usuários que se identificam com causas comuns e interagem na Internet, atuando a partir dela em instâncias públicas, mobilizando-se por causas pontuais ou mesmo formulando e/ou contribuindo para a implementação de políticas públicas em distintas instâncias, do global ao local. Este artigo tem como objetivo buscar a identificação de formas de articulação política através do ativismo digital no município de São Gonçalo, no Estado do Rio de Janeiro a partir da

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] **Renata Palitó de Carvalho** é Mestranda no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense-UFF. E-mail: renatapalitot@gmail.com.

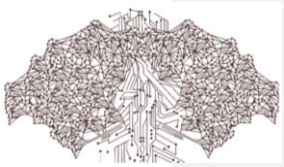
[3] **Adilson Vaz Cabral Filho** é Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense-UFF e nos Programas de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano e de Estudos Pós-graduados em Política Social. E-mail: acabral@comunicacao.pro.br.

análise das páginas "Fala Coroado" e "São Gonçalo dá Depressão". As assim chamadas jornadas de junho permitiram diversos questionamentos sobre contribuições possíveis e mesmo a validade de suas articulações, especialmente no tocante à variedade de temas, à ausência de foco e de incidência na democracia representativa. Várias reflexões vêm sendo feitas em função da amplitude de sua agenda, da ausência de um determinado eixo de atuação, etc. Em torno deste contexto, este artigo assume uma metodologia que compreende uma pesquisa bibliográfica a partir da obra de autores como Manuel Castells (2017), Henrique Antoun e Fábio Malini (2013), Luis Mauro Sá Martino (2014), Raquel Recuero (2009; 2012), entre outros, bem como um levantamento das postagens dos emissores e comentários dos usuários, articulando compreensões em torno do uso das redes e das ações políticas empreendidas no período de setembro e outubro de 2016.

Além disso, busca-se articular as dimensões globais das políticas e usos das mídias sociais de incidência política em São Gonçalo, identificando a mobilização de seus realizadores e usuários através de suas participações e conteúdos publicados e buscando compreender: até que ponto podem ser aplicados questionamentos semelhantes ao ativismo digital promovido pelas pessoas que realizam, participam ou interagem com as páginas do *Facebook* que tratam da política cotidiana de São Gonçalo? Seriam essas marcas um comportamento geracional ou mesmo relacionado a esse estágio de desenvolvimento da Internet e das mídias sociais na cidade? Estes questionamentos são pontos de partida para uma reflexão a ser trabalhada numa dissertação de Mestrado no PPG em Mídia e Cotidiano, da Universidade Federal Fluminense, da qual esse artigo se propõe a estabelecer suas problematizações iniciais.

1. Das mobilizações de 2013 no Brasil às mídias alternativas em São Gonçalo

Os pesquisadores e ativistas Fábio Malini e Henrique Antoun afirmam que assistimos à uma mobilização global político-afetiva nas ruas e nas redes (2013, p.14) quando importantes movimentos sociais, com características semelhantes, surgiram no mundo todo no intervalo de 2012 e 2014 (movimento turco em 2013-14; movimento mexicano #YoSoy132 em 2012; movimento dos Indignados na Espanha, iniciado em 2011; movimentos Occupy, iniciados nos Estados Unidos em 2011, entre outros). Segundo Manuel Castells, estes movimentos sociais em rede têm ocorrido em contextos muito diferentes, tanto do ponto de vista cultural e institucional, quanto em condições político-econômicas bastante divergentes (2017, p.169). De acordo com o sociólogo, a maioria desses movimentos compartilham dois fatores que os assemelham: a crise de legitimidade do sistema político dos países, que leva os cidadãos a buscar alternativas de manifestação direta de suas necessidades e desejos, reinventando, assim, a democracia; e a



capacidade de comunicação autônoma, que propicia a conexão entre os participantes dos movimentos e a sociedade como um todo através das mídias sociais, por intermédio de aparelhos de telefonia móvel (*smartphones)*[4] (CASTELLS, 2017, p.170). No Brasil, as manifestações ocorridas em 2013-14 tinham o propósito de "afirmar a dignidade do povo e reivindicar seu direito de mudar o modelo de desenvolvimento e as prioridades dos gastos públicos, combatendo ao mesmo tempo a corrupção na política" (CASTELLS, 2017, p.168). O ponto de partida do protesto foi o transporte coletivo urbano, iniciado em Porto Alegre em 2012 e logo expandido para outros estados brasileiros. Em 2013, o Movimento Passe Livre (MPL) – criado no encontro do Fórum Social Mundial de Porto Alegre, em 2005 – levou milhares de pessoas às ruas em São Paulo a partir de convocações postadas nas redes sociais. Não demorou para que a insatisfação com a qualidade dos serviços urbanos e transportes em todo o Brasil se transformasse em clamor contra a corrupção e o desperdício de verbas públicas na construção de estádios para a Copa do Mundo de 2014.

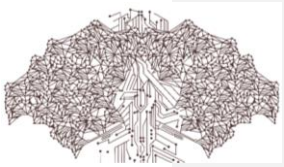
De acordo com Malini e Antoun, "estamos imersos e atravessados por um novo "bios", uma midiosfera constituída de redes, dispositivos, dados, processos de interação humano/não humanos, que curto-circuitaram a separação entre as redes e a rua" (2013, p.10). Movimentamo-nos em ambientes híbridos e o que chamamos ciberespaço[5] não pode mais ser considerado um espaço separado, pois somos atravessados pela internet cotidianamente, em conexões que lutamos para acessar e democratizar. A experiência brasileira da Mídia Ninja (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação), que cobriu colaborativamente as manifestações em todo o Brasil, explicita a afirmação de Castells de que as mídias sociais tais como o *Facebook*[6] e o *Twitter*[7] são

[4] Telefone móvel com características semelhantes às de um computador pessoal (agenda eletrônica, acesso à internet e a e-mail, câmara fotográfica, etc.); telefone inteligente. Fonte: https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/smartphone. Acesso em 10 de jan. 2018.

[5] Pierre Lévy define o ciberespaço como "o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores" (LÉVY, 2007, p.92).

[6] O Facebook é um sistema criado pelo americano Mark Zuckeberg em 2004 (RECUERO, 2009, p.172). O sistema funciona através de perfis e comunidades e alcançou, no Brasil, cerca de 102 milhões* de usuários em 2016 segundo dados do Facebook: https://pt-br.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses.

[7] O Twitter é um site denominado de um serviço de microblogging que permite pequenos textos de até 280 caracteres (RECUERO, 2009, p.174). O sistema é estruturado com seguidores e pessoas a seguir. Estima-se que o Twitter tenha alcançado 33,3 milhões* de usuários no Brasil em 2016. Fonte: *http://www.infobrasil.inf.br/noticia/brasil-ja-e-o-segundo-pais-em-numero-de-contas-no-twitter.



"ferramentas à disposição de qualquer indivíduo ou rede de indivíduos autoconstituída que deseje ter suas opiniões divulgadas e convocar os que compartilham sua indignação para se juntar num projeto no espaço urbano" (2017, p.171). Os grandes movimentos sociais em rede e manifestações globais que tomaram o país, logo inspiraram e foram apropriados por formas de protestos nas esferas locais. Com o panorama de intensa mobilidade proporcionado pelos *smartphones*, as páginas da mídia social *Facebook* tornaram-se novos canais comunicativos de bairros e cidades dotados da urgência da sociedade em cobrar providências, reivindicar melhorias e criticar agentes públicos/governo nas cidades brasileiras.

São Gonçalo é um município da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, no estado do Rio de Janeiro. Sua população é de 1.044.058 habitantes segundo o censo do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística de 2016, sendo, atualmente, o segundo município mais populoso do estado (atrás apenas da capital). Ainda de acordo com dados do Censo Demográfico 2000 do IBGE e Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF, São Gonçalo apresenta alta incidência de pobreza, comparado aos demais municípios da região metropolitana. Apesar de ser o segundo maior colégio eleitoral do estado do Rio de Janeiro e figurar em 15º lugar no Brasil, São Gonçalo amarga nos últimos anos a negligência sistemática do governo do Estado diante das carências do município. Em contrapartida, a política local parece ainda se apoiar no antigo sistema de "currais eleitorais", também atuando à base do fisiologismo e da troca de favores. Diante do cenário político-econômico desanimador, o sentimento de abandono da população gonçalense produziu um imenso desgaste na relação com o poder público ao longo dos anos, gerando a conjuntura ideal para a proliferação de mídias de natureza política e reivindicatória. Dentre as páginas de comunidades da mídia social *Facebook*, que abrangem o município de São Gonçalo, as páginas "Fala Coroado" e "São Gonçalo dá Depressão", serão objetos de análise deste artigo.

2. **Fala Coroado! Unidos pelo bairro!**

A página "Fala Coroado" denomina-se como um canal de comunicação formado por moradores do bairro Brasilândia e adjacências – região conhecida como Coroado – e afirma buscar, através da união dos moradores, benfeitorias e realizações significativas para o bairro. Foi criada em 06 de julho de 2015, atualmente conta com 2.604[8] seguidores e afirma se orgulhar por conseguir alcançar milhares de pessoas e romper as fronteiras do bairro através das suas publicações sem precisar pagar por impulsionamentos e patrocínios. A Teoria das Redes de Mark

[8] Último levantamento realizado em 22 de jan. 2018.

Granovetter explicita que "em uma rede social[9], o elemento de ligação entre seus membros é o chamado laço social" (*Apud* MARTINO, 2014, p.68). Segundo Granovetter, é o motivo pelo qual uma pessoa estabelece contato com outra – tal como o laço de proximidade. Ao se tratar de uma rede composta por indivíduos que coabitam uma determinada região do município – vizinhos e amigos – podemos considerar a página "Fala Coroado" como uma rede social composta por laços fortes. Assim, ao acessarmos a página "Fala Coroado" logo observamos o slogan "Somos o Fala Coroado! Unidos pelo bairro!" sempre ao final dos textos das postagens: é o "grito de guerra" do jornalista Márcio Tibone Nunes, idealizador e porta-voz da página. Márcio Tibone cresceu no bairro da Brasilândia, na localidade conhecida como Coroado, de onde vem o nome da página. Ele afirma viver o dia a dia do bairro como cidadão ativo: participa das reuniões de Conselhos de Segurança promovidas pela Polícia Militar, colabora com as manifestações e passeatas articuladas no bairro, coopera com as ações da ONG O Povo, que atua no bairro e apóia o bloco carnavalesco local "Tem chifre, mas não fura". Através do estudo dos temas de maior evidência, é possível compreender o motivo da existência da página e sua forma de atuação social e política. A partir da análise em processo dos assuntos e categorias-chave de incidências de ativismo digital e práticas cidadãs, é possível perceber a vinculação da página a um determinado grupo político de oposição ao grupo político que ocupa a esfera do Poder Executivo atual. A página posiciona-se politicamente, apoiando um agente do Legislativo representante do bairro pertencente ao grupo político de oposição ao governo, o então candidato Lucas Muniz do PMN (Partido da Mobilização Nacional). É o que podemos observar na postagem abaixo:

Postagem FC: "Boa tarde amigos do Fala Coroado!"

"Ontem os moradores da Brasilândia/Coroado deram um passo muito importante em busca de um direito constitucional que vem nos sendo negado. O direito de ir e vir com segurança. Fazendo o uso correto dessa ferramenta que é a rede social, foi orquestrada uma manifestação pacífica pelas ruas do bairro. Durante o percursso a manifestação se encontrou com o comício do **candidato Lucas Muniz**, que como morador e influente no município se prontificou a ajudar, dando mais corpo e estrutura ao evento. Ficou acordado uma reunião pela manhã com o Secretário de Segurança do Município. O mais importante de todo acontecimento foi a população se unir como a muito tempo(ou talvez nunca) se viu."

"Unidos temos força! Unidos temos voz! Dias melhores estão por vir! Parabéns comunidade! Parabéns Lucas Muniz! Somos o Fala Coroado! Unidos pelo bairro!"

[9] De acordo com Raquel Recuero, "as redes sociais são as estruturas dos agrupamentos humanos, constituídas pelas interações, que constroem os grupos sociais. Nos sites de rede social, tais como o Twitter e o Facebook, essas redes são modificadas, transformadas pela mediação das tecnologias e, principalmente, pela apropriação delas para a comunicação" (2012, p.16).

Fonte: https://www.facebook.com/search/top/?q=fala%20coroado. Postagem de 29 de set. de 2016. Acesso em 05 de jan. 2018.

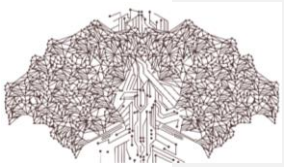
Ao expor a imagem de Lucas Muniz como boa opção de representante do bairro na Câmara Municipal, a página terminou por conferir visibilidade ao candidato, além de provocar conversações acerca do mesmo. A esse respeito, Jürgen Habermas observa que os votos não aparecem de modo natural no solo da sociedade civil, pois antes mesmo do início formal das campanhas e das eleições gerais, "eles ganham forma através do confuso alvoroço de vozes oriundas tanto da conversação cotidiana quanto da comunicação mediada" (HABERMAS, 2006, p.15).

Em paralelo à discussão acerca da atuação política da página, outra questão abordada diz respeito ao conflito do polêmico discurso de imparcialidade pregado na página em oposição aos apoios políticos que ela declara. Iniciado o segundo turno das eleições municipais, foi manifestado voto a favor do candidato Dejorge Patrício, do PRB (Partido Republicano Brasileiro), que disputaria o segundo turno com José Luiz Nanci, do PPS (Partido Popular Socialista). É enfatizada na página a convicção de que, se Dejorge Patrício fosse eleito, o prédio da Fundação Leão XIII (antigo CSU) receberia intervenções e suas atividades seriam restabelecidas. Não obstante, por trás da predileção ao candidato do PRB observa-se a forte rejeição a José Luiz Nanci, acusado pela página de se beneficiar do cargo de deputado estadual para inserir membros de sua família na administração do CSU e assim usá-lo a seu favor como máquina do Estado. Dentre as acusações situam-se o uso de imagem do espaço para favorecimento político, cabide de empregos e plataforma eleitoral e nenhum interesse em promover cursos e projetos no Centro Social. Desse modo, os discursos de imparcialidade e exercício democrático são defendidos a todo o momento pelo emissor, na medida em que também são questionados, comentados e suscitam um grau significativo de interação usuário-página:

Comentários da postagem FC:

Morador: "Incrível essa página está fazendo campanha para Prefeito, deveria está acompanhando os acontecimentos do bairro!"

Fala Coroado: "Boa noite Alessandro Azevedo! Parece que você não acompanha a página Fala Coroado, falamos apenas do bairro, participamos ativamente das ações propostas e lutamos diariamente pela melhoria do mesmo. Somos cidadãos também, assim sendo exercemos nosso direito de escolha. E escolha essa baseada no que achamos melhor para o bairro, pois a família Nanci demostrou desinteresse com o bairro ao administrar de forma tão descompromissada o CSU. Mas já que citou o compromisso da pagina com o bairro, nao vi o senhor nas manifestações, não vi o senhor na reunião do conselho comunitário estadual de segurança da cidade, não vi o senhor fazendo corpo a matéria do rjtv, aliás me desculpe, nunca vi o senhor militando em nada a favor do bairro, então acho que o senhor não está em condições de julgar o



comportamento e comprometimento do Fala Coroado. O espaço é democrático, isso foi apenas nosso direito de resposta. Continue nos acompanhando, toda crítica é válida, até as infundadas!"

Morador: "Não estou falando nenhum momento em 10 ou 23 só que a página é para divulgação de acontecimentos do bairro, isso que acho! Não em escolhas de candidatos, Se o fala coroado e apoiar candidatos a prefeitura não concordo, Se a sua opinião é apoiar um ou outro isso é sua opinião pois isso não é democracia e sim fazer parte de partidos A ou B. Primeiro nenhum momento falei que estava apoiando A ou B, segundo acho que o fala coroado se tem interesse em falar de políticas tem que apresentar proposta de A ou B. Se muito não participaram de manifestação desta semana, pode ser pelo fato que não foi divulgado conforme alguns eventos realizados do bairro que a divulgação sai em carros de som. Desculpe mas isso não é democracia."

Fala Coroado: "O espaço é democrático sim senhor, o poder da página emana do povo e em nome dele. Agora se o Sr. optou por ser imparcial é uma escolha pessoal sua. Reparei que o Sr. ou não nos acompanha ou não lê nossas postagens. Quando declaramos apoio ao Dejorge explicamos os motivos e baseados na falta de ações da família Nanci em nosso centro social. E após a primeira manifestação, quando ficou decidido a segunda, foi divulagado nas redes sociais diariamente, e não só por nós. A respeito da divulgação com carros de som de eventos no bairro, isso é de responsabilidade dos realizadores, que obviamente tiveram a condição de pagar por tal serviço. Agora quanto a conduta da página, podemos assegurar que não há nada que a desabone , falamos com sinceridade, coerência e verdade. Sobre o nosso ponto de vista, quando nos damos o direito de expor, até assim é pensando no bairro. Participe mais das ações no bairro, assim terá mais respaldos em suas opiniões! Fazemos um trabalho sério e voltado para o bairro, alcançamos 51 mil pessoas nao é à toa. Esses números provam que rompemos as fronteiras do bairro, pois aqui existem bem menos que 20 mil pessoas. Vote amanhã com conciência, e aproveite nosso conselho! DEJORGE É 10! NA NOSSA HUMILDE OPINIÃO, O MELHOR PARA O BAIRRO!"

Fonte: https://www.facebook.com/search/top/?q=fala%20coroado. Postagem de 29 de out. de 2016. Acesso em 05 de jan. de 2018.

A página recebe diversos comentários negativos acerca de seus posicionamentos políticos. Alguns usuários acusam a página de servir como plataforma política de candidatos e parlatório digital em torno de suas agendas políticas, destoando do potencial que a mídia social poderia ter como espaço de deliberação, uma forma de comunicação que se desenvolve a partir de rotinas diárias invisíveis, nas práticas cotidianas, que são o espaço de troca de razões dos atores sociais, onde eles tecem ideias e argumentos, e travam uma competição por melhores razões (HABERMAS, 2006), "produzindo efeitos de aprendizado e amadurecimento da reflexão relativos às conversações políticas entre os cidadãos em sua vida cotidiana" (idem, p.14).

No entanto, para além dos apoios políticos declarados, a "Fala Coroado" declara-se um movimento social composto por moradores do bairro Brasilândia, no município de São Gonçalo, que reivindica o restabelecimento da Fundação Leão XIII, o Centro Social do bairro. Em diversas postagens constam reclamações referentes à falta de ações sociais significativas e denúncias sobre o estado de abandono em que se encontra o prédio da Fundação e os arredores. A quadra da Fundação, que representa a área de lazer do bairro, também apresenta problemas constantes. Em março de 2016, após a colocação da grama sintética do campinho da Fundação Leão XIII, é

divulgada uma mensagem de agradecimento aos realizadores da obra (sem citar nomes) juntamente com a afirmativa de que a "Fala Coroado" também havia participado da conquista, evocando, assim, a união dos moradores junto ao movimento pela conquista do espaço de lazer. No entanto, em menos de um ano uma postagem denunciava que a quadra sintética do CSU já estava em estado deplorável, culpando a população pela degradação do local. Além disso, o terreno atrás da Fundação é constantemente utilizado como lixão por alguns moradores que, às vezes, ainda ateiam fogo ao lixo, causando transtorno aos que vivem próximos do local, que sofrem com o forte cheiro de fumaça. Esse comportamento também é alvo de críticas. Referente a essa questão, Castells afirma que

> os movimentos sociais em rede de nossa época são amplamente fundamentados na internet, que é um componente necessário, embora não suficiente, da ação coletiva. As redes sociais digitais baseadas na internet e nas plataformas sem fio são ferramentas decisivas para mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir (2017, p.199).

Ainda de acordo com Castells os movimentos sociais em rede são espontâneos em sua origem, "geralmente desencadeados por uma centelha de indignação, seja relacionada a um evento específico, seja a um acesso de aversão pelas ações dos governantes" (2017, p.194). Embora não se possa atestar a espontaneidade da criação da página apenas pelo aspecto social – deixando de lado questões ideológico-partidárias – pode-se constatar que as reivindicações em torno do espaço do CSU e os descontentamentos com a gestão do Centro Social são a faísca de indignação que iniciou e permeia constantemente as discussões suscitadas na página.

3. São Gonçalo dá Depressão. #Reflitão

A página "São Gonçalo dá Depressão" foi criada em 2012 e atualmente conta com 93.737[10] seguidores. A página afirma convidar o usuário a conhecer as mazelas do município de São Gonçalo de forma bem humorada, ao recorrer ao uso da ironia, da sátira e do humor para falar sobre as adversidades dos bairros e regiões, abordar os contratempos cotidianos enfrentados pelos gonçalenses e ridicularizar a imagem dos agentes políticos do município. A hashtag "reflitão", ao final de algumas postagens, é um convite da página para que o usuário reflita sobre as postagens e emita sua própria opinião. O pesquisador norte-americano Clay Shirky destaca "a atuação dos grupos como uma porta de entrada para compreender algumas situações do mundo atual" (*Apud* MARTINO, 2014, p.143). Segundo o autor, no grupo acontece a circulação de idéias, de notícias

[10] Último levantamento realizado em 05 de jan. de 2018.

e informações, mas também de demandas políticas e sociais. A chance de um indivíduo ser ouvido na internet é maior quando diversas vozes se reúnem em torno de um interesse comum, em um "pólo de convergência de várias vozes" (idem, p.143).

A página apresenta cunho aparentemente apartidário e seus criadores, que não revelam suas identidades, manifestam-se através do perfil da própria página. Em poucas ocasiões, é utilizado nas respostas aos usuários o perfil com a alcunha de "Mari Val" – uma insinuação à Mariangela Valviesse, vice do prefeito Neilton Mulim, Chefe do Poder Executivo nos anos de 2013 a 2016. De acordo com a pesquisadora Simone do Vale (2016), o uso de fantasias viria a se tornar a marca das mobilizações contemporâneas, tal como o uso da máscara, que constituiu uma tática importante para o coletivo hacktivista Anonymous[11]. Do Vale ressalta que "uma das características do imaginário das redes é justamente a ideia de que existe uma correspondência direta entre anonimato e liberdade" (2016, p.207). Ainda a este respeito, o sociólogo Pierre Mercklé explica que

> as redes sociais permitem a criação de identidades carnavalescas – no sentido das máscaras de carnaval e das mudanças de identidades – nas quais as projeções de si mesmo e as relações desconhecidas ou propositalmente falsas, os perfis *fake*, garantem tipos diferentes de exposição de si e, consequentemente, de interação. (*Apud* MARTINO, 2014, p.72).

Atualmente, a mídias sociais, através da visibilidade oferecida, vem se constituindo como ferramentas de representação e exercício da cidadania comunicativa (MATA, 2006), que se refere aos direitos civis – liberdade de expressão, direito à informação, à capacidade de exigir visibilidade dos assuntos públicos etc. Maria Cristina Mata declara que o exercício da cidadania comunicativa se dá em diferentes níveis, dentre eles, o nível da "cidadania comunicativa exercida", "reconhecível pelos desenvolvedores de práticas sociais reivindicatórias de tais direitos, após a sua validade e/ou expansão" (2006, p.13). A pesquisadora constata que este nível de cidadania comunicativa é mais usual nos meios de comunicação alternativos, tais como as mídias sociais – hoje instrumentos que ampliaram a liberdade de expressão, ao mesmo tempo em

[11]Segundo o pesquisador Fernando Fontanella (2010) *Anonymous* não é uma única pessoa, mas ao invés disso representa o coletivo de todo o *4chan*. "Ele tem uma voz e uma narrativa própria, uma memória em que os feitos da comunidade ganham um ator. Longe de ser uma identidade fechada, é uma referência flexível o suficiente para permitir que os diversos membros da comunidade reconheçam a si mesmos no que têm em comum" (idem, p.8). Para saber mais sobre o *Anonymous* ver <FONTANELLA, Fernando. **Nós somos *Anonymous*:** anonimato, *trolls* e a subcultura dos *imageboards*. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.> Acesso em 05 de jan. 2018.

que se constituem como instrumentos de monitoramento e vigilância. A página "São Gonçalo dá Depressão", enquanto mídia social possui a capacidade de aproximar a política local ao cotidiano do cidadão gonçalense inserido na rede social digital, através do viés da comicidade, da sátira e da ironia presentes nas publicações divulgadas pela página. Dessa forma, ao posicionar-se como um espaço democrático e sem filtros, a página termina por estimular os usuários a discutirem sobre a política da região, falarem sobre o cotidiano do município e reclamarem da omissão da esfera governamental. É o que podemos observar na postagem abaixo:

Postagem SGDD: "Sem querer ser desagradável como o futum do Ócantra, mas acho que São Pedro tá a fim de promover um reencontro entre você e os seus sacos de lixo abandonados na esquina...."

Comentário 1: "Se tem lixo na esquina é pq não está tendo coleta regular de lixo . Pq pelo menos aqui onde eu moro todos os vizinhos e eu ., colocamos o lixo no dia certo e sempre embalados.Agora milagre nós ainda não aprendemos a fazer não !!!"

Comentário 2: "Bem assim gonça ...acreditando q está havendo uma coleta seletiva pois na área do futuro vice e prefeito está mais lixo ainda."

Comentário 3: "É muito lixo espalhado pela cidade e o cheirinho hein!!!!"

Comentário 4: "Alcântara ta lixo puro....aff"

Fonte: https://www.facebook.com/pg/SaoGoncaloDaDepressao/posts/?ref=page_internal. Postagem de 16 de outubro de 2016. Acesso em 05 de jan. 2018.

O pesquisador canadense Barry Wellman afirma que, "na prática, os mundos *online* e *offline* estão integrados em um todo maior e mais complexo, a vida cotidiana. Não há quebra entre esses dois mundos, mas continuidade" (*Apud* MARTINO, 2014, p.137). Em consonância com as idéias de Wellman, Martino explica que, assim como o mundo real é levado para as redes sociais digitais, as discussões online têm o potencial de gerar atitudes e ações no mundo físico. Isso nos leva a pensar no poder político das redes sociais. Durante as eleições municipais de 2016, a "São Gonçalo dá Depressão" suscitou diversas discussões acerca dos candidatos do Poder Executivo e da forma de se fazer política no município. Em uma postagem, a página critica a atuação dos candidatos Dejorge Patrício e José Luiz Nanci durante o debate organizado pelo Portal de Notícias G1 da Rede Globo, que ocorreu no dia 26 de outubro. Durante o confronto, transmitido ao vivo do estúdio do Portal, no Rio de Janeiro, ambos os candidatos cometeram diversas falhas acerca do uso da língua portuguesa:

Postagem SGDD: "É impressão minha ou tava tudo seno lido nas cartolina ou decorado? Única conclusão possível desse debate: ~TAMO NA MERDA~"

São Gonçalo dá Depressão: "Vergonha alheia.. dos dois.."

Comentário 1: "Vergonha alheia de todos nós. Estamos f********."

Comentário 2: "Ces tão reclamando do prural dos caras e tal. Senhor sumido mulim era professor e o que fez o "querido" professor"

São Gonçalo dá Depressão:



Fig. *Meme* SGDD

Fonte: https://www.facebook.com/pg/SaoGoncaloDaDepressao/posts/?ref=page_internal. Postagem de 26 de outubro de 2016. Acesso em 05 de jan. 2018.

Observa-se na página o exercício de desconstrução da imagem política dos candidatos e da própria política do município a partir do uso da comicidade. Através da linguagem sarcástica, da ironia e do humor, a página produz diversas críticas sociopolíticas. A este respeito, a socióloga Francesca Polletta declara que

> diferente das narrativas políticas institucionais, as narrativas políticas de pessoas comuns nem sempre são imediatamente reconhecidas como tal. Contudo, enquanto as narrativas individuais imbricadas nas esferas científicas ou judiciais, por exemplo, são submetidas aos critérios de autoridade, os relatos pessoais são mais facilmente percebidos como "autênticos" (*Apud* DO VALE, 2016, p.201).

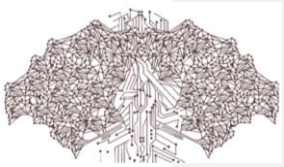
Muitos usuários da página, tal como os administradores, utilizam a linguagem carregada de comicidade em textos e *memes*[12] para declararem e trocarem opiniões críticas acerca dos acontecimentos eleitorais, demonstrarem insatisfação com ambos os candidatos apresentados e pessimismo quanto ao futuro político da cidade, reafirmando o imaginário existente de que a

[12] O termo *meme*, cunhado pelo biólogo evolutivo Richard Dawkins no livro **O Gene Egoísta** (2001), está relacionado à idéia de uma unidade de transmissão cultural e à memória. Exemplos de memes são melodias, idéias, *slogans*, modas do vestuário etc. Segundo Dawkins "os memes propagam-se no "fundo", pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação" (DAWKINS, 2001, p.214). A expressão *meme* de Internet é usada para descrever um conceito de imagem, vídeos, gifs e/ou relacionados ao humor, propagados pela rede digital.

política gonçalense é incapaz de mudanças. Com relação aos *memes*, Poletta afirma que, em parte, a incorporação desses novos gêneros narrativos explicam os efeitos epidêmicos nos protestos populares. Granovetter (*Apud* MARTINO, 2014, p.68) afirma que, embora na vida cotidiana, os indivíduos privilegiem os laços fortes, os laços fracos podem ter maior dinâmica de funcionamento nas redes por conta do seu tamanho e, assim, aumentar o número de relacionamentos e, consequentemente, o número de compartilhamentos. Ao adentrarem em uma mídia social com um número considerável de seguidores e visualizações a fim de demonstrar insatisfação com os agentes políticos do município; discutir e reclamar das propostas de campanha; defender ou atacar candidatos de acordo com posições político-ideológicas, os usuários da página se inscrevem no espaço público da argumentação para legitimar suas opiniões ou escolhas. Ainda, Raquel Recuero (2012) explicita que o espaço digital é um espaço fundamentalmente anônimo, graças à mediação (2012, p.44). A pesquisadora relata que a ausência do corpo físico no processo de interação no espaço mediado gera a percepção de anonimato entre os interagentes. O distanciamento físico causado pela mediação entre os interagentes e essa não proximidade está relacionada ao descolamento do processo conversacional da copresença. "Assim, é comum que a linguagem e os contextos utilizados para a comunicação neste ambiente sejam apropriados pelos atores como elementos de construção de identidade." (RECUERO, 2012, p.44). Os discursos municiados de tiradas, ironias e humor em textos e *memes*, todo um conteúdo comunicacional investido de comicidade produzido pelos usuários na página "São Gonçalo dá Depressão" em conjunto com as publicações dos administradores da página, podem ser entendidos como um modo de fabricação cultural no ciberespaço. A realização da comunicação permite o acesso a esse universo comum compartilhado onde a crítica social realiza-se também através de instrumentos de comicidade e zombaria.

Considerações finais

Após o estudo das postagens e comentários acerca dos temas sociopolíticos apresentados nas páginas "Fala Coroado" e "São Gonçalo dá Depressão" durante o segundo turno das eleições municipais de 2016, analisados juntamente ao escopo teórico utilizado, podemos conjecturar algumas observações. A despeito da tentativa de construção de uma imagem de movimento social e espaço para iniciativas de gestão participativa, percebe-se claramente que a página "Fala Coroado" foi trabalhada em função de um ator político vinculado a um grupo político da região. Por outro lado, a página levanta questões sociais e políticas importantes para o bairro da Brasilândia e adjacências ao publicar reivindicações sociais do emissor e dos usuários; criticar o Poder Executivo municipal e estadual pela má administração da Fundação Leão XIII (antigo



CSU). Assim, pode-se afirmar que a "Fala Coroado" possui incidência local com a construção de discursos de cunho social a partir da apropriação de um espaço de referência para atuação política, que não pode ser considerado exatamente um movimento social, mas um espaço de ação de incidência política na comunidade, com agendas construídas em torno de valores que são caros às praticas democráticas como a participação social e a cidadania.

Já na página "São Gonçalo dá Depressão" observa-se que a forma de articulação política de apropriação das mídias sociais pode proporcionar ações cidadãs ou pelo menos um incentivo à formação de consciência social em torno das questões sociais e políticas. Através de textos, memes, vídeos, enquetes e compartilhamentos de matérias jornalísticas, um conjunto de narrativas repletas de comicidade e zombaria, a página expõe a imagem de atores políticos, critica a política gonçalense e reafirma o imaginário social produzido no cotidiano de uma cidade sobrecarregada de dificuldades em diversas áreas: saúde, educação, segurança, transportes e infraestrutura. Durante as eleições, a página "São Gonçalo dá Depressão" atuou como um canal de comunicação e sociabilidade no ambiente digital, promovido pelas postagens publicadas pelos administradores da página e alimentado pelos comentários dos usuários, que iniciaram debates acerca dos assuntos políticos do município.

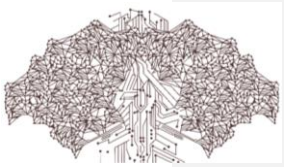
Diante destas reflexões, podemos inferir que as páginas "Fala Coroado" e "São Gonçalo dá Depressão" atuaram como parlatórios digitais articulados a uma dinâmica de ativismo digital embrionário durante as eleições municipais de 2016. Na página "Fala Coroado", a internet é utilizada como meio e espaço de divulgação de uma determinada compreensão sobre o bairro, da política local, e das ideologias e ações políticas das pessoas ligadas ao grupo político que a página apóia. Com relação à página "São Gonçalo dá Depressão", a mídia social foi utilizada como meio e espaço de divulgação de uma determinada compreensão sobre a política local e de seus atores políticos, além de configurar-se como instrumento de protesto, apesar da limitada perspectiva de mobilização e transformação social que ela engendra no município.

Referências

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. Vol. 7. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 2001.

FONTANELLA, Fernando. **Nós somos *Anonymous:*** anonimato, *trolls* e a subcultura dos *imageboards*. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.

HABERMAS, Jürgen. **Comunicação política na sociedade midiática:** o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica, v.16, 2006, pp. 9-20.



MALINI, Fábio & ANTOUN, Henrique. **A Internet e a rua:** Ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais:** linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MATA, María Cristina. Revista Fronteiras **– estudos midiáticos VIII** (1): 5-15, janeiro/abril de 2006. Unisinos.

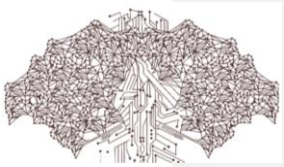
LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed.34, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. **A conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

DO VALE, Simone. **O Império contra-ataca:** narrativas políticas, alegorias midiáticas & ativismo. Revista Observatório, v. 2, p. 199-220, 2016.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



MR. ROBOT: O ENGAJAMENTO DO ESPECTADOR NO CONTEXTO DA COMPLEXIDADE NARRATIVA[1]

Natália Santos Dias[2]

Resumo

Esta pesquisa tem como objeto de estudo a série televisiva Mr. Robot. O objetivo deste artigo consiste na investigação das estratégias executadas pela série que visam engajar o público. O trabalho faz uma reflexão narratológica a partir da consideração de elementos do enredo da obra e campanhas de marketing como exemplos que ajudam a explicar os procedimentos que visam integração do público com a história. É levantada a hipótese de que o modelo narrativo proposto pela série é favorecido à medida que são elaborados recursos que visam uma maior participação do público.

Palavras-chave: estudos de fãs; cultura participativa; complexidade narrativa; conexão; séries de televisão.

Abstract

This research has as study object the television series Mr. Robot. The objective of this article is to investigate the strategies implemented by the series that intent to engage the audience. The work makes a narratological reflection about elements from the plot and marketing campaigns as examples that assist to explain the procedures that aim to integrate public with the history. It is hypothesized that the narrative model proposed by the series is favored as they develop resources that seek for a greater participation from the audience.

Keywords: fan studies; participatory culture; narrative complexity; connection; television series.

Introdução

As inovações e reconfigurações dos processos de produção, circulação e consumo de conteúdo, figuram um modelo de cultura mais participativa no qual os papéis envolvidos se organizam de diferentes formas. Nesse contexto, o cenário midiático segue em constante reposicionamento à medida que novas mídias surgem e o público se fragmenta em comunidades cada vez mais específicas. Assim, destaca-se que as atuais tecnologias digitais de comunicação potencializam, mas não foram as primeiras a

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é estudante da Universidade Federal de Goiás. É voluntária de iniciação científica e participa do Grupo de Estudos Forma, Arte e Tecnologia (UFG). E-mail: nnataliasantosdias@gmail.com

misturar elementos e linguagens (AQUINO, 2011). Na indústria televisiva norte-americana esses processos ficaram marcados por uma migração do marketing massivo para o marketing de nicho entre as décadas de 70 e 80, dando origem a uma nova era na história da TV (AKASS; MCCABE, 2007). Por meio de uma crescente valorização de modelos baseados na experimentação, no rompimento com as tradicionais formas episódicas, e na emergência de novos moldes de engajamento, essa perspectiva teve seus efeitos evidenciados nas séries de televisão.

Nesse contexto, segmentos específicos do público ganham notoriedade ao aderirem de modo diferenciado aos projetos cada vez mais ambiciosos dos produtores. Esses segmentos correspondem ao que convencionou-se chamar de *fandom*[3] e sua atenção tem sido cada vez mais valorizada. Parte disso, se deve ao fato de que o crescente aumento no número de canais que se sucedeu nas últimas décadas foi acompanhado por uma redução na audiência de qualquer programa. De tal modo, logo reconheceu-se que para garantir a viabilidade econômica de uma série um público pequeno, porém dedicado, poderia ser o suficiente (MITTELL, 2012).

No presente trabalho, parte de um projeto de pesquisa associado ao estudo de narrativas complexas, adotou-se como objeto a série televisiva Mr. Robot. Este artigo objetiva a análise de estratégias executadas pela série que indicam uma busca por um maior engajamento. Considera-se elementos do enredo da obra e campanhas de marketing como exemplos de práticas que tencionam a inserção do espectador na diegese da série. Na busca por um entendimento acerca das razões pelas quais a série procura tal envolvimento com o público, o estudo se apoia especialmente na concepção de um cenário híbrido e emergente, no qual os indivíduos e os meios de disseminação de informação e conteúdo interagem de modo difuso (JENKINS; FORD; GREEN, 2013) e na ideia de uma Cultura da Convergência, ou seja, fenômeno no qual diversas mídias,

[3] . Nesse contexto utiliza-se o termo *fandom* como "estado de ser fã de alguém ou algo, especialmente um muito entusiasta" tal como na definição oferecida pelo Cambridge Dictionary.

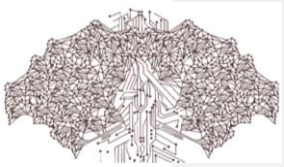
produtores e consumidores relacionam-se de modo imprevisível produzindo coletivamente novos significados (JENKINS, 2008).

É levantada a hipótese de que o modelo narrativo proposto pela série é favorecido à medida que são elaborados recursos que visam uma maior participação do público. Entende-se que este artigo justifica-se na medida que busca compreender a utilização de artifícios que incitam a participação da audiência e intenta a progressão no estudo de narrativas complexas. Ademais, fundamenta-se na ideia de que a compreensão acerca do engajamento da audiência não parte de teorias generalizadas acerca do comportamento do público, mas a partir da análise de como programas específicos alcançaram um engajamento profundo (ASKWITH, 2007).

Para tal, a presente investigação inicia esta reflexão considerando aquilo chamamos de complexidade narrativa e a organização desse modelo no período que vivemos. Em seguida, são expostas informações a respeito do objeto de estudo desta pesquisa e das estratégias adotadas pelo mesmo que visam sua integração com o público, e finaliza-se com as considerações finais acerca deste estudo.

Complexidade narrativa na era da conexão

A partir da análise de um modelo narrativo que tem se popularizado na ficção seriada desde os anos 90 identifica-se formas denominadas como complexas. Tal complexidade "em seu nível mais básico, é uma redefinição de formas episódicas sob a influência da narração em série – não é necessariamente uma fusão completa dos formatos episódicos e seriados, mas um equilíbrio volátil" (MITTELL, 2012, p.36). Assim, encontra-se nesse tipo de produção arcos narrativos curtos, que se encerram dentro de um mesmo episódio, mesclados à arcos narrativos longos que perduram por vários episódios ou mesmo temporadas inteiras. Além disso, as produções passaram a prezar por diferentes experiências e transgressões do que quer que fosse entendido como modelo ou regra de *storytelling*. Com programas mais autoconscientes, são destacadas a estética operacional e a forma, “contempla-se não só a imersão na diegese, mas a própria construção da narrativa” (MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013). A audiência é envolvida em uma



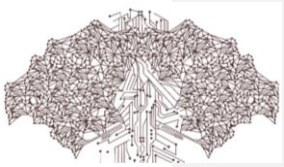
curiosidade que se direciona mais à como os fatos se desenvolveram, do que ao que acontecerá em seguida. Chama-se atenção para a construção narrativa, levando o público a se maravilhar pelo modo com que os escritores conduziram o entrelaçar dos acontecimentos.

> A questão do desenvolvimento das formas narrativas contemporâneas está diretamente relacionada à emergência da televisão como espaço possível de qualidade artística – e qualidade aqui entendida mais como discurso valorativo que característica ontológica –, e isso não pela superação do cinema como meio audiovisual artisticamente legitimado, mas pelo investimento na singularidade estilística das séries no panorama audiovisual de hoje (SILVA, 2014)

Historicamente, essas mudanças se devem tanto à inovações tecnológicas como também à mudanças no comportamento e no esforço necessário para se alcançar o público. A ampla proliferação de meios de entretenimento torna cada vez mais difícil a sustentação do tradicional modelo econômico televisivo. Tal modelo se baseia em uma relação implícita entre o público que consome a programação e os anunciantes que (para alcançar tal público) tornam-se os financiadores daqueles programas. No entanto, com o público disperso em um grande número de canais faz se necessário buscar formas cada vez mais variadas de se chamar atenção.

Ademais, com a possibilidade de gravar um programa em casa e revê-lo quadro a quadro, com a facilidade com que um telespectador pode agora entrar em contato com outros e compartilhar suas impressões e teorias, reformula-se as fronteiras entre produção e recepção. Desse modo, a cultura de fã passa a ser valorizada e percebida como complexa, multidimensional e com diversos níveis de participação e engajamento (JENKINS, 1992).

Vale destacar que neste sentido a tecnologia deve ser vista como propulsora, mas não única agente dessas alterações. Esses processos estão inseridos em um contexto de convergência que deve ser compreendida especialmente por seu viés cultural, uma vez que, a mesma ocorre nos consumidores e em suas interações sociais com outros



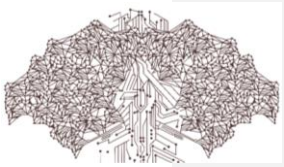
(JENKINS, 2008). Tem a ver não com o aparato técnico existente, mas com o que as pessoas decidem fazer com ele.

Ainda avançando na consideração acerca das especificidades da era que vivemos, deve-se frisar que as interações entre os participantes se dá de maneira difusa e imprevisível. O termo cultura participativa (JENKINS, 1992) tenta abarcar um cenário de interações sociais entre comunidades que passam a se apropriar das mídias que consomem, estabelecendo novos sentidos e compartilhando essas experiências. Nessa conjuntura surgem cenários de colaboração (na medida em que os participantes conseguem interagir e exercer de maneira harmônica seus papéis, ainda que caóticos) e resistência (quando os interesses das partes colidem dissonantes). Realça-se que nesse sentido a complexidade narrativa pode se estabelecer em uma via de mão dupla: enquanto o público busca o direito de criar e recriar em cima dos conteúdos que aprecia, os produtores também passam a criar produtos que demandam um maior engajamento daqueles que o consomem.

> As redes de TV começaram a perceber (e continuam a fazê-lo) que eles tinham que compreender o consumo de ficção televisiva como uma prática multiplataforma. A transmissão tradicional era apenas um elemento disso, o que significa que as redes tiveram que fortalecer seus vínculos com o público (e, naturalmente, também os laços comerciais) através de novas redes de comunicação. Consequentemente, desenvolveu-se novas estratégias concentradas no prolongamento da história como um item comercial (GRANDIO; BONAUT, 2012, tradução nossa) [4]

Vale mencionar que o atual contexto também permite acesso fácil à inclusive séries de outras épocas. Esse tipo de possibilidade nos permite vislumbrar a formação de espectadores com uma bagagem audiovisual que nenhuma geração anterior poderia ter.

[4] . The TV networks began to realise (and continue to do so) that they had to understand the consumption of television fiction as a cross-platform practice. Traditional broadcasting was just one element of this, meaning that networks had to strengthen their ties with the public (and naturally also commercial ties) through new communication networks. Consequently, they developed new strategies which focused on prolonging the story as a commercial item.



Especialmente porque esse conteúdo antigo segue acessível, criando uma espécie de arquivo de memória que pode ser revisitado livremente. Com isso, são definidas as bases de uma cultura de fã que pode acessar a história dos gêneros e formatos, entender suas conformações e superações, além de identificar tendências, repetições e inovações (SILVA, 2014). Esse olhar treinado da audiência é valorizado pelos escritores que se arriscam em roteiros cada vez mais complexos, com a convicção de que a experiências prévias do público permite que o mesmo entenda as peripécias narrativas executadas no programa.

Ademais, os moldes da produção televisiva na era digital são acompanhados por uma importante mudança na forma de se referir às produções. Ao ir de "programas" para o que se chama de "conteúdo" as produções são libertadas da lógica das antigas corporações e passam a compor conteúdos migratórios e reutilizáveis, ou seja, capazes de cruzar as fronteiras das novas tecnologias e formatos de mídia (CALDWELL, 2004).

Um outro fator a ser considerado é que o meio digital conta com um grande número de alternativas ilegais para que o público acompanhe programas televisivos. Boa parte desse público vem de países em que as séries não são transmitidas simultaneamente com a emissora original ou sequer são transmitidas. Há também quem apenas queira assistir sem intervalos comerciais ou fora do horário em que o mesmo é transmitido. Essa audiência não é contabilizada com a da transmissão oficial, mas esse público muitas vezes segue presente em redes sociais, no site da emissora, nos fóruns de discussão e engajado nas propostas que os produtores entregam. Destaca-se então a importância de ao invés de concentrar esforços apenas na busca pelo envolvimento desses espectadores em práticas legais, deve-se reconhecer o potencial valor de seu envolvimento e tentar entender o que pode motivá-los a ir em busca de meios ilegais de se acessar o conteúdo (JENKINS; FORD; GREEN, 2013).

Os executivos das grandes emissoras também começaram a ver uma oportunidade com a dispersão dos conteúdos de seus produtos principais, ao notarem que a prática era efetiva para manter a audiência engajada mesmo após o término da exibição do programa. O entendimento desse detalhe expande a própria noção do que é o texto televisivo. A aplicação disso é vista com clareza nos websites que obtiveram sucesso na expansão das

narrativas apresentadas na TV. Esse tipo de elaboração permite não só aproximar o espectador do universo a que determinada série pertence, como também possibilita que os arcos narrativos e a recepção de um programa continuem fora do mesmo (CALDWELL, 2004).

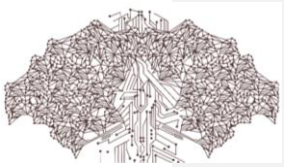
A série

Com estreia em 2015, Mr. Robot é um drama criado por Sam Esmail. Trata-se da história de Elliot Alderson (Rami Malek), um jovem programador, que se divide entre o trabalho com cibersegurança e suas ações como parte do grupo *hacker* denominado Fsociety. Extremamente introvertido, o protagonista compartilha seus pensamentos e frustrações com o espectador, como se estivesse conversando com um amigo imaginário.

A trama se desenvolve tendo como arco principal um plano elaborado por Mr. Robot, líder do grupo Fsociety, que visa uma redistribuição de renda à nível global através da deleção dos registros de débitos do conglomerado E Corp. Tendo em vista que esse único conglomerado detém o controle de 70% dos débitos de consumo e empréstimos estudantis realizados no mundo, o grupo *hacker* acredita que um ataque a esses dados é capaz de iniciar uma revolução.

A série inicialmente chamou atenção por ter transmitido gratuitamente seu episódio piloto um mês antes da estreia na TV em um grande número de plataformas de vídeo sob demanda (VoD), redes sociais e aplicativos, tais como Twitch, YouTube, USANetwork.com, Hulu, iTunes, Amazon Instant Video, Google Play, Vudu, XBOX Video, PlayStation Video, M-GO, Facebook, Crave Online, TheVerge.com, Telemundo.com, Terra.com, Latina.com e o USA Now App (iOS, Android, Xbox One). Realça-se que a distribuição multiplataforma de conteúdos audiovisuais seriados além de facilitar a relação com o público, também liberta os consumidores dos regimes temporais e físicos antes impostos pela televisão, permitindo agora que as séries possam ser vistas onde, quando e como o telespectador quiser (ZACCONE, 2011).

Além disso, Mr. Robot apresenta elementos que nos permite enquadrá-la dentro do que Mittell chamou de complexidade narrativa: a série mescla ao longo da temporada



arcos curtos e arcos longos; faz uso de reviravoltas e revelações capazes de levar a audiência a reconsiderar tudo que foi mostrado até então; a direção valoriza uma fotografia e um enquadramento que se alia a narrativa, mas quebra regras já consolidadas na produção audiovisual, levando à um incômodo inicial e uma sensação de vazio e afastamento entre os personagens; os produtores oferecem incentivos para que os fãs desvendem os enigmas da série quadro a quadro; e etc.

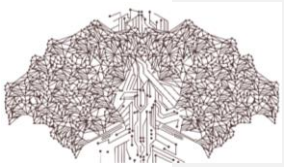
Vale ainda mencionar que ao longo de suas três temporadas já lançadas, Mr. Robot também teve seu universo ficcional disperso em mídias distintas estabelecendo-se como uma produção transmidiática. Há uma cena da série lançada como experiência em realidade virtual, o filme que inspirou a máscara utilizada pelo grupo Fsociety (denominado *The Careful Massacre of the Bourgeoisie*) também foi divulgado como um prêmio aos fãs que decifraram um código escondido no programa, há ainda um puzzle game e um livro que corresponde ao diário do protagonista escrito em alguns episódios da série. Nesse tipo de construção, faz necessário manter uma narrativa coesa e coerente, ao mesmo tempo em que os elementos complementadores do produto principal tornam o universo ficcional mais rico adicionando mais linhas narrativas ou mesmo levando o espectador a reconsiderar aquilo que já fora visto.

Uma vez que o público entende as normas que regem o universo daquele programa, a comunidade de fãs passa a ser educada para identificar e acompanhar os jogos propostos pelos produtores. De tal modo, a complexidade da série pode também se estabelecer através de mecanismos que só funcionam naquele contexto e com aquela determinada audiência, trata-se da fundação de suas próprias normas complexas. Nessa conjuntura, torna-se possível estabelecer estratégias visando a construção de uma relação de proximidade e inserção do público. Tanto naquilo executado no enredo e apresentado ao longo dos episódios, como nas campanhas de marketing que visavam a divulgação da série, é possível notar um direcionamento que busca reduzir a fronteira entre a ficção e a realidade enquanto incentiva o público a engajar-se de modo mais profundo com a produção.

Estratégias de marketing

A promoção de séries televisivas através de campanhas de marketing determina diferentes níveis de interação com o texto, sendo estas: com o texto em si, com elementos textuais, com estratégias promocionais do texto (ZACCONE, 2011). Quando se fala de interação com o texto em si pode-se distinguir duas subcategorias: a re-adaptação/re-propagação do texto e o conhecimento pessoal do texto. Trata-se de levar o público à (re)criar e (re)propagar em cima da série ou simplesmente estabelecer uma relação mais pessoal ao se tornar parte da história. Na relação com os elementos textuais a audiência é envolvida com personagens, situações e até mesmo o elenco. Já o terceiro tipo é basicamente as estratégias de pura divulgação da série, sem necessariamente envolver algum aspecto intimamente ligado a narrativa. Entende-se que o marketing deve buscar estabelecer uma conexão com público através de uma ou várias dessas linhas, tendo em vista que as campanhas muitas vezes são feitas não apenas para chamar atenção, mas também para trazer a série para a vida de seus espectadores. Ademais, em muitas dessas ocasiões os consumidores de mídia deixam de ser meramente o alvo dos produtos e passam a também ser seus colaboradores.

No caso de Mr. Robot, sua promoção foi iniciada em Março de 2015 com uma campanha de guerrilha na conferência SXSW (South by Southwest) que contava com um grupo de homens vestidos como o protagonista Elliot e uma parceria com a rede iBeacon, provedora de internet do evento, que enviava aos usuários da rede notificações como se o Mr. Robot da série estivesse acompanhando e *hackeando* a conferência. Os visitantes da conferência receberam cartões brancos com um texto que imitava linhas de comando nas quais Mr. Robot era introduzido com os dizeres “hello friend”. No cartão, o personagem ainda contava sobre o *hack* à conferência e convidava os participantes a tirar uma foto com um dos homens vestidos como o protagonista Elliot. Caso o participante tirasse a foto, ele receberia um cartão na cor preta que lhe dava acesso ao que dizia-se ser “seu por direito”. Tratava-se de um *voucher* no valor de $10 dólares que poderiam ser gastos no evento. Além disso, no final de cada cartão era também mencionado que restava saber quem é Mr. Robot, atuando como uma espécie de convite para que o público tentasse descobrir o responsável pelas ações.

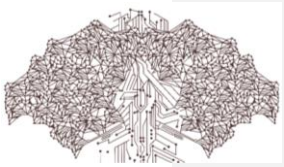


Concomitantemente fora lançado o website oficial da série, whoismrrobot.com[5], com um layout que imita um terminal Linux e força o usuário a utilizar comandos ao invés de apenas cliques com o mouse como ocorre na maioria dos websites. A princípio, o site apenas perguntava aos usuários se eles gostariam de saber um segredo. Quando respondiam sim, um pequeno vídeo começava a ser reproduzido, trazendo uma voz que falava sobre uma conspiração envolvendo um poderoso grupo de pessoas que estariam secretamente governando o mundo. Na tela seguinte os usuários eram cumprimentados por Mr.Robot e convidados a se juntar a ele e o grupo Fsociety na luta contra os poderosos dominadores, para tal bastava inserir seu e-mail e aguardar atualizações. Posteriormente também seriam introduzidos no site desafios envolvendo lógica, programação e outros elementos relacionados a série.

Embora a série ainda não tivesse sequer estreado, o arco principal envolvendo a redistribuição monetária já estava sendo introduzido ao público e a presença de Mr.Robot inserta no contexto de uma possível audiência. No mesmo período em Manhattan foram colocados anúncios que se misturavam com murais de arte de rua espalhados na cidade. Os anúncios apresentavam o protagonista Elliot, em seu tradicional visual encapuzado, posicionado ao lado dos dizeres #MrRobot. Durante esse período era possível encontrar em redes sociais pessoas que compartilhavam as imagens acreditando que Mr. Robot seria de fato uma pessoa real e responsável pelo mural. Identifica-se nesses exemplos a interação com o texto em si e com elementos textuais, correspondente ao protagonista (no caso da campanha de guerrilha no SXSW e nos murais de arte de rua) e a programação (no caso do website e dos desafios lançados).

Em uma de suas estratégias mais ambiciosas, a USA Network em parceria com a plataforma VoD, Twitch, se propôs a deletar até $100,00 em débitos de consumo durante 72 horas. Ao final da transmissão do primeiro episódio, um personagem misterioso, utilizando a máscara que mais tarde ficaria conhecida com símbolo do grupo Fsociety, anunciou ao público que agora ele poderia pegar de volta o que era seu por direito, enquanto a tela exibia um código de seis dígitos. O código levava à uma transmissão de

[5] . Em tradução literal “quem é mr.robot”

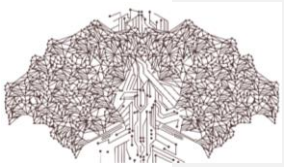


três horas na qual a cada 30 minutos era divulgado um código que dava a oportunidade para 50 ganhadores excluírem instantaneamente um débito entre $10 e $5.000. Posteriormente, usuários de fora do Twitch que estavam registrados no site oficial da série também ganharam a oportunidade de exclusão dos débitos. Além disso, foram exibidas no Twitch 13 vinhetas durante a transmissão do E3 (a maior conferência de jogos do mundo), buscando dar a impressão de que a transmissão estaria sendo *hackeada*. Com isso o público foi convidado para 17 horas de interação com os membros da Fsociety, construção de video games e *hacks* que ajudariam a liberar $100,00 em deleção de débitos. Uma ação semelhante foi realizada em 2016 no Canadá pela plataforma VoD Shomi, que pretendia divulgar a estreia da série em seu catálogo de obras. Na ocasião foram distribuídos pacotes contendo uma nota de $50, decorados com a máscara utilizada na série e acompanhado dos dizeres #ANewSocietyRises.

Nessa experiência, pode-se notar uma busca pelo envolvimento do público com fatos específicos do enredo, como se todo o plano exibido na ficção estivesse de fato surtindo efeito na realidade, ao mesmo tempo em que a ação do público parece ter efeito na ficção, na medida em que o mesmo está sempre sendo convidado a ajudar o protagonista em seus objetivos. Esse caso é o que entende-se como interação com o texto, já que os participantes podem se sentir parte da história de modo mais pessoal (re)vivendo algumas partes da narrativa (ZACCONE, 2011).

Também foram trabalhadas as redes sociais oficiais do programa (Twitter, Facebook, Instagram e etc) com imagens de divulgação e prévias do que poderia ser encontrado na série. As postagens faziam referências às falas do protagonista e introduziam o elenco. Os textos traziam frases de rejeição e constantemente convidavam o público para a revolução do grupo Fsociety. Ainda que se tratasse de estratégias promocionais do texto tentou-se sempre resgatar elementos que estavam de fatos incluídos na narrativa que seria exibida no programa.

Entende-se nesse sentido que a série televisiva se estabelece como texto primário cercada por diversos textos satélites que a promovem (SMITH, 2009). Tal configuração representa uma outra fronteira dissolvida no contexto da convergência midiática: conteúdo e marketing. Ambos passam a fazer parte da experiência do público, mas torna-

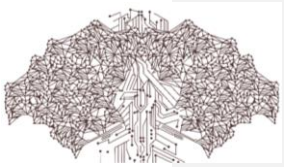


se cada vez mais difícil entendê-los isoladamente. A campanha de Mr.Robot envolvendo a distribuição dinheiro só é plenamente compreendida com conhecimento de que a redistribuição de renda é um elemento chave para o enredo da série. Embora ela também possa ter êxito com um público que desconheça a história, ou seja, funcionar como uma mera campanha para atrair público, sua estruturação parece melhor direcionada rumo à expansão da própria experiência narrativa.

Elementos narrativos

A série se inicia com o protagonista nos cumprimentando com um "Hello, Friend!" em uma clara referência ao programa "Hello, World!", geralmente o primeiro a ser executado por um iniciante em uma nova linguagem de programação e amplamente adotado como um teste para verificar se os componentes de uma linguagem estão devidamente instalados e se a máquina pode rodar programas mais complexos. As frases seguintes deixam claro que o protagonista está de fato falando diretamente com o público, porém acreditando que esse corresponde a um amigo que existe apenas na sua cabeça. É um recurso já amplamente difundido na ficção (a quebra da quarta parede), mas essencial na proposta da série. Com apenas alguns segundos, mesmo cientes de que se trata de uma série de TV, Mr. Robot passa a impressão de que também somos um personagem ali ou que ao menos o protagonista está de algum modo ciente de nossa existência.

Ao longo de seus episódios, Mr. Robot também se preocupa com detalhes que colaboram na criação de um universo verossímil e conectado. Um dos maiores exemplos disso consiste na real existência de cada link, IP, *QR Code* ou código de barra presente na série. Na maioria das vezes tentar acessar um site mostrado em uma obra fictícia tende a não levar a lugar nenhum, ao passo que nesse caso todos devem levar a algum lugar. Ao acessar esses endereços o usuário pode experimentar alguns dos *hacks* usados no programa, resolver problemas, encontrar conteúdos extras e ainda ajudar na revolução que o grupo *hacker* da série propõe. Todas as cenas envolvendo esse tipo de recurso são realmente filmadas com o mesmo, ou seja, nenhum link é adicionado nas telas na pós-produção. O que os personagens acessam é o mesmo que pode ser acessado pelos fãs.



Esse tipo de artifício não só deu aos fãs a possibilidade de uma maior interação, mas também treinou o público para identificar os *Easter eggs* [6]da série e incitou a colaboração entre os interessados em decifrar os episódios a fundo.

Esse recurso exemplifica o que Mittell chamou de *Drillability*:

> Talvez precisemos de uma metáfora diferente para descrever o engajamento com a complexidade narrativa. Podemos pensar em alguns programas como "perfuráveis" ao invés de "espalháveis". Eles encorajam um modelo de *fandom* forense que incentiva os espectadores a cavar mais fundo, sondando a superfície para entender a complexidade da história e sua narrativa. Esses programas criam ímãs para o engajamento, estabelecendo a audiência nos mundos das histórias e os estimulando a perfurar para descobrir mais. (MITTELL, 2009, tradução nossa)[7]

Ao inserir diversas camadas a serem desvendadas pelos fãs, Mr. Robot se torna uma série mais "perfurável". Embora seja completamente possível acompanhar a série apenas assistindo os episódios, é interessante que o espectador engajado tenha um maior número de conteúdos para explorar. Vale ressaltar que esse tipo de estratégia embora não seja um convite direto à interação, possui uma incorporação da presença, seja ela material ou simbólica, da experiência participativa (SILVA, 2014).

Em uma situação ideal a inclusão de elementos extras não deve comprometer a experiência do espectador passivo que prefere apenas assistir aos episódios aos moldes tradicionais. É importante que a narrativa principal esteja clara mesmo para aqueles que preferem não explorar o produto a fundo. Entende-se que o conteúdo expandido deve ser

[6] . Corresponde à uma surpresas escondidas em um produto. É comum em jogos, softwares, e quadrinhos. Na ficção televisiva ganhou destaque principalmente após ser amplamente utilizado na série Lost.

[7] . Perhaps we need a different metaphor to describe viewer engagement with narrative complexity. We might think of such programs as drillable rather than spreadable. They encourage a mode of forensic fandom that encourages viewers to dig deeper, probing beneath the surface to understand the complexity of a story and its telling. Such programs create magnets for engagement, drawing viewers into the storyworlds and urging them to drill down to discover more.

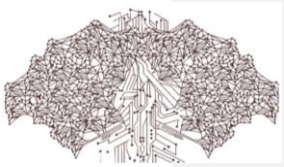
uma espécie de recompensa ao fã que se dedicou mais, mas não deve punir a audiência tradicional que ainda tende a ser majoritária. Um outro ponto importante é que de nada adianta ter uma infinidade de extras se estes não se justificarem no contexto da série. Os fãs não irão atrás de conteúdo se não acharem que a recompensa é válida. Por tanto, é preciso que além de perfurável a série mantenha uma coerência na estruturação desse conteúdo.

Ademais, Mittell ainda destaca que algumas séries televisivas inspiram o público tanto a "perfurar" como a "espalhar". O segundo termo se refere ao termo *spreadable* apresentado como uma tendência para consumo de produtos de entretenimento. Segundo Jenkins, as mensagens se espalham tal como um vírus se espalha em um organismo. (Re)utilizando, (re)mixando e adaptando os conteúdos, o público constrói um cenário que contrasta com modelos de distribuição que buscam a manutenção de uma mensagem pura e centralizada nas mãos de poucos canais. No entanto, evidencia-se que enquanto a mídia *spreadable* incentiva ondulações horizontais, atraindo um maior número de olhares sem encorajar necessariamente um engajamento mais profundo e a longo prazo, a mídia *drillable* envolve um número menor de pessoas, mas ocupa um maior tempo em suas vidas exigindo mais energia e traçando um caminho vertical em direção à uma exploração mais profunda do conteúdo.

Assim, tem-se que as narrativas complexas são melhor atendidas pelas particularidades da mídia perfurável, uma vez que sua estrutura por si só já demanda um engajamento diferenciado para que o telespectador possa compreender o seu funcionamento. É claro que a divulgação e atração de audiência são pontos importantes para todo produto midiático, mas no caso de séries como Mr. Robot a busca por dedicação passar a vir em primeiro lugar.

Considerações finais

Em um contexto midiático de cultura participativa e complexidade narrativa, demanda-se um olhar atento acerca de como casos específicos se tornaram um exemplo de sucesso na exploração das inúmeras possibilidades de produção de entretenimento



fornecidas na era da conexão. O que se nota em Mr. Robot é a combinação de estratégias antigas associadas a recursos modernos fornecidos pelo desenvolvimento e popularização de meios como a internet.

Desse modo, além de elementos que aproximam o espectador da forma e da estética complexa através de roteiros sofisticados, múltiplas linhas narrativas e visual cinematográfico, é notório que séries como Mr. Robot também buscam estabelecer suas próprias normas complexas a partir de elementos particulares de seu universo. Assim, a cultura *hacker* e as ferramentas inclusas nesse meio são aproveitadas no desenvolvimento de estratégias que tencionam a redução das fronteiras entre ficção e realidade, e por consequência, série e público.

No que se refere à hipótese de que o modelo narrativo proposto pela série é favorecido com a elaboração de recursos que visam uma maior participação do público, considera-se que essa se confirma uma vez que tais recursos elevam a perfurabilidade da série e multiplicam as camadas disponíveis à exploração do *fandom*.

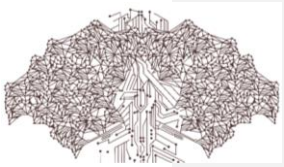
Entretanto, deve-se enfatizar que não se estabelece nenhuma relação de causa e efeito entre os incentivos da série e a real participação dos fãs. A construção de uma narrativa complexa e repleta de detalhes que exigem um pouco mais da audiência não é o suficiente para garantir que esta irá de fato ingressar nas propostas dos produtores. O que os recursos fazem é incentivar e possibilitar que caso o público queira aderir a proposta, existam ali mais elementos a serem explorados.

Referências bibliográficas

AKASS Kim, MCCABE Janet (Orgs.). **Quality television.** Contemporary American television and beyond. New York: I.B.Tauris & Co Ltd, 2007.

ANDREJEVIC, Mark. **Watching Television Without Pity. The Productivity of Online Fans**, Television & New Media, vol. 9, pp. 24-46, jan. 2008.

AQUINO, Maria Clara. **Interatividade e participação em contexto de convergência midiática.** Artigo publicado nos anais do Simpósio em tecnologias digitais e sociabilidade – SimSocial 2011. Salvador.



ASKWITH, Ivan D. **Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium.** 174 f. Dissertação (Mestrado em Ciência em Estudos de Mídia Comparativa). Massachusetts Institute of Technology, Massachusetts, 2007. Disponível em: <http://cmsw.mit.edu/television-2-0-tv-as-an-engagement-medium/>. Acesso em: 24 set. 2017.

CALDWELL, John. Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration. **Television After TV: Essays on a Medium in Transition**. Durham: Duke University Press, 2004.

ESMAIL, S. Mr. Robot. Prod. Universal Cable Productions, Anonymous Content, Esmail Corp. 2015 – Em produção

GRANDIO, María del Mar; BONAUT, Joseba. Transmedia audiences and television fiction: A comparative approach between Skins (UK) and El Barco (Spain). Participations, **Journal of Audience & Reception Studies**, Vol. 9, Ed. 2; 585 – 574, nov. 2012.

ISL. NBC UNIVERSAL **Mr. Robot.** Disponível em: <https://isl.co/case-studies/mr-robot/>. Acesso em: 23 set. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **Textual poachers: television fans & participatory culture.** New York; London: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry; FORD, Sam & GREEN, Joshua. **Spreadable Media**: creating value and meaning in a networked culture. Nova York: New York University Press, 2013.

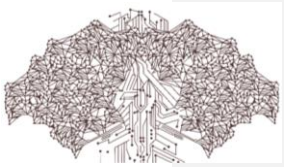
MARIA VEIGA SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. Social TV: a sinergia entre as hashtags e os índices de audiência. **Revista GEMInIS**, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 106-119, dez. 2013. ISSN 2179-1465. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/148/117>. Acesso em: 25 set. 2017.

MITTELL, Jason. **Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea.** Revista MATRIZes, São Paulo, n. 2, p. 29-52 , jan./jun. 2012.

_____. J. To Spread or to Drill? [s.l.]: Just TV, 2009. Disponível em: <http://justtv.wordpress.com/2009/02/25/to-spread-or-to-drill/>. Acesso em: 18 set. 2017.

_____. J. Forensic Fandom And The Drillable Text [s.l.]: Spreadable Media, 2009. Disponível em: <http://spreadablemedia.org/essays/mittell/#.Whv6ELQ-ei5/>. Acesso em: 22 out. 2017.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma, PELEGRINI, Christian. Narrativas complexas na ficção televisiva. **Revista Contracampo**, vol. 26, n. 1, 2013. p. 21-37.



PLOUFFE, James. **'Mr. Robot' may be fiction, but its hacking plots are all too real.** Disponível em: <https://www.recode.net/2016/9/20/12983780/mr-robot-may-be-fiction-but-its-hacking-plots-are-all-too-real/>. Acesso em: 23 set. 2017.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. ISSN 1982-2553**, [S.l.], n. 27, jun. 2014. ISSN 1982-2553. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/15810>. Acesso em: 29 set. 2017.

SMITH, Aaron. **Transmedia Storytelling In Television 2.0.** Strategies for Developing Television Narratives Across Media Plataforms. Disponível em: <http://sites.middlebury.edu/mediacp/files/2009/06/Aaron_Smith_2009.pdf/>. Acesso em: 24 set. 2017.

WARK, McKenzie. **The Hacker Manifesto**. Cambridge: Harvard University Press, 2004.

ZACCONE, Emanuela. TV series and Social Network marketing: The Audiovisual Text as a Wider Experience, In: **Previously On: Interdisciplinary studies on TV Series in the Third Golden Age of Television**. M. Pérez-Gómez (orgs.) Sevilla: Frame, pp. 387-403, 2011.

MULHERES E SOFTWARE LIVRE NO BRASIL: COMO ELAS ESTÃO HACKEANDO ESTE MOVIMENTO[1]

Mônica de Sá Dantas Paz[2]

Resumo: Visando analisar a brecha de gênero na comunidade *hacker* do software livre no Brasil, este artigo se fundamenta nos estudos feministas sobre a Ciência e Tecnologia. Serão apresentados os resultados obtidos da pesquisa que, buscou compreender o papel ativista das mulheres no contexto brasileiro, analisando, para isso, o grupo /MNT – Mulheres na Tecnologia. Como resultados, percebemos que a atuação dessas mulheres dar-se através do incentivo à maior presença de mulheres em espaços de visibilidade, como os eventos; da apresentação de modelos de mulheres em posição de destaque na carreira profissional e militante; e da participação na cadeia produtiva e de difusão dos softwares livres. Dessa forma, elas estão "hackeando" a comunidade, fomentando iniciativas pró equidade de gênero, dentre outros aspetos sociais e políticos, para o empoderamento das mulheres no movimento software livre.

Palavras-chave: Mulheres e Tecnologia; Software livre; Cultura hacker;

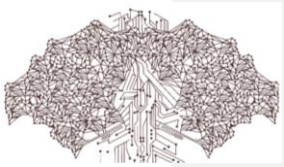
1. Introdução

No campo dos estudos de Gênero e Sociedade e Tecnologia, acredita-se que o gênero está implicado em toda a cadeia produtiva da tecnologia, devendo-se analisar não apenas seus usos e apropriações, mas também seu projeto, desenvolvimento e distribuição. Dessa forma, há uma denúncia feminista contra o androcentrismo e do etnocentrismo, pois estes acarretam em um afastamento sistemático das mulheres da tecnologia da informação (TI) (CASTAÑO, 2008; GARCÍA, 1999; HARAWAY, 2004; 2009; SEDEÑO, 1999; TABACK, 2007; WAJCMAN, 1991, 2006, 2009).

No Brasil, a comunidade software livre (SL) segue crescendo e aprimorando o seu debate e colaboração, contudo, é notória a baixa participação feminina. Por outro lado, também de faz

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 21: Cultura hacker, cultura maker, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 É doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), participa do Grupo de Pesquisa em Gênero, Tecnologias Digitais e Cultura (GIG@/UFBA) e é professora do Centro Universitário Estácio da Bahia. E-mail: <monicapazz@gmail.com>.



presente a participação de grupos de mulheres que se reúnem para colaborar com o movimento, além de buscar reverter a exclusão de gênero.

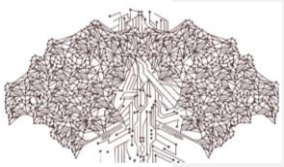
Este artigo tem como objetivo apresentar a brecha de gênero na comunidade do software livre no Brasil, analisando as formas pelas quais as mulheres estão "hackeando" esse movimento. Para isso, serão discutidos a ética *hacker*, o movimento software livre, seu histórico e as questões de gênero. Por fim, serão apresentadas informações de pesquisa sobre as atividades e linhas de ação do grupo de mulheres /MNT – Mulheres na Tecnologia, criado em 2009, com o intuito de empoderar mulheres na tecnologia da informação.

O presente artigo é fruto da tese de doutorado "Mulheres e Tecnologia: hackeando as relações de gênero na comunidade software livre do Brasil" (2015) que teve o intuito de entender o lugar social e de ativista das mulheres desse grupo, para assim conhecer as questões de gênero e feministas da comunidade brasileira de *software* livre. Este texto foca, especialmente, nas características que podem ser consideradas atitudes e práticas *hackers* delas na comunidade estudada.

A metodologia utsilizada é referente à combinação de métodos qualitativos empregados em ambiente fase a fase e online no que podemos denominar de etnografia digital multimodal (AMARAL et al., 2008; BRAGA, 2006; HINE, 2000; KOZINETS, 2009; MURTHY, 2008). Esta é uma variante do método clássico da etnografia adaptado para as ambiências e facilidades das tecnologias digitais. Dessa forma, foi realizada, entre os anos de 2013 e 2014: observação participante e entrevistas em eventos presenciais (Fórum Internacional de Software Livre – FISL, em Porto Alegre/RS; Encontro de Mulheres na Tecnologia – ENMNT, em Goiás/GO; e o VI Congresso Internacional Software Livre e Governo Eletrônico – CONSEGI 2013, em Brasília/DF)[3]; aplicação de questionários online; realização de entrevistas via e-mail e chats; participação em grupos de discussão por e-mail; observação de sites e redes sociais, tudo relacionado ao grupo /MNT. Dessa forma, além de reunir muitas fontes e canais de contato, a autora experimentou diversos papéis no contexto desta pesquisa, o de entusiasta do movimento software livre, o de pesquisadora, o de integrante do grupo /MNT e, sobretudo, o de mulher formada na área da TI.

3

Ver: <http://fisl.softwarelivre.org/>, <http://mulheresnatecnologia.org/eventos/encontro-nacional> e <http://www.consegi.gov.br/>. Acesso em: 25 jan. 2018.



2. Desenvolvendo a ética *hacker*

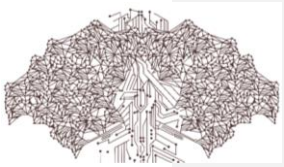
Nos centros de pesquisa e universidades de tecnologia dos EUA, bem como nos laboratório pessoais circunvizinhos, a dedicação de algumas pessoas aos estudos sobre a inovação tecnológica no campo, principalmente, da computação, ajudou a popularizar o termo *hackers.* Destaque também para as pessoas que se ocupavam em manipular os equipamentos eletrônicos e as redes telefônicas, desde a década de 60, e ainda as aficionadas pelos programas de computadores, a partir dos anos 70 e 80, principalmente.

O filme criado para TV nos EUA "Piratas do Vale do Silício" (1999) é um bom exemplo para ilustrar as atividades *hackers* nos EUA ao final da década de 70. São apresentados muitos *hackers* que protagonizaram a corrida pela inovação tecnológica comercial relativa à criação de computadores de pequeno porte, que dariam origem aos primeiros computadores pessoais (PC), inclusive com o uso de interface gráfica, o que facilitou a interação com tais máquinas. Os personagens dessa história, tendo alguns começado suas experiências no mundo acadêmico, fundaram ou trabalharam para algumas das atuais grandes corporações da tecnologia da informação, como Xerox, IBM, Apple e Micorsoft. O filme dá destaque não apenas aos seus talentos tecnológicos e de liderança, como também aponta para inúmeras polêmicas em termos de propriedade intelectual e espionagem industrial, o que Castells (1999) chama de uma intensa "troca de experiência" ao descrever a revolução informacional desencadeada a partir dessa década, considerada por ele como um divisor tecnológico.

Os *hackers* saíram de seus laboratório de garagem, se instalaram na Califórnia, em vários outros polos tecnológicos ou em endereços desconhecidos da Deep Web. Deixaram de ser os nerds incompreendidos e se tornaram executivos, pesquisadores e militantes. Estão na e fazem a mídia no novo estilo contemporâneo e interativo. Se interessam por informática, política, direitos humanos e outras áreas. Ora são personalidades, ora são anônimos no singular ou em coletivo.

Contudo, considera-se que os *hackers* devem assumir um ética própria, que está inserida na cultura do desafio, da criatividade, do compartilhamento, das descobertas, das das "gambiarras" tecnológicas, do convívio em rede e do trabalho colaborativo nos quais estes *hackers* estão imersos (HIMANEN, 2001; SILVEIRA, 2010). É a ética e a atitude *hacker* que ajudam a reconhecer tais pessoas como pertencentes ou não a tal comunidade.

Em relação ao poder, os *hackers* consideram que este deveria ser descentralizado, pois não acreditam no poder autoritário (LEVY, 1994). Sendo assim, a atitude *hacker* é revolucionária e



contra-hegemônica, como podemos interpretar o "O Manifesto de um Hacker" de 1986 (THE MENTOR, 1986, 1998).

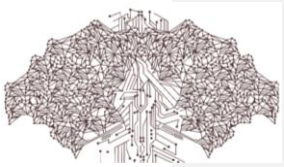
Segundo a perspectiva *hacker*, o julgamento do trabalho e das lideranças deveria se dar a partir da meritocracia, independente de fatores como títulos, idade, raça ou *status* social (LEVY, 1994). Faz parte dessa cultura o compartilhamento das realizações pessoais no campo tecnológico, a criatividade, o convívio em rede, o trabalho colaborativo e voluntariado. Baseado nessas premissas, a ética *hacker*, para Himanen (2001), é uma ética do trabalho e do convívio.

Uma das causas *hackers* é o acesso à tecnologia e à informação. Eles acreditam que os cidadãos deveriam ter pleno controle sobre a informação para o desenvolvimento pessoal e social e para não sucumbir ao domínio do governo e corporações. A tecnologia está implicada na sociedade e pode lhe servir positivamente impactando na melhoria da qualidade de vida de todos (LEVY, 1994). Eles defendem a liberdade em amplo sentido: liberdade de expressão, liberdade de manifestação, liberdade de impressa, liberdade política, etc. (RAYMOUND, 2001).

Sendo assim, os *hackers* também estão associados ao ativismo e à consciência dos impactos na relação entre sociedade e tecnologia no que se refere a segurança, privacidade, descentralização do poder, liberdade de expressão, facilidade de acesso, meritocracia, igualdade e transparência (HIMANEN, 2001; SILVEIRA, 2010).

Com o passar do tempo, por mais que o termo tenha sido corrompido pela mídia ao ser relacionado aos criminosos cibernéticos, os *hackers* estão sempre às voltas com as causas sociais do mundo conectado. É o caso do projeto Wikileaks, que se tornou famoso ao vazar documentos que desmascararam muitos escândalos políticos e corporativos por todo o mundo (MARKS, 2010), trazendo a luz informações relevantes e que antes estavam sendo ocultadas da sociedade. Também há os protestos cibernéticos que ocorreram em forma de pichações a sites do governo, denunciando a insatisfação de parte população com seus governantes.

A atribuição "*hacker*" pode ser dada a qualquer pessoa que atua segundo esses princípios, não sendo necessário ser atuante na área de TI (RAYMOND, 2001) e nem sempre suas ações são relativas à computação (LEVY, 1984). Por isso, a expressão "hackear" é um neologismo e pode ser aplicada tanto no sentido de burlar, controlar ou atacar sistemas informacionais, mas também pode ser utilizada em relação à quebra de quaisquer sistemas. Exemplos: usuários de internet que preenchem com informações inverídicas os formulários de cadastro de sites de redes sociais para evitar vigilantismo e comercializações de dados reais ou advogados que acham brechas nas leis para inocentar seus clientes.



3. Libertando o software

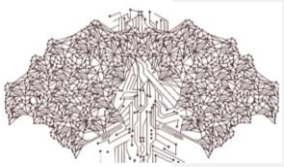
Outra expressão da cultura *hacker* é a do movimento software livre, que desde a década de 1980, defende as quatro liberdades dos softwares livreis (possibilidade de estudar, distribuir, modificar e redistribuir as modificações) executadas através de licenças como a General Public License – GPL (GNU, 2007). Isto significa dar a liberdade para que qualquer pessoa possa acessar, analisar, desenvolver e se apropriar dos programas de computadores, visando a difusão mais democrática das tecnologias das informação.

O movimento tem seus primórdios em 1983 com a criação do Projeto GNU pelo *hacker* Richard Stallman, então desenvolvedor do *Massachusetts Institute of Technology* – MIT. Contrapondo-se às limitações impostas pelos softwares proprietários, Stallman visou criar uma alternativa livre em termos de sistema operacional e de outros programas de computador. Softwares esses que pudessem ser modificados e adaptassem-se às demandas e às necessidades dos usuários. Dessa forma, os desenvolvedor buscou incentivar a manutenção das práticas colaborativas típicas da comunidade *hacker* e universitária e anteriores à exploração e comercialização dos softwares. Para financiar e garantir as questões legais dos software livres, Stallman também criou a Fundação Software Livre (FSF, 2018).

Os softwares livres estão associados à criação de comunidades que se dedicam a práticas técnicas, socioeconômicas e, sobretudo, ativistas. O SL segue um modelo de produção em colaboração e que pode ser adaptável à demandas locais e específicas, visando, ainda, a inclusão sócio-digital e o desenvolvimento local e nacional (SILVEIRA, 2004, 2010).

Contudo, apesar de ser baseado em ideais de liberdade, igualdade e desenvolvimento, o software livre apresenta diversas controvérsias, sejam elas técnicas, sociais, econômicas, jurídicas, políticas, etc.. Padrões de dados proprietários, falta de incentivo e participação de mais pessoas nas comunidades de desenvolvimento, quebra de termos das licenças livres e falta de políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento desses softwares, dentre outros.

No que se refere à comunidade de desenvolvedores, o Brasil não se destaca como um países com muitos colaboradores em projetos de software livre. Por exemplo, no que se refere ao desenvolvimento da distribuição GNU/Linux Debian, os brasileiros estão em desvantagem



numérica quando comparados com os estadunidenses e europeus[4] (MACHADO, 2009). Mas, por outro lado, o nosso país é forte no que se refere ao uso e ao engajamento ativista no movimento.

4. Analisando o software livre a partir de uma perspectiva de gênero

Anteriormente, apresentamos apenas algumas das controvérsias que a comunidade do movimento software livre enfrenta em seu cotidiano. Outra controvérsia denunciada por pesquisadoras e ativistas é a brecha de gênero da comunidade software livre relativa a sua baixa presença de mulheres (HACHÉ *et al.*, 2011; NAFUS, 2011; NAFUS *et al.*, 2006). A escassez de mulheres na cadeia produtiva dos softwares livres é um problema mundial e no Brasil não é diferente.

As mulheres na comunidade internacional de software livre são 1,5% dos participantes, sendo que são 28% das desenvolvedoras software proprietário (NAFUS *et al*, 2006). Levantamento interno de 2011 da Wikipédia indica que as mulheres são apenas 8,5% dos editores em nível global. Já em relação à Wikipédia em inglês, outro estudo também de 2011 aponta que as mulheres são 16% dos editores e são responsáveis por 9% de seu conteúdo (PAGOLA, 2013). Outros indicativos da discrepância de gênero estão nos números dos eventos de TI: no Fórum Internacional de Software Livre, as mulheres foram 19% em 2013 e 25% em 2015 (FISL, 2013; 2015).

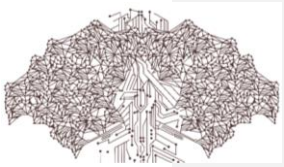
Apesar dessa desigualdade de gênero no mundo SL, há inúmeras iniciativas que visam mitigar essa lacuna de diferentes maneiras (PAZ, 2013). Tais manifestações surgem na forma de grupos, agrupamentos, coletivos, comunidades de usuários/as, eventos, publicações, sites, blogs, políticas e programas, dentre outros projetos. Atuam na promoção de sociabilidade de seus integrantes, debates, visibilidade de suas causas e talentos, projetos de capacitação ou tutoria e na realização de pesquisas. Sendo assim, podemos citar iniciativas brasileiras como os coletivos Rails Girls Brasil e Pyladies Brasil, o *hackspace* MariaLab em São Paulo, a política anti-assédio adotada pelo FISL e outros eventos, dentre outras (PAZ, 2015).

Dentre estas iniciativas que se dedicam às tecnologias livres, há o grupo /MNT – Mulheres na Tecnologia[5] que tem com objetivo promover o empoderamento das mulheres na TI e ver no

4

Como se pode ver no mapa de desenvolvedores divulgado projeto: <https://www.debian.org/devel/developers.loc.pt.html>. Acesso em: 22 jan. 2018.

5



movimento software livre um aliado nesta missão. O grupo foi fundado em 2009, por garotas de Goiânia-GO que se conheceram via grupo de discussão e eventos de software livre e que sentiam falta de mais mulheres participando dos eventos e da carreira na TI (PAZ, 2015).

O /MNT possui um conselho nos quais as líderes ponderam sobre os próximos passos da grupo, consultado as demais integrantes no grupo de discussão por e-mail. O grupo é misto mas são as mulheres as mais ativas. Neste ambiente, elas divulgam e comentam notícias, organizam seus projetos, fazem relatos de experiências na TI e de casos de discriminação, indicam vagas e oportunidades em educação e mercado de trabalho, divulgam eventos, dentre outros. As líderes tendem a amenizar os conflitos que surgem em algumas discussões em prol da manutenção e longevidade do grupo. Atualmente, as discussões do grupo estão mais esparsas, sem mais recorrentes no grupo do Whatspapp.

Apesar de se dedicar a TI de uma forma geral, o grupo foi escolhido como objeto de estudo por ser um grupo ativo e duradouro que também participa da comunidade software livre no Brasil, ajudando a aprimorar sua consciência de gênero.

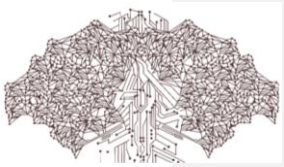
5. Entendendo a brecha digital de gênero

Visando analisar essa brecha de gênero na comunidade *hacker* do software livre no Brasil, será abordado, de forma breve, algumas problemáticas tratadas pelas teorias feministas e no campo da ciência e tecnologia (C&T).

Inicialmente, neste estudo entende-se que a categoria mulheres é uma categoria empírica da categoria gênero que é analítica. Sendo assim, considera-se que além de ser relacional, histórica e cultural, a categoria mulheres é plural devido a diversidade de fatores que aproximam e distanciam os indivíduos humanos que assim se identificam (NICHOLSON, 2000; PISCITELLI, 2002; SARDENBERG, 2007).

Os estudos feministas assim como criticaram a falta de neutralidade do discurso da teoria social, também focaram a sua crítica no mito da neutralidade da Ciência e da Tecnologia, interpretando-as, inclusive como a categoria mista que deve ser estudada em conjunto devido suas relações intrínsecas. "Ao resistir à separação da ciência e tecnologia, a mesma palavra tecnociência revela que as fusões de categorias estão em jogo (HARAWAY, 2004, p. 81,

Ver <http://mulheresnatecnologia.org>. Acesso em: 25 jan. 2018.



tradução nossa)[6]. Sendo assim, a tecnociência feminista possui tando um caráter analítico e contestador quanto um atuante em prol dos avanços técnico-científicos e da inovação, ambos tendo em voga as questões de gênero (GARCÍA, 1999; HARAWAY, 2004; WAJCMAN, 1991, 2006, 2009).

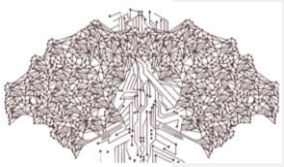
Esta perspectiva de gênero dos estudos feministas da tecnociência ou estudos tecnofeministas deve levar em consideração a brecha digital de gênero, a existência dos estereótipos negativos de gênero, a importância da atuação de mulheres em toda a cadeia produtiva da tecnologia, além de não ser determinista.

Segundo, Castaño (2008) a brecha digital de gênero é relativa a desvantagem histórica e cultural das mulheres em termos não apenas de seus usos de tecnologia, mas também em relação ao não desenvolvimento das suas habilidades, capacidade de apropriação e de tomada de decisão nessa área. Pois a maior presença de homens na tecnologia e a associação de características masculinas a esta área é um fator excludente para as mulheres. Esta invisibilidade soma-se aos estereótipos negativos de gênero, que masculinizam e afastam a tecnologia do que se assume ser compatível às subjetividades e às habilidades femininas. Por isso, esta relação tecnologia-gênero precisa ser repensada de forma a se ter avanços tecnocientíficos não excludentes, como defende Sedeño (1999).

Sendo assim, é importante analisar e atuar em prol do avanço feminino em termos de toda a cadeia produtiva da tecnologia, o que perpassa o projeto, o desenvolvimento, a distribuição, o consumo e a apropriação, atuando assim contra os processo de invisibilização das mulheres, como apontam Wajcman (2006) e Selaimen (2013). Para tanto, Taback (2007) defende a adoção de políticas públicas e ações afirmativas que promovam e incentivem a inclusão feminina a partir de iniciativas em diferentes níveis escolares.

6

Texto original: *Al resistir la separación de ciencia y tecnología, la misma palabra tecnociencia devela que las fusiones de categorías están en juego. En particular, existe otra separación de categorías que parece inútil para representar a tecnociencia: la que existe entre ciencia y política, ciencia y sociedad, o ciencia y cultura. Como mínimo, un tipo de categoría semejante no puede utilizarse para explicar la otra, y ninguna puede reducirse al estatus de contexto de la otra.*



Contudo, o determinismo deve ser rechaçado, ou seja, não interpretar a tecnologia como essencialmente libertadora, nem como excludente a priori (WAJCMAN, 2006). É necessário que a agência e as pesquisas feministas sejam críticas e levem em consideração situações e subjetividades.

Neste contexto, os estudos tecnofeministas devem se distinguir dos estudos da Ciência, Tecnologia e Sociedade, por analisar essa matriz por uma perspectiva na qual o "gênero é fundamental para este processo sociotécnico: que a materialidade da tecnologia proporciona ou inibe o fazer de determinadas relações de poder de gênero" (WAJCMAN, 2009, p. 8, tradução nossa)[7]. Dessa forma, busca-se que as relações entre homens, mulheres e tecnologias possam se dá de forma mais igualitária.

Consideramos que a ausência de mulheres em comunidades sociotécnicas como a do software livre, não é apenas uma questão de acesso e de habilidades, e sobretudo, não é um problema apenas das mulheres. Sendo assim, não se faz interessante apenas as potencialidades do SL em associação ao movimento de mulheres, mas também se faz importante descobrir quais as controvérsias presentes nesta comunidade e como as mulheres estão "hackeando" as relações de gênero para alcançar o empoderamento e a igualdade.

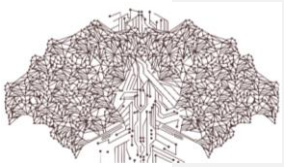
6. Hackeando gênero no software livre

A atuação das mulheres integrantes do grupo /MNT na comunidade software livre ocorre de diversas formas: incentivo da presença das mulheres em espaços de visibilidade da comunidade; apresentação de modelos de mulheres em posição de destaque na carreira e na comunidade; participação na cadeia produtiva e de difusão do SL. Ou seja, o /MNT está sempre em busca do empoderamento feminino, participando de forma ativa do movimento software livre, promovendo iniciativas pró-equidade de gênero nesta comunidade.

6.1 Presença das mulheres em espaços de visibilidade

7

Texto original: *For me, the distinguishing insight of feminist STS or technofeminism is that gender is integral to this sociotechnical process: that the materiality of technology affords or inhibits the doing of particular gender power relations.*



Uma das principais ações do grupo /MNT na comunidade software livre é a promoção da visibilidade das mulheres neste meio, incentivando a participação e a sociabilidade, reforçando a formação de redes de apoio.

Em suas participações em eventos de TI, como o caso do Fórum Internacional de Software Livre ou do Congresso Internacional Software Livre e Governo Eletrônico, o /MNT atua em campanha convidando mais mulheres a se inscreverem, tendo a garantia de ter o grupo como companhia e apoio, visto que, para algumas, participar de eventos cuja maioria dos participantes são homens é um fator inibidor.

A adoção de políticas anti-assédio nos eventos presenciais atua nesse sentido de tornar o ambiente mais propício e encorajador à participação de todas e todos. Esta foi uma prática que começou no Fórum Internacional de Software Livre (FISL) em 2013, como uma exigência da palestrante convidada Valerie Aurora, da Ada Initiative[8], que visa promover a inserção de mulheres na TI. O código de conduta, criado junto com a organização do evento, foi baseada na política anti-assédio do Geek Feminist Wiki[9]. Segundo esta ativista, o assédio sofrido pelas mulheres em eventos é um dos principais motivos do afastamento delas desses espaços de troca de conhecimento e debates. Desde então, tal prática se tornou recorrente, principalmente, em eventos promovidos por iniciativas de mulheres na tecnologia como as citadas anteriormente.

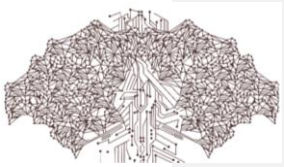
O /MNT adotou o código de conduta anti-assédio e discriminações pelo menos desde 2015[10] na realização do seu próprio evento, o Encontro Nacional de Mulheres de Tecnologia (ENMNT), que ocorre desde 2013. A 5ª edição do ENMNT ocorreu em junho de 2017, com tema "Construindo o Futuro Digital". O seu código de conduta diz "não toleramos qualquer forma de assédios ou intimidações de qualquer participante do evento, seja audiência, palestrantes, colaboradores, ou quaisquer membros da comunidade". Este aviso prévio de comprometido com a boa conduta e a possibilidade de punição aos assediadores foi bem visto e comentado na comunidade e ajuda a estimular a participação de mais mulheres nas atividade comunitárias.

Com este mesmo objetivo, ao Fórum Internacional de Software Livre, o estande do /MNT serve não apenas para a sua divulgação e venda de produtos (camisas, broches, canecas, etc.), mas

8 Ver <https://adainitiative.org/>. Acesso em: 25 jan. 2018.

9 Ver <http://geekfeminism.wikia.com/wiki/Geek_Feminism_Wiki>. Acesso em: 25 jan. 2018.

10 Ver texto da política em: <http://antigo.mulheresnatecnologia.org/encontro2015/?page_id=153>. Acesso em: 25 jan. 2018.



também como ponto de encontro para as mulheres dentro do evento. Sendo, assim há sempre um local para encontrar e conhecer outras mulheres da área, o que também é uma alternativa para o tempo ocioso. Também é uma prática do grupo, mapear e divulgar palestras de mulheres, oferecendo apoio e presença na plateia.

Dentro da categoria da visibilidade, também é válido citar todas as palestras ministradas e entrevistas concedidas pelas integrantes do /MNT. Uma vez que elas são residentes em diversos estados do país, o grupo incentiva o encontro e participação de suas integrantes em eventos locais, promovendo o entrosamento e o debate de gênero em outras cidades.

Por fim, os ambientes digitais também são utilizados e ocupados pelo grupo, que possui perfis em redes sociais, website e lista de discussão por email.

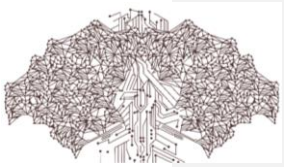
6.2 Apresentação de modelos de mulheres em posição de destaque

Alinhado com a política de meritocracia da comunidade, o /MNT faz um mapeamento de talentos e as incentiva a participar como palestrantes em evento de TI, oferecendo apoio na plateia e, até mesmo, coautoria nas apresentações.

Desde 2013, o grupo passou a promover anualmente o Encontro Nacional de Mulheres na Tecnologia (ENMNT). Se inicialmente a ideia era a de um evento sobre mulheres e tecnologia, nas edições seguintes passou a se posicionar como um evento de tecnologia feito com perspectiva de gênero. Mesmo enfrentando algumas críticas, a organização assumiu uma grade de palestras e oficinas ministradas exclusivamente por mulheres. Além disso, o evento também faz uma curadoria de projetos em gênero e TI e dar a oportunidade de que mais mulheres tenham experiência como palestrantes.

Em 2013, o /MNT promoveu uma campanha para aumentar a quantidade de mulheres submetendo trabalhos a serem apresentado no FISL. Nesta edição do evento, o grupo também atuou junto à organização, demandando uma maior participação de mulheres como palestrantes, além da adição de conteúdos voltados para inclusão de mulheres na TI e o debate sobre gênero. O resultado percebido foi um evento cuja grade de programação realmente apresentou mais palestrantes mulheres, além de mini-eventos chamados “encontros comunitários” de grupos de mulheres como o /MNT e o GarotasCPBr, oficina de programação para mulheres e palestras sobre gênero e TI.

Outra demanda do grupo à organização do evento foi o registro do gênero não apenas dos participantes mas também dos palestrantes nas estatísticas do evento, algo até então não



contabilizado o que dificulta a análise dos impactos dessa militância das mulheres nos números do evento.

No Encontro Nacional de Mulheres na Tecnologia, a mesa de abertura é composta por mulheres de destaque e autoridades, contrastando, por exemplo, com a mesa de abertura do FISL em 2012, na qual apenas homens estavam nesta posição de destaque.

Ainda na intenção de apresentar talentos e casos de sucesso de mulheres na TI, o grupo sempre buscar evidenciar suas histórias de vida e currículos, seja em seu site, seja em seus eventos ou debates via lista de discussão.

6.3 Participação na cadeia produtiva e de difusão do SL

Embora os exemplos de mulheres desenvolvedoras de software sejam menos numerosos mundial e localmente, existe um esforço pela divulgação desses perfis pelo grupo estudado, não apenas para revelá-los mas também para incentivar outras mulheres a ingressarem nesta área. Sendo assim desde a primeira edição do ENMT, o grupo aborda a trilha temática do desenvolvimento, por exemplo, com caso de sucesso "Participação Feminina em Projetos Colaborativos" com a desenvolvedora e ativista Luciana Fuji[11].

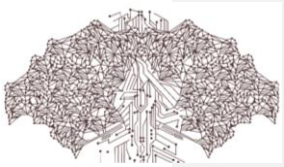
Outra prática recorrente é a divulgação e o apoio à realização de oficinas e cursos de capacitação em TI, como o de programação. Neste aspecto, a atuação do /MNT se dá, em maioria, na forma de parcerias com outros grupos como o Pyladies, projeto que também participa do evento do grupo, o ENMNT, e que busca de forma prática aproximar mulheres da função de programação de computadores.

Alguns dos obstáculos a serem superados aqui é a valorização diferenciada que desenvolvedores assumem nesta comunidade em comparação com as demais funções e o estereótipo de que as mulheres não são programadoras. Este estereótipo negativo para essas mulheres é ainda mais agravado em uma comunidade que acredita no mito da meritocracia e que dá mais evidência a desenvolvedores do que a outras funções complementares à criação de softwares como tradutores, mantenedores, designers, etc..

Outras iniciativas anteriormente citadas também podem ser analisadas como meios de participação através da difusão do software livre, observando, inclusive, que a participação,

11

Ver programação do evento em: <http://antigo.mulheresnatecnologia.org/agenda>. Acesso em 25 jan. 2018.



organização e apresentação de trabalhos também são consideradas, por essas mulheres, formas de colaborar com o movimento SL[12].

7. Considerações Finais

A ação das mulheres participantes da comunidade software livre no intuito de modificar a situação no sentido da inclusão de gênero deflaga o seu ativismo político e sua atitude *hacker* em termos da condição social das mulheres neste movimento. Esta comunidade, que embora clame pela liberdade, ainda reproduz discriminações e estereótipos que prejudicam a atuação feminina.

Cientes de seu potencial, as mulheres se organizam neste grupo em prol do seu próprio empoderamento, incentivando e criando oportunidades de inclusão tanto práticas quanto simbólicas. Ou seja, as mulheres do /MNT fazem um *hacking* de gênero na comunidade software livre tanto quantitativamente quanto qualitativamente. Afinal, elas promovem mudanças em termos numéricos dos participantes dos eventos e outros projetos, mostrando à comunidade tanto o interesse das mulheres pelo tema, como dando às novatas uma oportunidade de se incluir na participação em eventos e projetos de SL. O grupo também "hackeia" o grade de programação desses eventos, fomentando a presença de mulheres palestrantes, o que acarreta em mudanças na comunidade também em termos de protagonismo.

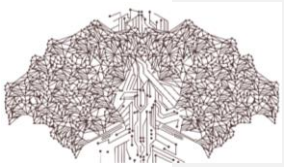
Com suas iniciativas e aliados, o /MNT fomenta a reconfiguração da cultura dominantemente masculina associada à tecnologia da informação, como alerta Wajcman (2006, 2009). Sendo assim, elas também se alinham com o que diz Selaimen (2013) sobre a importância de mudar os papéis atribuídos às mulheres no que tange a tecnologia.

Logo, se outrora esperava-se que os *hackers* fossem homens, a comunidade software livre tem experimentado uma revisão de suas práticas e princípios com a atitude criativa, contestadora e empoderada das mulheres organizadas em grupos como o /MNT. Afinal, lembramos que este não é o único grupo de mulheres na comunidade SL e, mesmo mantendo uma boa rede de interlocutoras e aliadas, este grupo não mantém relação com todas as demais organizações de mulheres que circulam nos espaços sociotécnicos do movimento software livre.

Consideramos que esta atitude *hacker* do /MNT poderia se estender também em outros aspetos sociais e políticos para o empoderamento das mulheres no software livre, atuando, por

12

Fez parte da pesquisa a aplicação de um questionário online às mulheres participantes das atividades do /MNT nos eventos pesquisados e citados anteriormente. Uma das perguntas foi sobre as formas de colaboração com o movimento software livre por parte das participantes.



exemplo, em denúncias, boicotes e manifestações públicas de apoio à causas tecnofeministas correlatas.

Atualmente, o grupo está menos atuante no que se refere às suas interações em ambientes digitais de discussão, apesar de manter a realização anual do evento ENMNT. Devido a crise econômica nacional, eventos de TI deixaram de acontecer, como foi o caso do FISL em 2017, o que acarreta em menos uma oportunidade de reunião do grupo. Contudo, independente da atuação coletiva, algumas de suas integrantes continuam em suas militância individuais, em outros e em suas carreiras na T. De qualquer forma, o grupo continua sendo uma referência no tema mulheres e tecnologia, bem como continua sendo acionado para o *networking* e parcerias com outros projetos.

8. Referências Bibliográficas

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia. VIANA, Lucina. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. FAMECOS/PUCRS, Porto Alegre, n.20, p.34-40, dez. 2008,

BRAGA, Adriana. T**écnica etnográfica aplicada à comunicação online**: uma discussão metodológica. UNIrevista, v.1, n.3, jul. 2006.

CASTAÑO, C. **La segunda brecha digital**. Madri: Cátedra, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

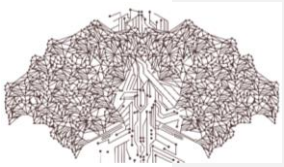
FISL. FÓRUM INTERNACIONAL SOFTWARE LIVRE. **Relatório**, 2013. Acesso em: 22 jan. 2018.

_____. . FÓRUM INTERNACIONAL SOFTWARE LIVRE. **Relatório**, 2015. Disponível em: <http://softwarelivre.org/fisl16/noticias/confira-o-relatorio-completo-do-fisl16>. Acesso em: 22 jan. 2018.

FSF, FREE SOFTWARE FOUNDATION. 2018. Disponível em: <http://www.fsf.org>. Acesso em: 22 jan. 2018.

GARCÍA, M. I. G. Estudio social de la ciencia en clave feminista: género y sociología del conocimento científico. In: BARRAL, M. J. et al. (Eds). **Interacciones ciencia y género**: discursos y prácticas científicas de mujeres. Barcelona: Içaria, 1999.

GNU. PROJETO GNU. Disponível em: <https://www.gnu.org/licenses/gpl-3.0.en.html>. Acesso em: 22 jan. 2018.



HACHÉ, A.; CRUELS, E.; VERGÉS, N. **Mujeres programadoras y mujeres hackers**: una aproximación des de Lela Coders. [s.l.:s.n.], 2011.

HARAWAY, D. J. Testigo_Modesto@Segundo_Milenio.HombreHembra_Conoce_ Oncoratón: **Feminismo y Tecnociência**, Barcelona: UOC, 2004.

_____. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: HARAWAY, D. J. **Antropologia do ciborgue**: as vertigens do pós-humano. Organização e tradução: Tomaz Tadeu da Silva. 2.ed. Belo Horizonte : Autêntica, 2009. – (Mimeo).

HIMANEM, Pekka. **A ética dos hackers e o espírito da era da informação**: a diferença entre o bom e o mau hacker. Tradução: Fernanda Wolff. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

HINE, Christine. The virtual objects of ethnography. **Virtual Ethnography**, Londres, SAGE Publications, p. 41-66, 2000.

KOZINETS, Robert. **Netnografhy**: doing ethnography research online. [s.l.:s.n.], 2009. (cap. 1 e 2.).

LEVY, Steven. **Hackers**: heroes of the computer revolution. Portland, OR: [s.n.], 1994

MARKS, Paul. Wikileaks: o que Julian Assange espera alcançar? 2010. In: **Revista Galileu**. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI191495-17770,00-WIKILEAKS+O+QUE+JULIAN+ASSANGE+ESPERA+ALCANCAR.html>. Acesso em: 25 jan. 2018.

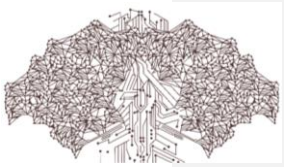
MURTHY, Dhiraj. **Digital ethnography**: an examination of the use of new technologies for social research. Sociology, London: Sage, v. 42, n.5, p. 837–855, 2008.

NAFUS, Dawn. **Patches don't have gender**: what is not open in open source software. **New Media & Society**, v. 14, n. 4, p. 669–683, 2011.

NAFUS, Dawn; LAECH, James; KRIEGER, Bernhard. **Free/libre and open source software**: policy support. Cambridge, March 2006.

NICHOLSON, L. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**, v.8, n.2, 2000.

PAGOLA, Lila. De mulheres e enciclopédias. Formas de construir realidades e representações.In: NATANSOHN, Graciela. (Org.). **Internet em código feminino.** Teorias e práticas. Edição revista e ampliada. 2ed.Buenos Aires: La Crujía, 2013, v. 1, p. 109-118.



PAZ, M. S. D. . A divisão digital de gênero no movimento software livre do Brasil. In: NATANSOHN, Graciela. (Org.). **Internet em código feminino.** Teorias e práticas. Ed. revista e ampliada.. 2ed. Buenos Aires: La Crujía, 2013, v. 1, p.151-162

_____. . **Mulheres e tecnologia**: hackeando as relações de gênero na comunidade software livre do Brasil. Tese (doutorado) – Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2015.

PISCITELLI, A. Re-criando a (categoria) mulher. In: ALGRANTI, L. M. (Org.). **Textos didáticos 48:** a prática feminista e o conceito de gênero. Campinas: Unicamp, IFCH, 2002.

RAYMOND, Eric S. Como se tornar um hacker. **IME USP**, São Paulo, 2001 [tradução]. Disponível em: <http://www.linux.ime.usp.br/~rcaetano/docs/hacker-howto-pt.html>. Acesso em: 22 jan. 2018.

SARDENBERG, C. M. B. Back to Women? Translations, re-significations, and myths of gender in development planning and policy in Brazil. In: CORNWALL, A.; WHITEHEAD, A.; HARRISON, E. (Eds.). **Feminisms in Development:** contradictions, contestations & challenges. London: ZED Books, 2007.

SEDEÑO, E. P. Feminismo y estudios de ciencia, tecnología y sociedad: nuevos retos, nuevas soluciones. In: BARRAL, M. J. et al. (eds). **Interacciones ciencia y género**: discursos y prácticas científicas de mujeres. Barcelona: Içaria, 1999.

SELAIMEN, Graciela Baroni. Mulheres desenvolvedoras de tecnologias: o desafio das histórias invisíveis que moram entre zeros e uns. In: NATANSOHN, Graciela (Org.). **Internet em código feminino:** teorias e práticas. Vol. 1. 2.ed. revista e ampliada. Buenos Aires: La Crujía, 2013.

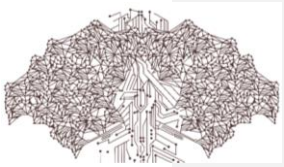
SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Software livre**: a luta pela liberdade do conhecimento. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

_____. Ambivalências, liberdade e controle dos ciberviventes. In: SILVEIRA, Sergio Amadeu da (Org.). **Cidadania e redes digitais**. 1.ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil: Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.

TABACK, F. Apesar dos avanços: obstáculos ainda persistem (overcoming persistant obstacles). **Cadernos de gênero e tecnologia,** n.10, ano 03, p.9-20, jul.-ago.-set. 2007.

THE MENTOR. The Conscience of a Hacker. **Phrack Inc.**, Volume One, Issue 7, Phile 3 of 10, 1986. Disponível em: <http://phrack.org/issues/7/3.html>. Acesso em: 22 jan. 2018.

WAJCMAN, J. **Feminism confronts technology**. Cambridge, UK: Polity Press, 1991.



_____. . **El tecnofeminismo.** Madrid: Cátedra, 2006.

_____. . Feminist theories of technology. **Cambridge Journal of Economics Advance Access,** 8 Jan. 2009.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

NA INTERFACE COM AS NOVAS GERAÇÕES: INVESTIGANDO AS VIVÊNCIAS DE ADOLESCENTES NAS TECNOLOGIAS DIGITAIS[1]

Sebastião Gomes de Almeida Júnior[2]

Pesquisa de doutorado em curso com adolescentes em interface com as tecnologias digitais. Busca-se compreender de que modo os sujeitos investigados potencializam seu desenvolvimento na apropriação de instrumentos e signos culturais, mediados pelos dispositivos tecnológicos da cibercultura. A pesquisa se articula com autores que abordam as redes sociotécnicas na atualidade. No desenvolvimento teórico-metodológico da pesquisa, foi realizado um estudo piloto com adolescentes, de idades entre 12 e 16 anos, onde foram desenvolvidos "mapas vivenciais", com fundamentação no conceito de vivência (*perejivanie*), de Vigotski. Mediante entrevistas semi-estruturadas, seguindo uma perspectiva dialógica, os participantes revelam as suas vivências na cultura digital, envolvendo seus espaços-tempos cotidianos. Subsidiada em considerações sobre as relações espaço-temporais na constituição das vivências humanas, concebendo a pesquisa que rompem com as narrativas hegemônicas, essa investigação piloto se referencia em apontamentos que se articulam com os postulados qualitativos bakhtinianos, fundamentando-se no conceito de cronotopia.

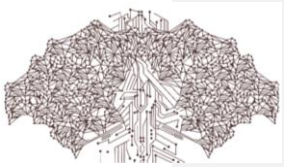
Palavras-chave: adolescentes; cibercultura; teoria histórico-cultural; vivência; mapas vivenciais

Introdução

Compreender os jovens que se inserem nos ambientes digitais exige que se aprofunde a pesquisa sobre os fenômenos comunicacionais contemporâneos. Para tanto, a pesquisa apresentada no presente artigo se articula com autores que tratam das novas configurações culturais perpassadas pelas tecnologias que caracterizam essas mudanças recentes pela consolidação da sociedade em rede. Todo esse contexto de transformação envolvendo as forças produtivas decorrentes da circulação de informação em um novo paradigma sociotécnico (CASTELLS, 2004 E 2007; SANTAELLA, 2003 E 2005; LÉVY, 1999; LEMOS, 2008; LÉVY e LEMOS, 2010; RUDGER, 2011) desponta como desafio para aqueles que buscam a compreensão dos mais diversos fenômenos da contemporaneidade. Juntam-se a esses autores, que discutem o ambiente comunicacional da cibercultura, formulações que, nas suas abordagens

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. Pesquisador é doutorando do Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGE-UFJF) e integrante do Grupo de Pesquisa Aprendizagem em Rede (GRUPAR). E-mail: tito-jnr@hotmail.com



específicas, tratam das formas de participação dos usuários por meio das mídias digitais interativas (JENKINS, 2008; SHIRKY, 2011; RECUERO, 2009; MURRAY 2001).

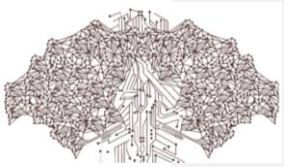
Hoje, de forma cada vez mais intensa e rápida, diferentes áreas da vida humana têm sido afetadas por transformações nas quais ocorre uma série de mudanças culturais envolvendo os aparatos tecnológicos da informação. Para Santaella (2003, p. 18), "o que mais impressiona não é tanto a novidade do fenômeno, mas o ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e os conseqüentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais que elas provocam".

Com a associação da telecomunicação com a informática por meio da digitalização e a compressão de dados é possível receber, estocar, tratar e difundir qualquer tipo de signo por meio do computador. "Catalizados pela multimídia e hipermídia, computadores e redes de comunicação passam assim por uma revolução acelerada no seio da qual a internet, rede mundial das redes interconectadas, explodiu de maneira espontânea, caótica, superabundante." (SANTAELLA, 2003, p. 71).

Para Santaella (2003), ocorre um alvorecer de novas formações socioculturais denominadas de cultura digital ou cibercultura. Nessa perspectiva, a cibercultura sucede eras culturais, que se iniciam com a cultura oral, passando pela escrita, pela impressa, a de massas e das mídias. Dessa abordagem entende-se que, com a cultura de massas, a realidade da cultura começa a se impor até o ponto de inflação no espaço social, atingindo o intenso nível de relacionamento ativo da audiência vivenciado na atualidade.

Desafiando esse contexto onde as novas gerações convivem, a cibercultura está presente, assim como os meios massivos tiveram papel preponderante outrora, repercutindo em um contexto cultural que infuenciava o cotidiano dos indivíduos. Santaella (2003) aborda a "cultura midiática", que faz a passagem da cultura massiva para a cultura digital. A autora salienta as consequências culturais da exacerbação da cultura de massas, como a proliferação dos meios híbridos de segmentação e diversificação das mensagens.

O desenvolvimento da informática na segunda metade do século XX e a criação de novas utilizações para os computadores implicou em mudanças mais profundas na sociedade. Das finalidades estratégicas militares aos usos na indústria para produtividade, a digitalização iniciou sua penetração disparando processos econômicos e sociais de grande amplitude. Com o computador pessoal e a fusão da informática com os diversos meios de comunicação surge um novo movimento em que a evolução técnica contemporânea promove mutações sociais e culturais. "As tecnologias digitais surgiram, então, como a infra-estrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento." (LÉVY, 1999, p. 32).

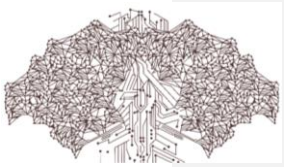


Nessa perspectiva, podemos refletir o quanto a cibercultura se consolida na contemporaneidade e como ela tem impactado a vida humana, a sociedade e seus instituições, repercutindo em novas formas de ser e estar no mundo pela mediação tecnológica. As mudanças culturais promovidas pelo desenvolvimento *web*, orgânico e não planificado, se assemelham, segundo Lemos e Lévy (2010), a uma série de avanços emancipatórios humanos em movimento nos últimos quatro séculos. Esses movimentos vão desde a superação da difusão da leitura e escrita especializada, condicionada aos anos de permanência na escola, aos movimentos sociais de superação das desigualdades históricas. Lemos e Lévy (2010, p. 46) ressaltam que "em várias expressões da cibercultura, trata-se de reconfigurar práticas, modalidades midiáticas, espaços, sem a substituição de seus respectivos antecedentes". Nessa perspectiva, na nova potência de liberação da palavra, possibilitada pelas tecnologias digitais, emergem a liberação da emissão, na conexão planetária e na consequente reconfiguração cultural, social e política, ocorrendo a recombinação e criação de processos de inteligência, de aprendizagem e de produção, tanto coletivos quanto participativos.

De acordo com Rudger (2011), com a popularização da internet nos anos de 1990, para além de ser uma plataforma apropriada pela comunicação cotidiana, o mercado e a publicidade a exploraram trazendo visibilidade, passando a ser denominada por comunicadores e intelectuais como cibercultura, tendo em vista a transformação da informática no cotidiano de pessoas e instituições. Historicizando a estabilização desse conceito que foi se consolidando nos meios acadêmicos a partir da segunda metade do século XX, o autor procura esboçar uma definição.

> Cibercultura é a expressão que serve à consciência mais ilustrada para designar o conjunto dos fenômenos cotidianos agenciando ou promovido com o progresso das telemáticas e seus mecanismos. Afinando o conceito um pouco mais, poderia bem ser definida como a formação histórica, ao mesmo tempo prática e simbólica, de cunho cotidiano, que se expande com base no desenvolvimento das novas tecnologias eletrônicas de comunicação. (RUDGER, 2011, p. 10)

Em uma velocidade sem precedentes, diferentes áreas da vida humana têm sido afetadas por mudanças culturais envolvendo os aparatos tecnológicos da informação. Nesse cenário de inovações, conduzidas pelas mídias digitais interativas instauram um ambiente comunicacional em que a produção, distribuição e circulação de mensagens estão potencialmente acessíveis a todos os indivíduos conectados em redes de informação e conhecimento. Todo esse contexto de revolução tecnológica é abordado por Castells (2007), que aponta para as transformações em diversos setores da vida humana com base na informação. De acordo com o autor, ocorre todo

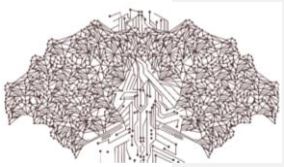


um ciclo de realimentação, com a introdução de novos dispositivos, que, com seus usos e desenvolvimentos, se ampliam no alcance e possibilidades de utilização com a apropriação dos usuários que a redefinem. Dessa forma, passa a se configurar uma relação muito mais próxima entre a cultura da sociedade, que envolve criação e manipulação de símbolos, e as forças produtivas de bens e serviços, em que a mente humana se torna uma força direta de produção. Além disso, o ambiente de conexões passa se configurar como um terreno propício de incentivo à autonomia dos indivíduos, ao desenvolvimento em larga escala e às facilidades da comunicação na rede possibilitadas pelas novas práticas de interação nesses meios.

Em uma perspectiva que integra tecnologia e sociedade, Castells (2007) vê nas revoluções tecnológicas industriais e na expansão capitalista avanços nos quais a proximidade com os locais de inovação e produção das novas tecnologias concorre para a transformação mais rápida das sociedades. Assim, será maior o retorno positivo que incide nas condições sociais favorecendo futuras inovações.

Para Castells (2007), a velocidade de inovação tecnológica e sua difusão envolvendo pesquisas, negócios, processos e produtos estabelece a formação de um novo paradigma sociotécnico ligando tecnologia e interesses de mercado. As tecnologias agem sobre a informação, envolvendo as redes, a penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias nos indivíduos. Isso resulta na "capacidade de reconfiguração, um aspecto decisivo em uma sociedade caracterizada por constante mudança e fluidez organizacional" (CASTELLS, 2007, p. 109). Outro aspecto desse contexto de inovação é o da convergência das tecnologias específicas que formariam um sistema altamente integrado, ressaltando o autor que, no paradigma da informação, o atual processo de convergências envolvendo diferentes campos tecnológicos resulta de sua lógica de compartilhamento na geração da informação. Esses apontamentos situam a abrangência e complexidade maiores da rede, revelando que "o paradigma da tecnologia de informação não evolui para o fechamento como sistema, mas numa abertura de uma rede de acessos múltiplos. É forte impositivo de materialidade, mas adaptável e aberto em seu desenvolvimento histórico." (CASTELLS, 2007, p. 113). Assim, a vida e a mente seriam os principais atributos desse paradigma baseado na tecnologia de informação. Pode-se dizer ainda que, de acordo com essa abordagem, evidencia-se a relação determinante da tecnologia aos sistemas de produção e ao mercado, implicando em uma maior complexidade do sistema em forma de rede.

Lemos (2008) concebe a cibercultura a partir do entendimento de que a cultura contemporânea em associação com as tecnologias digitais cria uma nova relação envolvendo técnica e vida social. O autor defende a existência de uma relação simbiótica entre o homem, a natureza e a sociedade. Historicamente, a humanidade teve em cada época uma cultura técnica



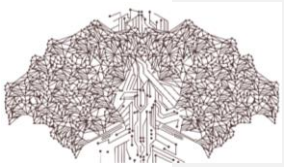
particular. Na sociedade de informação, onde ocorre a saturação dos ideais de modernidade, surgem novas formas de sociabilidade aliadas às possibilidades da microeletrônica.

Ao abordar as tecnologias digitais e a vida social na cultura contemporânea, Lemos (2008) trata da convergência entre as novas tecnologias de base microeletrônica e a socialidade, que estabelece as bases da cibercultura na contemporaneidade. No cenário apontado pelo autor, os agrupamentos urbanos contemporâneos estabelecem a atmosfera das sociedades ocidentais, contrapondo-se ao conceito de sociabilidade institucional e racional da vida da modernidade, por meio da multiplicidade da experiência coletiva. Assim, a tecnocultura, historicamente instituída com a modernidade e suas ideologias, começa a ser confrontada por uma nova fase de desenvolvimento tecnológico de controle simbólico do tempo e do espaço marcada pela ubiquidade, pela ênfase no presente e na simulação. Para Lemos (2008), ocorre uma crise que é influenciada pelos meios de comunicação e pela sociedade de consumo e sua dinâmica. A partir dessa ruptura, ocorre na contemporaneidade uma crise dos paradigmas fundadores da ideia de modernidade baseada na tecnoestrutura e na tecnocultura. A consciência dessa ruptura com a modernidade, que tem na linearidade histórica o caminho inevitável para o progresso, começa a surgir a partir de uma nova consciência que se expressa na pós-modernidade. É nessa nova condição sociocultural que se desenvolve a cibercultura, situada em uma nova ordem econômica pós-industrial, caracterizada por um sentimento de mudança cultural e social.

Além das mudanças nos processos de produção e consumo de bens e informações que circulam nas várias instâncias da sociedade, é inegável que as novas apropriações sociais pelas redes sociotécnicas se consolidam como uma reconfiguração cultural no presente, impactando sólidas estruturas consolidadas na modernidade.

A interface entre as tecnologias digitais e o desenvolvimento humano: algumas considerações

A cibercultura se estabelece como uma realidade no convívio das novas gerações, incorporando-se no seu cotidiano em diferentes modalidades, envolvendo instrumentos e signos que mobilizam linguagem e pensamento nesse ambiente. Ao levar em conta que a vivência social e a mediação dos instrumentos da cultura e da linguagem estruturam o desenvolvimento humano, pode-se considerar que o referencial teórico histórico-cultural se articula com o presente tema de estudo sobre as novas gerações que se apropriam dos dispositivos técnicos da cibercultura na sua comunicação.



Refletindo sobre as tecnologias digitais e o desenvolvimento humano, Freitas (2015) nos fala do aspecto inovador da psicologia histórico-cultural que concebe a relação dialética entre as funções elementares (naturais) e as superiores (culturais). Essas funções se articulam na unidade da pessoa. Ressaltando o pensamento de Vigotski[3], a autora afirma que "a natureza da cultura está relacionada com o caráter duplamente instrumental, técnico e simbólico da atividade humana." (FREITAS, 2015, p.3). A cultura vem a ser, assim, a totalidade das realizações humanas. Dessa forma, sendo produto de uma sociedade e de uma cultura, podemos compreender as tecnologias digitais como criação do homem, no seu processo histórico de transformação do mundo. Ao levar em conta que a vivência social e a mediação dos instrumentos da cultura e da linguagem estruturam o desenvolvimento humano, pode-se considerar que o referencial teórico histórico-cultural se articula com o presente tema de estudo sobre as novas gerações que se apropriam dos dispositivos técnicos da cibercultura na sua comunicação.

Ao tratarem do desenvolvimento cultural humano, Vygotsky e Luria (1993) ressaltam a importância dos instrumentos artificiais da cultura para a expansão dos sentidos, modificando-os no processo de sua evolução. O homem inventou ferramentas e criou um ambiente industrial cultural. Esse ambiente criado pelo homem causou alterações na sua maneira de pensar e agir, suscitando formas culturais complexas de comportamento, que vieram a tomar o lugar das formas primitivas. Nesse processo da evolução humana, de maneira gradativa, ocorreu o aprendizado de usar racionalmente suas capacidades naturais.

Na abordagem histórico-cultural, observa-se a estreita ligação entre as atividades produtiva e cognitiva, num movimento dialético, no qual, "ao mesmo tempo que se opõem e se negam, constituem-se mutuamente, pela mediação instrumental/semiótica" (Pino, 2001, p.40). Ocorre nesse movimento dialético uma dupla transformação da natureza pelo homem, em que ele a constitui como um objeto de conhecimento (produção cultural), tornando-se, ele, também sujeito de conhecimento.

Para a perspectiva histórico-cultural, nas funções psicológicas superiores, de natureza cultural, ocorre a constituição do indivíduo enquanto sujeito conhecedor na sua progressiva participação em práticas cognitivas na sociedade. Assim, ele transforma em seus tanto os saberes, objetos do conhecimento, produzidos historicamente pelos homens, como as formas de saber e pensar.

[3] Lev Semionovitch Vigotski (1896-1934) é o fundador da psicologia histórico-cultural. Sua teoria compreende que o desenvolvimento humano ocorre no encontro com os signos e os instrumentos da cultura, estabelecendo que é na linguagem e na vivência social que se dão as aquisições da criança e não como processos internos de maturação biológica.

Adolescentes que se constituem nas tecnologias digitais em seus espaços-tempos: uma articulação teórico-metodológica com o conceito de vivência

Em minhas aspirações enquanto pesquisador voltado para conhecer os adolescentes, articulando as questões investigadas no campo com o referencial da teoria histórico-cultural, minha trajetória, até o momento, fez-me compreender, nesse contexto das novas gerações inseridas no ambiente comunicacional contemporâneo, o quanto esses sujeitos estão construindo, em seu tempo e nos seus espaços, as suas vivências, mediados pelos signos da cibercultura, envolvendo diferentes modos de se engajarem no seu meio social e cultural.

Para Jerebtsov (2014), o conceito de vivência (*perejivanie*) na teoria de Vigostski traduz, de forma generalizada, muitos fenômenos psicológicos de forma a entender o desenvolvimento humano. Em seu posicionamento, o autor esclarece que a teoria histórico-cultural propõe a superação de posições de uma psicologia positivista, de ordem mecanicista ou de uma psicologia descritiva, de abordagem fenomenológica, voltada para compreensões apartadas da historicidade e da cultura em constante movimento.

Das concepções de Vigotski sobre o conceito de vivência, Jerebtsov (2014) destaca a unidade entre o "interno" e o "externo" na situação social de desenvolvimento. Essa proposição teórica também ressalta que as vivências constituem a unidade afeto-intelecto, relacionando sentimento e razão, tendo a realidade e a experiência como mediadores, com o entrelaçamento de linhas de desenvolvimento natural e cultural, envolvendo a necessidade, o afeto e a reflexão fundamentada em conceitos. Além desses, outro ponto-chave é a compreensão da vivência como unidade integradora de análise da consciência e do desenvolvimento da personalidade. Ocorre, assim, a regulação da atividade da vida pelas funções psíquicas, que se manifestam por processos emocionais, perceptivos, cognitivos, etc.

Trazendo o pensamento de Vigotski, que sintetiza a essência das vivências, Jerebtsov (p.19, 2014) propõe que "vivências são o processo de formação pela personalidade da sua relação com as situações de vida, a existência em geral com base nas formas e valores simbólicos transformados pela atividade interna, emprestados da cultura e devolvido a ela".

Ainda esclarecendo sobre a ontogênese da personalidade, Jerebtsov (2014) afirma que a cada idade há uma formação de um repertório de instrumentos, de espaço semântico e de limites de vivências possíveis. O autor completa esse entendimento, ao dizer que as vivências se modificam, ou seja, "passam a ser outras e para essas outras vivências nascem novas formas.

Vivência é a unidade do sentido e da forma de sua realização, modo de expressão." (JEREBTSOV, p.23, 2014).

A partir daí, podemos compreender, na psicologia histórico-cultural de Vigotski, a personalidade caracterizada por um sistema semântico dinâmico, para o outro e para si, ligado à zona de desenvolvimento iminente, que estimula a possibilidade de construção de mundos novos e, por conseguinte, a vivência de uma nova realidade.

Desenvolvimento metodológico: na perspectiva da escuta das novas gerações

Ao estruturar um trabalho de pesquisa qualitativa com sujeitos que interagem em sua realidade, o processo embasado numa perspectiva dialógica se torna uma alternativa para o planejamento para as intervenções em campo. Essa abordagem teórico-metodológica se contrapõe aos procedimentos monológicos de conhecimento das ciências naturais, que se colocam diante de um objeto de estudo para falar dele. Dessa forma, parte-se do entendimento de que o objeto das ciências humanas é um sujeito, que o pesquisador não contempla apenas, mas fala com ele. Ocorre assim um encontro de sujeitos em uma forma dialógica de conhecimento. Essa perspectiva considera que "o objeto de estudo das ciências humanas é o homem ser expressivo e falante. Não se pode considerá-lo enquanto fenômeno natural ou coisa, mas sua ação deve ser compreendida como um ato sígnico." (Bakhtin citado por Freitas, 2003, p.29).

De acordo com Bogdan e Biklen (1994), a investigação qualitativa abrange a seleção de questões específicas que emergem de seu contexto à medida que os dados são recolhidos. É no aprofundamento do contato com os indivíduos, no registro sistemático, ouvindo e observando, conquistando sua confiança, que o pesquisador se introduz no mundo daqueles que pretende estudar.

Ao tecerem considerações sobre as relações espaço-temporais na constituição das vivências humanas e concebendo a pesquisa que rompem com as narrativas hegemônicas, Lopes e Barenco (2016) abordam possibilidades de refletir sobre as investigações que se articulam com os postulados qualitativos bakhtinianos. Discutindo as relações do espaço e do tempo, nas suas aproximações, fusões e distanciamentos, esses autores trazem o conceito de cronotopia. Aprofundando em suas considerações sobre esse conceito, os autores ressaltam "que o tempo é histórico e o espaço é geográfico, amálgamas fundamentais que tecem o fazer humano, seus discursos, suas linguagens e suas existências, não há essência humana fora dessas dimensões." (LOPES e BARENCO, 2016, p. 262). O conceito de cronotopia de Bakhtin propõe a ruptura com as narrativas hegemônicas que se impuseram na modernidade. Lopes e Barenco (2016)

esclarecem que esse movimento primou pela cisão do espaço-tempo, prevalecendo o segundo. Assim, de acordo com os autores, as vozes na história passaram a ser vistas e ouvidas sem simultaneidades e sem experiências de coetaneidade, mas sim como uma sucessão de eventos. O tempo se torna linear. O espaço, da mesma forma, é concebido nessa linearidade. Assim, a humanidade caminha em direção a um futuro redentor, o passado desaparece e o presente deve ser superado. Como contribuição teórico-metodológica para pensar a superação da hegemonia da razão como único referencial para a ciência, vale destacar os estudos de Bruno (2002). Essa abordagem discorre sobre linguagem emocional em ambientes telemáticos que contribuem para refletir sobre a interação entre os sujeitos[4] em situações de formação e nos convida a pensar as possibilidades de transposição cultural, temporal e espacial na inter-relação humana. Fundamentada no conceito de autopoiese[5], a autora ressalta que podemos compreender nossa relação com o outro, já que "é na dinâmica relacional, pelas dinâmicas viabilizadas pela linguagem, que fluem das emoções desse processo de 'con-viver', que nos reestruturamos, nos transformamos." (BRUNO, 2002, p. 4).

Tendo em conta os aspectos ontogênicos e filogênicos da existência humana, Bruno (2002) conceitua a emoção de forma ampla, associada a diversos fatores, tanto provenientes das mudanças internas quanto externas, assim como conscientes ou inconscientes, envolvendo diferentes circunstâncias, como as fisiológicas, relacionais, pessoais, cognitivas, afetivas, sociais, etc.

Bruno (2002) argumenta que o ser racional também é emocional e que as relações humanas encerram o imbricamento entre razão e emoção, na mediação que é feita pela linguagem que se faz na interação entre o ser e o mundo. Nesse sentido, "essas interações estão consubstanciadas e impregnadas da história de cada elemento em interação. Desse modo, a linguagem se faz entre sujeitos, em conversação, considerando-se o aspecto ontogênico dos seres, permeados pela emoção." (BRUNO, p. 7, 2002).

Em outro posicionamento, Bruno (2002) ressalta que o simples domínio e articulação das palavras na racionalidade não é suficiente para o entendimento entre os seres humanos, mas depende de um articular, entrelaçar, imbricar que envolvem razão e emoção. Para a autora, a linguagem emocional sistematicamente reflete "as múltiplas formas que os seres humanos

[4] Em seu estudo, Bruno (2002) pesquisa ambientes virtuais de aprendizagem e processos de formação, envolvendo a interação entre professores e alunos, fundamentando-se na linguagem emocional.

[5] A autora faz referência ao pensamento de Humberto Maturana e Francisco Varela sobre tal conceito e traz a etimologia do termo de origem grega, que encerra em uma única palavra os significados "para si mesmo" e "produzir".

estabelecem relações, utilizando-se de diversas linguagens, considerando o fator emocional como importante desencadeador das transformações decorrentes desse processo." (BRUNO, p. 10, 2002).

Ao trazer esses autores, compreendo a importância de se estabelecer um caminho de entendimento dos sujeitos da pesquisa na perspectiva da escuta, pois amparado pelo referencial teórico exposto, concebo que o conhecimento sobre jovens, seu desenvolvimento e os seus espaços-tempos envolvendo a cultura digital deve ter como ponto de partida suas vivências, concebendo-as na sua totalidade.

Com a intenção de me aproximar dos jovens, nessa etapa do desenvolvimento de meu estudo, tornou-se necessário buscar um instrumento teórico-metodológico de pesquisa que potencializasse a escuta dos sujeitos, trazendo mais de seu contexto. Assim, procurei realizar entrevistas semi-estruturadas, contando com um recurso para possibilitar maior aprofundamento investigativo. Pesquisas com "mapas vivenciais" em uma perspectiva dialógica buscando centralização nas lógicas infantis, como o de Lopes, Costa e Amorim (2016) e de Lopes, Mello e Bezerra (2015), contribuíram para minhas reflexões teórico-metodológicas. O meu interesse por esse instrumento investigativo ocorreu devido à minha identificação com a perspectiva desses pesquisadores, que é a de superação dos discursos racionais pelas cartografias de mundo expressadas pelos sujeitos sem suas representações livres. Buscando superar as lógicas do racionalismo, tais pesquisas dialogam com formas infantis de compreender o mundo. Nas suas produções, que envolvem mapas, textos, discurso verbal, brincadeiras, desenhos, gestos e outras formas, os pesquisados se revelam como sujeitos culturais em seus contextos sociais e históricos.

Segundo Lopes (no prelo), os "mapas vivenciais" se organizam por uma estrutura metodológica sem rigidez, buscando, por meio de trilhas esboçadas, estabelecer relação com o objetivo da pesquisa. Essa proposta também se referencia na afirmação de que as culturas criadas pelas crianças se dão na unidade pessoa-meio e também na vida social dialogada com a formação cultural. Utilizando esse procedimento metodológico, a proposta é de mapear as lógicas pessoais e coletivas, e quais indícios ali se expressam, relacionados às temporalidades e espacialidades.

Construída a partir de "mapas vivenciais" com crianças entre 10 e 11 anos, a pesquisa de observação participante de Queiroz (2015) tratou das mídias e as novas tecnologias em espaços de escolarização. Fundamentado no conceito de vivência, o estudo trouxe a perspectiva das crianças desvelarem espaços da escola sob sua ótica pessoal envolvendo a compreensão dos seus modos de ser, de pensar, de estar e de agir naquele lugar.

Benedict (2016) ressalta, em sua pesquisa com crianças nas vivências com jogos eletrônicos, o reconhecimento do espaço como um dado cultural, ao investigar saberes

cartográficos dos sujeitos. Esse estudo, ancorado na perspectiva da escuta, buscou dialogar com as formas que as crianças desenvolvem seus modos de cartografar o mundo nos seus processos de significação.

Os "mapas vivenciais" como recurso possibilitam a escuta dos sujeitos por meio de sua expressão gráfica relacionando seus tempos-espaços vividos. Especificamente, na minha pesquisa voltada para adolescentes, as questões suscitadas estavam relacionadas com suas práticas cotidianas envolvendo as tecnologias e a cultura digital. Assim, amparado por esses subsídios iniciais de fundamentação para elaborar o instrumento de interlocução com os possíveis sujeitos para um desenvolvimento de uma pesquisa piloto com os "mapas vivenciais", tratei de planejar uma abordagem com alguns adolescentes que fossem voluntários para esse procedimento metodológico.

Busquei, assim, na estruturação teórico-metodológica da minha pesquisa, em uma abordagem dialógica na construção do processo e da compreensão, a aproximação com sujeitos e sua realidade, para que fossem suscitadas falas impregnadas de sentido.

Na investigação com "mapas vivenciais": o que dizem os adolescentes sobre suas vivências na cibercultura?

No intuito de desenvolver uma experiência com esse instrumento metodológico que se utiliza dessa possibilidade de escuta, na perspectiva de cartografar os tempos-espaços de vivências envolvendo as tecnologias, busquei me aproximar de alguns adolescentes, em um procedimento piloto de pesquisa.

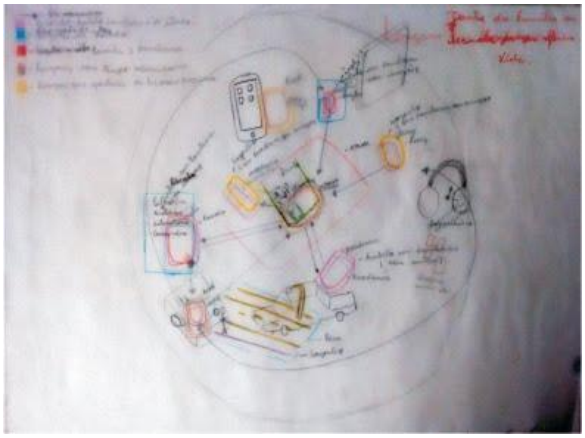
Nesse estudo inicial com "mapas vivenciais", a sistematização desse instrumento com os adolescentes se deu em encontros individuais contando com entrevistas semi-estruturadas propondo o seu traçado durante o processo. A idade dos adolescentes variou entre 12 e 16 anos. Para participação de cada voluntário, foram tomadas as medidas cabíveis para autorização dos responsáveis e a anuência livre e esclarecida dos próprios participantes. Para sua identificação no texto, utilizarei codinomes escolhidos, respeitando o modo que foram grafados por eles mesmos: *LouryG*, *whitetuxedoguy*, *Miau sikes* e *Zoiaopr*.

Os encontros duraram de 50 minutos a uma hora e meia, dependendo do entrevistado, e as conversas foram registradas em áudio e vídeo. Além disso, foi organizado um diário de campo para acompanhamento da pesquisa para anotações de aspectos significativos observados.

Na proposta, seguindo a metodologia dos autores referenciados, foram utilizados papéis de mesma medida, sendo que os que se superpõem à base são transparentes. Como são necessários

traçados com o lápis sobre as demais superfícies (Figura 01), a orientação é de que se utilize papel vegetal, suficientemente transparente e encorpado, adequado para traçados e desenhos em que se queira enxergar o que está por baixo no registro em camadas.

Figura 01 – Mapa vivencial, constituído de lâminas transparentes superpostas, no qual um dos adolescentes pesquisados narra seus movimentos diários envolvendo as tecnologias digitais



Fonte: dados da pesquisa

Vale ressaltar que as etapas traçadas no mapa, relacionadas com os objetivos da pesquisa, podem ser alteradas de acordo com a orientação que o pesquisador e, até mesmo, durante o processo. Dependendo da situação dialógica no andamento da atividade, é necessária a flexibilidade exigida em processos investigativos semi-estruturados. Assim, por exemplo, duas etapas, de uma previsão inicial de quatro lâminas, podem se fundir em uma, reduzindo para três o número de superfícies traçadas na obtenção dos dados de campo.

As etapas planejadas para a realização dos mapas, devem ser estruturadas de acordo com os objetivos traçados na investigação, e, dessa forma, o desenvolvimento desse traçado cartográfico deve obedecer a um roteiro flexível elaborado pelo pesquisador para ser desenvolvido junto aos pesquisados.

Na proposta, seguindo a metodologia dos autores referenciados, foram utilizados papéis de mesma medida, sendo que os que se superpõem à base são transparentes (Figura 02). Como são necessários traçados com o lápis sobre as demais superfícies, a orientação é de que se utilize papel vegetal, suficientemente transparente e encorpado, adequado para traçados e desenhos em que se queira enxergar o que está por baixo no registro em camadas.

Figura 02 – Na superposição de lâminas transparentes do mapa vivencial do adolescente aparece destacada a sua incursão cotidiana nos games expressa por meio de desenhos e anotações



Fonte: Dados da pesquisa

Na sequência, são transcritos pequenos recortes das falas significativas dos adolescentes que expressam suas vivências na cultura digital. Nessas transcrições, optei por traçar alguns destaques em negrito, evidenciando relações espaço-temporais e traços do desenvolvimento da personalidade que constituem as vivências dos participantes da pesquisa. Ao fazer o destaque, a intenção foi de trazer para reflexão alguns aspectos a serem abordados, suscitados por essas expressões individuais que emergem no traçado dos "mapas vivenciais" no processo das entrevistas.

O afetuoso *LouryG* e seu "estúdio" de criação

No desenvolvimento do mapa vivencial que se seguiria logo às primeiras instruções, o jovem de 16 anos ainda com rosto de menino, mas com um porte de homem adulto, esteve o tempo todo a descrever aquilo que traçava sobre cada uma das superfícies do papel. Notadamente meticuloso em seu traçado, o jovem *LouryG* tendia a desenhar e escrever ao lado de cada elemento, com objetivo de explicar detalhadamente as partes de seu mapa. Com muitas explicações, o jovem foi traçando em suas superfícies, com um cuidado especial para que as lâminas se superpusessem cuidadosamente, de forma a organizar sua descrição das suas incursões diárias, afetivas, sociais e produtivas, relacionadas às pessoas com as quais convive e aos lugares onde transita.

Para além do próprio uso da mídia, o convívio social e o engajamento na participação, de acordo com Shirky (2010) é a grande motivação dos indivíduos para explorarem o seu excedente cognitivo. Dessa forma, o tempo livre passa a ser um potencializador das possibilidades criativas em que os usuários em comunicação, que compartilham socialmente. Para o autor, "O que importa agora não são as novas capacidades que temos, mas como transformamos essas capacidades, tanto técnicas quanto sociais em oportunidades." (SHIRKY, 2011, p.168).

LouryG foi impecavelmente minucioso para apontar no seu mapa seus movimentos diários a partir das suas relações de interesse. Esquemático e altamente preciso nas descrições, o jovem dedicou boa parte do traçado para ir articulando as suas falas associadas a todo tempo ao desenho.

O lugar, assim, que eu geralmente eu passo mais tempo, é..., assim. O meu ***tempo livre****, naturalmente, ó o* ***meu quarto e minha casa****, né? Geralmente no meu quarto eu* ***trabalho no computador, fazendo edição****, essas, coisas, né? Eu passo mais tempo dentro da minha casa, no meu quarto, geralmente.*

***

Eu ***vou ampliar um pouco aqui****, a questão do meu quarto, aqui na minha casa onde aparece mais no meu quarto, é aonde eu trabalho,* ***não só para mim, mas para amigos****,* ***onde eu uso mais o computador****. (Referindo-se ao seu desenho no mapa) Vou botar uma mesa aqui para fazer a representação dele. Onde uso a internet.*

Na representação de *LouryG* foi perceptível a relação que estabelece nos seus movimentos diários com as tecnologias digitais, sobretudo pelo tempo destinado ao espaço doméstico. No conforto de seu quarto, o jovem tem o seu computador pessoal para fazer suas edições de áudio e vídeo, criando e compartilhando arquivos.

Paradoxalmente, ainda que isolado nesse espaço do seu quarto, considerando editar uma tarefa lúdica, esse adolescente evidencia uma grande motivação de aprendizagem e criação de vinhetas em software de animação para compartilhamento com os amigos e a importância de manter esses contatos, que são alimentados pelos ambientes online os quais acessa.

O destemido "pirata" *whitetuxedoguy* e seus empreendimentos online

O menino de 12 anos, magro e com os cabelos caindo na testa, não era de muita conversa. Solícito e disposto a colaborar na minha pesquisa, *whitetuxedoguy* já foi se prontificando a traçar sobre o papel, demonstrando habilidade e desinibição para desenhar. Durante o desenho de seu mapa, o adolescente ficou em silêncio, absorto em

seus largos traçados sobre a folha de papel. Apesar da pouca idade, foi notável o domínio desse jovem para falar sobre *games*, demonstrando grande interesse pela jogabilidade[6] relacionada a esse meio, traçando comentários críticos, citando linguagem de programação e possibilidades de construção de jogos, indo além do simples fato de jogar como passatempo.

Esse elemento emergente, ou *bottom-up*, que é esclarecido por Recuero (2010) como uma das formas de interação, pode ser encontrado entre jogadores, que desenvolvem os vários usos e significações. Ocorrem, nesses ambientes dos jogos, práticas sociais de cooperação, inerentes aos sites de redes sociais, e as práticas sociais de competição, cujo desafio para com outros jogadores e a superação do oponente é a motivação para jogar.

Na imersão participativa de *whitetuxedoguy* percebe-se a vigorosa incursão na narrativa dos jogos. Murray (2003), ao tratar das propriedades dos ambientes digitais na estruturação da participação do interagente, destaca a potência dos videogames como poderoso veículo de criação literária fomentando o engajamento dos jogadores nesses ambientes simulados.

whitetuxedoguy: Eu falei que desenho barcos às vezes. (...) ***Tinha um jogo que eu jogava no meu computadorque era de barco****, Tradelands (...)Eu comecei a gostar. (...) Tem coisas maneiras, tipo, o jogo dos barcos. Tem um monte de coisas que eu gosto: avião, carros. (...) Ah,* ***quando eu comecei a jogar o jogo de barcos eu me interessei pelos barcos movidos a vapor, aíeu comecei a desenhar****. (...) Acho maneiro (...) é porque esse era um barco que tinha no jogo, que tinha dois canhões que virava para o lado e que eram movidos a vapor.*

***

whitetuxedoguy: É bom você saber inglês, porque o de barco. (...) ***Aprendi Inglês usando um jogo*** *(...) Na verdade esse jogo de barco é tipo assim, uma "engine" (...) Roblox é um site que oferece. É tipo uma "engine" de jogo. Inclusive do jogo de barco é deles. Os jogadores. (...)****Roblox é um site que tem tipo um construtor que você faz os jogos que você quer.*** *(...) Aí tem Lua[7] que você pode programar. (...) Linguagem de informática que você pode programar.*

[6]Em relação à apropriação simbólica, Recuero (2010) esclarece que jogabilidade é o domínio cultural dos jogos por parte de seus jogadores, passando a ter outra dimensão de sentidos, decorrentes das práticas sociais ali constituídas.

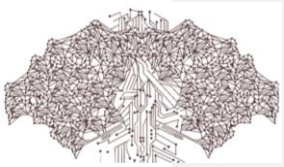
[7]Lua é uma linguagem de programação para estender aplicações, que permite, entre outras possibilidades, o desenvolvimento de jogos em funcionalidade e dados.

O concentrado *whitetuxedoguy*, ao começar o traçado do "mapa vivencial", desenhou com grande desenvoltura, ocupando um grande espaço na lâmina com um barco para se representar. Esse tema do barco, decorrente da convivência com o jogo *Tradelands*, era recorrente nas demais lâminas. Foi possível perceber como esse *game* online, que conta com a imersão participativa de outros jogadores, ocupa uma presença intensa nas vivências do adolescente. Mediado pela linguagem do *game*, fiel adepto do time dos piratas, o adolescente demonstra uma mobilização de pensamento e ações compartilhadas nesse ambiente imersivo dos jogos e para suas conquistas, em movimentos que fomentam a jogabilidade dos usuários.

A desembaraçada *Miau sykes* e seus projetos de vida pela arte

A adolescente de ar sério, com certa altivez no olhar, aparentava mais do que seus 14 anos. *Miau sikes* começou a traçar o seu mapa em silêncio, assim que recebeu as explicações sobre o procedimento. O desenho consistia no traçado de uma jovem vestindo uma camiseta estampada da banda *AC/DC*. Assim que concluiu essa etapa inicial, *Miau sykes* começou a se expressar com desinibição e uma habilidosa articulação de palavras. Falou de forma muito decidida de seu interesse por arte, e logo foi enfatizando a importância da educação nos seus processos diários. Também destacou suas relações afetivas e conflitos pessoais, expressando de forma enfática seu grande interesse pelo teatro e pela música.

*Miau sykes: Então, desse lado, eu fiz... **Eu fiz tipo um mapa**...*
Pesquisador: Ah!
*Miau sykes: Aí, desse lado (apontando na folha) é a cidade de Paracatu. **Aí, do outro lado (fazendo um movimento amplo com a mão)** Juiz de Fora [///].*
Pesquisador: Bem oposto. Eu vi que estava bem oposto.
*Miau sykes: É...No mapa de Minas Gerais, Paracatu fica mais em cima (...) Juiz de Fora fica na Zona da Mata. Eu quis fazer uma coisa assim. **Aí essas linhas, é tipo estradas, meios de passagem... (indicando com gesto sobre o mapa) de lá prá cá!** Só que assim, nesse meio todo, eu vou sentir saudade das pessoas de lá: meus amigos, minha família. Linhas eu fiz uma estrada. Nesse meio tudo. **Esses riscos são** assim passa... é...**meios de eu ir lá**. Fica até chato indo lá toda hora! Lá também é longe. E uma **forma de tecnologia que eu encontrei** foi o aplicativo Facebook, que é **uma maneira de eu comunicar com os outros**, falar com os meus amigos.*



Miau sykes, depois de se concentrar silenciosamente no traçado de uma das lâminas no mapa, trouxe, a partir da minha indagação, uma explicação muito articulada das relações que estabelece por meio das tecnologias, envolvendo sua necessidade de se comunicar e pesquisar assuntos de seu interesse.

Interessada em artes, particularmente em música e teatro, *Miau sykes* escreveu pequenos trechos de músicas em seu mapa, relacionando com suas opiniões, enquanto traçava os seus movimentos cotidianos pelos espaços.

A adolescente expressou muito claramente, na divisão de pontos distantes de seu mapa, sua necessidade da comunicação com as pessoas queridas, que estão longe, e o quanto essa sua prática de utilização do SMS e do *Facebook* é frequente no seu cotidiano. Segundo Recuero (2009), que aborda os laços sociais na internet, a comunicação mediada pelo computador, via internet, aumentou o conhecimento entre vizinhos, ampliando, assim, tanto a frequência quanto os contatos mais longínquos[8], online ou offline. "Essas conclusões são importantíssimas na medida em que salientam o fato de que os laços sociais na internet, muitas vezes, são os laços que também são mantidos offline." (RECUERO, 2009, p.44).

Miau sykes ressaltou a importância da conectividade nas suas interações, mantendo laços fortes na rede. Afirmando estar ciente dos perigos do meio conectado, ela trouxe, de suas vivências, uma consciência de mundo, envolvendo um posicionamento sobre aplicativos de rede social e de comunicação, presentes nos seus movimentos cotidianos.

O obediente e disciplinado *Zoiaopr*, de olho na tela, quer antecipar o futuro

O adolescente de 13 anos era um garoto franzino e de aparência inquieta e curiosa. Notei o corte de cabelo militar, bem acertado, denotando uma postura de um rapaz comportado, que aguardava silencioso e atento antes de começarmos nossa conversa, enquanto eu ajustava os instrumentos de gravação de áudio e vídeo. Após nossa interlocução inicial, assim que *Zoaiopr* começou a traçar o mapa, marcou com um pequeno ponto o seu "eu" no centro do papel. O jovem rapaz, que se representou com essa minúscula marca, logo foi preenchendo o entorno com textos,

[8] Ao fazer essa afirmação, Recuero (2009) se baseia no estudo de Wellman, Boase e Chen que esclarece que a internet contribuiu para o aumento de suporte social mesmo entre aqueles que conviviam à distância, mantendo essa relação, facilitada pelo contato offline.

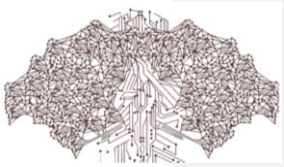
formando uma rede em forma de círculo, incluindo fartas indicações escritas sobre sua vida, deveres e obediência, tão importantes, de acordo com sua fala.

Durante a conversa e na medida em que concluía sua escrita que preenchia as camadas do mapa, *Zoaiopr*ressaltou sua rotina apertada, cronometrada, incluindo a tarefa diária de auxiliar o pai, todos os dias, que é motorista de van escolar de crianças pequenas. O responsável e consciencioso adolescente relacionou nos seus espaços no mapa sua disciplina, conciliando com a família, os amigos, o curso de inglês, a escola, a prática de capoeira, os horários de estudos, o trabalho, os momentos de lazer e, também, os seus sonhos.

Zoiaopr destacou em sua fala a objetividade da escrita em oposição ao desenho e a arte. Fez questão de enfatizar seu grande interesse por engenharia e os documentários que assiste no *YouTube*, demonstrando sua predileção em desenvolver habilidades para tirar proveito dos recursos disponíveis nessa mídia, ampliando conhecimentos.

Tapscott (2010) ressalta o comportamento dos jovens da Geração Internet, que não é passivo, modificando velhos hábitos dos espectadores que assistiam à televisão. Na internet, é necessário buscar informações, em vez de simplesmente observá-las. Para Jenkins (2008), na cultura da convergência os usuários estão cada vez mais envolvidos em buscar seus conteúdos de interesse. Ainda que muitas programações estejam relacionadas aos canais televisivos, os fãs têm possibilidades de escolhas na tendência que surge por conta das modificações tecnológicas envolvendo fluxo de conteúdos por meio de múltiplos suportes midiáticos.

Pesquisador: Você sempre usa o celular? Como é que é?
*Zoiaopr: **Eu sempre uso meu celular. Eu tenho meu notebook mas eu não tiro.** Ele tá quase empoeirando lá dentro armário (risos).*
Pesquisador: Ah é? O celular então... O notebook você deixa mais de lado que o celular, para você... Porque o celular, assim...?
*Zoiaopr: **Porque ele é mais prático. Além de ele ter uma conectividade melhor** de WiFi (risos).*
Pesquisador: Você usa muito o WiFi então?
*Zoiaopr: Eu... não muito, porque eu passo a maior parte do meu dia fora de casa. Mas eu... quando eu chego em casa de tarde, eu... **à noite eu uso também**. Além, de... para descontrair... Para também... Aos finais de semana. Eu gosto muito, ao invés de ficar vendo vídeo de humor, ou jogos, ou filme ou coisas do tipo, **eu gosto muito de ver documentário, no final de semana**. Eu vejo "Megaconstruções".*
Pesquisador: Ah, é? Você assiste...
Zoiaopr: Pelo YouTube



Pesquisador: Pelo YouTube. Mas aí não é pelo seu computador?
Zoiaopr: ***Tudo pelo celular***

Altamente focado em tarefas e planos para o futuro, esse adolescente optou por escrever sobre as lâminas em muitas posições, se negando a desenhar. *Zoiaopr* explicou que, para ele, o celular e a conexão *wireless* têm servido aos seus interesses sobre os mais diferentes conteúdos. Sua desenvoltura com as tecnologias indica a facilidade de uso e o aproveitamento de dispositivos e de acessos e aprendizagem nos seus tempos-espaços no dia-a-dia.

As potencialidades investigativas com "mapas vivenciais": algumas considerações

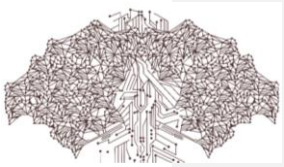
Não é pretensão da pesquisa em curso, fundamentada na perspectiva histórico-cultural, trazer apontamentos conclusivos relacionados às novas gerações e ao ambiente comunicacional emergente. Como se trata de uma proposta investigativa em construção, a pesquisa com "mapas vivenciais" traz pistas de como os adolescentes expressam suas vivências na cultura digital, tão presente nos seus movimentos cotidianos. A intenção é possibilitar a riqueza de registros de traços e falas que surgem no contato do pesquisador com essas vozes que expressam suas relações de mundo. As falas dos pesquisados trazem muito das suas vivências, revelando as suas aquisições, as suas interações com o meio social e cultural pela mediação tecnológica dos instrumentos e signos da cibercultura.

Os "mapas vivenciais" se mostram como desencadeadores de narrativas impregnadas das práticas e relações que os sujeitos constroem no seu dia-a-dia. Com esse instrumento, é possível relacionar uma série de relações que os adolescentes estabelecem e, especificamente na minha pesquisa, apontar de que forma os dispositivos tecnológicos digitais e a cibercultura estão presentes nos espaços-tempos de adolescentes, envolvendo pensamento e afetividade.

As possibilidades de emergirem conhecimentos na pesquisa qualitativa de aproximação com o sujeito e seu contexto, envolvendo o ambiente dialógico nas falas que se tecem no encontro de pesquisador e pesquisado, fomentam buscar aprofundamento de estudo de novas metodologias. Sendo assim, os "mapas vivenciais" podem ser uma rica e expressiva ferramenta de pesquisa.

Referências bibliográficas

BENEDICT, Katherine Cilae.**Representações espaciais nos games:** o que dizem as crianças-jogadoras? 2016, p.303. Tese (doutorado em educação). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.



BOGDAN; Robert C.; BIKLEN, Sari. K. **Investigação Qualitativa em Educação**. Porto Editora: Porto, 1994.

BRUNO, Adriana Rocha. **A Linguagem Emocional em Ambientes Telemáticos**: tecendo a razão e a emoção na formação de educadores. (Dissertação de Mestrado). 2007, p. 252. Dissertação (mestrado em educação). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2007.

CASTELLS, Manuel A. **Galáxia da Internet, Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

_____. **A Sociedade em Rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo. Paz e Terra, 2007.

FREITAS, Maria Teresa de A. A perspectiva sócio-histórica: uma visão humana da construção de conhecimento. In: FREITAS, Maria Teresa de A.; JOBIM e SOUZA, Solange; KRAMER, Sônia. **Ciências Humanas e Pesquisa.** Leituras de Mikhail Bakhtin. São Paulo: Cortez, 2003.

_____. Tecnologias Digitais: cognição e aprendizagem. In: REUNIÃO ANUAL ANPED, 37, 2015, Florianópolis. **Trabalhos apresentados.** Florianópolis: ANPED, 2015. Disponível em: <http://37reuniao.anped.org.br/>. Acesso em: em: 22 jun. 2017.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1989.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

JEREBTSOV, Sergei. "Gomel – A cidade de L. S. Vigotski, Pesquisas científicas contemporâneas sobre instrução no âmbito da teoria histórico-cultural de L. S. Vigotski". p. 7-28. *Veresk.* - **Cadernos Academicos Internacionais - Estudos sobre a perspectiva historico-cultural de Vigotski** – Brasilia: UniCEUB, 2014.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2008.

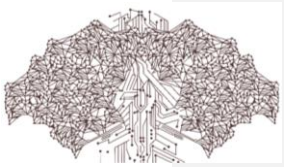
_____ e LÉVY, Pierre. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES, Jader J. M. e MELLO, Marisol B. **"Tinha cebola desmaiada"***:* Bakhtin e a pesquisa com. **Revista Aleph.** Niterói, n. 25, P. 260-268, mai./jul. 2016. Disponível em: <http://revistaleph.uff.br/index.php/REVISTALEPH/article/view/351/258> Acesso em: em: 19 set. 2016.

_____. MELLO, Marisol B. de; BEZERRRA, Amélia C. A. Traçando mapas: a teoria histórico-cultural e as contribuições para a pesquisa com crianças e suas especialidades. **Fractal: Revista de Psicologia.** Niterói, v.27, n.1, p. 28-32, 2015. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/fractal/v27n1/1984-0292-fractal-27-1-0028.pdf> Acesso em: 19 set. 2016.

_____. COSTA, Bruno M. F; AMORIM, Cassiano C. Mapas Vivenciais: possibilidades para a cartografia escolar com crianças dos anos iniciais. **Revista Brasileira de Educação em Geografia.** Campinas, v. 6, n.11, p. 237-256, jan./jun. 2016. Disponível em:



<http://www.revistaedugeo.com.br/ojs/index.php/revistaedugeo/article/viewFile/381/189> Acesso em: 19 set. 2016.

_____. (no prelo) Geografia da Infância, Espaços Desacostumados e mapas vivenciais. **COPEDI** – UFSCar.

MURRAY, Janet. H. **Hamlet no Holodeck:** O futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Unesp, 2001.

PINO, Angel. O biológico e o cultural nos processos cognitivos. In: MORTIMER, Eduardo Fleury; SMOLKA, Ana Luiza Bustamante. **Linguagem, cultura e cognição**: reflexões para o ensino e a sala de aula. Belo Horizonte: Autêntica. 2001.

QUEIROZ, Fabiana R. O. (2015). "**Aquí não é lugar de entrar no facebook, aquí é a escola!":** crianças e as novas tecnologías no contexto educativo. (Dissertação de Mestrado). 2015, p.127. Dissertação (mestrado em educação). Universidade Federal de Mato Grosso, Rondonópolis, 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RÜDGER, Francisco. **As teorias da cibercultura:** perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós-humano:** Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

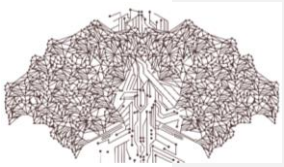
_____. **Porque as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação:** criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital:** Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

VYGOTSKY, Lev S; LURIA, A. R. **Estudos sobre a história do comportamento:** o macaco, o primitivo e a criança**.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



NÃO LUGARES. ESTUDO DAS CULTURAS DE CONECTIVIDADE NA ÓTICA DO DOCUMENTÁRIO "T'AMO NA RODOVIÁRIA"[1]

Aline de Oliveira Silva[2]

Daniela Cristiane Ota[3]

A produção de um webdocumentário realizado na cidade de Campo Grande (MS) foi a forma de contextualizar uma condição verificada nas grandes cidades analisadas pelo antropólogo Marc Augé, em "Não Lugares". Espaços urbanos que possuem um alto fluxo de pessoas em circulação e depois se esvaziam deixando problemas crônicos sociais e econômicos. Apesar de ter 118 anos, a capital de Mato grosso do Sul já conta com um espaço desse. A Antiga Estação Rodoviária 'Heitor Laburu' tornou-se um local marcado pelo estigma da marginalidade e tráfico de entorpecentes. O projeto T'Amo na Rodoviária nasceu da iniciativa de um grupo de profissionais de audiovisual que se uniram para ouvir e registrar a voz de moradores, frequentadores e público em situação de rua. Encontraram no formato de webdocumentário a melhor alternativa para propagar a informação que é local, mas, também global. Apontar os problemas de forma crítica e conclamando a população a participar é uma maneira de implantar e fortalecer o net-ativismo, defendido pelo professor Massimo Di Felice, um dos grandes inspiradores deste trabalho.

Palavras-chave: antropologia social, conectividades; webdocumentário; net-ativismo;

1 - Introdução:

O crescimento das cidades, as reorganizações que provocam vazios sociais, econômicos e culturais foram os elementos que nortearam a construção deste artigo. Reforçando conceitos do antropólogo francês Marc Augé que procurou nesta perspectiva avaliar as mudanças na vida cotidiana dos indivíduos em espaços urbanos existentes em diferentes pontos do globo, iremos avaliar um exemplo localizado no município de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul.

Para isso utilizaremos a análise de um *webdocumentário* idealizado por um grupo de profissionais de audiovisual que buscou registrar os efeitos devastadores provocados na

[1] Trabalho apresentado no Eixo Temático 4: Redes digitais e tecnologias para a sustentabilidade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Aluna Especial do Mestrado em Comunicação da UFMS, e-mail: alineolsilva@hotmail.com

[3] Orientadora e professora – Pós-doutora do curso de Jornalismo da UFMS; e-mail: daniela.ota@ufms.br

comunidade que trabalhava ou frequentava o primeiro terminal urbano da cidade, após o encerramento das atividades de transporte intermunicipal e interestadual.

O projeto denominado T'Amo na Rodoviária tem o objetivo de provocar o resgate histórico e social do Centro Comercial Condomínio Terminal do Oeste, assim como demonstrar o descaso do poder público em oferecer um destino ao prédio que durante 37 anos foi o principal ponto de chegadas e partidas de milhares de pessoas. Utilizando um conjunto de referências visuais, sonoras e impressas, a equipe mescla depoimentos reais e encenados validados pela resistência de cidadãos que lutam para manter 'viva' uma construção impregnada de histórias, desejos não realizados e ecos repletos de angústia.

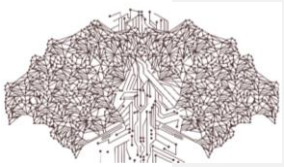
Um dos maiores desafios da equipe foi concluir o material que está em fase de finalização e terá formato de Digital Cinema Pack (DCP), um dos mais utilizados na atualidade para exibição em alta definição e que está substituindo a película nos festivais de cinema e salas comerciais.

Entretanto, a busca por novas conectividades e a interação com o público iniciou junto com o projeto em 2011 que vem registrando nas mídias sociais do T'Amo na

Rodoviária, o *making off* do documentário. Além disso, o objetivo do grupo é logo após o lançamento disponibilizar o material no *YouTube*, como forma de democratizar o acesso aos internautas e ampliar o alcance do produto audiovisual.

Buscamos apoio nos conceitos de Aliana Camargo que defende a tecnopaisagem como mecanismo de mudanças nas alterações da ordem cultural global, impulsionando a produção do cinema, da televisão e do vídeo com o efeito do papel da imaginação na vida pessoal (2012, p. 40). No entendimento da autora, as várias formas de produção de conteúdo produzido para a internet se moldam conforme o terreno o possibilita.

> Consequentemente, os webdocumentários são apresentados para diferentes olhares, o que demonstra a diferença de muitos trabalhos na Cibercultura com a origem no gênero documentário. A técnica aplicada à rede, em tempo real, permite uma comunicação individual, personalizada e bidirecional. Isso causa mudanças na produção e distribuição do conteúdo, afetando diretamente no modo de se fazer documentário, televisão, jornal, revistas e rádios (CAMARGO, 2012: p.40).



Outra contribuição importante vem de Massimo Di Felice (2012) que observa as possibilidades de ligações que o social contemporâneo provoca quando deixa de ser um conjunto de estruturas comunicantes para tornar-se um espaço de atuações múltiplas. A participação da comunidade no processo de produção de um documentário que tem objetivo de mostrar opiniões não ouvidas e histórias que se perderam no processo de modernidade da cidade.

> A tecnologia digital estimula este processo manifestando uma enorme potencialidade não somente de conexão, mas, sobretudo, de experimentação, juntando realidades e entidades distantes e possibilitando assim formas inéditas de social, de mercados e de produções (FELICE, 2012: p.04).

Além disso, nos pautaremos nos conceitos de net-ativismo defendido pelo autor que segundo definição (FELICE, 2017) "exprime o conjunto das ações em rede que resultam da sinergia entre atores de diversas naturezas: pessoas, dados, softwares, dispositivos, redes sociais digitais, territorialidades informativas, entre outros". Isso porque, segundo a justificativa dos produtores do T'Amo na Rodoviária, o material visa muito mais do que 'contar' uma história, mas, demonstrar as condições de quem permaneceu e o que pode ser feito para melhorar o ambiente do prédio praticamente abandonado nos últimos sete anos.

Entender a iniciativa em todas suas nuances, por intermédio da pesquisa bibliográfica e das interações virtuais do público, acompanhando as manifestações sociais e culturais realizadas em uma localidade que já foi protagonista da história do município, este é o principal objetivo do texto. O local que hoje agoniza com a falta de recursos dos proprietários e interesse do poder público tem condições de ser utilizado como espaço que pode abrigar projetos e ações para toda sociedade.

2 - Revisão Bibliográfica:

2.1. Antropologia Social:

O título do presente artigo apresenta de forma direta o conceito que permeou o processo de construção do documentário audiovisual denominado T'Amo na Rodoviária. Para entender o que aconteceu em um espaço considerado um dos principais pontos de encontro de uma capital com pouco mais de um século de fundação, os idealizadores se apoiaram em uma das mais

importantes publicações do antropólogo e etnólogo francês, Marc Augé: "Não Lugares. Introdução a uma antropologia da Supermodernidade".

A obra lançada em 1992 analisa entre outros assuntos, as modificações físicas e sociais apresentadas em concentrações urbanas como estações rodoviárias, ferroviárias e aeroportos, ou ainda em grandes centros comerciais.

O que se busca responder com auxílio do material pesquisado é como funcionam as dinâmicas de relacionamento nestes locais, as características sociais comuns que apresentam e qual a responsabilidade do poder público no sentido de prevenir o desencadeamento de processos marginalizadores, marcados por pontos de tráfico de drogas, prostituição e reunião de indivíduos que vivem à margem da sociedade.

> "Vê-se bem que por 'não lugar' designamos duas realidades complementares, porém, distintas: espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços. Se as duas relações se correspondem de maneira bastante ampla e, em todo caso, oficialmente não se confundem, os não lugares medeiam todo um conjunto de relações consigo e com os outros que só dizem respeito indiretamente a seus fins: assim como os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não lugares criam tensão solitária (AUGÉ, 2012: p. 87)".

Situando o espaço em questão, o mesmo localiza-se na cidade de Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul (região Centro-Oeste do Brasil). Trata-se do primeiro terminal rodoviário do município inaugurado em 1976, com intuito de abrigar ainda, o mais

moderno centro comercial da época, com 235 lojas, restaurantes e duas salas de cinema. Durante 37 anos, o Centro Comercial Condomínio Terminal do Oeste foi protagonista dos principais acontecimentos da cidade, reunindo a sociedade sul-mato-grossense e recepcionando cidadãos de outras regiões do país e também do Paraguai e Bolívia.

A construção e inauguração de um novo terminal localizado estrategicamente na saída sul de Campo Grande (saída para São Paulo), teve como justificativa a necessidade de acomodar maior número de veículos de transporte de passageiros (ônibus) e também, desafogar o fluxo da área central. Entretanto, o planejamento realizado não se preocupou em antevir o que aconteceria

com toda uma rede de pessoas que trabalhava, morava ou frequentava o prédio. No espaço de sete anos (2010 a 2017), a localidade conhecida como 'Antiga Rodoviária' tornou-se uma região desabitada e estigmatizada como local violento, frequentado por profissionais do sexo, usuários de drogas e moradores de rua.

Em primeiro lugar propõe-se discutir a falta de diálogo entre cidadãos e poder público, pois, o prédio está localizado no bairro mais antigo da cidade, em região considerada de ótima localização e abriga ainda, pouco mais de 10 pontos comerciais que funcionam com precariedade por seus proprietários que não têm outra alternativa senão sobreviver, aguardando por 'ajuda' do poder público. Sobre o cenário descrito, Augé é oportuno em afirmar:

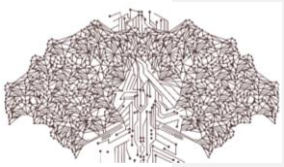
> Se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um 'não lugar'. A hipótese aqui defendida é a de que a supermodernidade é produtora de 'não lugares', isto é, de **espaços que não são em si lugares antropológicos** e que, contrariamente à modernidade baudelairiana, **não integram os lugares antigos**: esses, repertoriados, classificados e promovidos a 'lugares de memória', ocupam aí um lugar circunscrito e específico. (AUGÉ, 2012: p.73)

2.2. Webdocumentário e Cibercultura:

O próximo passo é detalhar o objeto de estudo que é o documentário audiovisual com formato de web documentário e previsão de ser lançado até o primeiro trimestre de 2018. A iniciativa partiu de um grupo de profissionais, que em sua maioria, nasceu e frequentou a 'Antiga Rodoviária'. Inconformados com a situação do prédio e a situação de descaso, reuniram-se para construir o 'T'Amo na Rodoviária', uma produção com 50

minutos de duração que objetiva apresentar os processos de transformação que foram acontecendo na região, na perspectiva do público que vive, trabalha e frequenta o prédio.

Na avaliação da equipe, a opção do formato *webdocumentário* tem o intuito de atingir o maior número de pessoas - possibilitado pelo ambiente do ciberespaço – por sua viabilidade econômica que exige menor investimento financeiro. A utilização do formato para divulgação de conteúdos cinematográficos vem sendo utilizada há algumas décadas, entretanto, o aprimoramento e ferramentas utilizadas são renovados com uma rapidez que caracteriza as mídias



digitais na internet. Ou seja, os documentários produzidos para o ambiente virtual precisam atendem as características de interatividade, hipertextualidade e convergência de meios.

A fim de melhor conceituar a proposta do projeto T'Amo na Rodoviária buscamos suporte em Bill Nichols (2005: p.135) que definiu seis modos de representação do documentário, segundo as convenções que um determinado filme pode adotar: poético, expositivo, observativo, participativo, reflexivo e performático.

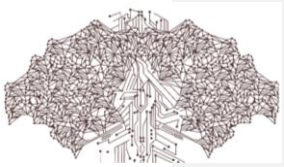
O webdocumentário analisado ainda está em fase de conclusão (edição final), entretanto, por meio do acesso ao roteiro e a montagem do filme pode-se afirmar que o material se aproxima mais do modo performático, segundo explica a pesquisadora Egle Spinelli (2014) apoiada nos conceitos de Nichols:

> O significado é claramente um processo subjetivo, carregado de afetos. As coisas têm significados diferentes para pessoas diferentes. Experiência e memória, envolvimento emocional, questões de valor e crença, compromisso e princípio, tudo faz parte da nossa compreensão dos aspectos do mundo que são explorados pelos documentários: a estrutura institucional (governo, igrejas, famílias e casamentos) e as práticas sociais específicas (amor e guerra, competição e cooperação) que constituem uma sociedade. (SPINELLI apud NICHOLS, 2001: p.169). p.94-95

Na avaliação da pesquisadora, os realizadores que escolhem este viés conceitual têm objetivo de apresentar um significado mais humanizado e, por conseguinte, que promova uma interação mais recíproca, conforme aponta Nichols (2001: p.171): "tentam representar uma subjetividade social que une o geral ao particular, o individual ao coletivo e o político ao pessoal".

Contribuição importante para análise do trabalho vem de André Lemos, que interpreta o atual desenvolvimento tecnológico, não mais como um agente de separação ou

esgotamento de vínculos sociais e alienação (2008): "pode ser uma força capaz de formar relações de cooperação e de solidariedade entre os indivíduos". A fim de reforçar este entendimento, o pesquisador busca suporte em Manuel Castells (1996, p.469) que observa a evolução do papel das redes: "constituem a nova morfologia social das nossas sociedades, por isso a difusão da lógica das redes modifica substancialmente a operação e as consequências dos processos de produção, experiência, poder e cultura".



> Trazendo a ideia de que pensar a sociedade é pensar em termos de territorializações e desterritorializações, em termos de mobilidade urbana, de não-lugares intercambiáveis, de cidades globais. A metáfora que mais se aproxima do estado social atual é a da sociedade em rede. (LEMOS, 2011: p.06).

2.3. Conectividades de interação:

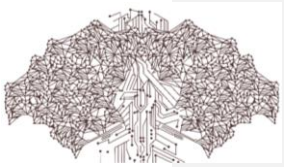
O objetivo específico do projeto T'Amo na Rodoviária é produzir um documentário que divulgue, amplie e compartilhe a opinião do público que trabalha, mora e vive no Condomínio Central Terminal do Oeste, na cidade de Campo Grande (MS). Para conseguir este intento os realizadores buscaram as ferramentas de maior alcance, a começar pelo formato produzido em *webdocumentário* e que será finalizado no formato DCP (*Digital Cinema Pack*), pela qualidade e segurança que comporta ao material audiovisual.

Desde o início do trabalho foram criadas redes sociais para registrar e compartilhar com os parceiros e público em geral, as etapas produtivas do trabalho. Para isso foram criadas contas nos seguintes ambientes: uma página no *Facebook* (*Fanpage*), *blog* e *Instagram*. Este contato permite uma interação com os seguidores e ainda, possibilitar a troca de experiências com outros produtores e pesquisadores do cenário audiovisual.

A opção do grupo em veicular o filme pelo *YouTube* após o lançamento, se deu pelo entendimento que a rede social é o principal canal para compartilhamento de produções audiovisuais de forma gratuita. Esta afirmativa pode ser verificada no relatório anual da consultoria *Content Trends* divulgado em 2017: o canal é considerado pelos usuários e empresas como a quarta melhor rede social, com 44,5% de presença no ambiente virtual.

Em 2009, Henry Jenkins dedicou um capítulo especial ao *YouTube*, na publicação 'Convergência Digital', demonstrando as possibilidades de crescimento da rede:

> Ter um site compartilhado significa que essas produções obtêm uma visibilidade muito maior do que teriam se fossem distribuídas por portais separados e isolados. Significa novas ideias e novos projetos e, muitas vezes, a colaboração, de maneiras imprevisíveis, entre as comunidades. Falar no conteúdo do *YouTube*
>
> como espalhável também nos permite falar sobre a importância da distribuição na criação de valor e sobre a reformulação de sentido dentro da cultura virtual. (JENKINS, 2009:p.349).



No entendimento do autor, o *YouTube* foi o primeiro canal a unir as três principais funções da mídia digital que são: produção, seleção e distribuição. Isso porque em uma única plataforma é possível direcionar a atenção para usuários que, anteriormente ao fenômeno do ciberespaço, não teriam condições de assistir milhares de obras disponibilizadas gratuitamente na atualidade.

> O advento de novas ferramentas de produção e canais de distribuição derrubou barreiras de entrada no mercado de ideias. Essas mudanças colocam recursos para o ativismo e a crítica social nas mãos de cidadãos comuns, recursos que já foram de domínio exclusivo dos candidatos, dos partidos e dos meios de comunicação de massa. (JENKINS, 2009: p.368)

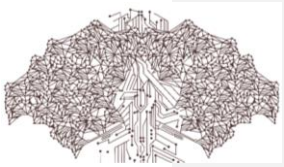
Outro fator importante no processo de reconhecimento do produto audiovisual é o suporte oferecido nas demais redes. A *Fanpage* do T'Amo na Rodoviária conta com 1.192 curtidas e uma média de engajamento expressiva, visto não se tratar de uma página comercial. O *Instagram* e o *Blog* complementam o processo de interatividade com os usuários, porém, em números mais modestos.

Analisando o contexto social da cibercultura na expansão de produção audiovisual elencamos algumas reflexões da cineasta Aliana Camargo que avalia a inserção do *webdocumentário* no ciberespaço na seguinte perspectiva:

> As várias formas de produção de conteúdo produzido para a internet se moldam conforme o terreno o possibilita. Consequentemente, os webdocumentários são apresentados para diferentes olhares, diferentes leitores, o que demonstra a diferença de muitos trabalhos na Cibercultura com a origem no gênero documentário. (CAMARGO, 2012: p.40).

A inclusão social é um fator considerado positivo na análise da autora, pois, os documentários na *web* colocam grandes diretores e produtores anônimos em um plano horizontal de divulgação (2012, p.52). Trabalhos que antes se deparavam com as barreiras financeiras quanto a produção, divulgação e distribuição, atualmente encontram espaço na "internet que se torna a grande expositora da voz do outro".

Do outro lado, os usuários ou consumidores destes produtos têm a possibilidade de conhecer diferentes histórias, realidades e conceitos, que contribuem para a formação crítica cultural. O que antes só era possibilitado nas telas do cinema ou da televisão agora



são oferecidos em um ambiente plural e diversificado, mas, que ainda assim necessita de seleção e interpretação por parte dos receptores. "Na cibersocialidade, as dimensões lúdica, erótica, hedonista e espiritual são potencializadas. No movimento diacrônico, os atores sociais atualizam essas dimensões através da tela do computador, que é a fronteira entre o individual e o coletivo (CAMARGO, 2012: p.45).

2.4. Conectividades e Sociedade:

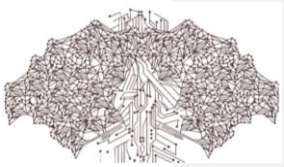
Segundo o Dicionário Aurélio conectividade é a propriedade ou capacidade que um computador ou sistema informático tem de se conectar a outros dispositivos. No entanto, o termo ganha uma nova conformação quando analisado do ponto de vista sociológico. O ciberespaço proporcionou aos cidadãos de todo o mundo a possibilidade de estarem 'conectados' uns aos outros, por meio da internet, dissolvendo distâncias, fronteiras e criando novas geografias comunicativas.

Neste sentido, recorremos a Massimo Di Felice que defende o conceito de que a passagem da tecnologia analógica para a digital provoca uma modificação na própria ideia de comunicação. Isso porque, por mais que se tenham aumentado as distâncias físicas, desencadeou-se um processo comunicativo pautado no formato digital que pluraliza a participação de usuários em diferentes locais ou com diferentes saberes.

> O advento de um comunitarismo em rede baseado em forma de comunicações reticulares e interativas e, portanto, pós-analógica, nos obriga a pensar um social pós-estruturalista, onde os distintos setores, os diversos grupos, as instituições, as empresas, passam a se sobrepor e a reinventar-se através da contínua interação e conexão (DI FELICE, 2015: p.03)

Desta forma, entendemos que as novas possibilidades tecnológicas podem auxiliar no processo de desenvolvimento de ideias, projetos e manifestações que tenham objetivo de propor um pensamento crítico a situações de mazelas enfrentadas pela população.

Seja por meio de um documentário veiculado na *web* ou então nas discussões e interações realizadas nas redes sociais, os usuários têm acesso a informações que muitas vezes ficam relegadas ao segundo plano, sejam por não interessarem ao poder estabelecido (governantes) ou ainda, por ficarem fragmentadas num emaranhado de conteúdos que perdem o seu valor 'noticioso' em questão de horas ou dias.



O estudo de caso apresentado neste trabalho é apenas um dos milhares de exemplos que encontraremos publicados no ciberespaço, entretanto, a intenção é demonstrar que o planejamento, o formato e o direcionamento que pode ser dado a um problema ou

iniciativa, tem condições de ser divulgado com mais autonomia e assim, atrair as comunidades para o exercício de reação.

> […]. No caso específico das redes sociais na internet, os valores do capital social estão diretamente relacionados às questões relacionais (construção de relacionamentos), normativas (desenvolvimento de códigos de condutas), cognitivas (disseminação de informação e elaboração de conhecimento), confiança no ambiente social (meritocracia), institucionais (autoridade e auto-organização) (DI FELICE et al., 2012, p. 67).

A fim de complementar o raciocínio sobre a importância de se pensar o espaço virtual como um ambiente que tem condições de oferecer perspectivas diferentes de difusão de ideias, agregar públicos com interesses comuns é fundamental pontuar a definição de Di Felice sobre o novo movimento proporcionado pela rede, o net-ativismo.

> O net-ativismo exprime o conjunto das ações em rede que resultam da sinergia entre atores de diversas naturezas – pessoas, dados, softwares, dispositivos, redes sociais digitais, territorialidades informativas, etc. – que tecem a emergência de um novo tipo de ecologia (eko-logos) não mais opositiva e separatista, mas estendida não só aos elementos biológicos não humanos, mas também às tecnologias informativas, às entidades territoriais, às diversas superfícies, capazes de conectar e de fazer interagir tudo o que existe no interior da biosfera. (DI FELICE, 2017: p.193).

No caso do projeto T'Amo na Rodoviária, ainda que de forma empírica, a proposta de produzir e disponibilizar um webdocumentário na rede *YouTube*, criando ainda ferramentas de interação no processo de *making of*, possibilitado pelas redes *Facebook*, Blog e Instagram demonstram que são várias as possibilidades para trocar informações, esclarecer o público, trocar informações e experiências sobre o tema em questão.

Esta é a proposta do net-ativismo ao utilizar as tecnologias informativas de baixo custo e que estão presentes na vida dos cidadãos de todo o mundo. A ideia é que este projeto 'viaje' pelo

ambiente do ciberespaço apresentando uma condição que existe em diferentes partes do país e do planeta.

O que se faz necessário é desenvolver uma estratégia focada em grupos de interesse comum pelo assunto, o que também pode ser ampliado, por intermédio do impulsionamento na rede *Facebook.*

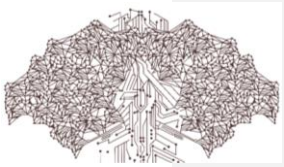
3 - Desenvolvimento:

O documentário T'Amo na Rodoviária nasceu da iniciativa de um grupo de profissionais especializados no segmento audiovisual unidos para mostrar a situação de descaso de um dos pontos históricos mais importantes da história de Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul. Durante 37 anos, o local foi o terminal de transbordo rodoviário intermunicipal e interestadual do município e há sete anos foi substituído por um novo prédio, sob a justificativa de que era preciso reordenar o trânsito da região central, assim, como proporcionar maior espaço para o fluxo de ônibus que entram e saem da cidade.

Entretanto, o projeto desenvolvido não avaliou o impacto econômico social que a mudança traria para os comerciantes do prédio, os moradores e frequentadores do prédio, que em menos de uma década testemunharam a mudança do local em um espaço marginalizado pela população local, em razão do aumento no número de moradores de rua, usuários de drogas e profissionais do sexo que buscavam abrigo no local.

O que chamamos de imagens nesse documentário é o que não se enquadra na qualidade de mero registro documental. É uma construção imaginária, complexa montada a partir de fragmentos que apontam sintomas. Existe um conjunto denso de referências visuais, sonoras, impressas e de impressões culturais das mais diversas: críticas, elogios, escândalos, belezas naturais, noções de cidadania que rubricam o ofício da região.

"É da natureza humana a encenação ou o não auto - reconhecimento, uma incapacidade de se definir ou se despir frente o cunho invasor da câmera" diz Eduardo Coutinho em entrevista a Caros Amigos. Por isso buscamos com a encenação uma ultra realidade. Para que o "EU" exista formalmente, nada como o "OUTRO" para representá-lo.



Reforçando as pesquisas de Augé (2012) sobre o tema, entende-se que:

> A experiência do fato social total é duplamente concreta (e duplamente completa): experiência de uma sociedade precisamente localizada no tempo e no espaço, mas também de um indivíduo qualquer dessa sociedade. Só que esse indivíduo não é qualquer um: ele se identifica com a sociedade da qual ele não passa de uma expressão, e é significativo, para dar uma ideia do que se entende por um indivíduo qualquer. (2012, p. 25).

Pautando-nos na investigação de Fernanda Bernardes que analisou o formato de construção dos webdocumentários, podemos destacar que a técnica utilizada pela equipe do T'Amo na Rodoviária aproxima-se dos conceitos que a autora apontou baseados nas

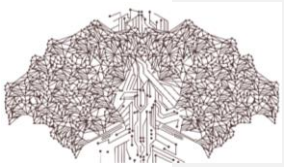
definições de Alex Primo: "considerando o fluxo de informações – o termo mais adequado para navegação em um estoque de imagens previamente definido é multissequencialidade, ao invés de não-linearidade". (BERNARDES apud PRIMO, 2015: p.03).

Isso porque, a estruturação e edição do produto audiovisual para internet considera algumas particularidades diferentes dos documentários tradicionais, conforme explicado pela pesquisadora:

> O que está implícito em sua terminologia é que um documentário interativo deve usar suporte digital e ser interativo. Um documentário linear que foi filmado com tecnologia digital e é distribuído na web é um documentário digital mas não é um documentário interativo. Em outras palavras, em um documentário interativo o usuário deve realizar ações: deve fisicamente ter a possibilidade de "fazer algo" com/no artefato (BERNARDES apud GAUDENZI, 2015: p. 05).

Com este entendimento podemos complementar que os webdocumentários são filmes que não utilizam a web apenas como método de distribuição, mas incorporam sua flexibilidade. "Sendo assim, não podem ser transmitidos em uma tela de tevê tradicional sem que se perca algo essencial. Webdocumentário, na nossa concepção, é um documentário nativo da web (FERNANDES, 2015).

A produção do webdocumentário teve início em 2011 com a etapa de pesquisa histórica e bibliográfica e construção do roteiro. Na sequência teve início a fase investigativa, na qual a



equipe conversou com comerciantes, moradores e frequentadores do prédio. Nesse período outros parceiros aderiram a iniciativa do grupo e iniciaram um movimento de 'ocupação' da Antiga Rodoviária', por meio de manifestações culturais (apresentações de teatro, dança, cineclubes, ações sociais junto à comunidade, entre outras ações).

Dividido em nove capítulos, tem como subtemas: Origens, História, Personagens, Dos Não Lugares, Dos Intransponíveis, Das Cidades, Política dos Desejos, Corporiedade e Subjetividades. O documentário está em fase de finalização e deve ser lançado até o primeiro trimestre de 2018, apresentando depoimentos e sentimentos de quem vive e enfrenta a dura realidade do prédio construído no final de década de 1960 para ser o mais moderno centro comercial da capital de Mato Grosso do Sul. Entremeado com esquetes encenadas por atores, a proposta conceitual do filme é apresentar um produto que reúna informação, denúncia e a arte de um público que luta pela revitalização do prédio.

Em tempo, é necessário explicar que a etapa de coleta de imagens, depoimentos de personagens reais e de atores, gastos com deslocamento, equipamentos, entre outras necessidades utilizaram recursos próprios e obtidos com promoções de eventos beneficentes. Somente em 2017, o grupo conseguiu aprovação do projeto junto ao Fundo de Investimentos Culturais (FIC/MS), disponibilizado anualmente pelo governo do Estado, na forma de editais. Com isso, obteve-se dinheiro necessário para editar o material que será apresentado, na ocasião do lançamento, em espaços culturais da cidade.

Foram captadas entrevistas com mais de 20 pessoas que tem contato direto no local, 05 atores interpretam sentimentos de quem preferiu não ser filmado e ainda, existe a avaliação de personagens indiretamente envolvidos no processo de construção e vivência do terminal rodoviário. A trilha sonora do *webdocumentário* é autoral e contou com a participação colaborativa de vários grupos de artistas locais, como forma a apoiar a iniciativa e demonstrar o sentimento de inconformação sobre a situação do prédio.

De acordo com representantes do condomínio, a resposta que obtiveram junto a prefeitura de Campo Grande sobre a adoção de medidas que possam revitalizar o prédio, a resposta é que por tratar-se de um local privado (a maioria das salas comerciais é de propriedade privada) e somente uma pequena área externa é considerada patrimônio público, a administração pública

não tem condições financeiras para desapropriar o imóvel e ressarcir os comerciantes que persistem em manter o funcionamento de pequenos comércios.

Na avaliação dos idealizadores do webdocumentário, o produto final será uma ferramenta para divulgar em amplitude os problemas enfrentados pelo prédio e sua comunidade, recorrendo as lembranças pessoais dos cidadãos sul-mato-grossenses, e estimulando sua aproximação e empatia com a situação das pessoas reais que continuam a frequentar o prédio.

Outro ponto a ser debatido é o que pode ser feito para mudar a condição atual e de que forma a sociedade pode contribuir. Isso porque, a situação da 'Antiga Rodoviária' de Campo Grande (MS) é enfrentada em outros estados brasileiros, em função do desenvolvimento e urbanização acelerados. Então ao invés de marginalizar, os usuários serão convidados a opinar, interagir e ainda, voltar a frequentar um local histórico para

testemunhar que é preciso unir esforços para pressionar o poder público, no sentido de prevenir ou no caso analisado, buscar alternativas de revitalização.

Algumas reações já podem ser mensuradas por intermédio da interação na Fanpage do T'Amo na Rodoviária, que está no ar desde 2013, porém, começou a ganhar força no número de seguidores ao divulgar eventos realizados no prédio, como por exemplo: oficinas de arte, dança e ações sociais em parceria com secretarias municipais (Câmara Municipal, Assistência Social e Saúde).

Uma iniciativa que é um desdobramento do projeto do webdocumentário é o 'Transcine', no qual são apresentados regularmente filmes com temáticas sociais: dramas pessoais, familiares, crescimento das cidades, desigualdade social e apresentados nos corredores da Antiga Rodoviária. Ao término de cada exibição, os visitantes são convidados a debater os temas e assim interagirem de acordo com sua interpretação ou opinião sobre a obra. Este evento costuma atrair uma média de 30 pessoas e é um dos posts com melhor alcance (média de 500 pessoas alcançadas).

A equipe do T'Amo na Rodoviária considera importante apoiar outros eventos realizados no local por isso, sempre compartilha e avisa os seguidores sobre a promoção de festas e eventos. No ano de 2017 algumas tiveram destaque, como por exemplo: Sarobá (festa popular feita pelo coletivo cultura Imaginário Maracangalha), edição do Transcine (com o documentário Paris

Burning), apresentação do grupo Feminine Hi-Fi (São Paulo) e um campeonato nacional de Sinuca que movimentou durante dois dias o prédio e reuniu quase mil pessoas.

Outra consideração importante sobre as interações feitas na página diz respeito a vídeos postados ou compartilhados, que chegaram a alcançar a marca de cinco mil pessoas alcançadas. Além disso, os eventos criados via facebook provocam bons resultados em termos de curtidas e compartilhamentos, em torno de 300 pessoas alcançadas.

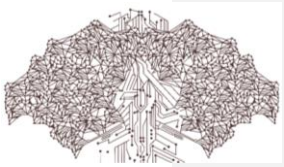
No mês de outubro, foi iniciada uma campanha de entrevistas com personagens que tiveram ou têm envolvimento com a trajetória do antigo terminal. Foram selecionados profissionais em diferentes áreas de conhecimento para opinar e compartilhar as experiências que tiveram no local. Entre eles, foram publicados tanto no blog quanto no facebook, um empresário que participou de todo processo de construção, inauguração e desenvolvimento do local. A figura de Milton Belo traz reminiscências de quem

acompanhou o período ‘de ouro’ da Antiga Rodoviária. O segundo personagem foi o ex-prefeito de Campo Grande no período de 2004 a 2012, Nelson Trad Filho que explicou sobre as tentativas de ocupar o prédio com novos projetos, visto que no mandato dele é que houve a transferência para um novo terminal rodoviário.

Em relação ao Instagram os números ainda possuem pouca expressão, visto que só foi idealizado em outubro de 2017, porém, percebe-se maior interesse de seguidores ligados ao setor cultural regional e nacional.

Nas mensurações realizadas foi comprovado um crescimento de 40% no número de seguidores, curtidas e alcance dos internautas no intervalo de outubro a dezembro de 2017. O trabalho realizado pela equipe de social media tem perfil conceitual e procura despertar nos seguidores o compartilhamento de informações ou lembranças. Entretanto, a falta de condição financeira para realizar impulsionamento ainda é uma barreira para o melhor desenvolvimento do plano de comunicação digital.

Ainda assim, percebe-se um público atento as novidades que são veiculadas pelas ferramentas virtuais comprovando a defesa que é possível produzir conteúdo relevante e que é do interesse público. Com o lançamento do webdocumentário programado para o primeiro trimestre de 2018 será possível atribuir a importância da rede *YouTube*, como apoio na divulgação do filme e consequentemente aumentar o conhecimento do projeto em âmbito regional e nacional.



4 – Considerações Finais:

A análise do processo de produção e divulgação do projeto T'Amo na Rodoviária demonstrou quantas possibilidades de divulgação e interações ainda podem ser desenvolvidas no ambiente do ciberespaço. O recorte apresentado em uma cidade com menos de um milhão de habitantes comprova isso, por meio das interações nas redes sociais do trabalho em questão.

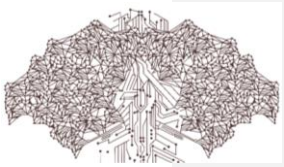
Ainda que não tenha sido concluído o webdocumentário foi possível analisar roteiro, base teórica e as expressões utilizadas para chamar a atenção da sociedade local para uma situação de interesse público regional. O fortalecimento de grupos culturais e da

própria comunidade é possível, desde que seja pautado em uma crítica concreta e sintonizada com a realidade que pretende-se mudar. O trabalho da equipe T'Amo na Rodoviária tem um objetivo social, mudar as condições de pessoas que adoeceram ou foram esquecidas no prédio histórico da cidade de Campo Grande. Contudo, ao propor a discussão e o debate estas manifestações culturais podem ampliar o conhecimento sobre realidades em diferentes pontos do Brasil, e conseguir retorno do poder público.

Na visão de Augé (1992, p.37), "o mundo da supermodernidade não tem as dimensões exatas daquele no qual pensamos viver, pois vivemos num mundo que ainda não aprendemos a olhar. Temos que reaprender a pensar o espaço".

Palavras-chave: antropologia social, conectividades; webdocumentário; ciberespaço;

Referências bibliográficas



AUGÉ, Marc. **Não lugares introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Tradução Maria Lúcia Pereira. 9ª edição. Campinas, SP: Papirus, 2012.

AURÉLIO **Dicionário**. Acesso em: https://dicionariodoaurelio.com/

BERNARDES, Fernanda. **Webdocumentário e Interação: compreendendo o papel do usuário em Fort Mcmoney**. IN: https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Fernanda-Bernardes.PUCRS_.pdf . Acesso em 10 de outubro de 2017.

CAMARGO, F. Aliana. Documentário e Cibercultura: conjunção contemporânea. IN: http://cpd1.ufmt.br/ecco/site/docs/dissertacoes/aliana_franca_camargo.pdf Cuiabá, 2012. Dissertação de mestrado. Acesso em 02 de outubro de 2017.

CASTELLS, Manoel. The Rise of the Network Society. Volume I. **A Idade da Informação: Economia, sociedade e cultura**, Oxford, Blackwell Publishers, 1996.

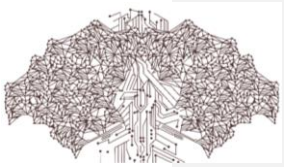
COUTINHO, Eduardo. Caros Amigos. IN: https://www.carosamigos.com.br/index.php/component/search/?searchword=%E2%80%9C%C3%89%20da%20natureza%20humana.Itemid=113 Acesso em 22 de setembro de 2017.

FELICE, di Massimo. **O Comum Digital**: as dimensões conectivas e o surgimento de um novo comunitarismo. Disponível em: http://www.vidapastoral.com.br/artigos/pastoral-e-comunicacao/o-comum-digital-as-dimensoes-conectivas-e-o-surgimento-de-um-novo-comunitarismo/ . Acesso em 22 de setembro de 2017.

FELICE, di Massimo. **Net-Ativismo. Da ação social para o ato conectivo**. Coleção Comunicação. 1ª edição. São Paulo: Paulus, 2017. ISBN:978-85-349-4574-5

GONZALES, L.; MACIEL, S.; REBECHI, A. (orgs). **A Linguagem nas mídias na era da convergência.** 1ª edição. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. ISBN 978-85-7983-518-6 - Capítulo 6: Os modos de representação do documentário na Internet - Egle Müller Spinelli (página 85 a 97)

GAUDENZI, Sandra. The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary. Londres: Centre for Cultural Studies, University of London, 2013. Disponível em: http://research.gold.ac.uk/7997/1/Cultural_thesis_Gaudenzi.pdf



JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana L. de Alexandria. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009. ISBN: 978-85-7657-084-4

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão**. IN: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/140429770509861442583267950533057946044.pdf . Acesso em 10 de outubro de 2017.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papirus, 2005.

PEÇANHA, Vitor. **Rock Content / Content Trends 2017**. Disponível em: http://materiais.rockcontent.com/content-trends acesso em 24 de setembro de 2017

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 3ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

NARRATIVAS DE SI NA REDE: UMA ESCUTA DISCURSIVA DE BLOGS PRÓ-ANOREXIA[1]

Antonione Grassano[2]; Nathália Rippel[3]; Luana Alencar[4]; Nara Reis[5]; Wedencley Alves[6]

Palavras-chave: subjetividade; rede; blogs pró-anorexia; discurso de si; destituição simbólica.

1. Anorexia: a Discussão Atual

Anorexia nervosa é médica e psiquiatricamente classificada como um transtorno alimentar marcado, principalmente, pelo medo mórbido que ganhar peso. O início da anorexia, geralmente, ocorre durante a adolescência e, segundo o *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Distordes* (DSM-IV), se caracteriza por uma restrição alimentar auto-imposta visando o emagrecimento e a manutenção do peso em um nível muito abaixo do normal, distúrbio da imagem corporal e negação da condição patológica. O medo de engordar também desencadeia uma rotina de exercícios físicos exagerada, o que torna o emagrecimento mais acentuado. O vômito auto-provocado depois de uma grande ingestão de alimentos caracteriza a bulimia e está fortemente ligado à anorexia,

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades Contemporâneas, Poética e Culturas de Conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

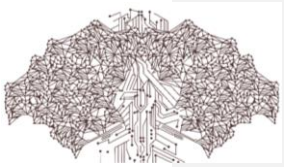
[2]. Mestrando da linha Comunicação e Poder do PPGCom/UFJF e integrante do Grupo de Pesquisa Sensus. E-mail: antonione.grassano@gmail.com

[3]. Mestranda da linha Comunicação e Poder do PPGCOM/UFJF e participa do Grupo de Pesquisa Sensus. E-mail: nv_rippel@hotmail.com

[4]. Mestranda da linha Comunicação e Poder do PPGCOM/UFJF e participa do Grupo de Pesquisa Sensus. E-mail: alencarlr@hotmail.com

[5]. Mestranda da linha Comunicação e Poder do PPGCOM/UFJF e participa do Grupo de Pesquisa Sensus. E-mail: narajack7@gmail.com

[6]6. Professor adjunto III UFJF. Mestre em Comunicação pela UFF, 2001, Doutor em Linguística pela Unicamp, 2007. Coordenador do Grupo de Pesquisa Sensus. E-mail: wedenn@yahoo.com.br



podendo ser um dos sintomas para o diagnostico.

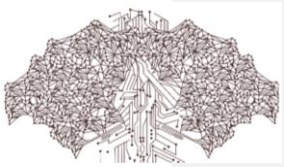
Podemos observar que não há controvérsias na descrição dos sintomas da anorexia, entretanto, Claudino & Borges (2002) defendem que o consenso a respeito da perda de peso, necessária para o diagnóstico, permanece em uma linha tênue entre o aceitável e o abaixo do peso. "Para padronização tem-se utilizado o Índice de Massa Corpórea (IMC = peso/altura2) <17,5 (critério utilizado pela CID-10) ou percentual de adequação de peso inferior a 85% (critério utilizado pelo DSM-IV)" (CLAUDINO & BORGES, 2002, p. 9)

O desejo de emagrecer não diminui com a perda de peso, pelo contrário, se torna cada vez mais obsessivo, defende Giordani (2007). Para a autora, na medida em que sujeito emagrece, mais aumenta o medo de engordar. Mesmo estando extremamente magras, a distorção corporal faz com que as anoréxicas se enxerguem gordas. "O peso corporal é altamente valorizado, sendo a perda de peso apreciada e julgada como uma extraordinária conquista e uma formidável demonstração de autocontrole" (GIORDANI, 2007, p. 82). O objetivo é se ver livre de toda a gordura. Embora os anoréxicos conheçam os riscos, os desconsideram completamente. Queda de cabelo, enfraquecimento das unhas, ausência da menstruação, ressecamento da pele, desmaios e inanição são alguns dos sintomas da manutenção do peso tão baixo.

2. Blogs Pró-Anorexia e Pró-Bulimia

Essa é a classificação tomada como referência e não nos cabe questioná-la. Interessa-nos fazer a escuta dos discursos do "ser anoréxica" materializados em textualidades da rede. Protegidas pelo anonimato, as meninas diagnosticadas com a anorexia encontram nos sites e redes sociais um local onde podem elaborar outros sentidos que não aqueles estabelecidos pelas autoridades médicas ou mesmo pelo discurso jornalístico.

Sentidos nem sempre escutados, mas que poderiam elevar a compreensão de como estes "sujeitos" da anorexia se percebem, se significam e significam saúde,



doença, corpo, alimentação, medo, esperança.

Sob apelidos Ana (anorexia) e Mia (bulimia), essas adolescentes expressam a suas particularidades em relação a imagem corporal e alimentação. A maioria das usuárias se utilizam de nomes falsos para dificultarem a identificação. Mas não deixam de vocalizar suas angústias e ansiedades.

Vistas por discursos institucionais e pelo senso comum como doentes, as autoras destes blogs, geralmente recheados de *thinspirations* (inspirações magras) e manuais para alcançar a perfeição, usam esse espaço como um diário.

Os blogs íntimos são vistos como um fenômeno das mídias digitais e da linguagem, compreendido como a digitalização do texto autobiográfico, explica Tavernari (2013). A autora argumenta que boa parte dos autores de blogs praticam uma escrita de si fundamentada na percepção do outro, ou seja, motivada pela presença certa de um leitor além do próprio autor.

Ao comparar os blogs íntimos com os diários tradicionais, Tavernari (2013) observa uma ruptura na linearidade das narrativas, fruto das especificidades das mídias digitais. Ao mudar o suporte do diário íntimo, ou seja, a migração do papel para o ciberespaço, conduz à novas relações entre autores e leitores. As transformações sócio-históricas da modernidade apontam novas formas de se ver e ser visto. A escrita do autor do blog é influenciada pelos comentários deixados no blog. Sem ser visto, o dono do blog consegue estabelecer diálogos com seus leitores, que passam a interferir na escrita de si do autor. Uma marca, conforme Tavernari (2013), da produção do discurso na contemporaneidade, marcado pela publicidade de si. Uma mudança do público e do privado.

Protegidas pelo anonimato, as anoréxicas constroem manuais recheados de siglas, tais como *No Food* (NF) e *Low Food* (LF), que significam respectivamente “sem comida” e “comidas leves”. *No food* é a restrição completa se alimentos, sendo permitido apenas o consumo de água, chá, café sem açúcar ou adoçante e refrigerante com zero calorias. *Low Food* possui um número de calorias máximo por dia, variando entre 50 e 500 calorias diárias. Também é ressaltada inúmeras vezes a necessidade de ter controle

sobre o corpo e como é bom sentir-se "vazia" após um longo NF. Além de diversos truques para burlar a fome e disfarçar o vômito auto-provocado (no caso da bulimia) e mensagens de incentivo.

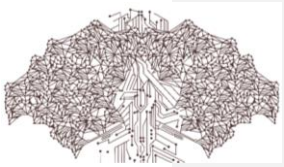
Para Silveira Jr. & Reis (2009, p. 92) "o mundo virtual pró-ana e mia assume um caráter de sociedade secreta, com algumas práticas seguidas com afinco quase religioso". Os autores argumentam também que a conexão através das redes sociais possibilitou a vocalização de dizeres presentes desde sempre, mas que antes não encontravam um canal no qual pudessem ser ditos.

3. Comunicação Mediada e Redes Simbólicas

A popularização da internet enquanto meio de comunicação, principalmente no início dos anos 90, acarretou mudanças significativas para a sociedade, segundo (Castells, 2003). Essas modificações, em especial marcadas pela apropriação simbólica e re-significação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador, deslocaram também as formas sociais. Exemplos são o Facebook, Whatspp, Orkut e entre outros.

Para Boyd e Ellison (2007) os sites sociais são ferramentas que permitiriam aos seus usuários (1) a criação de um perfil individualizado, (2) a publicização de suas redes sociais e (3) a interação. A apropriação desses sites não se limitou em levar as pessoas a publicarem suas redes, mas também modificá-las. Essas mudanças, decorrentes dos novos sentidos negociados e construídos através da comunicação, proporcionaram que essas redes tornassem-se muito mais "associativas" (ZAGO, 2009).

> Ou seja, em lugar de redes sociais construídas com base na interação social, mantidas por essa interação e limitadas ao tempo e investimento de cada ator, as redes sociais publicadas nessas ferramentas passaram a ser constituídas de conexões construídas pelos sites, mantidas pelos sites e independentes do investimento nas relações sociais de cada ator. Por conta disso, as redes sociais online tornara-se representações muito



> maiores das redes sociais, diferentes de seus correspondentes offline. E, apesar de suas conexões baseadas na "adição" de outros indivíduos, passaram a impactar os processos de comunicação e os indivíduos. (RECUERO, 2012, p. 1)

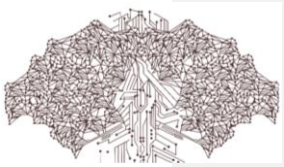
Para Recuero (2012) as redes possibilitam o surgimento de conversações em rede, práticas coletivas, onde a conversação é acessível a diferentes grupos, interconectados dentro de uma mesma rede, cuja infra-estrutura está proporcionada pelos sites de rede social. A conversação que ela trata aqui, não é algo criado pelos sistemas técnicos, mas uma apropriação das próprias redes sociais desses sistemas de forma a criar elementos e sentidos.

Um conceito de extrema relevância para entender as redes é o da Comunicação Mediada pelo computador (CMC). Segundo Jones (1995), ela é um produto social que não é apenas constituída de um conjunto de ferramentas, mas é um motor de relações sociais. Também não é somente estrutura para essas relações, mas também proporciona um ambiente para que elas ocorram.

É na CMC que as relações sociais são forjadas através das trocas de informação entre os indivíduos. Muito mais que uma estrutura técnica de suporte à linguagem é também uma forma de entender como o sentido é construído pelos atores.

Dentre as conversações mediadas pelo computador, há ainda uma forma nova. É aquela da conversação em rede. A conversação, nos sites de rede social, adquire, ainda, as características dos chamados públicos em rede (BOYD, 2007), que seriam: (a) a permanência das interações, no sentido de que aquilo que foi publicado permanece acessível no site; (b) a buscabilidade, característica que se refere a capacidade de busca das mensagens nas ferramentas, que é também consequência da permanência; (c) a replicabilidade das mensagens,

Outro elemento característico da mediação do computador é a construção de representações dos interagentes. Isto é, elementos representativos dos indivíduos no ciberespaço, que não necessariamente estejam onlines. Essa representação pode ser



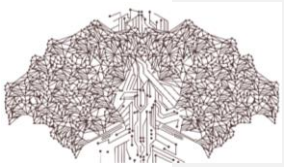
constituída de um perfil em um site de rede social, um weblog[7] pessoalizado, um nickname em uma sala de chat, uma foto e etc. Ela delimita o indivíduo naquela ferramenta, o Outro, o interagente. Essas "representações do self" têm características semelhantes àquelas explicitadas por Goffman (1974) em sua construção. Elas referenciam indivíduos que interagem através da CMC. São cuidadosamente montadas como espaços pessoalizados, que trazem impressões construídas para dar uma ou outra impressão na possível audiência, através de pequenas pistas.

Lembrando também que os vários espaços de comentários e os links pessoalizados para cada blog podem representar seus respectivos blogueiros e interagentes. Essa personalização e individualização, ainda que representada no espaço virtual, é essencial para a conversação, pois fornece informações cruciais a respeito dos interagentes envolvidos e dos contextos criados.

"A integração do conteúdo, da conectividade e da interação humana na Web permite a criação de redes por palavras, por imagens, por documentos e pela lógica que as interliga" (KAHIN, 1997, p. 64). Não é que o texto simplesmente se torne hipertexto, ligado internamente por palavas; o texto se torna a rede que conecta o usuário a todos os recursos simbólicos: pessoas, organizações, informações, serviços. Ele fornece o contexto, a comunidade e as conexões de navegação que, por sua vez, definem o ciberespaço.

4. Discurso de Si nas Redes: o Sujeito Discursivo na Escrita

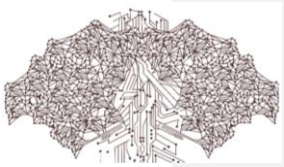
[7]Weblogs são ferramentas de publicação que possibilitam o uso sem o conhecimento dos meandros técnicos de publicação na Web. Foram inicialmente apropriados de forma bastante pessoalizada. (Vide Amaral, Montardo e Recuero, 2009). Construídas para dar uma ou outra impressão na possível audiência, através de pequenas pistas. É uma reinscrição de elementos que são característicos dos indivíduos no ciberespaço gerada justamente pela permanência e aumentada pela buscabilidade e a presença das audiências invisíveis, que se refere à característica da escalabilidade das redes. Essas quatro características dariam uma nova dimensão para a audiência das ferramentas mediadas.



Nossa realidade cotidiana é indissociável das nossas relações sociais com o outro. Estamos interligados por essas relações como uma espécie de rede, onde certos contatos nos afetam diretamente, outros indiretamente. A linguagem é o meio principal que nos une nas relações sociais e é a maneira na qual as nossas subjetividades são objetivadas. (BERGER & LUCKMANN, 2004) Vejamos as notícias. É preciso escrever um dado fato da maneira mais neutra possível, escondendo as subjetividades do repórter e da política editorial do jornal por meio de "efeitos de objetividade" – como o uso da terceira pessoa e citações de fontes institucionais e especialistas. É a linguagem que simboliza nossas subjetividades e as experiências cotidianas, lembrando que linguagem não é somente a escrita ou a fala, mas o gestual e qualquer outra forma de simbolização comum que se faça entender.

Todavia, é na escrita que os sujeitos assumem mais visivelmente a função de autoria, visto que em nossa cultura a grafia tem grande legitimidade. Logo, não há como falarmos de meios de comunicação e mídia sem levarmos em conta a função de autoria na escrita, lugar também em que há uma identificação do leitor (PERNISA & ALVES, 2010, p. 111). É na escrita e na fala que o sujeito se reconhece e se identifica (ou não) com determinados discursos, pois são essas materialidades lugares de fala e produção de sentido. "Se o observamos na perspectiva discursiva, o texto é um bólido de sentidos. Ele "parte" em inúmeras direções, em múltiplos planos significantes". (ORLANDI,1996 p. 14).

Os textos na rede sobre os discurso de si será a materialidade de nossa análise, materialidade essa sobre a qual é importante fazermos algumas pontuações referentes às suas características. Diferentemente do discurso com menor grau de reversibilidade da grande mídia – onde há pouco espaço para que o leitor possa interagir, aproximando-se mais do modelo produtor- receptor –, na rede a possibilidade de encontrarmos uma atitude ativa do leitor é, indubitavelmente, maior. Um jornal, por exemplo, se difere da rede por haver uma passividade imaginária do sujeito-leitor, sem que esse possa, efetivamente, interferir diretamente no processo de produção de sentidos dos conteúdos veiculados.

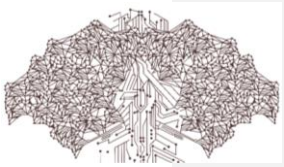


> a mídia permite, também, em certa medida, maior reversibilidade e, da mesma forma, maior capacidade de vocalização de discursos e autores outros que não aqueles dominantes ou legitimados na mídia massiva". (PERNISA e ALVES, 2010, p. 111)

A informação na rede é exposta ao contraditório, à ressignificação e à retextualização e por sua materialidade multimodal tende à produção de sentidos polissêmicos que, segundo Orlandi (1999), são as diferentes atribuições de sentido entre locutores. Um conceito novo tem surgido e que nos leva a pensar além da simples relação comunicacional produtor-receptor, que é a noção de midiatização. Para Braga (2012) somos uma sociedade em processo de midiatização, em que não só o meio ou a recepção são estudados de formas separadas, todavia os participantes sociais desse processo comunicacional e o modo como acionam esses processos é o que será mais importante. A ideia de midiatização não abarca só o Campo da Comunicação, uma vez que se acredita que todos os campos sociais fazem uso de algum meio para veicular informação, daí falar-se em coexistência de campos.

A rede permitiu a vocalização de outros atores/autores, inclusive a vocalização do discurso de si em blogs, fóruns e redes sociais. A sociedade em midiatização acredita não só em uma comunicação em rede, mas em circuitos de fluxo contínuo de informação, processo (BRAGA, 2012).

Esse sujeito digital, por assim dizer, não é o mesmo sujeito da escrita e nem o mesmo da era pré-midiática. As transformações dos meios de comunicação reconfiguraram a maneira como os indivíduos se relacionam entre si. Thompson (1998) acredita que a imprensa criou um novo fluxo de dados", em que as pessoas liam as notícias e iam aos cafés discutirem sobre os temas pautados nos periódicos, fenômeno esse que Habermas vai chamar de Esfera Pública Burguesa. Posteriormente, os Estados começaram a cobrar impostos dos veículos de jornal, chegando a cobrar por folha impressa, e a censura aos jornais vigorou até o século XVIII na Europa, todavia pensadores liberais passaram a lutar pela liberdade de imprensa que foi pouco a pouco conquistada.

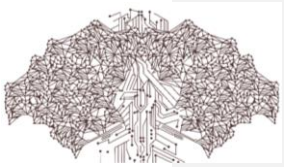


A partir do desenvolvimento da imprensa, mudou-se o modo de relacionar, também impulsionado pelo desenvolvimento das estradas, que permitiam a circulação de dados de forma mais rápida.

Chegamos à chamada era digital em que o sujeito não é só consumidor de dados, mas também produtor. A interatividade midiática permite com que o até então "consumidor passivo" se transforme no que Kovach e Rosenstiel (2003) vão chamar de "promidor": consumidor e produtor, concomitante. Para além de produtor de conteúdo, hoje nos transformamos em sujeitos empreendedores de si, que promove sua imagem diariamente nas mídias sociais e procura manter uma boa aparência. É mais importante parecer do que ser, o que Guy Debord (2003) já testemunhava em Sociedade do Espetáculo.

> A fase presente da ocupação total da vida social pelos resultados acumulados da economia conduz a um deslizar generalizado do *ter* em *parecer*, de que todo o "ter" efetivo deve tirar o seu prestígio imediato e a sua função última. Ao mesmo tempo, toda a realidade individual se tornou social, diretamente dependente do poderio social, por ele moldada. Somente nisto em que ela não é, lhe é permitido aparecer. (DEBORD, 2000 p. 24)

A internet e seu desenvolvimento possibilitou o encurtamento temporal de emissão e recepção de mensagens, permitindo, assim, a instantaneidade. Tal mídia, também, deu aos até então consumidores de conteúdo a chance de transformarem-se em produtores de informação. Mais do que um local para autopromoção de si, percebemos a criação de associações por identidades, de lugar do comum, em que o indivíduo representa um de seus papéis. Se recorrermos a Goffman (2006) vamos ver que cada pessoa pode representar um ou mais papéis sociais e a mídia é o palco em que alguns desses papéis são desempenhados. Alguns desses papéis são identificados por outros atores, que sentirão o desejo de fazer parte dessa peça, e assim criam-se as relações, das quais falam Berger e Luckmann (2004). Essas identificações se dão por meio dos discursos. A rede é, sem dúvida, um dispositivo em que circulam os mais diversos discursos e formações discursivas. Além de falar-se de temas recorrentes e opiniões comuns, que geram

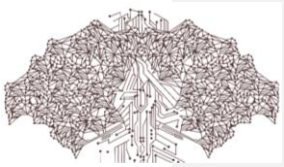


identificação, encontramos ainda o Discurso de Si.

> O *discurso de si* se define como aquela modalidade de discurso em que o sujeito enunciador fala de si mesmo, num desdobramento auto-reflexivo. No *discurso de si*, o sujeito procura dar corpo simbólico a estados internos – pensamento e sentimentos – que são experimentados no momento em que o discurso se produz ou que o foram no passado. Nesse sentido, o *discurso de si* é um funcionamento que emerge, em geral, em meio a um relato de acontecimentos vivenciados, mas com ele não se confunde. O que caracteriza o *discurso de si* não é o falar de si mesmo enquanto protagonista de acontecimentos que foram/são vivenciados, mas o falar de si enquanto instância subjetiva. Assim, o *discurso de si*, se guarda proximidade com manifestações da ordem do autobiográfico, do confessional, por exemplo, mantém, em relação a eles, sua especificidade. (PAULILLO, 2004 ,p.9)

A rede, como visto, pode ser usada como o meio em que o sujeito fala de si para si e para os outros, que podem ou não identificar-se com seu discurso.

Posto isso, como esses sujeitos, que também são atores/autores na rede, simbolizam, por exemplo, suas angústias nesse meio? Como esses discursos reverberam e produzem (ou não) novos sentidos? Autores como Freud, Birman e Bauman dedicaram textos que tentaram abarcar e refletir um pouco do chamado mal-estar que permeia cada indivíduo. Há, na contemporaneidade, o que Zygmunt Bauman (1998) chama de crise de identidade, que impulsiona ainda mais esse mal-estar e o falar de si. Em "Cadernos sobre o Mal", Joel Birman (2009) retoma o conceito de pulsão de vida e de morte adotado por Freud em "O Mal-estar na Civilização" e mostra que a cultura dos excessos contemporâneos está intrinsecamente ligada ao desequilíbrio entre pulsão de morte e vida, gerando esse mal-estar: “De fato, sem a expulsão parcial da pulsão de morte, o psiquismo permanece passivo e submergido pelo excesso, destituído de instrumentos”. Freud (2011), já era precursor do conceito de mal-estar e acreditava que para suportar as dores das demandas da vida é indispensável o uso de paliativos, que nos tornam mais insensíveis às angústias. É, muitas vezes, nesse local de fala na rede que o sujeito encontra formas de simbolizar sua dor, aliviando-a e compartilhando com outros que partilham de mesma angústia. É na rede, também, que o angustiado se reconhece e se identifica enquanto tal. O que objetivamos responder é: como esses discursos sobre dor de si são constituídos na rede? Quais são os modos de subjetivação desses sujeitos?



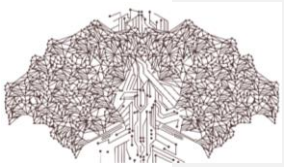
5. Narrativas Contemporâneas de Sofrimento: Modos de Subjetivação na Sociedade Neoliberal

Entendemos por sofrimento a noção psicanalítica proposta por Dunker (2015). Nesta perspectiva, o sofrimento deve ser pensado dentro do quadro de uma teoria do reconhecimento, ou seja, a partir de demandas de reconhecimento (político, jurídico, social) que vão determinar quais deles estão, de certa forma, autorizados e quais devem ser contingenciados. A partir disso, toda forma de sentir e de sofrer contém uma demanda de reconhecimento e deriva de uma política socio-historicamente determinada de identificação do sujeito. "Cada época define politicamente quanto e qual sofrimento pode ser suportado e qual deve ser incluído na esfera do patológico" (DUNKER, 2015, p.219), acrescenta.

A segunda condição para analisar o sofrimento é pensá-lo em estrutura de narrativa. Daí decorre sua natureza transformativa quanto às condições de produção das práticas discursivas e da posição do sujeito em relação à enunciação de seu sofrimento. No âmbito da linguagem, isso significa dizer que o sofrimento exprime-se no entremeio entre o discurso e a fala. Dunker (2015) recorre a Lacan para conceituar a narrativa como um processo de linguagem que contorna um objeto atribuindo-lhe uma "estrutura de ficção". "Quando Lacan diz que a verdade possui estrutura de ficção, ele nos remete a esse campo de construção hipotético de saberes que são constitutivos do sujeito e que definem o tecido linguístico do sofrimento" (DUNKER, 2015, p. 219).

Deve-se considerar, ainda, que a experiência do sofrimento está relacionado a uma dificuldade de elaboração simbólica, de nomeação da angústia, "um processo de indeterminação de sentido" (DUNKER, 2015, p.219).

Por fim, Dunker atribui à experiência do sofrimento o processo do que a psicanálise chama transitivismo, ou seja, de inversão de significação entre o agente e o



paciente de uma ação. "O transitivismo é a experiencia psicológica que a criança experimenta quando suspende e confunde a relação entre aquele que pratica a ação e aquele que sofre a ação" (DUNKER, 2015, p.219).

Pereira (2015) acredita que o sofrimento humano modifica-se de acordo com as transformações das subjetividades. Nesse sentido, a necessidade do reconhecimento do sujeito em seus laços sociais possui parte de sua origem na construção de novos ideais e novas verdades. Esse modelo contemporâneo de construção de identidade se baseia na vida íntima e pode ser lido como um efeito da relação entre o liberalismo, o romantismo e o regime disciplinar, explica a autora.

Para compreender a relação entre as formas e expressões atuais de sofrimento com os atuais modos de subjetivação, faz-se necessário uma digressão teórica acerca dos regimes de saber-poder que sobredeterminam a mediação entre sujeitos e discurso. Para Dardot e Laval (2016), a sociedade ocidental atual fundou uma nova norma subjetiva que atualizou aquela do sujeito produtivista, típico das sociedades industriais e figura do liberalismo clássico. A gênese desta mutação é atribuída à viragem do discurso sobre o homem, a partir do século XVII, balizado sempre em relação à ciência, de um lado, e ao capitalismo, de outro.

> Trata-se precisamente de um discurso científico que, a partir do século XVII, começa a enunciar o que o homem é e o que deve fazer; e é para fazer do homem esse animal produtivo e consumidor, esse ser de labor e necessidade, que um novo discurso científico se propôs redefinir a medida humana. (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 322)

A passagem para o século XXI testemunhou um fenômeno simbólico e político em que a palavra "neoliberalismo" não designa mais apenas uma doutrina econômica, mas também uma concepção social. Nesta "racionalidade global", além das já conhecidas mudanças e rupturas no campo econômico em relação ao liberalismo clássico, impera uma narrativa, construída historicamente, de uma nova forma sujeito. A figura central dessa nova racionalidade é o "sujeito empresarial".

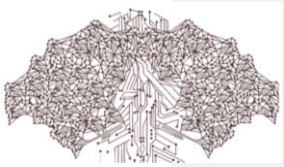
Na concepção neoliberal, todas as atividades que permeiam a vida privada,

são encaradas como “investimento”, calculadas em termos de “custo-benefício”, risco, etc. Nesta concepção social neoliberal, devemos considerar a exigência de performance, desempenho e eficácia que os novos sujeitos "empreendedores-de-si" acabam sendo submetidos quando a noção de capital humano e empreendedorismo emerge muito forte nos discursos, na cultura, nas relações sociais, etc (DARDOT et LAVAL, 2016).

> Se existe um novo sujeito, ele deve ser distinguido das práticas discursivas e institucionais que, no fim do século XX, engendraram a figura do homem-empresa ou do “sujeito empresarial”, favorecendo a instauração de uma rede de sanções, estímulos e comprometimentos que tem o efeito de produzir funcionamentos psíquicos de um novo tipo. Alcançar o objetivo de reorganizar completamente a sociedade, as empresas e as instituições pela multiplicação e intensificação dos mecanismos, das relações e dos comportamentos de mercado implica necessariamente um devir-outro dos sujeitos. O homem benthamiano era o homem *calculador* do mercado e o homem *produtivo* das organizações industriais. O homem neoliberal é o homem *competitivo*, inteiramente imerso na competição mundial. (DARDOT e LAVAL, 2016, p.322)

De acordo com Dardot e Laval (2016), a valorização da noção de empreendedorismo e a ideia de que este tipo de racionalidade só pode se formar através do mercado são fenômenos basilares para a redefinição do sujeito referencial do neoliberalismo, essa nova razão mundial. O que ocorre, no entanto, é um deslocamento das possibilidades do “empreendedorismo”. Este deixa de ser uma faculdade específica do mundo do trabalho e empresarial para atravessar todas as esferas da vida social. “Em resumo, trata-se de fazer com que cada indivíduo se torne o mais '*enterprising*' possível (DARDOT e LAVAL, 2016, p.151)

Este reinvestimento ideológico de regiões externas do campo especificamente econômico refunda teoricamente, segundo os autores, uma antropologia do homem neoliberal, dando consistência a um regime de verdade que viabilizará “apoios discursivos” imprescindíveis à governamentalidade neoliberal da sociedade e de seus indivíduos. Aqui, o termo “governamentalidade” faz referência direta às materializações dos efeitos de poder (controle, normalização e disciplina) da sociedade disciplinar de Michel Foucault (2008)



Para Foucault (2008), o modelo do *homo oeconomicus*, sujeito básico da razão governamental que surge no liberalismo do século XVIII, é o foco da aplicação indistinta da análise economicista, o que moldará suas condutas e comportamentos que, *a priori*, não pertencem à esfera do mercado e da economia. Ou não pertenciam. O fenômeno da generalização do objeto econômico a toda forma de conduta, racional ou não-racional, é o que definirá a economia psíquica deste sujeito referencial do liberalismo.

A estratégia da racionalidade neoliberal de nossos tempos (DARDOT e LAVAL, 2016), vista como um aprofundamento e uma redefinição através da generalização da doutrina econômica liberal, consiste, então, em fabricar simbólica e materialmente a realidade dos indivíduos, produzindo situações de mercado, organizando a "obrigação de escolher" para que todos reconheçam esta situação como a "realidade", ou seja para que todos incorporem a faculdade de realizar cálculos de interesses individuais como necessidade e, mais ainda, como a única "regra do jogo".

> Essa lógica que consiste em dirigir indiretamente a conduta é o horizonte das estratégias neoliberais de promoção da "liberdade" de escolher. Nem sempre distinguimos a dimensão normativa que necessariamente lhes pertence: a "liberdade de escolher" identifica-se com a obrigação de obedecer a uma conduta maximizadora dentro de um quadro legal, institucional, regulamentar, arquitetural, relacional, que deve ser construído para que o indivíduo escolha "com toda a liberdade" o que deve obrigatoriamente escolher para seu próprio interesse. O segredo da arte do poder, dizia, Bentham, é agir de modo que o indivíduo busque seu interesse como se fosse seu dever, e vice-versa. (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 216)

Retomando as reflexões de Foucault (2008) acerca do *homo oeconomicus*, que, neste trabalho, consideramos a gênese do sujeito neoliberal, ou "empresa-de-si-mesmo", este *homo oeconomicus* "aparece justamente como o que é manejável, o que vai responder sistematicamente a modificações sistemáticas que serão introduzidas artificialmente no meio. O *homo oeconomicus* é aquele que é eminentemente governável. (FOUCAULT, 2008, p. 369)

Descrever tal conjuntura faz-se fundamental para inserirmos a discussão acerca das formas e modos de expressão do sofrimento na contemporaneidade e sua

relação com o fenômeno da medicalização testemunhado nas sociedades liberais ocidentais. Como afirmamos, as formas de sofrimento manifestam-se indissociavelmente dos modos de subjetivação determinados historicamente. Agora, acrescentaremos os reflexos destas normas de subjetivação na definição das gramáticas de sofrimento e como elas definem a experiência do mal-estar

Para Oliveira (2017), a noção de "evidência" é o elemento fundamental do discurso biomédico e peça chave para o estabelecimento do regime de saber-poder médico. A redefinição do transtorno mental, mais especificamente a partir do DSM-III, realizou o apagamento do vínculo entre indivíduo e sociedade, apontando exclusivamente o indivíduo como lócus do transtorno mental. Assim, tal reformulação indicaria o alvo desta estratégia como a realização de regulação social, materializado na institucionalização do diagnóstico. Este regime, segundo a autora, "reifica" o transtorno e possibilita a normalização dos transtornos assim como dos desvios sociais. Indo mais além "o argumento de que o desvio/conflito social não é transtorno mental, salvo quando resulta de uma disfunção no indivíduo, é outra alteração no conceito, facilmente reversível para a afirmação de que a disfunção no indivíduo causa o desvio social (OLIVEIRA, 2017, p103).

Instrumentalizado como forma de regulação social, o diagnóstico entendido no sentido mais amplo (diagnósticos jurídicos, morais, médicos, psicológicos) torna-se uma das atividade mais valorizadas atualmente (DUNKER, 2015). O que diferencia estas formas de diagnosticar que influenciarão a administração simbólica e material da vida dos diagnósticos clínicos é que estes "se fundam no campo patológico. Os demais se apropriam do patológico como metáfora" (DUNKER, 2015, p.21). Esta apropriação discursiva do regime de saber-poder médico é o que vai permitir que os efeitos de poder do ato diagnóstico se institucionalizem e se legitimem em todas as esferas da vida humana, inclusive aquelas que não estão necessariamente ligadas à clínica propriamente dita.

O que Dunker (2015) chama de "racionalidade diagnóstica" é justamente esta expansão dos atos diagnósticos, o que o investe de valor político e efeitos de poder capazes de "gerar coações, interdições, tratamentos e que tais" (DUNKER, 2015, p.20).

A diagnóstica é, assim, um discurso que possibilita a existência e "força de lei" do ato diagnóstico, que irá dar nome ao mal-estar em gramáticas mais ou menos legítimas de sofrimento e determinarão as formas de sintoma de cada expressão do sofrimento.

Como destaca Dunker (2015), a diagnóstica

> É potencialmente um fato psicológico, quando afeta de maneira substancial o horizonte futuro, a ressignificação de práticas passadas e as perspectivas presentes de realização de uma vida. Uma diagnóstica é composta pelos efeitos, pelos sentidos, e pelas 're-designações' que um diagnóstico pode ter para um sujeito ou para uma comunidade diante do aspecto social de sua patologia. (DUNKER, 2015, p.21)

Daí as narrativas de sofrimento se constituírem como ponto de ataque nesta pesquisa discursiva. Para a AD, discurso é a mediação, através da linguagem, do homem com sua realidade natural e social, ou, mais especificamente, efeitos de sentido entre locutores. (ORLANDI, 2005). Aqui, nos interessa compreender as formações discursivas que atravessam a textualidade sobre nosso objeto, e de que forma tais FDs dotam o texto de sentido. As FDs são as materializações de relações ideológicas que se dão no processo sócio-histórico em que o texto é produzido.

6. **Objetivos de uma pesquisa discursiva**

A abordagem discursiva não tem qualquer pretensão de ser uma linha auxiliar de terapias ou funcionar como ponte para resoluções das consequências que podem advir das práticas alimentares destas comunidades.

Mas partimos do pressuposto de que muitas vezes o discurso institucional médico e midiático, ao tomarem os sujeitos da anorexia apenas pelo viés dos males que sua condição pode causar, esquecem talvez de olhar outros sentidos possíveis, elaborados pelas meninas.

Em nossa abordagem, elas serão vistas como sujeitos do discurso que

devem ser escutadas para além do desejo ou não de cura.

Escutar é vocalizar aquilo que a sociedade muitas vezes silencia, por medo, por zelo, por motivos morais ou até por preconceitos. Mas escutar é algo que pode sim contribuir para compreendermos como os sujeitos da anorexia elaboram a sua própria existência.

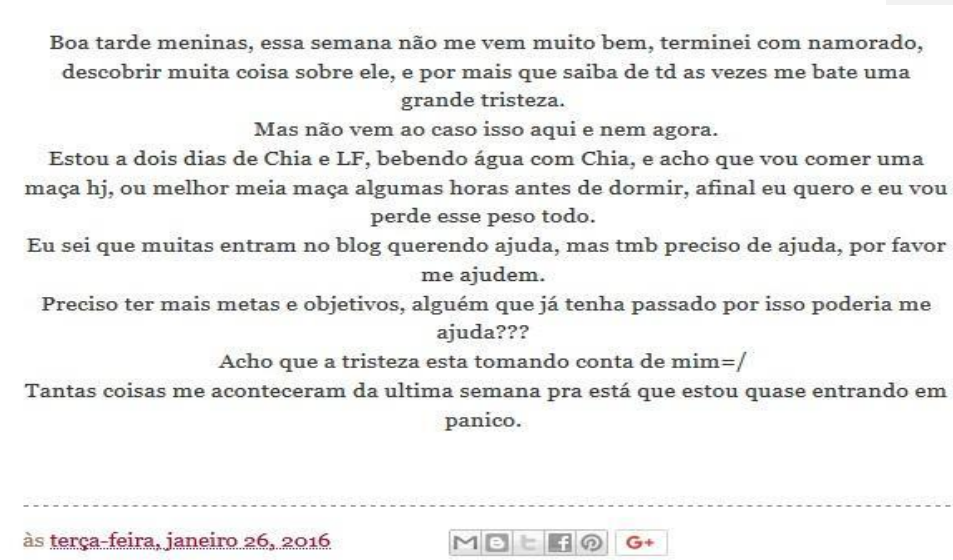
Essa escuta está sendo feita a partir dos próprios blogs, onde estas meninas se sentem mais confortáveis, a partir de seus pseudônimos. Como qualquer pesquisa discursiva, a atenção não se volta para o indivíduo, mas para a posição sujeito do discurso ocupada por eles.

Compreender as meninas da anorexia em discursos sobre si, é também perceber como elas fazem história, como constroem um mundo, muitas vezes misterioso e incompreendido pela maioria das pessoas.

7. **Análise**

Nesta análise vamos considerar duas postagens retiradas de sites e blogs nômades, preservando evidentemente os endereços[8].

[8]Em respeito ao desejo das jovens anoréxicas de manterem-se em anonimato e dentro de um ciclo restrito, preservaremos os endereços


Boa tarde meninas, essa semana não me vem muito bem, terminei com namorado, descobrir muita coisa sobre ele, e por mais que saiba de td as vezes me bate uma grande tristeza.
Mas não vem ao caso isso aqui e nem agora.
Estou a dois dias de Chia e LF, bebendo água com Chia, e acho que vou comer uma maça hj, ou melhor meia maça algumas horas antes de dormir, afinal eu quero e eu vou perde esse peso todo.
Eu sei que muitas entram no blog querendo ajuda, mas tmb preciso de ajuda, por favor me ajudem.
Preciso ter mais metas e objetivos, alguém que já tenha passado por isso poderia me ajuda???
Acho que a tristeza esta tomando conta de mim=/
Tantas coisas me aconteceram da ultima semana pra está que estou quase entrando em panico.

às terça-feira, janeiro 26, 2016

Figura 1: Metas e objetivos

Fonte: Texto publicado em blog pró-anorexia (acesso em 18 Ago. 2017)

Metas e objetivos

O discurso da responsabilidade dos sujeitos sobre a administração do próprio corpo aparece de modo inusitado, contrassensual. São enunciados bem conhecidos, mas tomada em outra matriz de sentidos, que não aquela da alimentação saudável segundo padrões mais ou menos aceitos pela comunidade biomédica, cujo discurso apresenta-se forte nos meios de comunicação.

Há um efeito de estranhamento, portanto, pois que os sentidos de 'metas e objetivos" aparecem como justificativa para manter-se tão abaixo do peso. A proximidade sintagmática com a confissão do estado de espírito – "Acho que a tristeza tem tomado conta de mim" mostra-se que há um desafio – a própria tristeza - que não deveria subverter o controle sobre o corpo – "...me bate uma grande tristeza...Mas não vem ao caso isso aqui e nem agora".

Denominaremos "cena discursiva", a interação de discursos em contraposição ou concordância num recorte enunciativo operado pelo analista a partir do arquivo. Estabelece-se assim o seguinte esquema de compreensão:

(1) "Me bate uma grande tristeza" – marca negativa
(2) "Não vem ao caso" – superação
(3) "Afinal, eu quero e vou perder esse peso todo" - conquista

A subversão dos sentidos hegemônicos é clara aqui e este sujeito do discurso opera em outra lógica, que não aquela que atribui à própria perda demasiada de peso um acontecimento negativo. A jovem recorre a outras pessoas dessa comunidade discursiva para pedir ajuda na superação. Uma acontecimento midiático se dá aí. Interditado nas mídias tradicionais, esse discurso aflora nas redes, no espaço de interlocução pouco institucional que ela permite. Apesar das interdições – por isso os cognomes e o caráter nômade destes sites – ele politicamente se reafirma como transgressão.

Identifica-se nesta postagem o sintoma da relação do sujeito que enuncia com um discurso – da administração dos corpos – pelo avesso. Não para chegar à plenitude do corpo saudável e belo. Mas o mais magro possível ante do limiar da vida.

Pequena tristeza de início de ano / peso

Dias antes do Natal me pesei e estava com 45kgs, quem pesa 45kgs? Fiquei com isso na cabeça mas devido ao trabalho e as ocupações de fim de ano desestressei, mas logo depois tive problemas no serviço e tive de fazer o trabalho dos outros, o que acabou me chateando e entristecendo, pois nada do que falava mudava essa situação, além do fato de chegar 2 horas depois do estipulado todos os dias em casa.

Dezembro foi um mês muito bom e agradável para mim e meu marido, ambos com problemas psicológicos; tivemos um bom final de ano, sem pensamentos ou tentativas negativas [...]. Agora em Janeiro esses pensamentos vieram, tento mudá-los mas persistem, logo meu humor não está dos melhores, estou mais "no meu canto".

Quero perder algum peso, me sentir feliz de novo, ter essa sensação de ter autocontrole de novo. Coisa de anoréxica mesmo.

Figura 2: Coisa de anoréxica mesmo

Fonte: Texto publicado em blog pró-anorexia (acesso em 18 Ago. 2017)

Coisa de anoréxica mesmo

A nossa personagem encadeia sintagmaticamente enunciados-tipo dos discursos das anoréxicas:

(4) Quero perder algum peso
(5) Me sentir feliz de novo
(6) Ter essa sensação de autocontrole de novo
(7) Coisa de anoréxica mesmo

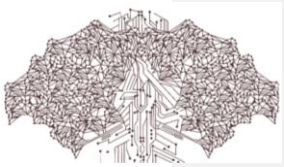
Mas no início do texto, ela se pergunta: "Quem é que pesa 45kkg?". O que produz a expectativa de que há insatisfação com que seria aparentemente um subpeso. Associado ao título, essa última leitura é reafirmada. Mas não. A felicidade está em perder mais peso, como se revela ao final.

Mas temos um problema para a tese da dismorfia. O gesto de interpretação sobre o peso de 45kg é outro. Se a visão é fisiológica, mas o olhar é um fenômeno histórico, precisamos nos perguntar se a disformia em outras palavras não é um fenômeno discursivo, tanto quanto os gestos de interpretação tão surpreendentes destas meninas. Precisamos nos perguntar se o olhar dismórfico não está em correspondência direta com a palavra destituída dos sentidos considerados como razoáveis.

Precisamos ler a palavra, e os olhares destas meninas, em busca de via de acesso abertas pelas buscas às vezes dramáticas, muitas vezes interditadas, e quase nunca compreendidas e toleradas, de restituição simbólica.

Referências Bibliográficas

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Zahar, 1998.



BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A Construção social da realidade.** Rio de Janeiro: Vozes, 2004

BIRMAN, J. **Cadernos sobre o mal**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

BOYD, D. **Social network sites**: public, private, or what? In: Knowledge Tree, v.13, 2007.

BOYD, D. M., e ELLISON, N. B. **Social network sites**: Definition, history, and scholarship. In: Journal of Computer-Mediated Communication, v.13, p.210-230. 2007

BRAGA, L. J. **Circuitos versus campos sociais.** Salvador**:** EDUFBA Compós, 2012.

CASTELLS, M. **A Galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CLAUDINO, A. M.; BORGES, M. B. F. Critérios diagnósticos para os transtornos alimentares: conceitos em evolução. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, São Paulo, v. 24, Suplemento 3. p. 7-12, dez, 2002

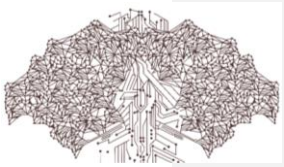
DARDOT, P; LAVAL,. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016

DEBORD, G. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000

DUNKER, C. **Mal-estar, sofrimento e sintoma**: uma psicopatologia do Brasil entre muros. São Paulo: Boitempo, 2015

FOUCAULT, M. **O nascimento da biopolítica.** São Paulo: Martins Fontes, 2008

FREUD, S. **O mal-estar na civilização**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.



GIORDANI, R. C. F. **A auto-imagem corporal na anorexia nervosa**: uma abordagem sociológica. Revista Psicologia & Sociedade, v. 18, n. 2, p. 81-88, 2007

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1974.

_____, E. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Editora Vozes, 2006

JONES, S. Understanding community in the information age. In: JONES, S. (ed.), **Cybersociety:**
Computer- mediated Communication and Community, 10-35. Thousand Oaks: Sage, 1995.

KAHIN, B. **O cenário político e os negócios da internet**. In: Institute for Information Studies (Org.). A Internet como paradigma, p. 59-76. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1997.

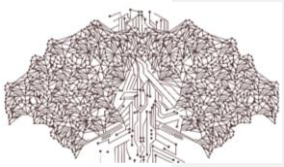
KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo.** Tradução de Wladir Dupont, Geração Editorial, São Paulo, 2003.

OLIVEIRA, C. Luto, subjetivações e biopolítica contemporânea. In: OLIVEIRA, C; MÜLLER, R. F. (orgs.) **Subjetivações e gestão dos riscos na atualidade**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2017

ORLANDI, E. P. **Interpretação:** autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____, E. P. **Análise do discurso:** princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.

_____, E. P. **Análise de Discurso:** princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2005



PAULILLO, R. **A enunciação vacilante:** formas do heterogêneo no discurso de si. Campinas: Tese de Doutorado apresentada no Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas. Unicamp, 2004.

PEREIRA, C. A construção da subjetividade contemporânea e a sua relação com a depressão. **Cad. Psicanálise –CPRJ**, Rio de Janeiro, v. 37, n.32, 2015

PERNISA, J. C.; ALVES, W. **Comunicação Digital:** jornalismo, narrativas estética. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010

RECUERO, R. **A Conversação em rede:** a comunicação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012

SILVEIRA JR, P. M.; REIS, V. A. **Vínculos no ciberespaço**: websites pró-anorexia e bulimia. Revista FAMECOS, v. 1, n. 39, p. 91-97, 2009.

TAVERNARI, M. Blogs íntimos: gêneros emergentes no meio digital. **Revista Fronteiras**, v. 15, n.1, p. 43-52, 2013.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

ZAGO, G. **Informações jornalísticas no Twitter:** redes sociais e filtros de informações. In: III Simpósio da ABCiber, São Paulo, 2009.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

NARRATIVAS TRANSMÍDIA EM REDES: O PAPEL DA TRÍADE *CULTURA DA CONVERGÊNCIA*, *INTELIGÊNCIA COLETIVA* E *CULTURA PARTICIPATIVA* NA CONSTRUÇÃO DE UNIVERSOS NARRATIVOS EM RIZOMA[1]

João Pedro de Azevedo Machado Mota[2]

O objeto abordado situa-se em buscar compreender a narrativa transmídia como uma nova expressão narrativa rizomática contemporânea, marcada por novas relações reticulares digitais, em novos tempos profundamente fragmentados, que requer novas perspectivas de abordagens por lentes teóricas e epistemológicas inovadoras.

Buscamos compreender a complexidade inerente às tramas destas novas narratividades, que conformariam o tecido de universos narrativos, compostos por uma heterogeneidade de relações estabelecidas entre diversos nichos de público em diálogos nas redes, cuja diegese comum é permeada por diversos meios, linguagens e sistemas significativos, ao direcionamos a imperiosa necessidade de criarmos pontes entre diversas teorias para sua melhor compreensão.

Em alinhamento ao eixo temático escolhido sobre a investigação de novas arquiteturas em rizoma digitais, abertas à interatividade, que se propõem transversais à lógica em raiz das estruturas de negócio tradicionais, ao fragmentá-las em inovadores modelos de negócios viáveis, com base em uma nova economia do compartilhamento e da colaboração nas redes; em profunda afinidade à temática da *Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais* proposta pelo X Simpósio Nacional da ABCiber[3], buscamos compreender a condição das novas narratividades rizomáticas situadas em um contexto marcado pela ascensão de uma tríade conceitual, que compõe o nosso arcabouço de análises: a *cultura da convergência* (JENKINS, 2009), a *inteligência coletiva* (LÉVY, 2007, 2010) e a *cultura participativa* (SHIRKY, 2011).

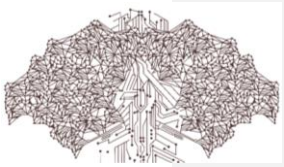
Fundamentalmente alavancados pela popularização, democratização e tendência à ubiquidade das redes digitais em todas esferas do cotidiano hodierno, especialmente desde a

---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . MOTA, J. P. A. M., mais conhecido pelo pseudônimo Yan Tibet, é mestrando na Universidade de São Paulo, PPGMPA-ECA. É Bacharel em Cinema e Audiovisual (UFF) e participa do Grupo de Pesquisa Criação de Conteúdos Audiovisuais Digitais Interativos em Multitelas, Multiplataformas e Ambientes Imersivos (USP), sob coordenação do Dr. Almir Almas (PPGMPA). E-mail: yantibet@usp.br.

3 . Link público de Apresentação do autor no ABCiber X, em 15/12/2017: <https://goo.gl/SrSW24>.



transição do século XX ao XXI, neste trabalho, buscaremos compreender as novas possibilidades de experiências colaborativas, interativas e participativas estabelecidas por heterogêneos nichos de públicos entre si, quando imersos no universo de diferentes histórias contadas, dialogicamente, em territorialidades midiáticas híbridas.

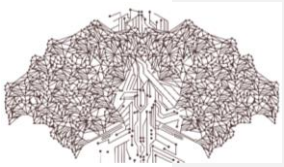
Assim, compreendemos o quanto o novo contexto reticular digital favoreceria ao surgimento de relações mais generosamente horizontais, transversais e paralelas entre diferentes nichos de públicos de diversas partes do mundo entre si, quando imersos, coletivamente, num mesmo universo em *transmedia storytelling*, se levarmos em conta a porosidade inerente às fronteiras desterritorializadas desta nova expressão reticular e rizomática de habitar narrativas.

Se, por um lado, hipoteticamente, as expressões narrativas resultantes das configurações de *mass media* tradicionais do século XX configurar-se-iam enquantos obras individuais tendencialmente monológicas, cujos aspectos socioculturais, econômicos e políticos verticalizados de produção, veiculação e consumo que as caracterizam indicariam a forma da *árvore* enquanto seu modelo simbólico, de maneira que as configurações hierárquicas representadas pela *raiz* situar-se-iam como seu sistema de construção de sentido predominante.

Por outro lado, as narratividades transmidiáticas contemporâneas em desenvolvimento no século XXI seriam entendidas, hipoteticamente, como um mosaico de fragmentos narrativos virtualmente dialógicos entre si, ainda que parcialmente construídas de forma vertical, a partir do novo contexto de interações, colaborações e trocas simbólicas oferecidas pelas novas ambiências das redes, haveria uma legítima oportunidade de despontar uma horizontalidade de relações coletivas entre heterogêneos públicos, num mesmo universo diegético: aqui, a forma do *rizoma* erige-se como novo modelo simbólico e a *rede* passa a se consolidar como um novo sistema de construção de sentido insurgente, em desenvolvimento na contemporaneidade.

Percebemos o quanto estes novos públicos, cujos diálogos se interseccionariam nas malhas das novas redes digitais, agora detém uma gama de ferramentas que os permitem, não somente consumir as novas expressões narrativas, mas também produzi-las ativamente e mesmo compartilhá-las entre si. Assim, o conjunto desse novo tecido narrativo conformaria um sentido diegético maior e mais amplo quando encarado *solidariamente*, pela ação coletiva colaborativa, do que quando disperso, *solitariamente*, pela assimilação pessoal individualizada.

Com este arcabouço, questionamo-nos de que formas as narrativas transmídia articuladas pelas redes teriam o potencial de serem germinadas, hipoteticamente, num terreno fertilmente



dialógico e crítico simultaneamente, virtualmente insurgentes ao sistema capitalista em que têm origem, inseridas no contexto desta tríade teórica-conceitual de nossas análises.

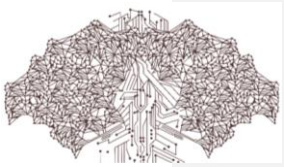
Contraditoriamente, portanto, apesar de nascerem, ao seio do capitalismo neoliberal, de uma espécie de nova "cultura de massa 2.0", o contexto das redes digitais em que melhor se desenvolvem as narrativas transmídia, em nosso ver, hipoteticamente, ofereceriam uma chance de maior liberdade e empoderamento aos novos *prosumidores* majoritariamente metropolitanos, habitantes do ciberespaço do século XXI, pela ação coordenada destes três eixos articulados que caracterizam as transformações em curso em nossos tempos.

O objetivo principal deste artigo visa compreender, de que forma o surgimento, democratização e complexificação cada vez maior das ambiências reticulares digitais na contemporaneidade têm favorecido ao surgimento de outras configurações narrativas que cada vez mais se afastam das territorialidades verticais arborescentes-radiculares, ao passo em que se aproximam das formações horizontais rizomáticas-reticulares, a partir da análise empreendida sobre a tríade epistemológica da *cultura da convergência*, da *inteligência coletiva* e da *cultura participativa* em que as narrativas transmídia se desenvolvem, na atualidade.

Em busca de compreender as narrativas transmídia enquanto novas expressões de narratividades rizomáticas fragmentadas reticulares, examinamo-las em afinidade ao conceito de *rizoma* (DELEUZE & GUATTARI, 2011), característico do sistema de conhecimento aberto, em função da progressiva participação direta de novos *prosumidores* (TOFFLER, 2012) na articulação destas novas narratividades.

Reunidos pela ação da *cultura participativa* (SHIRKY, 2011), por intermédio do exercício de caça e coleta realizada por uma *inteligência coletiva* (LÉVY, 2007, 2010), ao contexto de uma convergência de meios próprio da *cultura da convergência* (JENKINS, 2009), observamos o quanto os seus fragmentos narrativos, que não se encontram reunidos em um mesmo meio e linguagem exclusivamente, seriam favorecidos por uma compreensão holística (do grego, *holos*: "todo", "inteiro"), mais abrangentemente articulada, no contexto das redes digitais interativas.

A partir desta noção-chave, justificamos a pertinência e relevância do artigo em questão ao levarmos em conta, fundamentalmente, a acelerada diversificação de expressões narrativas na contemporaneidade, quando debruçarmo-nos sobre a forte ascensão de narratividades rizomáticas amplamente favorecidas pela democratização do acesso às redes de informação e comunicação em acelerada convergência de meios, em simultaneidade a uma crescente estratificação de nichos



de público cada vez mais diversos, organizados e heterogêneos, que podem ser favorecidos coletivamente pela compreensão de universos em narrativa transmídia, se somarem suas forças em ações cooperativas e articulações participativas, inteligentemente organizados nas novas redes.

Palavras-chave: narrativas transmídia, cultura participativa, inteligência coletiva, cultura da convergência, redes

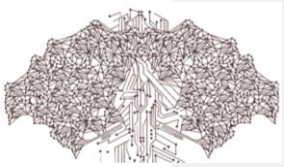
O que é narrativa transmídia

A narrativa transmídia — do inglês *transmedia storytelling* — é um conceito complexo e em constante desenvolvimento, que muitos autores, pesquisadores e acadêmicos têm se debruçado para definir, na atualidade. É importante ser realizada uma distinção entre as noções de *transmedia* e *storytelling*. Partindo-se da premissa de que ambos podem funcionar juntos, na forma de *transmedia storytelling*, ambos também têm sentido isoladamente.

As noções em torno de *storytelling*, cujo significado literal é "história", ou mais precisamente "contação de história", tem sido habitualmente traduzido para o português como "narrativa". Compreende-se a narrativa enquanto uma prática social que tem sido realizada pela humanidade há pelo menos 30 mil anos, segundo correntes da Antropologia Evolucionária, período que corresponde às estimativas médias de quando a linguagem surgiu.

O conceito de *transmedia*, traduzido para o português como "transmídia", contém em si uma definição embrionária trazida na década de 90 por Marsha Kinder (1991, p. 1), com base nos estudos sobre o conceito de *intertextualité* de Julia Kristeva, desde a década de 60 (1980, pp. 65-66), que por sua vez se relaciona às investigações sobre o conceito precursor de *dialogismo* de Mikhail Bakhtin (1990), conceituado pelo autor russo desde a década de 1920.

De sua relação radical com a intertextualidade, o conceito de transmídia será revisto ao longo século XXI por diferentes autores, como Henry Jenkins, Carlos Alberto Scolari e Matthew Freeman. Longe de esgotar a compreensão da *transmedia storytelling*, visamos descrever este conceito a partir da confrontação de definições apresentadas por diferentes autores, historicamente, para então estendermos nossa compreensão ao contexto das redes digitais em que as narrativas transmídia se desenvolvem de forma rizomática, hipoteticamente, na contemporaneidade.



Primeiramente cunhado pelo teórico estadunidense, Henry Jenkins, sobre o termo *transmedia storytelling*, o conceito neste autor tem relação direta com o contexto da "cultura da convergência", que origina seu livro homônimo, de 2006. Para Jenkins, o conceito refere-se "a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias", configurando-se enquanto uma "estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento" (2009, p. 49).

Marsha Kinder (1991, p. 1), por sua vez, investiga, já na década de 1990, o conceito *transmedia intertextuality* no universo ficcional infantil das franquias de "super entretenimento", em cujo contexto a autora encontrou um poderoso potencial de interação entre espectadores-jogadores, ao, literalmente, desvalorizarem a abordagem comercial destas narrativas audiovisuais, em favor das trocas afetivas entre seus diversos nichos de público.

Para Scolari (2009), estas narratividades possuem uma estrutura particular que se expande por diferentes linguagens, dentre a verbal, a icônica, etc., e por diferentes "mídias", dentre o cinema, os quadrinhos, a televisão, os videogames, etc., não podendo serem entendidas como apenas uma adaptação do conteúdo de uma mídia simplesmente transplantada para outra. Assim, a história que os quadrinhos contam não seriam a mesma contada na televisão ou no cinema (SCOLARI, 2009, p. 587), de maneira que se as diferentes mídias e linguagens participam e contribuem para a construção do universo narrativo transmídia, seria precisamente esta "dispersão textual" uma das mais importantes fontes de complexidade da cultura popular contemporânea.

Com a potência de horizontalidade oferecida por novas narratividades, cada vez mais o público pode contribuir com a própria interpretação de uma história ficcional, ao inverter-se a lógica do paradigma midiático, concebido no sentido de conteúdos feitos por "profissionais" para "consumidores", numa indústria originalmente verticalizada. Hoje, as relações têm se tornado marcadamente mais horizontais, à medida que as redes digitais são democratizadas a maiores estratos da sociedade, tanto pela ampliação da acessibilidade, mas, sobretudo, pela ampliação da formação básica necessária para que mais pessoas possam ser alfabetizadas digitalmente para este acesso.

Como bem percebido por Alvin Toffler (2012) em sua formulação do conceito de *prosumer* — um misto entre produtores e consumidores —, percebemos o quanto, hoje em dia, qualquer pessoa em posse de um celular com aplicativo de edição de vídeo embutido à configuração original do aparelho e acesso à Internet poder assumir o papel de "produtor de conteúdo", como ocorre no caso de uma infinidade de *fanfics*, criadas por comunidades do

ciberespaço. Este é o novo contexto em que se inserem as narrativas transmídia. E ele é coerentemente explicado por Henry Jenkins, em seu conceito sobre a cultura da convergência, sobre o qual trataremos nesta primeira parte do texto.

A cultura da convergência

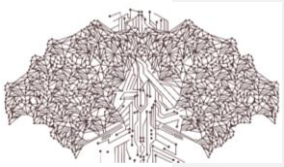
Para Jenkins, uma nova abordagem necessária à compreensão do universo apresentado por estas novas relações entre narrativas insere-se fundamentalmente no contexto do conceito proposto pelo autor, em seu livro homônimo. Para o autor, a "convergência" refere-se

> [...] ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. [...] (JENKINS, 2009, p. 29)

Jenkins entende que o processo de intercâmbio de conteúdos, informações e narrativas ao longo de diversos sistemas midiáticos depende fortemente da participação ativa dos consumidores, públicos e usuários, "à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos" (JENKINS, 2009, p. 29). Dessa maneira, o autor compreende esta nova abordagem como capaz de contrapor as "noções mais antigas sobre a passividade" dos espectadores da cultura de massa, de tal forma que, "em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo" (JENKINS, 2009, p. 30).

Havendo uma heterogeneidade fundante desses participantes no contexto das redes em que se inserem — alguns deles tendo mais habilidades em colaborar ativamente para essa cultura emergente do que outros —, para o autor, a "convergência" não ocorreria, portanto, por meio de aparelhos, por mais desenvolvidas que estas tecnologias fossem, mas "dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros" (JENKINS, 2009, p. 30).

Ao atribuir este processo coletivo em diálogo com o conceito de inteligência coletiva cunhado Pierre Lévy (2007), e ao reconhecer o fato da incapacidade solitária de somente um indivíduo não poder, ordinariamente, "saber de tudo", há, contudo, oportunidade de, ao juntarmos nossas peças, ao associarmos recursos e habilidades, chegarmos a um todo mais coeso. Jenkins



(2009, p. 30) nos indica as possibilidades de reconhecer esta soma de inteligências em torno da força abrangente de uma inteligência coletiva como uma fonte potencialmente alternativa de empoderamento midiático, ao acreditar que só estamos começando a aprender a usar este novo recurso.

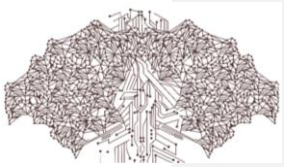
Dado que a Internet tem, aproximadamente, apenas entre duas e três décadas de existência enquanto meio popular de comunicação no mundo urbano contemporâneo, e aproximadamente pouco mais que meio século de existência desde suas origens mais remotas com a ARPANET: se, por um lado, por ora, "estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos"; "em breve", afirma o autor, "estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais 'sérios'" (JENKINS, 2009, p. 30).

Pode-se afirmar que as narrativas transmídia popularizam-se num contexto relativamente recente, que acompanha, concomitantemente, o desenvolvimento desses novos meios, ao percebermos que, cada vez mais, as mídias tradicionais como a televisão, o cinema e o rádio — outrora situadas num lugar de destaque, há algumas décadas atrás — passam a ser assimiladas, tanto em seus meios originais, quanto por meio da Internet e por meio de uma gama de novas mídias afins, ao perderem o seu antigo privilégio de destaque por ter de conviver com novos concorrentes de audiência.

Em nosso ver, ao menos é assim que boa parte dos empresários dos grandes conglomerados de mídia pensavam sob o velho paradigma da "revolução digital" no início deste século, talvez por receio de perderem a hegemonia de seus instrumentos de controle sobre todas as etapas de desenvolvimento do conteúdo midiático, a partir da concorrência oferecida pelos novos meios.

Em verdade, contudo, a questão é mais complexa, em razão da introdução de novos "atores", capazes de construir suas próprias narrativas de formas autônomas. O que se confirma quando verificamos, pelo argumento de Jenkins (2009, p. 41), que as "palavras impressas não eliminaram as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada antigo meio foi forçado a conviver com os meios emergentes". Em nosso ver, logicamente, é pouco provável que a Internet venha a substituir todos os meios anteriores, portanto. Em diálogo com as ideias de Jenkis, o autor estadunidense, Clay Shirky, propõe que:

> Mediante a observação de diversos [...] exemplos participativos, incluindo, em especial, a criação de software por meio de contribuições compartilhadas entre iguais (um modelo chamado open source software), [...] as motivações sociais reforçam as pessoas; nossas novas redes de



> comunicação encorajam a participação em comunidades e o compartilhamento, ambos intrinsecamente bons, fornecendo também apoio para autonomia e competência. [...] A motivação para compartilhar é o fator determinante; a tecnologia é apenas o facilitador. (SHIRKY, 2011, pp. 74-75)

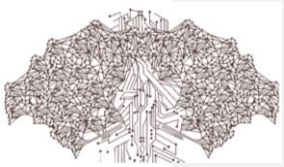
A convergência dos meios de comunicação então, para Jenkins, impactaria o modo como consumimos nos novos meios, de tal maneira que, segundo o exemplo oferecido pelo autor, os jovens possam fazer as lições de casa simultaneamente com diversas janelas abertas no computador, tanto quanto os fãs de seriados populares de televisão podem "capturar amostras de diálogos no vídeo, resumir episódios, discutir sobre roteiros, criar *fanfiction* (ficção de fã), gravar suas próprias trilhas sonoras, fazer seus próprios filmes — e distribuir tudo isso ao mundo inteiro pela Internet" (JENKINS, 2009, p. 44).

Por um lado, podemos compreender que o contexto em que se desenvolve a narrativa tradicional, amplamente marcada pelas relações sociais que privilegiavam a aproximação entre as pessoas em torno de narrativas orais, dependia fundamentalmente do compartilhamento de um contexto presencial comum, aos "olhos nos olhos". Por outro lado, vivemos a realidade de uma fragmentação da vida social inicialmente introduzida pelas narrativas ditas "modernas", e, especialmente pelas narrativas da cultura de massa desenvolvidas ao longo do século XX, que nos deixou, progressivamente, afastados uns dos outros à interação social, oprimidos pelos veículos comunicacionais que tendem a dificultar a verdadeira interação social, na transmissão de novas histórias.

Na contemporaneidade, em que se erige a cultura da convergência, contudo, acreditamos haver uma chance de retorno a comportamentos mais participativos, que favorecem ao desenvolvimento de narrativas mais horizontais, e de relações tecno-sociais menos verticais e mais reticulares, especialmente alavancados pelo contato com novas expressões rizomáticas transmidiáticas, nas redes da Internet. Este novo contexto pode ser explicado pelo conceito formulado por Clay Shirky, sobre o qual trataremos, nesta segunda parte do trabalho.

A cultura participativa

O conceito de cultura participativa, desenvolvido por Clay Shirky (2011), deve muito à noção conceitual de um "excedente cognitivo", pensado pelo autor, ao contrapor, logo em seu primeiro capítulo, uma diferenciação entre o tempo livre utilizado pelas pessoas durante a segunda metade do século XX, e, especialmente, a partir do século XXI.



Referindo-se principalmente à sua própria cultura estadunidense, o autor reflete o quanto as pessoas, no passado, usavam seu tempo livre, essencialmente, para assistir televisão: um tempo, para o autor, "desperdiçado". Hoje, inclusive, para atividades que direcionem tanto à autonomia pessoal, quanto ao empoderamento social e mesmo ao sentimento de pertencimento coletivo criado pela colaboração ativa, em causas organizadas pelas redes. Segundo Shirky:

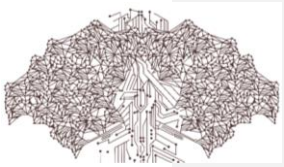
> A sociedade, a princípio, nunca sabe bem o que fazer com qualquer excedente. (É o que faz disso um excedente.) Quando tivemos um excedente realmente em larga escala de tempo livre [...] nós gastamos a maior parte dele consumindo televisão [...] Mas agora, pela primeira vez na história da televisão, alguns grupos de jovens estão vendo menos TV do que os mais velhos. (SHIRKY, 2011, p. 15)

Assim, mesmo quando dedicados à televisão, muitos dos usuários da Internet continuam a interagir, trocar, compartilhar entre si, o que se correlaciona com comportamentos que não são, para o autor, da ordem do "consumo passivo"[4]. O autor cita uma série de fatos do mundo contemporâneo que podem ser considerados indícios pertinentes à proposição de uma mudança de postura que corrobore com seu conceito de cultura participativa, mas o mais relevante deles, em nosso ver, em todo livro, refere-se à criação de uma ferramenta digital chamada *Ushahidi.com*.

Significando "testemunho", ou "testemunha", em língua suaíli, esta ferramenta, desenvolvida por uma ativista política queniana chamada Ory Okolloh, em início de 2008, foi criada para rastrear casos de violência étnica que foram proibidas de serem divulgadas pelo governo queniano recém-eleito, ao censurar a mídia televisiva convencional em publicar informações sobre o tema, por questões políticas. Segundo Shirky:

> [...] Temos sistematicamente confiado nos governos ou na mídia profissional para nos informar a respeito da violência coletiva, mas no Quênia, no início de 2008, os profissionais não a cobriam, fosse por fervor partidário ou por censura, e o governo não estimulava qualquer relato. O Ushahidi foi desenvolvido para agregar esse conhecimento disponível, mas disperso, para reunir coletivamente todas as pequenas e sucessivas informações de testemunhas individuais num quadro nacional. [...] O projeto começou como um website, mas um punhado de pessoas trabalhando com ferramentas baratas e pouco tempo ou dinheiro

[4] . Discordamos, em parte, com esta ideia de "passividade" ao consumo: por um lado, na medida em que, em sentido absoluto, os consumidores não são inteiramente "passivos" às mensagens, produtos e ideias, quaisquer que seja a mídia em questão, sem que haja uma recepção crítica inerente à subjetividade de cada espectador, leitor ou navegante; por outro lado, concordamos em parte, caso este entendimento da "passividade" se refira a uma relativização entre posturas, quando em comparação: a) à postura de determinados consumidores que tendem a ser *mais passivos que ativos*; b) e outros que tendem a ser *mais ativos que passivos*, a depender da mídia com que têm contato.



> para gastar conseguiu desencavar na comunidade boa vontade coletiva suficiente para criar um recurso que, cinco anos antes, ninguém teria imaginado. (SHIRKY, 2011, pp. 19-20)

Da mesma maneira, pode-se inserir neste contexto de uso de ferramentas digitais para colaborar em favor de mobilizações sociais relevantes em todo mundo:

a) passando-se pelas ondas de protestos revolucionários ocorridos entre a África Setentrional e parte do Oriente Médio entre 2010 e 2012, catapultados pela ampla mobilização social oferecida pela capacidade de comunicação entre setores da sociedade civil por meio de redes sociais como Facebook, Twitter e Youtube, por exemplo, a chamada "Primavera Árabe";

b) ou o advento de amplos movimentos contra corrupção e em favor da luta contra a desigualdade econômica e social, como ocorrido no *Occupy Wall Street*, iniciado em setembro de 2011, no distrito financeiro de Manhattan, em Nova Iorque (EUA), diretamente influenciados pelos movimentos árabes pela democracia — cujo lema "*We are the 99%*" faz referência às gritantes desigualdades na distribuição de renda no mundo;

c) ou mesmo os eventos de cunho revolucionário, espontaneamente surgidos no Brasil, em meados de 2013, chamados "Jornadas de Junho" ou "Manifestações dos 20 Centavos", em protesto ao aumento das tarifas de ônibus em toda nação, em diversas capitais do país, que foram amplamente cobertos por mídias independentes — a exemplo da Mídia Ninja —, e por celulares pessoais de manifestantes cujos vídeos eram postados em blogs, canais de *streaming* ao vivo e em redes sociais, imediatamente aos fatos ocorridos, o que contradizia diametralmente a narrativa jornalística explicitamente parcial, tradicionalmente defendida pela maior parte dos grandes conglomerados de mídia "globais" — forçando estes últimos a modificar seu discurso inicialmente condenatório contra os movimentos populares, frente à opinião pública.

Para o autor, o fenômeno do *Ushahidi.com* é, de fato, um exemplo excelente para compreender o uso da tecnologia, em favor de auxiliar uma população em apuros, num contexto difícil, apesar de reconhecer que nem todos os novos mecanismos de comunicação são tão civicamente engajados. Para Shirky (2011, p. 21), "na verdade, a maioria não é", sendo que, para o autor, não precisamos de supercomputadores para encaminhar nosso excedente cognitivo: "simples telefones são suficientes" (SHIRKY, 2011, p. 21).

Ao nosso ver, ao percebermos que a ascensão das ferramentas tecnológicas digitais não são em si a salvação para os problemas do mundo, a verdadeira perspectiva de entendimento para o potencial dessas tecnologias reside em buscar compreender como as relações, os desejos e os

afetos humanos têm o potencial de construir, de forma coletivamente coordenada, um mundo potencialmente mais humano, mais justo e mais unido, pelo uso consciente dos computadores e das redes que os conectam — o que, consequentemente, a nós também nos conectam.

O autor contrapõe o que ele entende como a lógica da "economia Gutenberg" (SHIRKY, 2011, p. 44) — dispendiosa, concentrada aos que detém os meios de produção e de alto risco — e uma nova economia tecnológica que se configura — mais barata, cujos meios de produção são popularmente acessíveis, e cujo "risco" é mínimo, porque muitas vezes não se pauta sobre a lógica do mercado. Se a "antiga" economia assumia todo o risco de um eventual fracasso da publicação de um livro impresso, por exemplo; a "nova" economia é hoje, cada vez mais acessível e reproduzível por meios próprios, em formato eletrônico, e, portanto, teoricamente, mais plural em possibilidades de inventividade criativa, na produção de conteúdos alternativos.

Agora que temos os meios, as ferramentas e os recursos de nos comunicar e compartilhar, ao nos entregar sobre essas nossas motivações intrínsecas, ao empreender o uso de nosso "excedente cognitivo" para atividades voltadas ao âmbito coletivo, o autor considera que é essencial levar em conta também o elemento "oportunidade", ou seja, maneiras factuais de aproveitar em conjunto o que antes consumíamos sozinhos.

> Criamos uns para os outros oportunidades que, de outra forma, não teríamos. [...] O caráter humano é o componente essencial do nosso comportamento sociável e generoso, mesmo quando coordenado com ferramentas de alta tecnologia. As interpretações focadas na tecnologia para entender esses comportamentos erram o alvo: a tecnologia possibilita esses comportamentos, mas não pode causá-los. (SHIRKY, 2011, p. 90)

Para o autor, geralmente o erro em atribuir à tecnologia a razão pela qual agimos de forma diferente, quando novas oportunidades nos são oferecidas, consiste em ignorar que, em verdade, o fator humano é a variável mais importante dessa equação, dado que o uso heterogêneo que fazemos das novidades tecnológicas varia de diversas formas, a depender dos diferentes agentes que têm contato com o mesmo novo recurso tecnológico.

Shirky revela uma ironia magistral, ao indicar, com agudos argumentos, o quanto a lógica verticalizada de Gutenberg ainda impera nos grandes conglomerados de mídias arborescentes globais, ao contrapô-la às atividades colaborativas rizomáticas horizontais, em forte ascensão nas redes digitais. Agora, com poucos e baratos recursos tecnológico massificados, grandes estratos da sociedade podem concorrer, parcialmente, em pequenos grupos, com o poderio destes impérios

midiáticos: um exemplo contemporâneo relevante se apresenta com a proliferação de *Youtubers*, hoje em dia.

Assim, haveria uma mudança de paradigma quanto a ideia do "compartilhamento" em curso:

> [...] [Há] o *compartilhamento pessoal*, feito por indivíduos que de outra maneira não estariam coordenados [...] Outra, mais envolvente, é o *compartilhamento comum*, que acontece num grupo de colaboradores [...]. Há também o *compartilhamento público*, quando um grupo de colaboradores deseja ativamente criar um recurso público [...]. Finalmente, o *compartilhamento cívico* existe quando um grupo está tentando transformar a sociedade [...] (SHIRKY, 2011, p. 154, *itálicos nossos*)

Obviamente, a narrativa transmídia, em geral, não se situa como uma expressão relativa à compreensão de uma escala pública ou cívica, mas mais na escala do compartilhamento comum, e mesmo do pessoal — o que, em si, não invalida, em absoluto, o seu potencial transformador, ao propor novas dinâmicas de relações reticulares horizontais entre seus públicos, no contato com estas narratividades contemporâneas.

O autor conclui o seu conceito de cultura participativa ao entender que só poderemos prever o potencial das novas ferramentas de comunicação ao efetivamente experimentá-las, já que

> [...] em tempos de revolução, [...] as pessoas profundamente comprometidas com soluções ultrapassadas não conseguem ver como a sociedade se beneficiaria de uma abordagem incompatível com os modelos antigos. [...] [P]essoas comprometidas com a solução de um problema específico também se comprometem em manter esse problema, a fim de preservar suas soluções viáveis. Não podemos pedir a aqueles que operam sistemas tradicionais para avaliar uma nova tecnologia por seus benefícios radicais; indivíduos comprometidos com a manutenção do sistema atual tendem, como grupo, a ter dificuldade em valorizar tudo que produz ruptura. (SHIRKY, 2011, p. 185)

Ao colocar na balança a importância dos desejos, afinidades e afetos desses públicos, na construção de uma outra lógica de relações comunicativas que não se pautem puramente na lógica anteriormente dominada pelo mercado, desequilibrando-o em favor da densidade de outros valores humanos, podemos dizer que o conceito proposto por Shirky vai ao encontro de um terceiro conceito bastante relevante ao contexto em que se inserem as narrativas transmídia, marcado pela ascensão da importância das novas relações desterritorializadas do ciberespaço, coordenadas entre diferentes atores, de forma engenhosamente articulada à esfera social: a

inteligência coletiva.

A inteligência coletiva

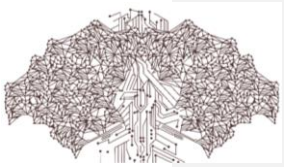
Este conceito desenvolvido pelo ciberteórico tunisiano, radicado francês no Canadá, Pierre Lévy (2007, 2010), é de fundamental importância à compreensão do surgimento das novas relações rizomáticas no ciberespaço, em que buscamos empreender a formulação hipotética de uma outra experiência reticular possível, em que se desenvolvem as narrativas transmídia, em um novo contexto midiático fortemente fragmentado.

Definida como "uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências" (LÉVY, 2007, p. 28), o autor apresenta a ressalva de que suas bases e objetivos se concentram no enriquecimento mútuo das pessoas, e não em um culto sobre comunidades ingenuamente idólatras. Esta ressalva é importante ser considerada, ao compreender que o conceito de inteligência coletiva não deve ser jamais ser confundido "com projetos 'totalitários' de subordinação de indivíduos a comunidades transcendentes e fetichizadas" (LÉVY, 2007, pp. 30-31), como aquela que poderia aproximar este conceito ao exemplo clássico e lugar-comum do "formigueiro".

Segundo o autor, numa hipotética aproximação desigual com a ideia dos formigueiros, por esta perspectiva, "os indivíduos são 'bestas', não possuem nenhuma visão de conjunto e não sabem como o que eles fazem se compõe com os atos dos outros indivíduos" (LÉVY, 2007, p. 31), apesar de sua interação produzir um comportamento "coletivamente" inteligente. Ou seja, esta aproximação equivocada ao conceito forneceria precisamente "o exemplo contrário da inteligência coletiva" (LÉVY, 2007, p. 31), almejado em sua obra.

Ele segue ao definir as bases e objetivos, em busca do conceito de inteligência coletiva — e suas respectivas *inteligências* —, ancorado sobre uma tétrade epistemológica, de tal forma articulada em:

> [...] [a)] Uma inteligência distribuída por toda parte: tal é nosso axioma inicial. Ninguém sabe tudo, todos sabem alguma coisa, todo o saber está na humanidade. Não existe nenhum reservatório de conhecimento transcendente, e o saber não é nada além do que o que as pessoas sabem. [...] [b)] Uma inteligência incessantemente valorizada. A inteligência é distribuída por toda parte, é um fato. [...] Numa época em que as pessoas se preocupam cada vez mais em evitar o desperdício econômico ou ecológico, parece que se dissipa alegremente o recurso mais precioso, a



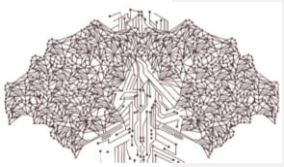
> inteligência, recusando-se a leva-la em conta, desenvolve-la e empregá-la.
> [...] [c)] A coordenação das inteligências em tempo real provoca a intervenção de agenciamentos de comunicação que, além de certo limiar quantitativo, só podem basear-se nas tecnologias digitais da informação. [...] Nessa perspectiva, o ciberespaço tornar-se-ia o espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados.
> [...] [d)] Atingir uma mobilização efetiva das competências. Para mobilizar as competências é necessário identificá-las. E para apontá-las é preciso reconhecê-las em toda a sua diversidade. [...] Essa questão do reconhecimento é capital, pois ela não só tem por finalidade uma melhor administração das competências nas empresas e nas coletividades em geral, mas possui igualmente uma dimensão ético-política. (LÉVY, 2007, pp. 29-30, *colchetes alfabéticos nossos*).

Assim, ao definir os fundamentos de compreensão de sua arquitetura conceitual da inteligência coletiva sobre estas quatro colunas iniciais, retomando cada um dos tópicos, analisamos que, ao se referir a:

a) *à distribuição da inteligência ubiquamente*: o autor propõe a extensão do olhar em busca das inteligências em lugares onde geralmente não as encontramos, ao propor-nos uma crítica contra a estreiteza de percepção daqueles que só vêem ignorância. Para Lévy, a "luz do espírito brilha mesmo onde se tenta fazer crer que não existe inteligência: 'fracasso escolar', 'execução simples', 'subdesenvolvimento' etc. O juízo global de ignorância volta-se contra quem o pronuncia" (LÉVY, 2007, p. 29), de tal forma que urge a mudança dos prismas de percepção do nosso olhar;

b) *à valorização incessante da inteligência*: o autor entende que há uma compreensão de assistimos hoje em dia "a uma verdadeira organização da ignorância sobre a inteligência das pessoas, um terrível pastiche de experiência, *savoir-faire* e riqueza humana" (LÉVY, 2007, p. 29), cuja valorização da ignorância sobre as capacidades intelectivas do homem devem ser revistas, repensadas, invertidas, em favor da valorização abrangente das inteligências contidas na humanidade;

c) *à coordenação das inteligências em tempo real*: o autor compreende que, ao invés de tentarmos modelar o mundo físico comum, deveríamos "permitir aos membros de coletivos mal-situados interagir em uma paisagem móvel de significações", em que "acontecimentos, decisões, ações e pessoas estariam situados nos mapas dinâmicos de um contexto comum e transformariam



continuamente o universo virtual em que adquirem sentido" (LÉVY, 2007, p. 29), no ambiente desterritorializado característico do ciberespaço;

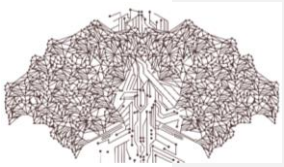
d) por fim, aos ideais de *atingir uma mobilização eficiente das competências*: o autor propõe a compreensão de que "na era do conhecimento, deixar de reconhecer o outro em sua inteligência é recusar-lhe sua verdadeira identidade social, é alimentar seu ressentimento e sua hostilidade, sua humilhação, a frustração de onde surge a violência" (LÉVY, 2007, p. 30), sendo que, por outro lado,

> [...] quando valorizamos o outro de acordo com o leque variado de seus saberes, permitimos que se identifique de um modo novo e positivo, ao contribuirmos para mobilizá-lo, para desenvolver nele sentimentos de reconhecimento que facilitarão, conseqüentemente, a implicação subjetiva de outras pessoas em projetos coletivos [...] (LÉVY, 2007, p. 30)

Seu conceito de inteligência coletiva, mediado pelas tecnologias da informação no ciberespaço, tem fortes relações com outro conceito seu de *cibercultura*, entendido como um movimento social, em que a emergência do ciberespaço seria liderado pela "juventude metropolitana escolarizada" desde o final dos anos 80, cujas palavras de ordem, a "interconexão", a "criação de comunidades virtuais", e a própria "inteligência coletiva", seriam suas verdadeiras motivações (LÉVY, 2010, p. 125). Coerentemente embasada, esta tríade se correlacionaria às origens da emergência do ciberespaço enquanto um novo *locus*, amplamente favorável às ações deste movimento social em forte ascensão.

Sabe-se que as origens do financiamento do projeto da Internet remontam a um empreendimento militar estadunidense de comunicação descentralizada que fosse resistente o suficiente a um eventual ataque nuclear, durante a guerra fria, que foi inicialmente colocado em prática entre quatro universidades estadunidenses na Califórnia. Contudo, Lévy compreende que não foi necessariamente o planejamento institucional o verdadeiro promotor que teria contribuído ativamente para o alavancar desta rede, na medida em que o projeto da Internet foi desviado desde suas origens em favor da troca de correspondências entre pesquisadores. Segundo Lévy, a estrutura descentralizada da Internet

> [...] serve hoje para um funcionamento cooperativo e descentralizado. Portanto, paradoxalmente, talvez a Internet não seja "anarquista" apesar de sua origem militar, mas devido a essa origem. Após sua fase militar inicial, o crescimento da rede resultou de um movimento de estudantes e de pesquisadores envolvidos em práticas 'utópicas' de trocas



> comunitárias e de democracia em relação com o saber. (LÉVY, 2010, p. 232)

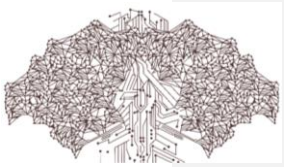
Ao estimular o uso das redes de computador a serviço da inteligência coletiva, guiada por um movimento social, o ciberespaço passa a ser compreendido como um "horizonte de mundo virtual vivo, heterogêneo e intotalizável no qual cada ser humano pode participar e contribuir" (LÉVY, 2010, p .128), ao notarmos o quanto este novo meio se situa em afinidade à compreensão das novas configurações rizomáticas de distribuição de informação em que são construídas as narrativas transmídia contemporâneas, dispersas nas redes, em contraposição às formações arborescentes da cultura de massa tradicional.

Em diálogo com esta concepção dialética sobre os sistemas de articulação narrativas em diferentes contextos, Lévy compreende o quanto

> [q]ualquer tentativa para reduzir o novo dispositivo de comunicação às formas midiáticas anteriores (esquema de difusão "um-todos" de um centro emissor em direção a uma periferia receptora) só pode empobrecer o alcance do ciberespaço para a evolução da civilização, mesmo se compreendermos perfeitamente — é pena — os interesses econômicos e políticos em jogo. O crescimento exponencial dos assinantes da Internet no final dos anos 80 é nitidamente anterior aos projetos industriais de "multimídia", assim como é anterior às palavras de ordem políticas de "supervias da informação", que foram manchete no início dos anos 90. Esses projetos oficiais representam tentativas de tomada do poder por parte dos governos, das grandes indústrias e das mídias sobre um ciberespaço emergente, cujos verdadeiros produtores inventam — muitas vezes de forma deliberada — uma civilização frágil, ameaçada, que eles desejam que seja nova [...] (LÉVY, 2010, pp. 128-129)

Se nas palavras de Lévy, as relações "virtuais" não substituem pura e simplesmente os encontros físicos, ao acreditar que a "imagem do indivíduo 'isolado em frente à sua tela' é muito mais próxima do fantasma do que da pesquisa sociológica" (LÉVY, 2010, p. 132), havemos de considerar que Lévy acerta no escopo maior de sua análise: por isto damos grande crédito ao seu pensamento. Contudo, há de se questionar a abordagem contraditória do autor quanto ao seu entusiasmo irrestrito ao uso da Internet, sobretudo ao levarmos em conta as contradições inerentes ao uso social negativo que muitos jovens fazem desta mídia, na contemporaneidade.

Em crítica a esta noção *pierrelévyniana* escrita ao final do século XX, retomemos a sua passagem do texto citado sobre a "imagem do indivíduo 'isolado em frente à sua tela'", entendida como "*mais próxima do fantasma do que da pesquisa sociológica*" (LÉVY, 2010, p. 132): desta



afirmação, podemos deduzir que, na visão do autor, tratar-se-ia de um suposto "não-fato" social, que estaria desvinculado, nas palavras de Lévy, da "pesquisa sociológica" de seu tempo…

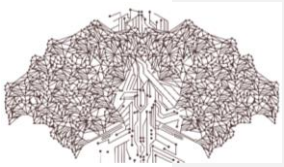
Ora, em pleno século XXI, mais do que nunca, tornou-se imperativo, ao menos no campo sociológico, investigarmos os efeitos socialmente negativos que precisamente o *isolamento de indivíduos em frente de suas telas* têm causado à convivência em sociedade![5]. Retomando criticamente as ideias do próprio autor, quando verificamos a realidade do confinamento digital vivido por algumas faixas etárias mais jovens em todo mundo, por exemplo, note-se o quanto os problemas inerentes a este fato social tem se tornado tema de diversas pesquisas sociológicas, psicológicas e psiquiátricas sérias — além de tornar, cada vez mais, tema de ficções narrativas contemporâneas: de séries como *Black Mirror* (2011), a filmes como *Disconnect* (2012), por exemplo.

Apesar da esperança latente aos encontros humanos, tão presente em sua produção intelectual, em elogio ao uso coletivamente inteligente das redes, Lévy reconhece, contudo, que a inteligência coletiva representa mais um campo de problemas do que de soluções. Seria, então, o caso de pensar soluções

> [...] em que perspectiva? De acordo com qual modelo? Trata-se de construir colméias ou formigueiros humanos? Desejamos que cada rede dê à luz um "grande animal" coletivo? Ou o objetivo é, ao contrário, valorizar as contribuições pessoais de cada um e colocar os recursos dos grupos a serviço dos indivíduos? [...] Cada um dentre nós se torna uma espécie de neurônio de um megacérebro planetário ou então desejamos constituir uma multiplicidade de comunidades virtuais nas quais cérebros nômades se associam para produzir e compartilhar sentido? (LÉVY, 2010, p. 134)

Por um lado, Lévy entende que as alternativas propostas por estas perguntas só coincidem parcialmente, ao definirem algumas das ramificações que penetram nas rachaduras do projeto e da prática da inteligência coletiva, desenvolvida pelo autor conceitualmente. Ao pensarmos o surgimento do ciberespaço como novo palco de discussão, intercâmbio, compreensão, construção e reconstrução da realidade, tão latente no cotidiano do homem contemporâneo, percebemos o quanto este surgimento tem o potencial de promover reflexões, agitações, reordenamentos,

[5] . Reconhecemos o quanto seria injusto criticá-lo, sem ressalvas, ao desconsiderarmos o contexto de suas afirmações, escritas originalmente em 1999, em que a Internet e os dispositivos tecnológicos ubiquamente conectados, de fato, ainda "engatinhavam". Contudo, atualmente, este argumento, em nosso entender, deve ser contestado criticamente, dado que qualquer fato social é passível da pesquisa sociológica, independentemente da época em que se situa.



transformações; enfim, um potencial de revolução das ideias possível, frente às restrições impostas pelas instituições tradicionais: dentre a família, o Estado, a religião, os partidos, as universidades, etc.

Assim, na coexistência de novas vozes insurgentes, não sem conflitos à emergência desse novo "espaço" coletivo que luta, às confluências, divergências e sínteses heterogêneas de suas diversas vozes emergentes, em suas diversidades de pontos de vista não institucionalizados sobre uma homogeneidade de pensamento que possam classificá-las enquanto uma anacrônica "Instituição" da Internet — porque ausente de qualquer padrão, regra ou hierarquia, sendo anárquica por natureza: se antes, aos tempos "áureos" das instituições arborescentes altamente hierarquizadas, sem a competição das redes digitais, estas novas vozes eram relativamente "mudas"; hoje, estas vozes heterogêneas conquistaram uma gama de canais rizomáticos de expressão possíveis no ciberespaço, no conflito aberto e invisível contra aquelas Instituições que antes impunham, ditavam, instituíam

> [...] à filosofia política, às ciências da administração, às tradições de organização em geral o leque habitual de suas soluções. Hoje, um bom número de restrições desapareceu devido à disponibilidade de novas ferramentas de comunicação e de coordenação, e podemos pensar modos de organização dos grupos humanos, estilos de relações entre os indivíduos e os coletivos radicalmente novos, sem modelos na história e nas sociedades animais. Repetimos, mais que uma solução, a inteligência coletiva [...] é um campo aberto de problemas e pesquisas práticas. (LÉVY, 2010, p. 134)

É desta maneira que estas obras do ciberespaço poderiam ser aludidas, segundo o próprio Lévy, em inspiração aos conceitos de rizoma e de plano de imanência de Deleuze e Guattari (2011), descritos filosoficamente sobre um esquema abstrato que compreenderia:

> [...] — a proliferação, sem limites a priori, de conexões entre nós heterogêneos e a multiplicidade móvel dos centros em uma rede aberta; — o fervilhamento das hierarquias entrelaçadas, os efeitos holográficos de encobrimentos parciais e sempre diferentes de conjuntos sobre suas partes; — a dinâmica autopoietica e auto-organizadora de populações mutantes que estendem, criam, transformam um espaço qualitativamente variado, uma paisagem pontuada por singularidades [...] (LÉVY, 2010, p. 151)

Nesse contexto, para o autor, esse esquema seria "atualizado socialmente pela vida das comunidades virtuais, cognitivamente pelos processos de inteligência coletiva, semioticamente na forma do grande hipertexto ou do metamundo virtual da Web" (LÉVY, 2010, p. 151), em que as obras da cibercultura que participariam das formulações *deleuzeguattarianas* de rizoma e plano

de imanência no ciberespaço seriam metaforicamente perfuradas "por túneis ou falhas que a abrem para um exterior assinalável e conectado por natureza (ou à espera de conexão) com pessoas, com fluxos de dados" (LÉVY, 2010, p. 151). Este seria o contexto do

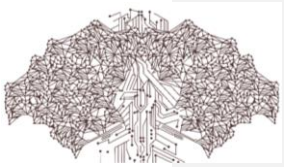
> [...] hipertexto global, o metamundo virtual em metamorfose perpétua, o fluxo musical ou icônico na enchente. Cada um é chamado a tornar-se um operador singular, qualitativamente diferente, na transformação do hiperdocumento universal e intotalizável.[...] Cabe aos atores sociais, aos ativistas culturais aproveitá-la, a fim de não reproduzir no ciberespaço a mortal dissimetria do sistema das mídias de massa. (LÉVY, 2010, p. 151)

Com estes argumentos e articulações, o conceito de inteligência coletiva se apresenta em profunda afinidade à compreensão das novas tessituras tecno-sociais em que se desenvolvem as narrativas transmídia, na contemporaneidade. Ressaltamos que, conscientemente, aquém de outras abordagens possíveis sobre a inteligência coletiva, desenvolvida em outros autores, neste artigo, nossas explorações sobre o conceito foram restritas ao plano filosófico embasado por Pierre Lévy, por entendê-lo como fundamental — juntamente com os conceitos de cultura participativa e de cultura da convergência — à problematização que direciona a compreensão da formulação hipotética de uma outra experiência rizomática possível, no desenvolvimentos de novas narratividades transmidiáticas nas redes da Internet.

Conclusão

Com a articulação desta tríade conceitual, esperamos ter acrescentado, mesmo que modestamente, à compreensão do campo de estudos das narrativas transmídia e sua esfera de temas correlatos, na contemporaneidade. Para além das configurações verticais, características da cultura de massa tradicional, predominante no século XX, percebemos o quanto este novo contexto, especialmente desde o início do século XXI, é nivelado por uma mudança de perspectivas radical, em favor das trocas horizontais, transversais e paralelas, entre os diferentes nichos de públicos, presentes em diversas partes do mundo, que agora podem consumir narrativas: mas também produzi-las e mesmo compartilhá-las, de forma coletiva entre si, rizomaticamente, nas redes.

Analisamos o quanto, hipoteticamente mais próximas à forma do *rizoma*, sob o sistema de uma *rede*, em que ramificam-se semioticamente, são construídas de forma colaborativa e fazem-se compreender coletivamente nas redes do ciberespaço, desta maneira, contrapõem-se as novas expressões narrativas transmidiáticas às configurações de territorialidades radiculares, fixas e relativamente estáveis das *mass media* predominantes no século XX, cujas estruturas



arborescentes fortemente hierarquizadas verticalmente, no tradicional sentido emissor-meio-receptor, podem ser interpretadas pela forma de uma *árvore*, tendo pela *raiz* seu sistema base.

Compreendemos o quanto estas novas expressões narrativas se inserem em um contexto marcado pela ascensão de uma cultura virtual participativa, fundamentalmente alavancada com a popularização das redes da Internet, especialmente desde a década de 1990. Estas novas narratividades, compreendidas em um mesmo universo diegético, dispersamente, em diferentes meios, tem se multiplicado fortemente, ao seio da cultura da convergência, favorecidas que têm sido pela acelerada proliferação de ferramentas de produção midiática acessíveis em larga escala, em afinidade a uma inteligência coletiva comum, compartilhada por estes novos públicos.

Articulamos o quanto as narrativa transmídia têm se consolidado como uma nova forma de contar histórias de forma participativa, marcada por novas relações entre diferentes nichos de públicos, virtualmente interconectados de forma desterritorializada nas redes da Internet. Com este argumento, identificamos o quanto estas novas formas de participação imprevistas entre novos públicos, no contato com novas narratividades, questionam, direta ou indiretamente, a força, a importância e a predominância das antigas instituições da cultura de massa, em favor da valorização do papel de cada agente, no contexto de novas tessituras reticulares de comunicação, oferecida pela rede mundial de computadores contemporânea.

Percebemos o quanto a mudança fundamental da forma como nos relacionamos com a tecnologia, em diálogo com a perspectiva *mcluhaniana* de que cada meio contém em si uma mudança no conteúdo da mensagem veiculada — à famosa percepção do seu slogan-intelectual, segundo o qual *o meio é a mensagem* —, leva-nos à compreensão do novo contexto de mudança de paradigmas. Do velho padrão midiático marcadamente "unidirecional" e arborescente, tenderíamos em favor de uma cultura em que mídias "multidirecionais" e rizomáticas ofereceriam um capacidade mais participativa de trocas entre si, catapultada pelo surgimento das redes do ciberespaço.

Analisamos o quanto, para além do trabalho dos produtores de conteúdo tradicionais, a construção destas novas narratividades dependem da participação ativa de diversos nichos de público e grupos de fãs, cuja trocas mediadas pelas redes, dentre fóruns de discussão, redes sociais, páginas e softwares colaborativos da plataforma *wiki*, etc., têm sido fundamentais para a construção de novas relações tecno-societárias possíveis.

Constatamos, assim, o quanto, com a ascensão destas "novas mídias" ao cenário contemporâneo, os públicos têm migrando — principalmente os públicos mais jovens —, cada

vez mais, em busca dos conteúdos que mais interessam a cada um, numa multiplicação sobre diferentes "nichos narrativos", dado que vivemos num mundo em que as narratividades com ampla capacidade de transmissão não são mais somente criadas, produzidas e distribuídas de cima para baixo, pela cultura de massa, exclusivamente, voltadas para os consumidores ditos "tradicionais"; mas num contexto de convergência de meios em que o acelerado desenvolvimento técnico massificado, cada vez mais acessível a grandes parcelas da população urbana escolarizada, principalmente, têm oferecido recursos para que nós mesmos possamos criar, produzir, inventar, remixar e transmitir, etc., conteúdos pré-existentes — e mesmo novos conteúdos —, enquanto novos *prosumidores*, de uma nova era midiática.

Nesta nova era transmidiática, tudo indica que os sistemas narrativos baseados sobre a ideia de árvores e raízes, cada vez mais, darão lugar a novos sistemas com base nas potências de rizomas e redes. A pergunta que resta a ser aprofundada por outras pesquisas afins se esboça da seguinte forma: *como estas árvores e respectivas raízes podem dialogar entre si, rizomática e reticularmente, e como isso influencia os novos nichos de públicos e seus respectivos produtores de conteúdo (e vice-versa)?*

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. **Dialogism**: Bakhtin and his World. London: Routledge, 1990.

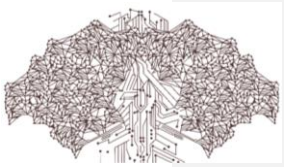
DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. 2. ed. Vol. 1. Tradução: Ana Lúcia de Oliveira, Aurélio Guerra Neto e Celia Pinto Costa. São Paulo: Ed. 34, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

KINDER, Marsha. **Playing with Power in Movies, Television, and Video Games**: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California Press, 1991.

KRISTEVA, Julia. Word, Dialogue, and Novel. In: **Desire in Language**: A Semiotic Approach to Literature and Art. Ed.: Leon S. Roudiez. Trad.: Thomas Gora *et al*. New York: Columbia University Press, 1980.

LÉVY, Pierre. **Inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 5. ed. São Paulo: Loyola, 2007.



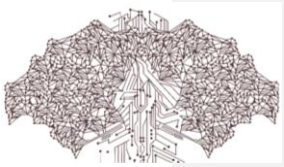
NICOLESCU, Basarab. **O manifesto da transdisciplinaridade**. Tradução: Lúcia Pereira de Souza. São Paulo: Trion, 1999.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Transmedia Storytelling**: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. International Journal of Communication. v. 3 [S.l.]: [s.n]: 2009 - pp. 586-606.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução: Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. 31. ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



NET-ATIVISMO NA AMAZÔNIA EM DEFESA DE UMA ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

Ian Victor Santana Dawsey[1]

"Cravo, salsaparrilha, cacau, canela, raízes aromáticas e óleos de palmáceas. Madeiras nobres, frutas e caças, principalmente o peixe-boi, tartarugas gigantes de rio e onças pintadas" (SCHMINK e WOOD, 2012, p. 77). Em busca desses elementos da flora e fauna brasileira, os portugueses se estabeleceram pelo rio Amazonas no século XVII.

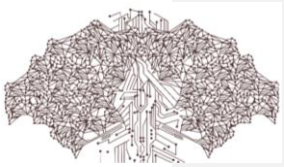
Desde esse primeiro contato europeu, o homem tentou dominar a região amazônica fazendo de sua natureza objeto a serviço do mercado, da política, de planos de governos, dos interesses das multinacionais, de sonhos integralistas e de fetiches científicos. Também da sobrevivência e das lutas por terras.

É preciso repensar. O processo de colonização foi uma das maiores atrocidades já cometidas na história da humanidade. Modelos desenvolvimentistas industriais baseados no crescimento econômico até aqui falharam. Tampouco tiveram êxito os contratos sociais formulados por filósofos iluministas sob o ponto de vista da igualdade social e da sustentabilidade do planeta.

A Amazônia simboliza esse momento de necessária reflexão sobre que rumo deve seguir o planeta. Trata-se de uma região que abriga a maior floresta tropical do mundo, mais de 180 idiomas, diversidade em sua flora e fauna e conhecimentos e saberes ainda para serem descobertos. Desmatamento, descaso com culturas tradicionais, caça predatória, entre outros fatores revelam a necessidade urgente de discutir outro modelo de participação social e de economia sustentável.

No campo da filosofia, Michel Serres, em seu livro O Contrato Natural, propõe um novo contrato, desta vez natural e não apenas social como proposto Hobbes, Locke e Rousseau. Serres sustenta que deveríamos fazer um pacto com a natureza e questiona o contrato estabelecido entre os homens por meio do direito e da ciência. Para o autor, tanto a ciência quanto o direito nascem da geometria, da necessidade do ser humano de medir e demonstrar.

1 Possui graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (2015), pós-graduação em Marketing e Gestão pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) em 2017, e atualmente é mestrando em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, onde se dedica ao estudo sobre novas formas de participação social, com especial interesse pelos movimentos sociais em rede. Participa do Grupo de Pesquisa ATOPOS. E-mail: ian_vsd@hotmail.com



A visão filosófica de Serres, por sua vez, vai de encontro à preocupação de autores como James Lovelock, que em sua tese sobre a fase atual do planeta Terra, sustenta que Gaia (nosso planeta), enquanto organismo vivo estaria reagindo à presença do ser humano e o expulsaria da Terra como fazem organismos vivos ao lidarem com um vírus. Essa visão pessimista que prevê o fim da espécie humana no mundo é reforçada cada vez mais pela comunidade científica, que se baseia nos índices de aumento do aquecimento global provocados pelo homem.

Discutir essas transformações e que tipo de planeta queremos habitar passa pela discussão da preservação da região amazônica. Para isso, grupos e povos que fazem parte do ecossistema da floresta ao usufruírem de seus recursos para subsistência, precisam ser ouvidos.

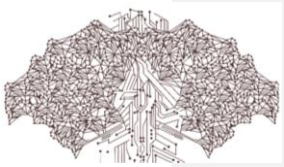
Curiosamente, a visibilidade para a preservação da Amazônia só ocorreu a partir da aliança entre diferentes grupos que buscavam se proteger na região. Entre os grupos amazônicos que fizeram a sua autodefesa de forma organizada, principalmente a partir da década de 1980, destaque para atuação dos seringueiros, indígenas, quilombolas, pequenos agricultores e ribeirinhos. Com o apoio de ONG's e da Igreja Católica ligada à teologia da libertação, aliado ao avanço cientifico no âmbito internacional, esses grupos tiveram suas lutas reconhecidas, o que ajudou na percepção da comunidade internacional da necessidade de proteção da região amazônica e toda a sua biodiversidade.

A história da Amazônia é invariavelmente contada por seus ciclos econômicos e processos de ocupação do território. Os pesquisadores Marianne Schmink e Charles Wood, traçando uma cronologia de 1500 até 1985 dividiram a história da região em seis fases. A primeira, de 1500 a 1750. Nesse momento os portugueses chegam à região em busca de recursos da fauna e da flora. Os missionários jesuítas vieram com o objetivo de catequizar os índios. Como resultado, ao final do século XVII muitos índios foram destribalizados e outros tantos morreram por conta das doenças trazidas pelos europeus, como a catapora e a gripe espanhola.

A partir de 1750 colonos e missionários passaram a brigar pela já escassa mão-de-obra indígena. Os colonos saíram vitoriosos. Em 1823, após a independência do Brasil, porém, o que eram apenas tensões políticas se transformaram em revoltas. No Pará, a Cabanagem[2] fez com que rebeldes se contrapusessem aos seus patrões. Como resultado, houve uma perda do controle sobre a mão de mão-de-obra, a destruição dos campos agrícolas e engenhos de açúcar.

O vácuo deixado pela Cabanagem no poder político e econômico foi ocupado por comerciantes, exportadores e mercadores com o auge da borracha. O período entre 1850 e 1920

[2] Foi uma revolta popular que ocorreu no atual estado do Pará contra o governo central entre 1835 e 1840. O nome se deu em função de grande parte dos revoltosos ser de origem pobre. Viviam em cabanas próximas aos rios. Essas pessoas eram chamadas de cabanos



é marcado pela migração de milhares de nordestinos que vinham para a Amazônia para trabalhar como seringueiros, fugindo da seca do Nordeste e influenciados pelo aumento do preço da borracha. Os seringueiros eram pagos com itens de necessidade básica a um preço inflacionado, de maneira que ficavam endividados. Na época não se usava dinheiro no pagamento. Por estarem sempre em dívida, não conseguiam deixar os seringais.

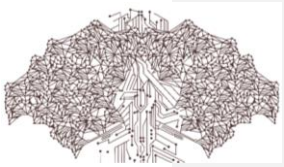
O comércio de borracha, entretanto, a partir de 1920, entra em colapso no Brasil, uma vez que o mercado passa a se interessar pela borracha produzida na Ásia. Getúlio Vargas se torna presidente com o propósito de modernizar o país através de um Estado centralizador e uma política baseada no desenvolvimento e progresso. Passa a favorecer uma burguesia urbana em detrimento das oligarquias agrícolas. Passa também a criar bancos e institutos para apoiar a borracha na Amazônia com linhas de créditos acessíveis, mas acaba por fomentar iniciativas que levam a diversificação da economia da região. De 1950 a 1964 milhares de pessoas são atraídas pela busca do ouro no que ficou conhecido como o auge do garimpo.

Em 1964 vem o golpe militar. A Amazônia era fundamental para os planos integralistas dos militares. O plano era por um lado povoar a região, pois acreditavam que era necessário preencher "espaços vazios" a fim de proteger as fronteiras contra uma possível invasão estrangeira, por outro garantir que os camponeses que estavam ali se organizando não recebessem apoio dos comunistas. Para isso construíram estradas, colonizaram terras e tomaram propriedades consideradas públicas para oferecer aos mais pobres sem terras. Foi um período em que foram ignorados direitos indígenas e se reprimiu opositores com violência.

No final da década de 1970 e início de 1980 as coisas começam a mudar. Esforços passam a ser coordenados em conjunto, a Igreja Católica ligada a teologia da libertação passa a apoiar a população rural, seringueiros (que passam a ter seus sindicatos) e indígenas. Estes, por sua vez, passam a se comunicar entre si e utilizar o espaço dado por ONGs, grupos ecologistas e a mídia internacional.

O esforço coletivo de união de grupos locais que faziam a auto-defesa aliados a atores internacionais foi o que impulsionou mudanças importantes. Ao mesmo tempo, o declínio da ditadura no Brasil abriu caminho para que esses movimentos empurrassem o país para o caminho da redemocratização. Esse esforço coletivo para derrubar uma ordem autoritária já saturada remete ao poder da vinculação comunitária, observada pelo sociólogo Michel Maffesoli como um sentimento que surge com força para reorganização política em tempos de crise.

> Longe se está dessa concepção estreita que atribui exclusivamente às leis racionais a organização do político. Certo, estas são especialmente evidentes em períodos 'normais', ou seja, quando a sociedade, em movimento, não precisa questionar-se sobre si mesma. Mas, quando por cansaço, saturação dos



> valores, confrontos internos ou externos de envergadura ou, simplesmente, mudança de época, acontece uma crise, o sentimento de vinculação comunitária ressurge e força a tomar consciência de que essa sociedade é um corpo social. Do contrário, sobrevém, mais cedo ou mais tarde, a sua implosão (MAFFESOLI, 2011, p. 185).

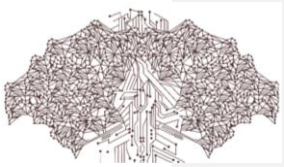
A narrativa que se seguiu até aqui e que se encontra na literatura sobre o tema enfatiza mais os ciclos econômicos e os aspectos políticos que determinaram a formação da Amazônia. Porém cabe lembrar o papel importante que teve a tecnologia, afinal o homem branco não chegou sozinho às terras brasileiras, mas veio acompanhado de objetos e técnicas desconhecidas dos que aqui estavam. Desde a chegada dos portugueses até hoje, as tecnologias fizeram parte de transformações substantivas na forma como as diferentes entidades (humanos, vegetais, animais) habitam o ambiente amazônico. Do espelho[3], mapas cartográficos e cartas lusitanas, passando pela eletricidade com as ferrovias, estradas e carros, até chegar ao digital com o mapeamento de espécies animais e vegetais e demarcações de território.

Foi amplamente discutido por estudiosos, por exemplo, o papel central da construção de estradas como tentativa de colonizar a região durante o regime militar. "A partir do século XIX os rios, que se constituíam como principais vias de circulação, passam a dividir espaço com as ferrovias que começavam a surgir, como a Belém-Bragança, a Madeira Mamoré e a Estrada de Ferro do Tocantins" (TRINDADE JÚNIOR, 2015). Mais tarde vieram as estradas, que no entendimento dos pesquisadores Rodolfo Prates e Carlos Bacha, se notabilizaram como o principal fator para ampliar o desmatamento na região amazônica:

> O principal elemento que deu condições para a ampliação do desmatamento na região foi a construção das rodovias Belém-Brasília (BR-010) e Brasília-Acre (BR-29, atualmente BR-364). Esses dois grandes eixos rodoviários permitiram a formação de muitos povoados, vilas e cidades que, adotando como atividade econômica a agricultura e a pecuária em áreas próximas a essas rodovias, culminaram no desmatamento ao longo dos mesmos (PRATES; BACHA, 2011, p. 608).

Se por um lado as ferrovias e estradas ampliaram os conflitos e o desmatamento, em contrapartida, ao lado de outros meios de comunicação, conectaram diferentes atores, que se uniram contra as políticas de desenvolvimento na Amazônia promovidas pelo regime militar. Como nos lembra Schmink e Wood, no início dos anos 1980, declínio da ditadura, camponeses se juntaram à Igreja católica e aos sindicatos, garimpeiros aos comerciantes locais, e indígenas e seringueiros aos militantes dos direitos humanos e do meio ambiente.

[3] Objeto simbólico na relação de troca com os índios.



> Essas alianças introduziram um novo conjunto de atores e questões no cenário. Entre outras coisas, a evolução dos eventos significava que, pela primeira vez, havia um elo de comunicação direta entre o que ocorria na Amazônia e os escritórios de indivíduos e associações poderosos localizados em Brasília, Washington e capitais na Europa. Subitamente, jornais do mundo inteiro passaram a mostrar fotos de um seringueiro do Acre ou um chefe indígena do Pará reunindo-se com parlamentares, líderes políticos, astros do entretenimento e todo o tipo de militantes. As fotografias geralmente vinham acompanhadas de narrativas de primeira página e editoriais sobre direitos humanos e desmatamentos (SCHMINK e WOOD, 2012, p. 189).

A tecnologia e os meios de comunicação sempre fizeram parte dos conflitos da Amazônia, porém apenas no século XX, grupos se organizaram para fazer a defesa da região interagindo com esses meios de forma mais eficiente. O ativismo se transforma na medida em que são transformados os meios de comunicação. A ideia de ação social, neste caso, merece reflexão. Hoje a presença de indígenas no ciberespaço[4], a ampla gama de movimentos sociais e instituições não governamentais atuando nas redes sociais digitais, além das inovações científicas na área da biotecnologia, nanotecnologia e inteligência artificial, são possíveis evidências da transformação do que se entende por ação social, como uma ação produzida exclusivamente por humanos ou coletivos de humanos.

Sob essa perspectiva, as contribuições do sociólogo Massimo Di Felice são um ponto de partida importante para repensar o ativismo, sobretudo quando realizado no espaço digital. Para realizar tal movimento, torna-se necessário repensar a própria ideia de comunicação, que não deve ser mais meramente entendida como uma transmissão da informação, ou passagem de A para B, mas percebida como uma ecologia comunicativa de redes de interação, que ao se conectarem estabelecem fluxos de informações diversas capazes de alterar o próprio estado de natureza.

> Essa singular interação é o resultado, de um lado, da disseminação em larga escala dos dispositivos móveis de conexão (*tablets, smartphones, notebooks, etc*.) e de formas de conexão wi-fi (*banda larga, via satélite, RFID etc*.) e, do outro, da difusão dos *social networks*, que tem originado uma particular forma conectiva ecológica não apenas social, capaz de conectar em tempo real pessoas, dispositivos, informações, territórios e dados de toda espécie. Esse tipo singular de interatividade representa o advento de formas conectivas e transorgânicas do habitar que exprimem um particular tipo de interação e de ecologia reticular, não mais dizível por meio da linguagem teórica do social desenvolvido pelas disciplinas positivistas europeias, nem delimitável pela tradicional dimensão antropomórfica da política (DI FELICE, 2017, p. 13).

[4] Ver PEREIRA, E.S.. Ciborgues indígen@s.br: a presença nativa no ciberespaço, 2007.

O termo "net-ativismo" foi introduzido por Ed Schwartz (1996). Porém utilizaremos a reinterpretação proposta por Di Felice, que entende o net-ativismo como um novo tipo de ação social, formada por uma ecologia reticular e conectiva. Trata-se de uma rede de redes, constituída por pessoas, circuitos informativos, dispositivos, redes sociais e territorialidades informativas que interagem entre si.

O olhar sobre o papel das redes digitais na constituição de movimentos sociais invariavelmente se atenta para o caráter utilitário que esses movimentos fazem dessas redes. Além disso, poucos estudiosos se esforçam para diferenciar as redes digitais das chamadas redes associativas[5]. A percepção do digital como ferramenta e a ideia de que as redes digitais são apenas redes de pessoas que migram para o espaço digital não contribuem para a compreensão das transformações pelas quais passa o ser humano e outras entidades (animais, vegetais, tecnologia).

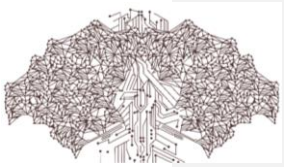
As redes digitais hoje colocam sob discussão conceitos até então estáveis. O mapeamento da Amazônia a partir do monitoramento de áreas desmatadas e de demarcações indígenas, realizada pelo Google Earth, seria uma forma de net-ativismo? E o que seria o território uma vez digitalizado? O que se tornam os seres da natureza sob as transformações da biotecnologia e da nanotecnologia? E o que nós nos tornamos sob o olhar da biomimética? A falta de clareza ou uma linguagem que dê conta das transformações pode ser um sintoma de nossa época. Está ficando cada vez mais difícil separar o que é humano, do que é tecnologia, do que é natureza.

Cada encontro entre homem, tecnologia e natureza talvez resulte em um novo homem, uma nova tecnologia ou uma natureza transformada, o que faz sentido se imaginarmos que a evolução da vida terrestre sempre se deu através da interação entre diferentes elementos. Somente enquanto entidades abertas existe evolução, como recorda Di Felice.

> A história da vida em nosso planeta não se formara, como aprendemos na escola, por meio da evolução separada de um conjunto de espécies diversas e isoladas: ao contrário, no interior da biosfera, cada animal, cada vegetal e cada elemento geológico puderam sobreviver e envolver-se somente enquanto entidades abertas, comunicantes e alteráveis, por meio das próprias interações desenvolvidas entre si (DI FELICE, p. 205, 2017).

Nesse contexto, a conexão entre o ser humano, a tecnologia e o território se apresenta fértil para repensar o digital além de uma ideia de extensão ou como ferramenta, uma vez que é possível conceber que as substâncias, quando digitalizadas, nestes casos são alteradas. Dentro desta perspectiva, as redes sociais digitais, os dispositivos móveis e as múltiplas possibilidades de

[5] Ver a ideia de redes associativas em LATOUR, B.. Reagregando o social (2012)



conexão, da mesma forma, vem transformando as dinâmicas dos movimentos sociais e ressignificando a ação social.

Exemplos podem ser encontrados em movimentos como a Primavera Árabe (2011); Occupy Wall Street nos Estados Unidos (2011); Movimento 15-M na Espanha (2011); Geração à Rasca em Portugal (2011); Yo Soy 132 no México (2012); Manifestações de Junho no Brasil (2013); entre outros.

Esses movimentos se notabilizaram por novas dinâmicas de atuação, se diferenciando das formas de manifestação produzidas por movimentos sociais tradicionais. Nas Manifestações de Junho de 2013, por exemplo, milhares de pessoas, em centenas de cidades pelo Brasil, foram às ruas para protestar contra o aumento no preço da tarifa do transporte coletivo. Nas redes sociais, uma explosão de imagens, vídeos, "hashtags" e textos sobre a manifestação invadiu as "linhas do tempo" de pessoas conectadas. As mesmas curtiam, compartilhavam, comentavam, propunham novos links, ou seja, ressignificavam as mensagens fazendo com que a pauta das manifestações saísse das redes, fosse às ruas e voltasse às redes sendo constantemente modificada. Para Pierre Levy, essa ressignificação das mensagens no ciberespaço[6] representa um "universal sem totalidade", que seria a essência da cibercultura.

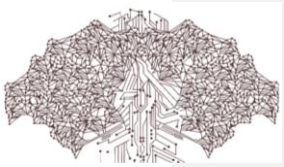
> Trata-se de um universo indeterminado e que tende a manter sua indeterminação, pois cada novo nó da rede de redes em expansão constante, pode tornar-se produtor ou emissor de novas informações, imprevisíveis, e reorganizar parte da conectividade global por sua própria conta (LEVY, 1999, p.111).

Para o autor, quanto mais o ciberespaço se expande, mais ele se torna "universal",[7] e menos o mundo universal se torna "totalizável"[8]. Nas manifestações de Junho de 2013, quanto mais informações circulavam nas redes e nas ruas, mais elas eram modificadas, maior era o protesto, e menos sentido fazia. Sua principal característica foi, portanto, a perda da centralidade da ação, tanto em sua constituição quanto dissolução enquanto movimento. Dessa forma, não houve controle por parte da imprensa, nem por partidos políticos, tampouco pelos movimentos sociais organizados, ou pela polícia, sequer pelo Estado. Nenhum desses atores conseguiu controlar os

[6] "O termo especifica não apenas a infra-estrutura material de comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga [...]". (LEVY, 1999, p. 17).

[7] Por "universal" Levy entende como um acesso a todas as pessoas.

[8] Por "totalizável" Levy entende como um sentido comum.



rumos da manifestação. Mas da mesma forma que irrompeu no cenário local e nacional, rapidamente foi sendo transformada até desaparecer enquanto grande movimento.

Entre 2009 e 2013, como já citado, se espalharam pelo mundo movimentos com formas de organização semelhantes. O sociólogo espanhol Manuel Castells, em seu livro "Redes de Indignação e Esperança", num relato atento sobre seis desses movimentos encontrou as seguintes características: são movimentos autônomos, se articulam em rede, são atemporais, prezam pelo pluralismo de ideias, se organizam localmente e globalmente, sem lideranças ou hierarquias formais.

Esses movimentos, a partir da interação com a web 2.0, possuem uma dinâmica diferente de movimentos sociais tradicionais, que por sua vez, podem ser identificados por um discurso ideológico, lideranças formais, uma estrutura hierárquica, um entendimento da política institucional como um espaço privilegiado de ação, entre outras características.

Aqui estamos apenas apontando tendências diagnosticadas por diferentes autores como ROZA (2012); CASTELLS (2013); DI FELICE (2017). A diversidade entre os movimentos é grande, assim como a interação que realizam com as redes digitais e o território. Todavia, o que merece destaque são as transformações qualitativas dos movimentos sociais proporcionadas pelo avanço tecnológico ao longo do tempo.

A análise das formas constitutivas dos meios, observando suas evoluções no processo histórico[9], pode ser utilizada para pensar as mudanças na organização dos movimentos sociais. Na década de 1990, por exemplo, a internet 1.0 introduziu um novo cenário possibilitando a formação dos movimentos em rede como os neozapatistas[10] e os altermundistas[11], que ao se conectarem com a internet estabeleceram novas dinâmicas de protesto e organização. A web 2.0, por sua vez, representa outra transformação qualitativa da ação social que, no final da década

[9] As transformações dos meios de comunicação desde o invento da escrita, passando pela eletricidade até o advento da tecnologia digital foi amplamente discutida por autores como McLUHAN (2014); LEVY (1999); DI FELICE (2017). Nesse momento discutiremos apenas as transformações do digital.

[10] O movimento surgiu em 1994, no México. Defendia, entre outras coisas, uma gestão autônoma do território para as comunidades indígenas e formas mais democráticas de participação da população em decisões sobre o seu país. Notabilizaram-se pela capacidade de organização em redes complexas que tomavam decisões conjuntas sobre ações realizadas por diferentes comunidades indígenas. Também ficaram conhecidos pela capacidade de organização global através da internet, assim como pela tática de anonimato, como o uso de lenços e gorros que cobrissem seus rostos deixando-os "invisíveis".

[11] Movimentos que propunham uma nova globalização mais inclusiva com países mais pobres e que não representassem apenas o interesse do capitalismo. O movimento ficou simbolizado pelas manifestações contra o encontro da Organização Mundial do Comércio em Seattle, em 1999. Ficaram marcados pela capacidade de mobilização global através de redes na internet.



2000, é simbolizada pelas formas de conflitualidade que eclodem com a Primavera Árabe e se espalham pelo mundo. A passagem da web 1.0 para a 2.0 do ponto de vista técnico é identificada por Di Felice:

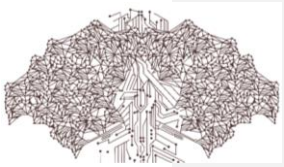
> Se a web 1.0, baseada no compartilhamento de dados ADSL com cabos telefônicos, conectava terminais por meio de sinal modem, criando uma rede de computadores, a Internet a fibra ótica, ou web 2.0, passará a conter informações e bancos de dados localizados nas nuvens (cloud computing) e, portanto, externos ao computador e aos terminais. Ao contrário da web 1.0, que arquivava os dados nas memórias dos discos rígidos, ou seja, no hardware, a rede 2.0 permitirá o acesso a dados externos ao computador e, a partir da conexão por cloud provider, passará a oferecer não só conteúdos, mas também softwares remotos e a serviço de vários gêneros para a gestão de dados – não mais instalados no próprio computador, mas acessíveis on-line. Nascerá, assim, a Internet da Wikipédia, do Skype, do Youtube, do Flickr, da Amazon, de todas as redes sociais como o Facebook, o LinkedIn, o Orkut, o Twitter etc". (DI FELICE, 2017, p. 124)

Essas redes sociais, fruto da Internet à fibra ótica, aliada aos dispositivos móveis, possibilitam a interação constante transformando a percepção do tempo e espaço. A máxima de Pierre Levy de que o virtual não é irreal, apenas não é atual, acaba sendo complexificada dada à velocidade com que as informações passam a ser atualizadas. Em meados do século XX, Marshall Mcluhan já apontava para os efeitos da aceleração dos processos em função do advento da eletricidade. Dizia ele:

> A aceleração cria o que alguns economistas chamam de estrutura centro-margem. Quando ela se torna extensiva demais para o centro gerador e controlador, partes dela começam a destacar-se para se constituírem em novos sistemas centro-margem autônomos (MCLUHAN, 2014, p. 109-110).

O autor canadense se referia a produção de novos centros autônomos, numa inversão da ideia de centros estáticos com suas periferias dependentes. Como exemplo, Mcluhan recordou o fato das treze colônias americanas começarem a desenvolver uma vida social e econômica próprias, o que resultou no processo de independência em relação à Grã-Bretanha. A intensificação da aceleração, com a criação de novos "sistemas centro-margem autônomos", pode ser vista na região amazônica, seja por meio do ciclo da borracha ou pela construção de estradas (ambas relacionadas ao automóvel e responsáveis por um processo de urbanização difuso).

Como nos lembra Prates e Bacha, no final do século XIX e início do século XX, o principal produto da região era a borracha, que tinha uma demanda elevada em função da implantação do setor automobilístico na Europa e Estados Unidos. Para garantir a mão de obra, o governo brasileiro incentivou um grande fluxo de trabalhadores nordestinos para a Amazônia.



> O surgimento e o crescimento da borracha possibilitaram o povoamento ao longo dos principais rios da região, o que fez surgirem várias cidades ou vilas. A atividade de produção da borracha pouco gerou o desmatamento, devido às características de extração e beneficiamento do látex. No entanto, como se poderia esperar, o surgimento de núcleos urbanos gerou diretamente o desmatamento devido à construção do espaço urbano e para a extração ou produção de bens (que não eram oriundos de outras regiões) destinados a atender predominantemente a população local. Se na fase anterior, o desmatamento estava concentrado em alguns pontos, agora ele se torna disperso por boa parte da região, mas sempre próximo aos rios, que eram os únicos meios de transporte na época (PRATES e BACHA, 2011, p. 606).

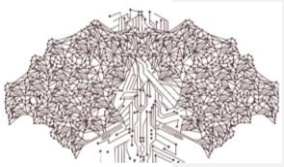
Hoje a aceleração ganha novos contornos com a presença do digital. Apenas entender a comunicação como transmissão da informação e ignorar a interação existente entre o homem, a tecnologia e o ambiente consiste no problema a ser enfrentado por aqueles que desejam mapear fenômenos complexos como o net-ativismo na Amazônia. Pensar a comunicação como ecologia ajuda a detectar os diferentes atores que compõem um processo comunicativo e escapar da centralidade da ação humana.

Em seu livro, Net-ativismo – Da ação social ao ato conectivo, Massimo Di Felice, aponta três formas ecológicas de comunicação e interação: o das ecologias comunicativas sociais, o das ecologias comunicativas de colaboração e o das ecologias transorgânicas. A primeira é composta pela disseminação e pelo diálogo. Marca as formas de participação democrática que conhecemos, ligadas num primeiro momento ao advento da tipografia e do livro, e mais tarde, da imprensa, do rádio, do cinema e da TV.

No que diz respeito à ecologia comunicativa de colaboração, essa é composta por processos de participação que envolve dispositivos, bancos de dados e arquiteturas informativas construídas em rede. Nesse momento, propiciada pela emergência das redes digitais.

Já a ecologia comunicativa transorgânica é uma extensão da ecologia comunicativa de colaboração, portanto também organizada em rede, mas agora conectando territórios, a biodiversidade e diferentes tipos de superfícies através de tecnologias como RFID e *Internet of things.* É dentro desta ecologia que Di Felice questiona o termo "ação social", uma vez que o tipo de conexão estabelecida entre diferentes entidades não é apenas social nem delimitável, logo o sociólogo entende que o termo deve ser substituído por "ato conectivo", pois etimologicamente "ato" remete a um evento imprevisível.

O mérito da ideia de ecologias comunicativas está no raciocínio que percebe a importância das diferentes entidades para a construção de um processo comunicativo. Pensar comunicação como uma rede ecossistêmica torna-se fundamental para o questionamento sobre o que é o net-



ativismo hoje e o que significa um net-ativismo que realize a defesa da Amazônia. Logo, o que seria defender a Amazônia? E o que seria defender a Amazônia no espaço digital?

Não há respostas únicas ou fáceis. Mas idealmente uma rede distribuída formada por movimentos, povos e grupos que tenham a floresta como meio de subsistência, que se prestem a formar alianças entre si e façam uso das redes digitais para se conectar com o resto do mundo é um caminho. Não faltam experiências nesse sentido. Talvez a principal delas seja a Aliança dos Povos da Floresta, que mais tarde virou Rede Povos da Floresta.

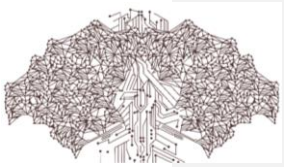
A Aliança dos Povos da Floresta surgiu no Acre, na década de 1980. A Aliança era formada por indígenas, ribeirinhos e seringueiros. Era liderada pelo ativista e seringueiro Chico Mendes e líderes indígenas como Aílton Krenak. Segundo a pesquisadora Eliete Pereira (2013), em 1986, após o fim do programa de incentivo a produção de borracha do governo federal, os donos de seringais passaram a investir na produção de madeira e de pecuária. Logo, o desmatamento se intensificou na região, o que levou os seringueiros a se organizarem. Primeiro a partir, dos empates[12], posteriormente através das Reservas Extrativistas[13]. Em 1988, Chico Mendes é assassinado. No ano seguinte é lançada oficialmente a Aliança dos Povos das Florestas, com a parceria entre a União das Nações Indígenas e do Conselho Nacional dos Seringueiros. Chico Mendes já vinha articulando o movimento antes de sua morte, mas foi após o seu assassinato que a Aliança tornou-se oficial.

Na década de 1990 a Aliança foi se desfazendo, até que em 2003 foi revitalizada com o nome de Rede Povos da Floresta e uma presença online. Apesar de sua importância histórica, como muitos movimentos em rede, ela não conseguiu ser constantemente ativa e prosperar enquanto grande movimento. Talvez aí resida o desafio dos futuros movimentos net-ativistas amazônicos. Como manter o engajamento dentro de uma rede distribuída mantendo ao mesmo tempo a autonomia dos participantes?

Como se provou historicamente, certamente a solução passa pelo esforço coletivo dos grupos e populações tradicionais de se juntarem para fazer a defesa conjunta da região amazônica. Foi assim que seringueiros, quilombolas, indígenas e ribeirinhos avançaram em suas pautas e tiveram direitos reconhecidos. O diálogo com as tecnologias digitais será fundamental nesse processo.

[12] Uma tática utilizada pelos seringueiros para evitar que os fazendeiros desmatassem a floresta. Para isso, formavam correntes com várias pessoas que iam ao local a ser desmatado e impediam a ação.

[13] São espaços territoriais protegidos em que as populações tradicionais podem ter garantida a utilização dos recursos desse espaço de forma sustentável.



Referências bibliográficas

CASTELLS, M. *Redes de Indignação e Esperança*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DI FELICE, M. *Net-ativismo: Da ação social para o ato conectivo*. São Paulo: Paulus, 2017.

LATOUR, B. *Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador: Edufba, 2012.

LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999

LOVELOCK, J. *La Revanche de Gaia*. Paris: Flammarion, Nouvelle Bibliothèque Scientifique, 2007.

MAFFESOLI, M. *A trasnfiguração do político*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

McLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2014.

PEREIRA, E. S. *Ciborgues indígenas*. São Paulo: Annablume, 2012.

PEREIRA, E. S. *O local digital das culturas: As interações entre culturas, mídias digitais e territórios*. 2013. 278 p. Dissertação (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

PRATES, R. C.; BACHA, C. J. C. *Os processos de desenvolvimento e desmatamento da Amazônia*. Economia e Sociedade, Campinas, v. 20, n. 3, p. 601-636, dez., 2011.

Roza, E. A. *Net-ativismo: Comunicação e mobilização em contextos reticulares*. 2012. 175 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

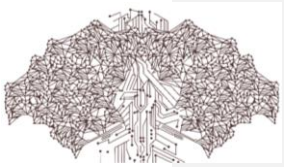
SCHMINK, M.; WOOD, C. H. *Conflitos Sociais e a formação da Amazônia. Belém*: Ufpa, 2012.

SCHWARTZ, E. *NetActivism: How Ctizens Use the Internet*. EUA: O'Reilly, 1996.

SERRES, M. *Contrato Natural*. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

TRINDADE JÚNIOR, Saint-Clair C. Da. *Cidades e centralidades urbanas na Amazônia: dos diferentes ordenamentos territoriais ao processo de urbanização difusa*. Cidades, São Paulo, v. 12, n. 21, p. 305-334, 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



NOVAS EXPERIÊNCIAS POLÍTICAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PLATAFORMA COLAB[1]

Eduardo Weinhardt[2];

Resumo: Este trabalho apresenta um estudo de caso sobre o aplicativo *COLAB*, desenvolvido para que os moradores de uma cidade possam fiscalizar problemas relativos à manutenção do espaço público no ambiente urbano e também propor melhorias, servindo de ponte entre o cidadão e poder público municipal. O objetivo é buscar nesta plataforma indícios da emergência de uma nova prática política, diferente daquela baseada totalmente no modelo de democracia representativa dominante hoje.

Palavras-chave: tecnopolítica; eParticipação; tecnologia cívica.

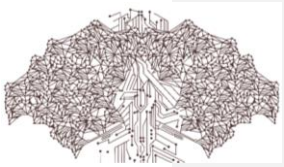
Abstract: This article presents a case study about the *COLAB* app, which was develop to allow city inhabitants to report problems related to the public space maintenance and to propose improvements, working as a bridge between citizens and municipal government. The here aim is to verify indications of the emergence of a new political practice, different from the representative democracy model.

Key-words: tecnopolitics; eParticipation; civic technology.

Em 2013, o aplicativo *COLAB* ganhou o prêmio *AppMyCity* de melhor aplicativo urbano do mundo, oferecido pela *Organização New Cities Foundation*, que seleciona anualmente as plataformas digitais que combinem melhor desenvolvimento técnico, ou seja, que sejam rápidas e fáceis de usar, com um alto potencial de impacto positivo na experiência de viver em cidade, propondo novas maneiras de pensar o espaço urbano. Desenvolvido por cinco sócios com experiência em marketing político, a ferramenta tem por objetivo permitir que cidadãos possam

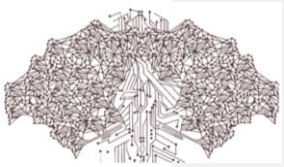
1. Artigo apresentado ao **Eixo Temático 18:** Tecnopolítica, Estado, crise da democracia representativa, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ.



fiscalizar, avaliar e propor melhorias aos serviços públicos municipais, buscando, assim, aproximar a população da gestão da cidade. O aplicativo hoje conta com cerca de 150 mil usuários e é adotada por mais de 100 municípios do país. Para além de um importante potencial de inovação no que diz respeito à adoção de tecnologias digitais para o melhoramento das práticas de gestão pública, no âmbito da governança eletrônica (*e*-governança), entendemos que o caso do aplicativo *COLAB* pode trazer elementos importantes também para um debate mais amplo sobre o papel a ser desempenhado pelas Tecnologias de Informação e Comunidação (TICs) – em especial a internet - na política contemporânea. É em tal sentido que este trabalho pretende desenvolver sua análise.

Desde os anos 1990, as reflexões sobre o impacto da internet na política inspiram ampla discussão. Até o início dos anos 2000, no entanto, ainda não estava clara a amplitude do impacto da internet no campo político e a maioria das teorias na área da cibercultura buscava desenhar cenários futuros - fosse enfatizando seu potencial libertador ou encarando-a como novo instrumento totalizador. Já hoje é difícil negar que as mídias digitais, e em especial as redes sociais digitais, alteraram e seguirão alterando rapidamente as práticas políticas. Os estudos sobre o tema ganharam renovada força nos últimos anos a partir dos movimentos revoltosos que abalaram governos e instituições de diferentes países em 2011, passando pela emergência do Podemos na Espanha, pelas manifestações populares em 2013 no Brasil e suas decorrências, pela eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, e pelo BREXIT, na Inglaterra - para nomear apenas alguns exemplos. Acontecimentos políticos estes das mais variadas ordens e de diferentes resultados, mas todos marcados pelo protagonismo da internet em seus desenvolvimentos. Além de chamar atenção para a importância que as redes digitais ganharam no jogo de poder, essa série de eventos também apontou para um outro fenômeno: uma profunda crise nos padrões políticos vigentes. Mesmo países com regimes democráticos fortemente instituídos observaram um alto grau de insatisfação popular, indicando um possível esgotamento do modelo dominante de democracia representativa. Para a pesquisadora Ivana Bentes, “a política foi sequestrada por uma casta” e “o ódio político vem da separação das ruas, dos modos de ser e do cotidiano”, fazendo-se necessário “colocar a política no rés do chão” e promover um “reencantamento da linguagem política, para além dos comícios tradicionais, para além dos carros de sons, para além dos palanques, slogans e bandeiras” (2016). Frente a este cenário, autores como Negri e Hardt (2005, 2012) defendem o desenvolvimento de um novo poder constituinte, que tome como base uma experiência democrática mais direta e absoluta.



Entendemos aqui que o caso do aplicativo *COLAB* insere-se em um cenário de experimentação de novas práticas e estruturas políticas, realizadas em um novo "bios virtual" (Sodré, 2014), uma "midiosfera constituída de redes, dispositivos, dados, processos de interação humano/não humanos, que curto-circuitam a separação entre as redes e as ruas" (Bentes, 2013, p. 11). Henrique Antoun e Fábio Malini recuperam os textos de Ronfeldt e Arquilla para defender que as redes "parecem ser as próximas formas dominantes de organização" (2013, p. 65), redefinindo a ordenação das sociedades com base na natureza do conflito e da cooperação.

É claro que para realizar tal análise é essencial recuperar, mesmo que de maneira sucinta, o processo histórico de formação da democracia representativa, encarada na maior parte do globo como modelo ideal a ser perseguido. É importante, inclusive, ter claro que os ideias políticos de representação e democracia tem origens independentes e que a associação entre os dois nunca foi consenso entre os teóricos da política. Embora tenha acabado tornando-se sinônimo de democracia e tenha chegado ao fim do século XX como hegemônico, às críticas ao modelo representativo já estavam presentes nas obras de Rousseau e Montesquieu (Manin, 1997, p. 130).

Se a inspiração original do ideal contemporâneo moderno está na Grécia Clássica, por muitos anos foi ponto pacífico de que seria inviável reproduzir atualmente o modelo da assembleia popular ateniense - principal base do modelo democrático grego -, na qual todos aqueles identificados como cidadãos (categoria bastante mais restrita então do que nosso entendimento atual de cidadão, sempre importante lembrar) tinham igual direito a fala e ao voto, tomando em conjunto as decisões mais importantes para o destino da *pólis*. Qualquer proposta semelhante de "governo do povo" não seria possível nas sociedades de hoje, tanto por suas dimensões como por suas complexidades. Segundo Luis Felipe Miguel, "qualquer proposta de democracia direta, para as sociedades contemporâneas, é quimérica" (2005, p. 7). O autor observa que, no entanto, "gostamos de imaginar que alcançamos uma espécie de adaptação" (Miguel, 2005, p. 6), que o modelo representativo dá conta de realizar algo similar à experiência política da cidade-estado grega. E é justamente em tal crença que está a base do êxito da democracia representativa como modelo político, capaz de produzir potência e ordenar nossa convivência.

A origem da representação política moderna, no entanto, nada tem de democrática. Pitkin (1997) conta que o costume de reunir cavaleiros e burgueses junto ao rei teve origem na Inglaterra e parece ter surgido por conveniência para o rei, sem relação com qualquer noção de privilégio ou direito. Ao longo do tempo, os membros dessas reuniões começaram a naturalmente defender o interesse de seus locais de origem, assumindo progressivamente o papel de controlar o próprio poder real. Foi somente no século XVII que os homens livres da Inglaterra conquistaram o direito

de eleger os membros do parlamento e que a representação tornou-se "um dos tradicionais e sagrados 'direitos do iluminismo" (Pitkin, 1997, p. 4).

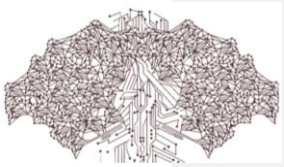
Essencial destacar, no entanto, que mesmo nesse momento as noções de democracia e representação mantiveram-se apartadas no pensamento iluminista clássico. Para os autores do período, o instrumento das eleições, invariavelmente, tornar-se-ia um "mecanismo aristocrático (Miguel, 2003, p. 130), favorecendo a seleção de indivíduos melhor preparados. Em outras palavras, o modelo representativo não surge para dar conta da impossibilidade da tomada de decisão direta por parte da população de grandes Estados, mas para garantir que a elite ocuparia as posições de poder. Manin (1997) reforça essa conclusão ao afirmar que a adoção da eleição no lugar do sorteio – prática está também bastante comum na democracia grega – tornou institucionalizado o princípio da distinção aristocrática no poder estatal.

Este arranjo institucional, cujas origens estão no final do século XVIII, mostrou-se "impressionantemente flexível, assumindo diferentes formas para adaptar-se a circunstâncias distintas" (Manin, 1997, p. 233), conjugando-se inclusive com a noção de democracia na forma da "democracia representativa". União esta capaz de gerar um discurso profundamente exitoso e convincente, conectando tal arranjo aos ideias iluministas de igualdade e liberdade, que ainda hoje habitam nossa subjetividade como direitos naturais do ser humano.

As críticas contemporâneas a esta construção social, no entanto, são contundentes. Segundo Hardt e Negri, a "representação é, em si mesma, por definição, um mecanismo que separa a população do poder" (2014, p. 43) e o indivíduo representado reconhece esse problema, mas não vê alternativas, acabando paralisado pelo medo. Desse medo, "surgem formas populistas ou carismáticas de uma política esvaziada até mesmo do fingimento da representação" (2014, p. 42). Chegamos assim a um momento limite:

> Ao deixar de ser um participante ativo da vida política, o representado se descobre o pobre entre os pobres, lutando sozinho na selva dessa vida social. Se não estimular seus sentidos vitais e despertar seu apetite pela democracia, o representado se tornará um produto puro do poder, a casca vazia de um mecanismo de governança que não faz mais referência ao cidadão-trabalhador. (Hardt e Negri, 2014, p. 45)

Os autores (2005, 2011,2014) propõem, então, que se pense uma nova estrutura de poder tomando por base uma perspectiva radicalmente assimétrica em relação a que temos hoje. Um

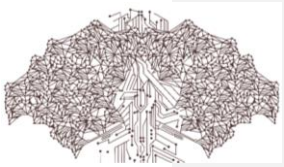


olhar atento percebe que uma nova forma de organização social já começa a se revelar de modo imanente na produção biopolítica, com agentes singulares interagindo no mesmo plano, em rede, organizando-se a si mesmos de maneira colaborativa, "como uma orquestra sem regente" (Hardt e Negri, 2005, p. 423).

Como apontam Antoun (2004, 2009, 2012) e Bentes (2015), fica evidente que a internet, tal como nas revoltas pós-crise de 2008, deve assumir um papel central nesse novo *modus operandi* político. Se ela é instrumento essencial para produção imaterial colaborativa, já se mostra também como base para produção política de resistência e contrapoder. É nesse contexto que vemos emergir o aplicativo que propomos estudar, como uma plataforma que talvez possa indicar possíveis maneiras de instrumentalizar e tornar possível novas formas de "poder constituinte" (Hardt e Negri, 2005, 2011, 2014), ao mesmo tempo que serve também para refletir sobre os prováveis problemas e desafios a serem enfrentados.

A plataforma *COLAB* tem como objetivo estabelecer um canal de comunicação direto entre população e poder executivo municipal. Ele pode ser acessado tanto pelo site www.colab.re, como pelo aplicativo disponível para os sistemas operacionais *Android* e *iOS*. Qualquer usuário pode criar um perfil individual via uma interface bastante amigável, mais fácil que iniciativas similares desenvolvidas por algumas prefeituras no país. É possível, por exemplo, cadastrar-se utilizando uma conta já existente na rede social *Facebook*, diminuindo a resistência geradas por longos formulários, tornando a experiência de navegação mais fluída e dinâmica, integrando o *COLAB* à um ambiente ao qual o usuário já está familiarizado. A própria estrutura da plataforma apresenta similaridades com as redes sociais de grande adesão: a primeira página visualizada pelo usuário após *login* é uma *timeline* de *posts* com denúncias e sugestões sobre a cidade na qual você está cadastrado, os quais você pode apoiar, comentar ou divulgar via outras redes sociais, tais como *Linkedin, Twitter* e *Facebook*. O usuário também pode escolher quais outros perfis existes deseja "seguir", ou seja, acompanhar as publicações por eles feitas. Ao criar o perfil diretamente associado a conta do Facebook, o usuário passa a seguir automaticamente aqueles que são seus amigos na rede social e que também possuem cadastro no *COLAB*.

É possível realizar duas ações principais através da plataforma: (1) Fiscalizar, postando fotos e depoimentos indicando problemas ou irregularidades no espaço público; (2) Propor serviços ou obras a serem realizadas pelo poder público municipal. A ferramenta indica como possibilidade futura também avaliar espaços e serviços públicos prestados, esta opção, no entanto, ainda não está disponível. Todas essas ações aparecem como postagens geolocalizáveis na *timeline* do usuário e também como marcadores no mapa da cidade associado ao perfil, que indica



o ponto geográfico correspondente a cada uma das postagens daquele usuário. Em qualquer postagem ainda é possível anexar uma imagem que corrobore a denúncia, a proposta ou a avaliação. Cada uma dessas seções principais está classificada em categorias que devem ser selecionadas pelo usuário ao realizar uma postagem: são 11 categorias na seção fiscalizar e 19 para realizar uma proposta.

Todas as informações geradas pelos cidadãos são disponibilizadas ao poder executivo municipal, sendo organizadas em 65 categorias e divididas em 12 subcategorias pré-definidas. As prefeituras podem optar por firmar uma parceria gratuita com o COLAB, acessando esses dados diretamente na plataforma de maneira padronizada, ou pagar por um pacote mais completo de serviços. Neste caso, as gestões municipais têm acesso a uma maior variedade de ferramentas dentro da plataforma e podem até contratar uma equipe para gerenciar as solicitações. O município de Campinas, por exemplo, conta com uma equipe de atendimento de mais de 200 pessoas[3]. Caso não haja parceria de nenhum tipo acordada, um e-mail semanal é enviado à prefeitura com os dados consolidados.

A plataforma pode ser usada pelo governo executivo municipal também para consulta prévia à população para tomada de decisões. Em Campinas, a plataforma serviu para determinar a programação de shows de um evento organizado pela prefeitura, por exemplo, e, em Pelotas, ajudou a definir mudanças no trânsito da cidade. Novas funcionalidades estão em desenvolvimento e, dentro de pouco tempo, os cidadãos poderão interagir entre si e a ferramenta poderá também ser utilizada pelos poderes executivos estaduais e federal. Os idealizadores planejam ainda disponibilizá-la para o poder legislativo.

O *COLAB* foi desenvolvido por uma empresa de tecnologia chamada *Quick*, da qual são sócios os cinco idealizadores da plataforma: Gustavo Maia, *advertising designer* pelo IED (Barcelona), com MBA na FGV Brasil e CBA no Insper (IBMEC – São Paulo); Bruno Aracaty, administrador de empresas pela UPE, possui CFM pelo Insper (IBMEC-São Paulo), CFA *charterholder* desde 2012 e especialista em *Venture Capital* pela UC Berkeley Haas School of Business; Paulo Pandolfi, publicitário com MBA pela FGV Brasil e pós-graduação em marketing pela City University of London; Josemando Sobral, graduado em Ciências da Comunicação e

[3] Informação disponível em http://gizbrasil.com/urbanismo/colab/ (acesso em 1º outubro de 2017)

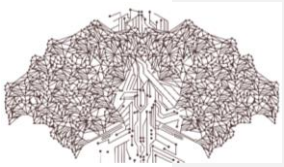
com MBA pela FGV Brasil; e Vitor Guedes, graduado em Ciências da Computação pela UFPE e com MBA em gestão Pública pela FGV Brasil[4].

Para subsidiar a expansão da plataforma, a empresa contou primeiramente com R$3,5 milhões da empresa de investimentos em negócios digitais *A5 Internet Investments* (Silva e Policarpo, 2014). De acordo com notícia divulgada no site da Associação Latino Americana de *Private Equity* e *Venture Capital* (LAVCA)[5], duas outras entidades anunciaram em maio de 2017 um aporte de mais R$4 milhões: o fundo de impacto social *Omidyar Network*, sediado no Vale do Silício, e o fundo *MDIF* (*Media Development Investment Fund*), com base em Nova York. A matéria informa que o *COLAB* tinha como meta para 2017 chegar à 200 prefeituras (hoje são aproximadamente 130), ultrapassando 500 mil usuários cadastrados. Para atingir esses objetivos e "consolidar a liderança no mercado brasileiro de tecnologia cívica", a empresa deve ampliar o quadro de colaboradores para 50 pessoas, incluindo "especialistas no atendimento às cidades", "responsáveis por planejamento urbano, gestão dos municípios parceiros e pesquisas de mercado". Ainda de acordo com a mesma notícia, a *Quick* prevê também o lançamento de um dispositivo para avaliação de políticas públicas em tempo real e de um sistema de gamificação, que premiará os usuários da rede social que mais contribuírem com a melhoria das cidades.

É importante destacar que a experiência proposta pelo *COLAB* integra um processo no qual passam a existir novas camadas múltiplas na relação entre a cidade e aqueles que nela convivem. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) digitais, e em especial aquelas suportadas por dispositivos móveis, alteram a experiência do habitar o espaço urbano, criando novos ambientes de trocas comunicacionais, rompendo de vez com uma possível divisão ilusória entre o espaço físico e o digital, e transpondo antigas barreiras existentes no jogo de representações da cidade. Embora o cidadão sempre tenha sido um agente produtor de signos, as possibilidades criadas por iniciativas como a aqui estudada colocam-no em uma nova posição no jogo de disputa de poderes, aproximando-os das instituições de gestão pública e de poder estatal. Surgem, assim, novas dinâmicas que fissuram os padrões hegemônicos de governo através de multiplicidade de conexões entre agentes com diferentes competências, fenômeno identificado como inteligência distribuída, ou inteligência coletiva (Levy, 1997, p. 28)

[4] Informações disponíveis em: https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/internet/colab-nasceu-do-desejo-de-mudar-as-cidades-diz-criador-do-app,396e028ac3b1f310VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html (acesso em 1o. de outubro de 2017)

5 Informações disponíveis em: https://lavca.org/2017/05/18/omidyar-invest-r4m-brazilian-civic-engagement-app-colab-re-em-portugues/ (acesso em 1o. de outubro de 2017)



Esse processo aproxima-se também do ideal defendido por Negri e Hardt (2005, 2012) de poder constituinte, hiperparticipativo, capaz de oferecer alternativas ao modelo de democracia representativa. Bastante influenciado por estes autores, o pesquisador Giuseppe Cocco (2015) fala de um "municipalismo constituinte" e de um "devir municipalistas" ao tratar dos eventos de junho de 2013 no Brasil e sobre 24M na Espanha, termos que parecem bastante apropriados para analisarmos fenômeno do qual o caso aqui faz parte. É no âmbito das cidades, mais do que dos estados ou das nações, que se observa indícios mais marcados da emergência de um novo fazer político. A socióloga Saskia Sassen (2016) defende que as cidades estão na "linha de frente da globalização"[6] e os prefeitos são obrigados a encarar os problemas e a agir de maneira mais rápida do que os governos nacionais. David Harvey também aponta o ressurgimento da relevância da cidade em um cenário político mais amplo: "a centralidade tradicional da cidade foi destruída. Contudo, há um impulso que se volta para sua restauração e que anseia por ela, e que sempre ressurge novamente, gerando efeitos políticos de grande projeção" (2014, p. 23).

Este estudo insere-se, assim, em um debate urgente sobre novas experiências políticas nas quais a participação do cidadão assume papéis que vão além da eleição de representantes. No entanto, é essencial não se deixar levar pelas perspectivas que enxergam apenas o potencial libertador das redes. Como aponta Sodré, as delações de Edward Snowden jogaram um "banho de água fria nas ilusões tecnofílicas quanto a uma nova era de liberdades civis graças à comunicação eletrônica" (2014, p. 174). A internet "é um campo social, como muitos outros, onde a liberdade está em disputa" (Antoun e Malini, 2010, p. 2).

Policarpo e Silva caracterizam o *Colab* como "uma interface que traduz uma cidade em estado de controle" (2014, p. 25), reforçando um apelo que as mídias locativas trazem para a vigilância digital. Tal como afirma Santaella (2010), os dispositivos móveis ampliam e potencializam as formas de monitoramento e controle, tornando-as ubíquas e pulverizadas, ao mesmo tempo que menos visíveis. "Ao se apropriar destes espaços intersticiais, o Colab rompe com os conceitos de espaço concreto e virtual e passa a exercer sua ubiquidade, transitando entre territórios de conexão e desconexão" (Policarpo e Silve, 2014, p. 26). Assim, ao mesmo tempo que pode apresentar uma nova prática de política democrática, tal plataforma - e diversas outras que começam a emergir - talvez também pode transformar-se em um instrumento de controle, não

[6] http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/06/1781359-cidades-sao-mais-rapidas-e-encaram-antes-os-problemas-diz-sociologa.shtml

só do cidadão sobre o poder público, mas também do cidadão sobre o cidadão, ou de um sistema logarítmico sobre o cidadão.

Dessa maneira, podemos encarar esta iniciativa como o início do rompimento do monopólio da decisão, assim como a internet representou a quebra do monopólio da narração, mas também como um novo instrumento de vigilância e controle. Em um primeiro momento, inda, podem servir como instrumentos manipulados de legitimação das decisões estatais, podendo no futuro converterem-se em ferramentas de uma nova forma de poder totalizador, baseado em decisões maquínicas e desumanizadas, algorítmicas.

Nesse momento de inflexão, no qual os rumos a serem tomados estão em ferrenha disputa, torna-se importante uma revisão do entendimento da política, de seus aparatos e dispositivos, para que se possam vislumbrar novas estruturas possíveis. Não a partir das perspectivas otimistas de décadas passadas, mas com uma posição crítica, alerta a novas formas de dominação e totalização.

Referências bibliográficas

ANTOUN, H.; MALINI, F. Ontologia da liberdade na rede: as multi-mídias e os dilemas da narrativa coletiva dos acontecimentos. In: **XIX Encontro da Compós**. Rio de Janeiro, 2010.

___. **@ Internet e a #Rua, ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

BENTES. I. Nós somos a rede social (Prefácio). In: ANTOUN, H.; MALINI, F. **@ Internet e a #Rua, ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

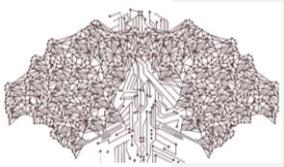
GOMES, W; MAIA, R. C. M. **Comunicação e Democracia: Problemas e Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

HARDT, M. e NEGRI, A. **Império**. Rio de Janeiro: Record. 2012.

____. **Multidão**: Guerra e democracia na era do Império. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HARVEY, D. **Cidades Rebeldes:** Do direito à cidade à revolução urbana**.** São Paulo: Martins Fontes, 2014.

LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência**. São Paulo: Editora 34, 1997.



MANIN, B. **The Principles of Representative Government**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

MIGUEL. L. F. Representação Política em 3-D: Elementos para uma teoria ampliada da representação política. **Revista Brasileira de Ciências sociais**. São Leopoldo: vol. 18, no. 51, 2003.

_____. Teoria Democrática atual: Esboço de mapeamento. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais – BIB**. São Paulo: n. 59, 1o. semestre, 2005.

PITKIN, H. F. **The Concept of Representation**. Berkley e Los Angeles: University of California Press, 1997.

SANTAELLA, L. **A ecologia pluralista da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

SCHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SODRÉ. M. **A Ciência do comum:** Notas para um método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014

SILVA, Alexandre C. POLYCARPO, Clayton. Rede social, colaboração e mobilidade: o caso do aplicativo urbano Colab no Brasil. In: **RUA** [online]. 2014, no. 20. Volume 1 - ISSN 1413-2109. p. 17 – 31. Consultada no Portal Labeurb – Revista do Laboratório de Estudos Urbanos do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade. http://www.labeurb.unicamp.br/rua/

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

NUDE TOUR: AUTOPORNIFICAÇÃO COMPARTILHADA NO CIBERESPAÇO[1]

Lucas BRAGANÇA[2]; Ricardo AIOLFI[3]

Palavras-chave: nude; sexualidade; autopornificação; sexting; redes sociais.

"Fode essa buceta": introduzindo

A partir do desenvolvimento da internet e de sua popularização na sociedade, novas dinâmicas de comunicação e interação foram incorporadas ao cotidiano das pessoas, permitindo novos tipos de interação e o compartilhamento de informações em meio a grupos segmentados por interesses. Isso permitiu, com maior facilidade, que grupos ditos minoritários pudessem ter espaços de interação e de organização de suas pautas, desejos e interesses em meio às redes sociais.

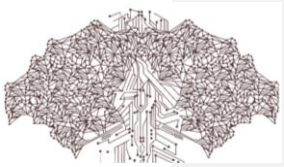
Nesse contexto, surgiram as Nude Tour[4], uma performance sexual própria dos ambientes digitais. Trata-se de uma dinâmica performada em grupo em que os indivíduos de uma determinada comunidade se encontram online em horário combinado previamente (em geral, noturno) para compartilhar fotos eróticas de si e interagir uns com os outros. O tempo de duração das nude tours no grupo KGB é de poucas horas e todas as postagens de imagens e vídeos devem ser feitas dentro de um determinado post, que é apagado após o horário determinado.

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 06 – Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando em Comunicação e Territorialidades na Linha de Pesquisa Processos e Práticas Comunicacionais pela Universidade Federal do Espírito Santo. Graduado em Comunicação Social pela mesma instituição. Bolsista da Capes. E-mail: [lucasbragancafonseca@gmail.com]

[3] Mestrando em Comunicação e Territorialidades na Linha de Comunicação e Poder pela Universidade Federal do Espírito Santo. Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela mesma instituição. Bolsista da Capes. Integrante do Laboratório de Imagem e Cibercultura (Labic) E-mail: [ricardoaiolfi@gmail.com]

[4] O termo "nude" significa "nudez" em português e, no contexto da internet, significa uma fotografia de nudez do próprio usuário. Já o termo "tour" significa "turnê" e faz uma alusão direta as turnês musicais – especialmente das divas pop - que a comunidade gay anseia.



O intuito do presente estudo é compreender as dinâmicas da autopornificação dos usuários e do compartilhamento de nudes, o que socialmente poderia seria visto como imoral, mas que nesse espaço comunicacional digital, ocorre de maneira naturalizada. A própria linguagem utilizada neste processo comunicacional, marcada por memes e códigos difundidos nesta comunidade é fator determinante nesta análise. A partir de imersões nos dias 18 de outubro, 14 e 22 de novembro de 2017, sempre a partir das 22h, construiremos uma pesquisa que visa entender os alicerces da estética dos prazeres realizada e compartilhada pelos próprios usuários.

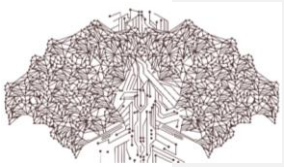
Além disso, desejamos identificar os elementos constitutivos dessa performance e entender os meandros e subterfúgios que esses usuários participantes das Nude Tours encontram para burlar os termos de uso do Facebook na intenção de expressão sua sexualidade, ao mesmo tempo que constroem uma rede de autoafirmação de suas sexualidades e tipos corpóreos, como também de confiança entre seus membros que se comprometem a não "vazar as nudes" de conhecidos e outros usuários.

Apesar de não ser uma prática exclusiva nem do universo LGBT nem do Facebook, para entendermos essa dinâmica, nesta pesquisa analisaremos o evento "Nude Tour" no grupo "KGB – Calabasas 3.0 +18" da rede social Facebook, página que reúne mais de 21 mil membros da comunidade LGBT interessados na troca de conteúdos sexuais pela rede. Devido ao universo do grupo, dotado principalmente na privacidade dos membros, optamos por não revelar identidades ou informações que possam identificá-los.

"Manda nudes": a autopornificação

O envio de nudes e o compartilhamento da nudez de si pode representar, para muitos, mais uma *putaria* do que pornografia. No entanto, como coloca Baltar e Barreto (2014, p.265), os conteúdos gerados pelos usuários que mobilizam e mesclam componentes estéticos e do dispositivo (incluindo, aí, as selfies de nudez) são cada vez mais a dinâmica central da pornografia contemporânea, bem como, cada vez mais próxima à pornografia amadora.

> Devido a uma diversidade de mídias, meios de produções e experiências de visualidade a subjetivação, a pornografia se torna atualmente um domínio amplo. Com mais ou com menos rigor teórico e político, termos e expressões como "pornificação" e "sexualização da cultura" estão sendo usados para enfatizar que a definição comum de pornografia, como algo estritamente



> relacionado com sexo explícito para estimular o prazer (e levar ao orgasmo), já não dá conta das multiplicidades de narrativas, discursos e práticas de espectatorialidade e consumo que circulam sob o termo, e o peso, do pornográfico (BALTAR e BARRETO, 2014, p.266).

É hegemônica a noção de que o advindo e a consequente popularização da internet afetou os indivíduos em todos os âmbitos de sua vivência. Assim, as práticas de sociabilidades e de subjetivação seguiram o mesmo percurso. Nesses ambientes, muitos encontram espaços para se expressar de maneiras mais honestas e libertárias que os convívios físicos permitem, indo em busca de seus desejos através, principalmente da pornografia.

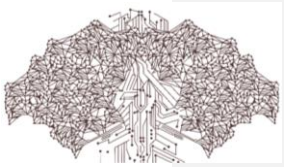
Estima-se[5] que existam atualmente 76,2 milhões de site de conteúdo pornográfico e que ocorrem cerca de 750 milhões de consultas diárias sobre os assuntos. Isso mostra uma estrita relação entre a pornografia e os desejos dos usuários. No entanto, o objeto estudado vai além da visão voyerista que a pornografia em geral proporciona, tornando os próprios usuários os produtores e consumidores de conteúdos pornográficos, o que Baltar e Barreto (2014) entendem como uma tendência da pornografia atual.

Antes da adoção das nude tours, outras experiências da autopornificação foram possibilitadas na internet. O próprio envio de imagens pela webcam na plataforma do extinto MSN Messenger (ali de usuário para usuário individualmente), as Twitcams e o Pinto Awards através do Twitter, o Cam4 (uma rede de exibicionismo de webcam em tempo real) constituem alguns exemplos desta tendência de comportamento da contemporaneidade.

Dentro dos ambientes das Nude Tours se torna visível a presença das mais plurais corporeidades, colocando indivíduos que estejam fora de padrões estéticos como sujeitos desejantes e desejados, aumentando a autoestima desses usuários. Aqui a dimensão celebratória é a da putaria. Como coloca Baltar e Barreto (2014, p.265), esse termo, que no senso comum é carregado de uma condenação moralista, nesses ambientes se torna valorizado como troca espetacular entre corpos de pessoas comuns que produzem fotos mais “reais”, excitantes e “amadora” possíveis.

Os autores (2014, p. 265) ainda reconhecem esta face contemporânea da pornografia como um produto da cultura da mídia que estabelece novas construções discursivas que conformam identidades, performances de si e práticas de consumo ligadas às sexualidades, o que

[5] Mais dados sobre pornografia podem ser vistos em: [http://abr.ai/2xGAXu7]



também indica Feona Atwood (2006) ao analisar o que define como 'nova cultura do sexo'. Baltar (2013 apud Baltar e Barreto 2014, p.273) afirma que

> [...] a pornificação de si é mais do que apenas se apresentar para o olhar da câmera em conteúdos compartilhados pela internet; é um sintoma geral de um contexto histórico que mobiliza a ideia de que dar-se a ver ao olhar público alheio é um desejo, um direito e uma fonte de prazer.

Ou seja, a pornificação de si é um instrumento da subjetividade contemporânea que reinvindica como desejo e prazer ser cada vez mais visível ao olhar público (BALTAR e BARRETO, 2014).

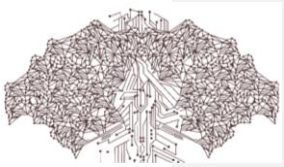
Como Mark Jancovich (2001 apud Baltar e Batteto, 2014) argumenta, com esta tendência de deixar de lado a pornografia mainstream, constrói-se a ideia de que na pornografia clássica e heteronormativa nada de muito interessante há para ser investigado, pois nela nada acontece, o que difere de nosso objeto no que tange a ser uma prática ativa de geração de conteúdo pornográfico por corporeidades múltiplas e ocorridas, em geral, dentro de um grupo minoritário como o LGBT.

Parte salutar dessa dinâmica é o consentimento do consumo das imagens. Os usuários/espectadores compartilham suas fotografias (a maior parte selfies, mas também há imagens captadas por terceiros e durante atos sexuais) prevendo o uso para excitação de outros. Há um consenso sobre o não vazamento dessas imagens e caso algum membro seja pego com imagens de outros, ele é banido.

É claro que, como coloca Baltar e Barreto (2014, p.266): "[...] esta construção narrativa do consentimento não garante que a divulgação pública das imagens seja também consensual - todo o universo criminoso da chamada revenge pornestá aí aberta a reflexões de ordem ético-políticas". Assim, a efetivação desse comportamento é circunstancial, visto que não há como ter um registro sobre downloads ou cópias das imagens. Dessa forma, os usuários compartilham certo nível de confiança "fraternal", em que, mesmo não sendo possível evitar, as pessoas preferem confiar umas nas outras.

"Mostra o seu que mostro o meu": como são e como funcionam as Nude Tours

O grupo "KGB - Calabasas 3.0 +18" foi criado a partir da comunidade "KGB - Townsville 3.0 +18" no intuito de evitar as represálias do Facebook contra a comunidade, já que



nos termos de utilização da rede fica proibida a postagem de conteúdos pornográficos. O KGB - Townsville 3.0 +18 reúne mais membros por ter uma atividade ampliada e acaba servindo também para que os membros não se desarticulem caso o Facebook apague o grupo Calabasas por conta das nude tours.

O grupo KGB - Calabasas +18 não possui postagens ao longo da semana, ficando reservado apenas para as nude tours, que não tem uma periodicidade bem definida, ficando a cargo dos moderadores definirem datas e horários para a participação dos membros na dinâmica da nude tour.

No Townsville, os usuários se utilizam da rede para buscar links completos de vídeos pornográficos de grandes produtoras brasileiras ou internacionais (postados com asteriscos - * - para que o Facebook não localize o link). A máxima de "se tem gif, tem vídeo" é uma das marcas do grupo desde quando ainda era chamado de C.S.I., em referência ao seriado americano de investigação. A sigla escolhida para nomear os grupos (KGB) é uma alusão ao Comitê de Segurança do Estado, a principal organização de serviços secretos da antiga União Soviética. Esta lógica de investigação descreve bem o espírito do KGB - Townsville 3.0 +18, já que a maior parte das atividades do grupo são voltadas para a divulgação ou busca de vídeos pornográficos.

Outros tipos de postagens incluem jogos em grupo, desabafos, perguntas sexuais, contos de casos e até "arranjo de casais", postagens voltadas para que os membros se conheçam entre si. As temáticas possuem forte ligação com o universo LGBT, em especial a pornografia, mas também aos dilemas da autoaceitação, da luta contra o preconceito, problemas familiares e até dúvidas sobre sexo. É muito comum que devido às interações neste grupo encontre-se amigos em comum com diferentes pessoas de todo o Brasil.

As nude tours ocorrem no grupo KGB - Calabasas +18, sempre agendadas por um dos moderadores, que define um dia e um horário (geralmente 22h) para que as pessoas se programem para o evento, que dura em média duas ou três horas. No dia e horário agendado, o moderador cria um post utilizando uma imagem de referência escrito Nude Tour em cima. Uma das imagens, por exemplo, é o diabo do desenho As Meninas Super Poderosas, o Ele.

A interação começa a partir disso. Todas as pessoas que quiserem participar do evento devem comentar nesta postagem, colocando a sua "nude" nos comentários por meio de um link externo. São centenas de links com fotos dos membros do grupo. Chegando ao horário limite, o moderador apaga o post e o grupo volta a ficar sem atividade. As conversas continuam no "inbox"

(mensagens diretas entre os usuários) a partir das interações realizadas durante a nude tour, incluindo a adição de novos amigos.

A autoria dos posts com as fotos dos próprios usuários também é um dado interessante, já que são postados a partir do perfil pessoal e, portanto, "real" de cada usuário, isto é, sem a utilização de fakes. Não há uma preocupação para esconder a própria identidade, sendo possível acessar informações pessoais como cidade, trabalho, formação e qualquer outra informação pública disponibilizada naquele perfil.

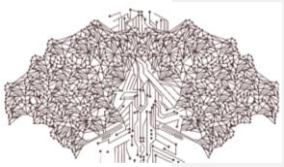
"Amigos, não cliquem. É vírus": as estratégias comunicacionais dos usuários

Sendo uma comunidade virtual formada por centenas de membros ativos, o KGB desenvolveu sua própria estratégia comunicacional, marcada por figuras de linguagem, memes e outros aspectos próprios da comunicação de um grupo. Com a dinâmica das interações entre os usuários, esses códigos utilizados vão sendo atualizados e incorporados por grande parte do grupo.

A pornografia, proibida dentro dos termos de utilização do Facebook, acaba tendo criar subterfúgios para possa acontecer e ser divulgada nesta rede social. A privatização do Facebook se aproxima do que Arlindo Machado (2001) define como um hacker. O autor (2001, p. 36) coloca que dentro dos meios digitais e tecnológicos, aqueles que subvertem a função da máquina, questionando, torcendo, invertendo e realocando as funções padrão e as finalidades ideais do aparelho são, como ele define, os poetas dos meios tecnológicos:

> Para evitar a mesmice e a repetição, as máquinas e os processos tecnológicos precisam estar sendo constantemente reinventados e/ou subvertidos, de modo a acompanhar, mas também desencadear o progresso do pensamento (MACHADO, 2001, p.36)

No caso específico do grupo KGB, essa relação dialógica de consumo de pornografia dentro do Facebook aponta para uma privatização desses espaços. Neles, os usuários criaram um ambiente próprio, de regras próprias, que, inclusive, contrariam e contrapõem as próprias regras do Facebook. Para tanto, eles articulam recursos que permitam à página, servir aos seus interesses sem, necessariamente, ferir as políticas de uso do Facebook. Ilustrando essa questão, identificamos algumas dessas torções realizadas pelos usuários: o uso de memes, o uso de gifs, de um léxico próprio, de emojis e de links externos.



- Memes

Os memes, no contexto das práticas comunicacionais da internet, se refere a:

> [...] ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalham através de sua replicação de forma viral" (FONTANELLA, 2009b, p. 8) e que, por vezes, são caracterizados pela repetição de um modelo formal básico, manifestando-se por meio de vídeos, frases, hashtags, foto-legendas, tirinhas, entre outros (HORTA, 2015, p.13).

Geralmente, os memes são produzidos com recursos técnicos rudimentares que acabam transparecendo em sua baixa qualidade técnica. Grande parte deles possui uma aparência grosseira, próxima a ideia do *trash*. Isso, no entanto, é feito de forma intencional pretendendo provocar outros usuários com humor. Entretanto, os memes revelam características importantes sobre os grupos estudados e não podem ser ignorados ao observar uma comunidade virtual.

> "Em resumo, se um determinado tipo de conteúdo faz sucesso e viraliza no ambiente das mídias sociais, chances há de que ele incuta uma certa percepção de um indivíduo ou um grupo de indivíduos sobre a realidade social, apreensível somente pelo pesquisador atento à expressividade e à polissemia dos memes" (TOTH & MENDES apud SILVA & STABILE, 2016, p.213)

No contexto das Nude Tours, os memes são utilizados prioritariamente em três locais. O primeiro desses lugares é na chamada que informa que o Nude Tour começou. Os memes nesses locais são geralmente sugestivos à pornografia, mas sempre de forma lúdica, visto que o próprio Facebook baniria os grupos se houvesse sexo explícito. Em segundo lugar os próprios usuários utilizam esses recursos como "chamadas" para suas próprias fotos, impreterivelmente de maneira humorística. O terceiro e principal local onde os memes são utilizados é nos comentários, onde os outros usuários e participantes interagem com os "exibicionistas", também pelo humor e sempre de forma positiva ou elogiando ou demonstrando interesse pelo que foi visto através da imagem.



Figura 1 1: exemplos de memes utilizados e colhidos durante as imersões

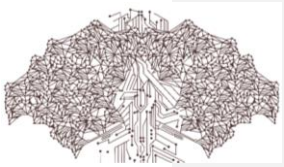
- Gifs

Os gifs (*graphics interchange format*, ou, em português "formato para intercâmbio de gráficos") é um formato de arquivo que transforma imagens estáticas em animações, criando pequenos vídeos que se aproximam, muitas vezes, da linguagem rudimentar dos memes. Como a sua expansão é dependente de seu fácil compartilhamento, os gifs possuem baixa qualidade de imagem. Os usos dos gifs são variados, mas no tocante às Nude Tours sua usabilidade é muito próxima a dos próprios memes (aliás, muitos dos gifs também podem ser compreendidos como memes).

- Léxico próprio

Dado ao fato das Nude Tours que acompanhamos serem todas de uma comunidade homossexual, ou, ao menos, liberal no sentido das sexualidades, o léxico se torna um terreno fértil de dinâmica. O léxico gay, por si mesmo, já possui até uma própria denominação: o pajubá.

Uma das expressões mais usuais é a que dá nome a este tópico do artigo “amigos, não cliquem, é vírus” é um jargão utilizado para que os amigos dos usuários que estão se expondo nas Nude Tours não abram o link da publicação, visto que se depararam com imagens do usuário nu. Por ser uma grande comunidade, é comum que pessoas que se conheçam habitem aquele mesmo espaço. Essa, portanto, é uma estratégia, atrelada ao humor, para evitar situações que possam, para alguns usuários, ser constrangedoras.



Os textos escritos pelos usuários na hora de divulgar as próprias fotos também possuem um tom cômico, brincando com o tamanho do próprio pênis ou bunda, auto afirmando o gosto pelo formato do corpo, procurando um parceiro, sexo casual ou mesmo mais trocas de fotos no *inbox*[6]. Outras frases acabam se tornando notórias dentro desses ambientes. "Quero", "sedenta", "úmida", "estou chorando. não disse por onde" e "oi, vamo?", são mensagens características das interações realizadas quando o usuário espectador pretende "dar em cima" do usuário que publicou a própria foto.

- Emojis

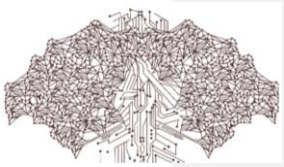
A utilização de emojis (ou emoticons) também é outra característica importante nas Nude Tours. Elas, assim como os gifs e memes, acabam se referindo metaforicamente e comicamente à outras ideias. O uso dos emojis de banana e da berinjela, por exemplo, se referem ao pênis. Em geral, quando usuários divulgam suas nudes, a postagem vem seguida pelos emojis indicando o que o outro usuário vai encontrar ao clicar nos links. A outra opção é, em geral, o pêssego, que se refere as nádegas. Com isso cria-se um código visual que precede o textual, referindo-se à priori ao conteúdo que ainda será encontrado após a interação com o link.

Os usos dos diversos sentimentos expressados pelos emojis também são usados em demasia, especialmente os que possam, dentro do contexto textual, indicar certa exacerbação do sentimento (exemplo, o emoji com olhos de coração), bem como o emoji que contém uma expressão "sorriso de lado" que transparece um olhar "safado" para o outro usuário. Além desses, o urso foi outro emoticon usado recorrentemente nas dinâmicas; ela se refere principalmente às características fisiológicas dos usuários, em geral mais "parrudos" e "peludos".

- Links Externos

Os links externos são o principal recurso na fuga das regras de uso do Facebook utilizado pelos usuários. Em linhas gerais, os usuários "upam" suas imagens em sites como o Imgur[7] ou em pastas privadas do Google Drive (que são abertas temporariamente) e os vídeos em SendVid[8].

[6] *Inbox* são mensagens particulares enviadas pela caixa de mensagens do Messenger, o aplicativo de mensagens instantâneas do Facebook.
[7] Disponível em: www.imgur.com
[8] Disponível em: www.sendvid.com



Esse recurso simples faz com que a pornografia esteja fora do Facebook e, portanto, não ferindo frontalmente suas regras.

Baseado nisso, a estrutura das postagens dentro dos comentários da publicação do Nude Tour é bem simples: um link externo com as fotos e os vídeos que o usuário deseja mostrar, um texto pequeno (geralmente provocativo ou cômico) e um meme, selfie ou outra foto para ilustrar o comentário (estes dois últimos não-obrigatórios). Geralmente as imagens dos comentários já ilustram o perfil da pessoa que está postando ou dão um tom cômico ao momento da autoexposição.

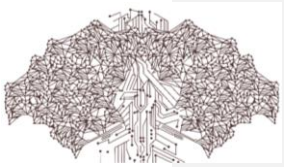
Apesar de ser uma forma de burlar a política anti-pornografia do Facebook, há regras que devem ser seguidas para que o evento não seja detectado pelos moderadores do Facebook. É proibido denunciar os posts, postar fotos explícitas (como volumes acentuados nas cuecas, fotos de sexo, entre outras) ou mesmo publicá-las direto nos comentários, divulgar os links para outras pessoas. No caso dos links, é obrigatório que se retire a miniatura do link[9]. Há, também, regras sociais impedindo que os membros comentem os links da nude tour com comentários negativos sobre as outras pessoas. Isso inclui falar sobre nojo, criticar o perfil físico ou jeito dos membros que decidem se expôr na nude tour. Quem descumpre as regras leva o famoso "ban", ou seja, é banido do grupo.

"É tudo puta e viado": as redes como território de autoafirmação

> Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. Além disso, eu afirmaria que essa lógica de redes gera uma determinação social em nível mais alto que a dos interesses sociais específicos expressos por meio das redes: o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder (CASTELLS, 2001, p.565).

A esta sociedade, baseada no fluxo de informações, que adquire novas dinâmicas a partir deste movimento contínuo, intenso, instantâneo e global, Castells nomeia sociedade em rede. É

[9] Quando se "cola" um link no Facebook, a rede social coloca automaticamente uma miniatura do conteúdo do link. Isso mostraria uma foto pornográfica na página, o que facilitaria o Facebook detectar a violação dos termos de uso. Por isso os usuários são obrigados a fechar essa miniatura.



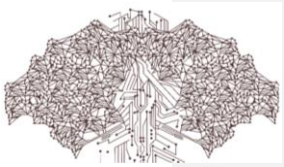
nesta sociedade que surgem as redes sociais digitais, capazes de propiciar a interação em tempo real com pessoas de todo o planeta. Até então, eram descritos dois tipos de comunicação: uma interpessoal (em que a relação se dá entre dois pontos de forma interativa) e outra que seria a comunicação de massas, um modelo unilateral em que um emissor emite mensagens a um grande grupo de receptores. Com o surgimento da internet e das redes sociais, Castells sugere um novo tipo de comunicação interativa, desta vez feita de muitos para muitos, podendo ocorrer em tempo real ou num período programado, o que ele denominou de autocomunicação de massas. É o caso dos perfis e páginas nas redes sociais.

Para nomear este novo espaço para interconectar pessoas, ações e a própria vida social atribuiu-se o nome de ciberespaço, que se estabelece como sendo "o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores" (Lévy, 2010, p. 94). Na visão de Shirky (2011, p. 37), as redes sociais "tornam-se cada vez mais os instrumentos coordenadores de eventos no mundo físico". Cada vez mais, as interações nas redes sociais digitais influenciam o nosso modo de pensar e ver o mundo, agora numa lógica de redes.

> As interações, que movimentam as redes, são representadas por relações sociais, econômicas, de trabalho, etc., que, essencialmente, possibilitam o compartilhamento de informação e de conhecimento. Dependendo dos interesses que movimentam as interações na rede, esta pode ser seccionada em grupos que geralmente são profícuos para a própria rede, isto por mobilizarem atores que estejam envolvidos com uma temática específica. Favorecem, igualmente, ligações entre atores com o poder de direcionar os fluxos de informação a indivíduos que partilham de interesses comuns, proporcionando maiores condições para a inovação (TOMAÉL & ALCARÁ & DI CHIARA, 2005, p. 102).

Na visão de Deleuze e Guattari (apud HAESBAERT, 2012, p.279-280), viver hoje em dia também significa construir e controlar fluxos (redes) e criar referenciais simbólicos num espaço em movimento, no e pelo movimento. Para Malini e Antoun (2013), é por meio da internet (e suas ferramentas) que o ser humano pôde começar a criar e discutir ideias com pessoas que antes jamais teria tido contato.

Silva e Stabile (2016) descrevem a rede social como uma estrutura social composta de indivíduos (ou organizações) - representados por "nós", que se conectam por algum tipo de interdependência, seja ela amizade, afetiva, de interesse, entre outros. Desta forma, tornam-se importantes formas de observar fenômenos sociais.



As redes sociais representam não apenas um espaço de trocas e interações em um processo participativo de discussão sobre os mais diversos assuntos e temas que toquem a sociedade, mas também "espaços vivos que conectam todas as dimensões da vida das pessoas" (CASTELLS, 2013, p.173) e que criam um ambiente onde os indivíduos se fazem presente e se colocam no mundo através de uma comunicação particular experienciada coletivamente. Em outras palavras, com aponta Raquel Recuero (2014, p.24), "essas ferramentas proporcionam que atores[10] possam construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e visualização de suas redes sociais".

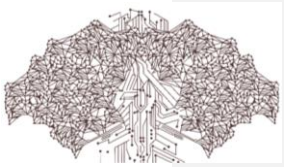
Na perspectiva que compreende o advento e popularização tanto dos computadores e da internet (e, mais recentemente dos smartphones) como fundamentais para explicação das mudanças que a sociedade vem experienciando, a mais relevante entre elas "é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador" (RECUERO, 2014, p.24).

As comunidades virtuais, como os grupos do Facebook, segundo Recuero (2014), constituem-se "em uma estrutura de nós que estão mais próximos, mais agregados, mais conectados que os demais em uma rede social" (Recuero, 2014, p.148) e, dentro desta lógica, "a estrutura da comunidade produz clusterização, ou seja, permite que os nós agreguem-se ainda mais uns aos outros" (RECUERO, 2014, p. 148).

> Os sites de rede social, com isso, podem ser compreendidos como elementos ampliadores da esfera pública que proporcionam um espaço onde, além da socialização, os atores podem expressar e reproduzir opiniões, políticas e ideias que contribuem para o debate público. A facilidade técnica para produzir e reproduzir mensagens de manifestação e apoio (curtindo ou retuitando, por exemplo) é condizente com um conceito de opinião pública como uma rede de comunicações intermediando múltiplas relações entre sistemas sociais. Essa rede de opiniões e comunicações, contudo, não é necessariamente fática e permeia tanto posições explícitas como arranjos tácitos (RECUERO & BASTOS & ZAGO, 2015, p.35).

Ronfeldt e Arquilla (2001) realizaram um grande estudo sobre a lógica das redes ainda num período em que a internet tinha um acesso reduzido, porém as características encontradas ainda são bastante atuais. Chamando de Guerra em Rede (Netwar), os autores buscaram

[10] "Atores", na visão da autora e aqui compartilhada, compreendem os "indivíduos que agem através de representações performáticas de si mesmos" no ciberespaço (RECUERO, 2014, p. 28).



compreender como movimentos sociais articulados de forma não centralizada e não hierárquica a partir de diversos atores conseguiam impulsionar suas pautas e até mesmo vencer (na opinião pública) os atores opositores.

A guerra em rede se caracteriza como um modo emergente de conflito em que os protagonistas usam estruturas de organização em rede e doutrinas, e estratégias e tecnologias em relação (RONFELDT e ARQUILLA, 2001). Os protagonistas são organizações dispersas, pequenos grupos e indivíduos que se comunicam, se coordenam e dirigem campanhas de forma interconectada. Os autores incluem nesse grupo, ainda, uma nova geração de revolucionários, radicais e ativistas que estão começando a criar ideologias próprias da era da informação, numa era em que as identidades e as lealdades podem mover-se do estado-nação para o ambiente transnacional da sociedade civil global.

A lógica levantada por Ronfeldt e Arquilla, ainda num ambiente majoritariamente offline, fala sobre o fortalecimento dos grupos por meio do apoio mútuo através das redes e que, esta estrutura, acabava sendo mais forte do que uma lógica hierárquica porque havia maior engajamento e disseminação das informações e tomadas de decisão.

Os autores ponderam, entretanto, que a utilização de um canal exclusivo para a comunicação na rede pode ser perigoso já que facilita as sabotagens ou mesmo a desarticulação do grupo por meio da destruição deste canal de comunicação.

Apesar das regras e dinâmicas bem definidas do Facebook não permitirem a exposição de nudez, Arlindo Machado (2007, p.150), ao se debruçar sobre o universo dos games, avalia que "as limitações impostas pelo programa (isto é, pelo sujeito-SE) não devem [...] ser encaradas de forma determinista", isto é, o interator (o usuário) tem possibilidades de encontrar brechas para romper as lógicas sistemáticas dos programas utilizados. Como nos fala Lásen e Garcia (2015, p.716)[11], "existe uma moldagem cultural, social e pessoal das tecnologias digitais enquanto, reciprocamente, os indivíduos e as relações interpessoais são moldados pela presença tecnológica, usos e práticas".

A prática de se relacionar sexualmente com outros indivíduos através do envio e recebimento de mensagens eletrônicas de cunho sexual (que podem ou não conter imagens e

[11] Tradução nossa.

vídeos) é o que se caracteriza hoje como *sexting*[12]. Essa prática, cada vez mais comum, chega a gerar memes difundidos pelo senso comum como o "manda nudes". Dentro dessa categoria, encontramos o que Baltar e Barreto classificam como a "pornografia de si".

Para Sibilia (2016) estamos vivendo hoje em um novo cenário espetacular, o do show do eu. Nesse universo, potencializado pelo uso contínuo da internet, nossa subjetividade é percebida como nosso modo de ser e estar no mundo, sendo que "seus contornos são elásticos e mudam ao sabor das diversas tradições culturais" (SIBILIA, 2016, p. 26).

A autora esclarece que, por meio da internet e da convergência midiática, é verificado atualmente "um verdadeiro festival de vidas privadas que se oferecem despudoradamente aos olhares do mundo inteiro" (SIBILIA, 2016, p. 52). As Nude Tour se encaixam no pensamento de Sibilia (2016, p.151) como tendências exibicionistas e performáticas a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto, fazendo com que, nesse ambiente só existe quem aparece.

"Por hoje é isso, pessoal": conclusão

A formação de grupos de interesse por pornografia no Facebook, mesmo que haja - uma tentativa de - veto pela rede social, já caracteriza a formação de *clusters* a partir da linha de interesses. Essa comunicação horizontalizada e descentralizada da rede permite uma maior interação e fortalecimento dos grupos envolvidos, no caso, formado por por identidades e sexualidades LGBTs. A produção e o consumo de imagens pornográficas amadoras e compartilhadas em grupo simultaneamente, propiciam uma interação entre usuários que encontram seus pares. Essas articulações geram empoderamento entrelaçado por relações de prazer e consumo em que corpos "indesejáveis" pela sociedade se apropriam de territórios, criando suas regras,

Essa articulação de minorias existente no KGB propicia, através da autopornificação, a descoberta do próprio corpo como objeto de desejo, o fortalecimento de uma identidade sexual

[12] O termo sexting, que foi utilizado pela primeira vez em 2005 num artigo da revista Australian Sunday Telegraph Magazine. Essa prática é entendida por SILVA et al. (2016) não como uma prática nova, mas como uma adaptação para as tecnologias digitais de um comportamento natural humano.

em que não há vergonha de ser. Este empoderamento, a partir de uma melhora da própria autoestima, reflete-se também no engajamento de lutas fora da internet (mesmo que por pequenas resistências no dia a dia).

Se parte da sociedade compreende que os LGBTs como abjetos, renegando sua sexualidade e suas sociabilidades dos espaços públicos e comuns, este tipo de articulação cria espaços de trincheira, de expressão, que não se adequam às expectativas tradicionais. Isso permite uma vivência única, feita dentro de uma gramática própria em que é possível expressar a própria sexualidade, sentir bem com o próprio corpo, consumir prazer e sujeitar os corpos, mesmo que essas ações fujam das expectativas e padrões preferíveis aos olhos sociais. Se "a pornografia tradicional trabalha com a lógica da atração, definindo-se com o espetáculo visual de genitálias e números sexuais" (BALTAR e BARRETO, 2014, p.274), as performances nas nude tours são realizadas de outra maneira: aqui a construção de uma persona sexualizada é amparada no cotidiano e no comum, ou seja, em uma naturalidade que excita e que suscita um prazer diferente da pornografia tradicional. Nas nude tours, os "cenários de quarto, flashes estourados no espelho, roupas cotidianas (e não apenas as lingeries) ocupam espaço lado a lado com os close-ups na genitália característicos do pornô" (BALTAR e BARRETO, 2014, p.274).

O modo democrático que a nude tour ocorre, permitindo que todos participem, sejam vistos ou que interajam com quem decide se expôr é um ponto que chama a atenção. Há todos os tipos de formas, cores, tamanhos e trejeitos numa nude tour e cada biotipo encontra seu lugar para participar do jogo de prazeres. O que seria considerado um problema no mundo offline acaba se tornando objeto de desejo e orgulho nas nude tours: sobrepeso, pêlos, diferentes cores de pele e tamanho de pênis, etc. são características que vão sendo valorizadas.

Neste sentido, é importante destacar que a maior parte do grupo não pertence ao padrão estético imposto pela sociedade, tampouco aos padrões de comportamento. O chamado "macho alfa" é uma minoria dentro do KGB, o que acaba rompendo com o padrão imposto pela heteronormatividade, que enaltece as características ligadas a masculinidade como os músculos, os pêlos, a virilidade, o tamanho e que, por consequência, reprime e recrimina o afeminado, franzino ou mesmo gordo que não se encaixe nas especificidades artificiais que estão em voga contemporaneamente.

A existência de dois grupos distintos no Facebook da comunidade KGB já caracteriza uma forma de burlar o sistema do Facebook, impedindo a desarticulação dos membros ali

conectados. Enquanto um grupo posta conteúdos mais gerais, voltados para a conversa ou a fraterna troca ou ajuda para achar links de filmes pornográficos, o Calabasas se volta para os próprios membros, para a produção de desejo entre seus próprios integrantes, facilitando a interação entre eles. Caso o Facebook derrube um grupo, rapidamente outro é criado e a rede é novamente estabelecida. Extrapolando os caminhos do Facebook, o KGB expandiu-se também para outras ferramentas digitais, como o Telegram e Whatsapp, onde a troca de mensagens e de nudes ocorre durante praticamente todo o momento.

Um ponto importante é pensar que, mesmo com essas estratégias, regularmente o Facebook através de seus algoritmos ainda conseguem identificar que essas comunidades estão atreladas a pornografia e, assim, deletando-as. Isso não chega a abalar essas sociabilidades virtuais, visto que prontamente os donos das comunidades criam outras versões que vão se atualizando sempre que o Facebook apaga uma versão anterior. Assim, os usuários já possuem um comportamento automático de procurar pela nova versão da comunidade, caso ela seja deletada e, portanto, para de aparecer na timeline dos usuários.

A forma como os membros do KGB encontraram para que pudessem burlar as regras de funcionamento do Facebook e fazerem operar uma grande comunidade virtual em torno da (auto)pornografia, evitando os vazamentos é outro ponto que chama a atenção. Ao identificar os gatilhos da moderação da rede, os usuários encontram formas de burlar esses recursos e continuarem a interagir em torno das temáticas proibidas.

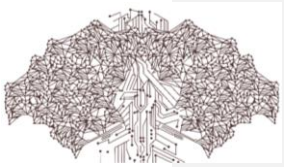
A existência destes grupos e a formação destes clusters se dá em torno da pornografia e da interação com outros LGBTs. Tanto o KGB - Townsville 3.0 +18 quanto o KGB - Calabasas 3.0 +18 (que compartilham grande parte de seus membros, inclusive a mesma moderação) representam um grupo LGBT que está disposto a ser mais liberal com a própria sexualidade.

Referências bibliográficas

ARQUILLA, John; RONFELDT, David. **Networks and netwars: the future of terror, crime and militancy**. Santa Monica: RAND, 2001.

BALTAR, Mariana e BARRETO, Nayara. As pornificações de si em Diário da putaria. **Crítica Cultural**, SC, v. 9, n. 2, p. 265-278, jul./dez. 2014. Disponível em: [http://bit.ly/2ytmfnC]

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação.** Tradução: Vera Lúcia Mello Josceleyne. 1ª edição. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.



_____. **A sociedade em rede.** 6ª edição. - São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do "Fim dos Territórios" à Multiterritorialidade. 7ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. Brasília: UNB, 2015. Disponível em: [http://bit.ly/2BI14PR]

LASÉN, Amparo; GARCÍA, Antonio. '... but I haven't got a body to show': Self-pornification and male mixed feelings in digitally mediated seduction practices. **Sexualities** vol.18(5/6), p. 714-730. Madri: 2015.

MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela:** modos de enunciação no cinema e no ciberespaço – São Paulo: Paulus, 2007.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilizações nas redes sociais.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu: A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Rafaela; TEIXEIRA, Carla; VASCONCELOS-RAPOSO, José; BESSA, Maximino. Sexting: Adaptation of sexual behavior to modern technologies. **Computers in Human Behavior** 64 (2016) 747-753.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações.** São Paulo: Uva Limão, 2016.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das Redes sociais à inovação.** Ci. inf., Brasília, v. 34, n. 2, maio/ago. 2005, p. 93-104.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

O AMBIENTE VIRTUAL E A SOCIABILIDADE COMO OBJETOS DE REFLEXÃO ATRAVÉS DA ANÁLISE DO VIDEOCLIPE *ARE YOU LOST IN THE WORLD LIKE ME* (MOBY, 2016)[1]

Paula Regina da Silva Ferreira[2]

Resumo: A partir da análise das imagens mostradas no videoclipe *Are you lost in the world like me*, do músico Moby, esse artigo pretende discutir as questões atreladas ao ambiente virtual e o quanto esse universo causa impactos na sociabilidade contemporânea.

Palavras-chave: Ambiente Virtual; Sociabilidades; Videoclipe; Audiovisual; Comunicação.

Abstract: From the analysis of the images shown in the video clip You Are Lost in the World Like Me, by the musician Moby, this article intends to discuss the issues related to the virtual environment and how much this universe causes impacts on contemporary sociability.

Key words: Virtual Environment; Sociabilities; Videoclip; Audiovisual; Communication.

Introdução

> (...) O que realmente importa não é tanto o que fazemos com as tecnologias, mas, mais propriamente, o que elas fazem conosco (SANTAELLA. In: FERRARI, 2016, p. 11).

O videoclipe *Are you lost in the world like me* do cantor, músico e fotógrafo americano, Richard Melville Hall, conhecido, artisticamente, como Moby, música principal de trabalho do álbum *These systems are failing*, do projeto denominado *The Void Pacific Choir*, lançado em 14 de outubro de 2016, coloca em questionamento a maneira como nos relacionamos

no ambiente da comunicação virtual , principalmente, no que diz respeito ao uso de aparelhos celulares no cotidiano e, como isso, repercute em relação à sociabilidade.

[1] Artigo apresentado ao eixo temático 9 - subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional ABCiber.

[2] Doutoranda em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi. Mestre em Comunicação Audiovisual e Especialista em Cinema, Vídeo e Fotografia: Criação em Multimeios pela Universidade Anhembi Morumbi. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: paulapazdodharma@gmail.com.

Todo o projeto *The Void Pacific Choir* está vinculado a questões políticas e ideológicas, como, por exemplo, em outra música que faz parte do álbum *These systems are failing*, a faixa *Don`t leave me*, que questiona a maneira como lidamos com a natureza e como tratamos os animais em um discurso vegano de proteção das espécies e do planeta em que habitamos, permeado por imagens chocantes de animais vítimas de crueldades como a vivissecção.

O projeto também apresenta um Manifesto chamado *The systems are failing* em formato de videoclipe, no qual o cantor Moby aparece no fundo do mar discursando em um microfone sobre o sistema atual, apresentando-o como um sistema mortal que está aniquilando o seres vivos.

Para Moby é um sistema falido que não nos sustenta mais. Com essa postura política e ideológica, Moby deixa claro que seu discurso versa sobre o descaso da humanidade com todos os sistemas: o político, o social, o ecológico, etc., ao explicitar como mensagem final que a nossa própria sobrevivência neste planeta está seriamente ameaçada.

O videoclipe *Are you lost in the world like me* é uma animação criada pelo animador Steve Cutts, inspirada nas animações produzidas nos anos de 1930 por Max Fleischer, ou seja, utiliza uma dimensão estética oposta ao tema apresentado no videoclipe, que coloca em crise de maneira impactante e incisiva as questões que envolvem o uso das novas tecnologias e seus impactos em termos de sociabilidade na contemporaneidade.

Segundo Lemos (2015) podemos entender a cibercultura como: "uma sinergia entre a vida social e os dispositivos eletrônicos e suas redes telemáticas. Os dispositivos mudam, as associações entre humanos e não humanos, que formam esse social, também (LEMOS, 2015, p.10)". O videoclipe questiona essa interação de modo crítico, pois coloca em evidência que há uma sinergia patológica nessa relação na atualidade, devido aos excessos que, supostamente, estamos fazendo quanto ao uso do ambiente virtual.

Are you lost in the world like me tem como tema principal a distração causada por causa das novas tecnologias, em relação, principalmente, ao uso de telefones celulares e da permanência por longos períodos em conexão no ambiente virtual e, o quanto isso, nos torna cidadãos desconectados com o próximo e insensíveis ao que acontece ao nosso redor. Segundo o animador Cutts:

> (...) the video is about our increasing dependence on tecnology and about human interaction today, or a certain lack of it. It focuses on the way tech is changing us – how we have become desensitized.[3]

A animação no videoclipe é produzida na maior parte do tempo em preto e branco com algumas poucas inserções de cores. A estética *antiga* com referências das animações da década de 1930 faz um contraponto dialético com todo o excesso de tecnologia que já estamos acostumados a presenciar nos dias atuais e, também, com a estética híbrida, tecnológica e referencial típica da contemporaneidade, principalmente, no que tange aos efeitos visuais tão usuais nos videoclipes na atualidade.

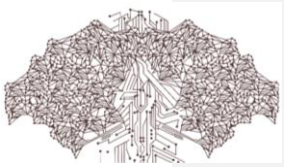
Segundo Melllo (2008) é da própria natureza do vídeo apresentar processos híbridos que misturam referências descentralizadas oriundas de diversos meios. O que nos leva a crer que o mesmo pode ser observado em videoclipes, como esse do Moby, no que tange as mixagens estéticas, mesmo que *às avessas*. Já que, nesse caso, temos uma estética que incorpora referências (dos anos de 1930) de modo proposital, dissonante e inquietador para discutir o presente tecnológico e efêmero em que estamos mergulhados. Mello afirma, por exemplo, que:

> O vídeo sempre se caracterizou por sua natureza híbrida, entre a pintura, a escultura, o cinema, a televisão, o computador, a arquitetura, a performance, entre outras linguagens, e, atualmente, diante da hibridez que se observa em grande parte das produções artísticas, encontra formas muito mais complexas de extrapolar a sua própria pluralidade interna e produz um alargamento de sentidos. São sob essas novas abordagens que se refletem os seus deslocamentos ou as marcas de extremidades em sua linguagem (MELLO, 2008, p. 28-29)

O ambiente virtual e suas imbricações

O protagonista do videoclipe é um garotinho que parece perdido em meio a multidão. A abertura do videoclipe nos remete as imagens do cinema mudo, começando com um *close up* dos olhos do garoto e, ao fundo, uma multidão *narcisicamente* enclausurada na distração em usar seus aparelhos de telefone celular. Aparece a cidade grande e seus satélites. O garoto segue em meio a multidão, enquanto as pessoas distraídas caminham como zumbis olhando sem parar para os aparelhos de telefone celular que manipulam e acabam por cair em um bueiro. Aparecem

[3] Tradução: "o vídeo é sobre o nosso crescente aumento em dependência da tecnologia e sobre a interação humana atualmente, ou, uma certa perda deste estado. Focaliza na maneira como a tecnologia está nos mudando e o quanto estamos nos tornando insensíveis"



funcionários distraídos em frente ao bueiro. O garoto fica sentado no chão com o olhar triste e apenas sombras de pessoas passam por ele.

Já nesse começo do videoclipe a questão da solidão e do distanciamento provocado pela inserção no mundo virtual é colocada em crise. O videoclipe para usarmos um termo *datado* tem uma visão apocalítica do modo em que estamos fruindo o ambiente virtual.

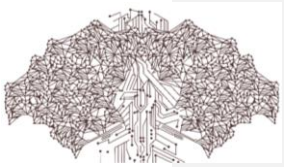
Um outro dado importante a observar é que nesse trecho do videoclipe, a peça audiovisual retrata, o que hoje em dia é chamado de fenômeno "geração cabeça para baixo", como explicado por Ferrari (2016):

> Sem tempo para nada nos tornamos "the heads down generation", expressão que tenta explicar as pessoas que vivem olhando para baixo, para seus smartphones, ou tablets. Se temos cinco minutos de espaço vazio, seja na fila do caixa do supermercado, na espera do check-in do aeroporto, logo olhamos para o celular. Estamos perdendo a habilidade de trabalhar o silêncio interno, conversar com Deus que está dentro de você, respirar e olhar ao redor. Por que necessitamos olhar para o celular, checar o WhatsApp, os comentários do Facebook o tempo todo? Em que momento entramos em contato com o silêncio? Com nós mesmos? Por que andamos olhando para baixo? Perdemos a rua, a viagem real da descoberta, como ensinava Marcel Proust. Como iremos propor narrativas ricas em contexto se não olhamos a rua. Necessitamos ter olhos que façam uma varredura interna, de nossos processos como cidadãos, nossos consumos, nossas cidades, nossas plantas, água, ética, solidariedade etc (FERRARI, 2016, p. 29).

Segundo Pinto (2005) não devemos nos atear à observar as questões que envolvem a tecnologia de uma maneira ingenuamente filosófica. Mas, não obstante, temos de ter uma postura crítica, desvinculada do drama que remete à "visão apocalíptica da técnica devorando o ser humano, os valores do espírito, e praticamente aniquilando-o, que identifica-se com o anúncio do fim dos tempos (PINTO, 2005, p.348)".

Para esse autor não é a técnica ou a tecnologia que pode ser considerada boa ou má. Mas, no entanto, como o ser humano a utiliza. Tanto que afirma:

> Nenhuma técnica é boa ou má, mas serve de índice de qualidade das ações humanas, definidas pelas finalidades que se destinam a realizar, situadas na origem dos atos, dos instrumentos e métodos técnicos. Os atos humanos nunca se destacam da vinculação com a técnica, por mais complexa que pareça ser a que lhes é associada. Tem de ser julgada por um sistema de valores éticos, cuja origem não é intuitiva nem revelada, mas procede dos fundamentos materiais da produção social, que impõem padrões úteis de comportamento nas relações de trabalho, a



> partir das quais florescem as demais formas de valor (PINTO, 2005, p. 347).

Não só as questões de trabalho envolvem o questionamento sobre o uso das técnicas e das tecnologias; mas, principalmente, a sociabilidade, que é o tema que o videoclipe tenta destrinchar. Perguntando-se e nos fazendo refletir, constantemente, até que ponto estamos deixando de investir na sociabilidade real, ou seja, convivermos, partilharmos, criarmos as coisas do mundo com nossos semelhantes, face a face, para substituir esses atos por meios sociais informacionais virtuais, nos quais, atuamos como atores e espectadores virtuais e deixamos de nos conectar de modo verdadeiro com outros seres que nos circundam.

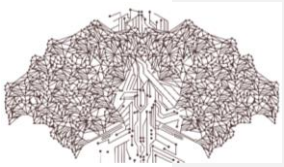
Autores como Lemos (2015, p. 15-16), por exemplo, acreditam em um visão que poderíamos chamar de mais *integrada* de nossas relações no ambiente da comunicação virtual, tanto que observa que essa relação entre "a técnica e a vida social" compreende "todas as formas de sociabilidade contemporânea", que ele classifica como possuindo as seguintes qualidades: o presenteísmo, o tribalismo, o erotismo, a violência, entre outros. Tanto que afirma:

> As novas tecnologias parecem caminhar para uma forma de onipresença, misturando-se de maneira radical e quase imperceptível ao nosso ambiente cultural através do devir micro (tornar-se invisível) e do devir estético (tornar-se belo). Esse movimento (....) vai aproximar a tecnologia contemporânea do prazer estético e do compartilhamento social (LEMOS, 2015,p.17).

Se para Lemos (2015) o ambiente da comunicação virtual fomenta o compartilhamento e, portanto, ajuda a criar ambiências de sociabilidades, no videoclipe do músico Moby, o questionamento parte para uma visão contrária e, até exagerada, do quanto nos iludimos ao acharmos que estamos conectados, compartilhando e construindo sociabilidades pela rede informacional, subjugando-nos ao viver-devir no grande hipertexto que é a própria rede em si.

Se "o maior hipertexto é a própria internet (MANOVICH, 2015, p. 50)", estaríamos construindo um mapa de sociabilidades ou nos fechando em nossas redomas de vidro, em nossos espelhos quebrados e invertidos?

Seria de fato, o que vivenciamos, o alto grau de individualismo, que Lipovestky (2005) qualifica como indício do "neo-narcisismo" da "era do vazio", onde vislumbramos: "Narciso subjugado por ele mesmo em sua cápsula de vidro (LIPOVESTKY, 2005, p. 16)"?



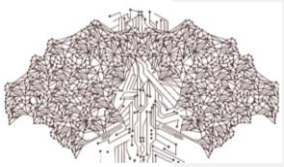
Se levarmos em consideração o que o videoclipe nos apresenta, podemos concordar que estamos à deriva da sociabilidade; perdidos em um mundo virtual que ora nos conecta, ora nos desconecta.

Mas, por outro lado, podemos considerar o que Santaella (2016) aponta como um tipo de "curva tecnológica" que é uma nova condição de nossa existência e parece proporcionar muitos mais interações entre os seres humanos, devidos as facilidades em ampliar os universos comunicacionais, o que seria, provavelmente, um modo de fomentar as sociabilidades. Santaella sublinha que o que temos como ambiente virtual é um estado de coisas, que já não podem deixar de prosseguir e avançar. Assim, interpreta nossa realidade virtual atual:

> (...) Vidas sincronizadas entre os espaços físicos e as nuvens informacionais, internet das coisas, comunidades borgs, computadores afetivos, leitores de emoções, sensores por toda parte, ambientes e cidades sencientes, computação vestível, nanorrobôs, é todo um conjunto inquietante e desconcertante de transmutações nas ecologias do existir que estão se avizinhando de nós. Diante disso, às próteses tecnológicas que vão sorrateiramente tomando conta cada vez mais intensamente das nossas vidas, urge que se somem próteses reflexivas, pensamentos que se debrucem e se demorem sobre esse complexíssimo estado de coisas, não só para descrevê-lo, mas, sobretudo, para pensá-lo, avaliá-lo a fim de promover uma adaptação crítica e ética do ser humano às suas inéditas condições de existência (SANTAELLA. In: FERRARI, 2016, p. 12-13).

A série televisiva britânica *Black Mirror*, criada por Charles Brooker, por exemplo, é outro caso de crítica feroz ao uso das novas tecnologias e, principalmente, da nossa inserção no ambiente virtual. Transmitida no Brasil pela *Rede Netflix*, em seu primeiro episódio (da terceira temporada) chamado *NoseDive*, mostra um hipotético futuro no qual teríamos afixados na retina de nossos olhos, telas para vermos como se estivéssemos em frente a uma tela de computador permanentemente. Os telefones celulares são transparentes, parecem um pedaço de vidro opaco, quase extensões da nossa própria pele.

As pessoas são constantemente avaliadas por outros. Suas perspectivas de ascensão pessoal, profissional, financeira, etc. estão vinculada a essas notas que recebem. Ser uma nota baixa nesse universo ficcional de *Black Mirror* é ser um *looser*, ou seja, é estar à margem da sociedade. Todos agem de modo artificial e parecem apenas se importar em aumentar ou manter suas notas, que nada mais significam que alimentos para o próprio ego.



O episódio deixa bem evidente que os valores reais estão perdidos, como a amizade e o amor, por exemplo, sendo substituídos pelo narcisismo exacerbado e pela artificialidade, efemeridade e inconstância do viver no panorama da comunicação virtual.

Na mesma direção, no universo da animação de *Are you lost in the world like me*, essa temática também está bem destacada, já que o garotinho do videoclipe do Moby passa o tempo todo perdido no meio da multidão distraída.

A narrativa se desenvolve em módulos que mostram certos tipos de comportamentos observados nos dias atuais, como, por exemplo, a cena em que um grupo filma uma cena de violência, mas ninguém interfere na situação.

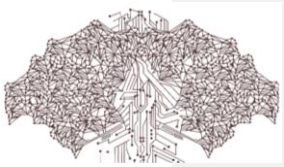
Outras cenas vão construindo esse emaranhado de distanciamentos sociais e apelos narcísicos, como a cena em que as pessoas comem em um restaurante de modo apressado, enquanto tiram fotos para postar em alguma rede social.

Segundo Ferrari (2010) essa problemática cerceia-se em entendermos que temos uma nova realidade ou "ciber-realidade". Traduzindo: "uma *revolução* na própria mídia de massa, que passou a dar espaço aos seres conectivos, através da Internet". Tanto que Ferrari vislumbra este fenômeno a partir do conceito de rede comunicacional rizomática proposto por Deleuze e Guattari (1997) em *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Assim, a autora nos situa sobre o modo que estamos consumindo e, portanto, inseridos no ambiente virtual:

> (...) A partir do momento que consumimos, quase organicamente, o ciberespaço, começamos a perceber que a textura híbrida da hipermídia entrelaçou a sociedade pós-moderna numa hierarquizada rede rizomática, onde absorvemos regimes complexos como um caldo tecnocultural que ingerimos sem grande reflexões (FERRARI, 2010, p. 98).

Algumas situações retratadas no videoclipe são assustadoras como a moça que faz uma foto *selfie* tendo ao fundo um incêndio. Ela faz poses, repletas do que, convencionalmente, denominaríamos como *fazer caras e bocas*. Explicitando, portanto que o que contava era apenas registrar sua presença em um dado momento, sem importar a gravidade do que ocorria naquele instante. Nos levando à levar em consideração esse fenômeno da falta de reflexão no ambiente virtual e tecnocultural .

Além disso, no videoclipe há a multidão no metrô, todos caminham conectados e anestesiados em seus próprios mundos. O garotinho é quase pisoteado pela multidão. Ao olhar



para outros rostos humanos vê apenas monstros que o amedrontam. Ironicamente, aparece um casal enviado *emoticons* um para o outro, sendo que estão lado a lado.

Todas essas situações representadas no videoclipe por meio das animações coloca o espectador em questionamento sobre o real impacto do ambiente virtual em nossas vidas. Até porque em alguns momentos ou nos reconhecemos nessas atitudes ou reconhecemos o outro. Discutir, portanto, o impacto que o ambiente virtual tem na atualidade é um tema delicado, pois nos coloca em posições dicotômicas.

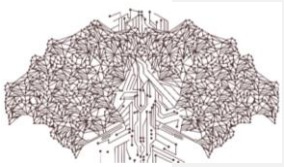
Podemos ceder ao impulso de achar que é um mundo maravilhoso que surgiu para que as informações fossem compartilhadas, globalizadas e, até desmitificadas para todos, imprimindo novos modos de sociabilidades. Ou, por outro lado, podemos nos questionar se não estamos aprisionados em um ambiente que nos asfixia, fazendo com que nossos desejos e anseios sejam um reflexo da massa e não mais um reflexo de nós mesmos?

Segundo Pinto (2005) os seres humanos têm como princípio, e, é de fato, uma característica biológica, expandir em termos tecnológicos e adentrar os mistérios do mundo para construir seu universo, quer sejam vinculados à produção de técnicas para o trabalho, quer sejam para criar novos meios de comunicação.

Todas as eras tiveram suas novas tecnologias e elas sempre foram recebidas como assustadoras. Aquilo que hoje nos parece arcaico, em um tempo distante, foi considerado *super* tecnológico e avançado. E, talvez, tenha sido um provável suspeito de objeto aniquilador do mundo e dos homens. Com relação a máquina cibernética, Pinto (2005) sublinha que:

> A máquina cibernética, para ser devidamente compreendida na essência, tem de ser conceituada na perspectiva do processo biológico de avanço e melhoria da função de comunicação entre indivíduos que se humanizaram e por isso são capazes de recorrer as formas de transmissão de informações independentes da presença física simultânea dos comunicadores. A máquina cibernética manifesta apenas a etapa atual do avanço das exigências da comunicação social (PINTO, 2005, p.97)

O videoclipe *Are you lost in the world like me* questiona de maneira profunda até que ponto não estaríamos bloqueando o fluxo real de comunicação por estarmos apenas vivenciando um simulacro comunicacional, ao compartilharmos dados, informações e, até emoções, sem a presença física dos participantes.



Para Pinto (2005) essa nova maneira de se comunicar, na qual a presença física não se faz mais necessária e atuante, é um novo paradigma fruto do avanço da própria comunicação social.

A nosso ver há também um desejo do homem no sentido rizomático como proposto por Deleuze e Guattari (1997) em se criar redes comunicacionais, para assim, ampliar seus modos de comunicação e sociabilidade. A questão pode incitar algumas reflexões como, por exemplo, se não há um exagero no modo de nos emaranharmos por essas redes, exageradamente, como reflexo de uma certa euforia que novos meios de comunicação sempre trazem?

Para Deleuze (1997), conforme citado por Ferrari (2010), podemos entender essa forma circular, de caminhos que se cruzam e se entrechocam na comunicação em si, e que nos parecem ser bem mais precisos e explícitos no ambiente virtual que estamos mergulhados atualmente. Da seguinte maneira Deleuze explica esta forma rizomática de comunicação:

> Um rizoma não pode ser justificado por nenhum modelo estrutural ou gerativo. Ele é estranho a qualquer ideia de eixo genético ou de estrutura profunda. Um eixo genético é como uma unidade pivotante objetiva sobre a qual se organizam estados sucessivos, uma estrutura profunda é, antes, que uma sequência de base decomponível em constituintes imediatos, enquanto que a unidade do produto se apresenta numa outra dimensão, transformacional e subjetiva (DELEUZE, 1997, apud FERRARI, 2010, p. 98).

Assim, compreender a subjetividade que envolve nossas relações no ambiente virtual, talvez, seja a chave para entendermos como esse processo tem se desenvolvido e porque, muitas vezes, nos parece que estamos tropeçando nesse trajeto ao mantermos vínculos, supostamente, menos saudáveis, no que tange o uso do ambiente virtual. Eventualmente, arriscamos dizer que será possível adentramos em *um caminho do meio*, no qual compartilharemos quantitativa e qualitativamente, tanto virtual, quanto presencialmente, nossos assuntos do mundo, percepções, pontos-de-vista, angustias , alegrias, etc.

O videoclipe do Moby, assim, pode ser considerado apenas como um alerta de que estamos ultrapassando o limite do uso do ambiente virtual de modo adequado, a partir da intenção primordial pela qual ele foi desenvolvido, ou seja, ampliar os modos de comunicação participativos.

A máxima da trilogia *Matrix* (WACHOWSKI,1999-2003), pode ser lembrada aqui, pois retratava um mundo no qual o homem mergulhado no "deserto do real" (BAUDRILLARD, 1991), plugado à máquina, inconsciente de quem ele era de fato, de qual era o sentido de sua própria

existência ou de seu local de pertencimento no mundo, ao estar perdido em uma "alucinação consensual" (GIBSON, 1991), se torna apenas um escravo da máquina, da inteligência artificial, que havia destruído o mundo e agora se alimentava dos seres humanos para sobreviver. Antropofagicamente, a máquina devorou o homem, pois o homem deixou que a máquina o superasse.

Será que estaríamos como os humanos em *Matrix* plugados à máquina, mas inconscientes desse fato? Servindo de baterias vivas para alimentar o ambiente virtual sem recebermos nossas recompensas em termos de sociabilidade real?

Para Maffesoli (1996), o ambiente virtual propaga um modo de criação de laços entre as pessoas, a qual, ele denomina de "tecno-sociabilidade". Esse não é o único autor que concorda com o potencial de sociabilidade do ambiente virtual. Martins (2008), por exemplo, aponta para as seguintes considerações:

> Além da produção de sentido, concordo que a Internet seja uma nova atmosfera das relações humanas, porém questiono se a sociabilidade seja o termo adequado por envolver laços mecânicos. Ainda que seja virtual; a relação estabelecida é de sociabilidade orgânica-virtual, ela envolve a liberdade de acesso, que neste sentido se configura no protocolo de acesso à web (Martins, 2008, p. 69).

No videoclipe, o dado mais questionado é a sociabilidade ou a perda desta, ou seja, mostra um discurso antagônico à essa consideração de Martins (2008). Já que, segundo o videoclipe, os indivíduos ao estarem *hiperconectados*, estão se tornando insensíveis e distantes dos outros seres humanos.

Uma cena que retrata isso de modo contundente é quando o garotinho está no metrô e um sujeito alcoolizado incomoda uma moça, todos que estão ao redor da cena, estão distraídos interagindo com seus celulares e o garoto em um momento de devaneio se imagina salvando a moça e batendo no grandalhão que a atormenta e, assim, acaba sendo aplaudido pelos outros ocupantes do vagão. Mas a realidade não condiz com sua imaginação. Aqui, mais uma vez, o videoclipe coloca em xeque a tônica da sociabilidade que a rede cibernética, hipoteticamente, nos introduz ou induz. Se, ao estarmos distantes do outro, por estarmos conectados ao mundo virtual, de fato a sociabilidade pode ser ampliada e expandida como alguns autores defendem?

Para Baudrillard (1997), por exemplo, o ambiente virtual é um espaço que só nos permite simular interações e, não vivenciá-las de fato. Para ele quanto mais achamos que dividimos informações, menos estamos de fato nos comunicando. O *hiper real* devora a realidade e

transforma o mundo cibernético em uma ilusão, em uma simulação, em um simulacro de comunicação.

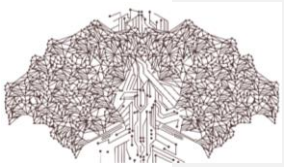
Para Lemos (2015) esta reflexão toma uma direção interessante que envolve pensarmos na própria configuração do ambiente virtual ou cibercultura. O autor, assim, explica que:

> A cibercultura é uma configuração sociotécnica de produção de pequenas catástrofes que se alimentam de fusões, impulsões e simbioses contemporâneas: o usuário interativo da cibercultura nasce do desaparecimento do social (Baudrillard) e da implosão do individualismo moderno. Homens e máquinas (nanotecnologias, próteses) tornam-se quase isomórficos, simbióticos, indiferenciados. O tribalismo, o presenteísmo e o hedonismo das comunidades virtuais abalam a rigidez das formas sociais modernas (partidos, classes, gêneros). A cibercultura seria a inclusão de pequenas catástrofes em meio à infraestrutura tecnológica mundial. Tudo isso em tempo real, instantâneo (LEMOS, 2015, p. 76).

O ambiente virtual, assim, em termos simbólicos já pode ter seu reflexo observado pela maneira, principalmente, vindoura das novas gerações, de portarem os telefones celulares: ao carregarem os aparelhos nas mãos, segurando-os perto do corpo, como se fossem extensões do próprio corpo. Analogamente, a teoria de McLuhan (2007), poderíamos percebê-los como "meios de comunicação como extensões do homem".

Além do mais, o hedonismo vivenciado nos ambientes virtuais, tornam-se, exponencialmente, perpetuadores do individualismo característico dos dias atuais, no qual as expressões narcísicas são reverenciadas e estimuladas. Em *Are you lost in the world like me* há, por exemplo, uma cena em que uma garota aparece fazendo uma foto *selfie*, supostamente bonita, sendo que o cenário real, de fundo, é desolador, assim como a aparência real da garota que parece estar sofrendo de algum desequilíbrio emocional. A depressão aqui é mascarada em alegria, dando a entender que temos, assim, como retratado no seriado televisivo *Black Mirror*, que estarmos vivendo e nos sentindo como querem as expectativas calcadas na ilusão da felicidade eterna e obrigatória apregoadas pelas redes sociais.

O *facebook*, por exemplo, é uma das redes sociais mais utilizadas com 1, 6 bilhões de usuários, ou seja, um quarto da população mundial está presente neste espaço virtual. Muitas outras redes sociais como o *Instagram*, *Snapchat*, *LinkedIn*, entre outras, são utilizadas diariamente pelos 3, 3 bilhões de habitantes do mundo que estão conectados à internet. Somente o *Google* recebe 4 bilhões de consultas por dia. Grande parte da população mundial faz parte



desta rede cibernética, produzindo, compartilhando e buscando por conteúdos e contatos com outros seres humanos.

Se "o ciberespaço não é o deserto do real, assim como não é o fim da comunicação ou do social (LEMOS, 2015, p. 75) como refletir sobre as imagens criadas no videoclipe do Moby, quando, por exemplo, nos é apresentada a representação de pessoas presas em janelas tecnológicas ou quando aparece um grupo de pessoas jogando *pokémon* em um local que parece ser um lixão de objetos eletrônicos. Ou, ainda, na emblemática cena em que a garota escolhe um pretendente pelo aplicativo de paquera apenas em função da boa aparência do moço?

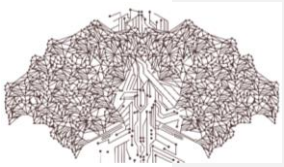
Essas representações estão exagerando o modo de se retratar a nossa inserção no ambiente virtual ou denunciando o nosso desligamento do mundo real, fruto do excesso de estímulos, efêmeros e recebidos sem a devida contemplação no ambiente virtual?

Para Virilio (1980) essas novas tecnologias não incitam a reflexão, ou seja, nos tiram do universo da contemplação, característica há muito tempo já perdida com o advento da pós-modernidade. Para esse autor, apenas aquilo que circula em fluxo, de modo instantâneo, é privilegiado no ambiente virtual, nos retirando a capacidade de reflexão, de debate ou até de preservação das memórias.

No videoclipe é apresentado, também, uma cena em que se denuncia o hábito do *bullying* virtual, quando uma moça é filmada dançando em uma festa. O vídeo é compartilhado pela rede e ela vira alvo de chacota. O compartilhamento de imagens, textos, sons, etc. sem o devido respaldo à reflexão pode ser o sintoma de haver esse tipo de patologia virtual? Que pode levar pessoas à exclusão social ou até mesmo ao suicídio como já reportado em vários meios de comunicação?

Jenkins et al. (2014) ao refletirem sobre a cultura participativa e traçar os laços dessa conexão cultural, nos alertam sobre a responsabilidade que temos em relação àquilo que compartilhamos no mundo virtual, tanto que afirmam que:

> Assim como as empresas e os governos devem enfrentar aumento de pressão para ser transparentes em uma era em que as informações estão mais propensas a virem à tona, cada um de nós tem de pensar sobre a nossa cumplicidade nos materiais que retransmitimos, sobre a responsabilidade que temos como cidadãos de examinar o que compartilhamos e sobre a nossa reputação como curadores das informações que escolhemos para circular (JENKINS et al, 2014, p. 366).



Assim, percebemos que nessa cena do bulliyng, a narrativa apresentada no videoclipe discute um tema relevante que envolve o ambiente virtual hodierno. O quanto temos de ser responsáveis com o conteúdo daquilo que postamos, compartilhamos, transmitimos, etc. pela rede.

Não há efemeridade que possa bloquear uma catástrofe. O ambiente virtual influi na vida real e vice-versa. Se nossos modos de sociabilidade são influenciados pelo ambiente virtual; concatenando relações, implicações e contextos, tanto positivos, quanto negativos. Essa mesma interferência pode se dar nas questões que envolvem a subjetividade do ser. Até que ponto o ser humano não é colocado como objeto no meio virtual por crer-se, ingenuamente, que é apenas um ambiente virtual e, portanto, desvinculado do real?

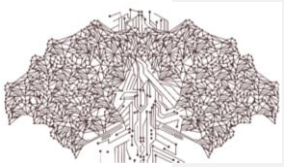
Dentre tantas outras cenas representadas no videoclipe que mostram extratos de comportamentos visíveis na atualidade, influenciados pela temática de se colocar em primeiro plano a necessidade de, primariamente, registrar, compartilhar e expor o momento presenciado ou vivido, ao invés de frui-lo em seu tempo presente e real. O final do videoclipe é, talvez, o questionamento mais forte e impactante de toda a narrativa construída pelas animações do videoclipe, pois mostra uma menina no parapeito de um prédio que intenta se suicidar.

Uma multidão na rua a olha e a filma sem intervir no acontecimento. Enquanto ela se joga do prédio, a multidão continua a filmando, até que ela cai no chão e eles começam a fotografá-la. A tragédia parece não ter importância alguma; mas, apenas estar lá e, registrar o momento para que os outros o vejam. O garotinho chora ao ver essa cena. Aparece o sol (uma suposta luz na escuridão), mas a multidão continua caminhando anestesiada, plasmada e plugada em seus telefones celulares.

Claramente o discurso propagado pelo videoclipe é o de denunciar uma sociedade decadente, viciada nas novas tecnologias - que vivencia mais a vida virtual do ambiente tecnocultural do que a realidade ao seu redor e, por isso, está se tornando insensível e deslocada em termos sociais.

A escolha por representar essa narrativa que lida com um tema extremamente atual utilizando a estética das animações dos anos de 1930, também, nos faz pensar sobre os impactos dos novos avanços tecnológicos e, no real desenrolar das impressões que o ambiente virtual imprime em seus usuários.

Hibridismos estéticos virtuais



É como se a suposta *pureza* de uma outra década, ainda não *tecnologizada* e não calcada em subjetividades neo-narcisistas como a da atualidade, fizesse um contraponto estético, sinalizando a necessidade de uma volta no tempo: a um tempo menos tecnológico; mas, mais socializador.

Tanto o vídeo, quanto o videoclipe têm características de nos proporcionar alguma experiência sensória que nos leva também a refletir sobre o que apresentam, além dos *textos* que comunicam. Por meio de cores, nuances, sons e sensações, as telas que se apresentam no videoclipe transmitem dados que nos levam a reflexão. Mello (2008), observa que até um certo estranhamento ou alguma experiência inversa pode ser resultado desse impacto. Assim, afirma que:

> Num contexto cultural que a tela não é mais considerada "um simulacro da alma do mundo ou mesmo uma metáfora da transparência destinada ao saber, mas uma mesa de conversão *input-output*, uma mesa de comutação da informação e do capital, sobre a qual as imagens deslizam como dados", os fluxos midiáticos do vídeo oferecem um primeiro estranhamento, ou mesmo um momento de experiência desviante, na convivência com as novas condições híbridas impostas no âmbito da cultura digital (MELLO, 2008, p. 125).

O videoclipe do Moby, a nosso ver, assim como as vídeo instalações provocam uma certa vertigem, que tornam as nossas reflexões sobre os conceitos que discutem, ampliadas. Ao transitarmos pelos signos, símbolos e sensações que proporcionam, nos induzem a *sentir* suas ideias. São pelas respirações e tomadas de fôlegos que temos, nestes momentos de fruição, o vivenciar daquilo que a peça artística quer nos comunicar explicitamente.

Um exemplo interessante, realizado há alguns anos atrás, foi a vídeo instalação, de Jeffrey Shawn (2002), *The web of life – Die Kunst vernetzt zu leben*. Projeto constituído de quatro instalações em locais diversos, interativas, nas quais as pessoas podiam escanear as linhas de suas mãos e estas se comunicavam com a instalação, gerando vídeos.

Segundo entrevista dado por Shawn e publicada no site *You Tube*, o conceito desse trabalho é o seguinte:

> Metaforicamente são as linhas da tua identidade, você coloca tua identidade na vídeo instalação. Tua identidade é conectada com outras identidades, que criam imagens (vídeos pré-gerados). Assim, descrevem *networks*: eletrônicas, biológicas, etc. Ao colocar tuas mãos em contato visual, ou seja, mostra como tudo é, e, está linkado hoje em dia.

Assim como o videoclipe do Moby, essa vídeo instalação de Shawn, traça em linhas rizomáticas, o trajeto do ambiente virtual e, como os indivíduos se conectam nesse espaço, através de *links* entre identidades e compartilhamentos de conteúdos.

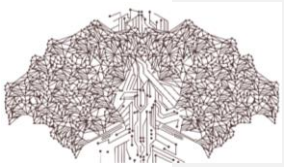
Conclusão

Desde os anos de 1990, observamos as consequências socioculturais desses novos meios de comunicação e de expressões artísticas. Depois do que poderíamos julgar como uma *revolução do digital* com o advento e crescimento exponencial da comunicação digital com suas comunidade virtuais, linguagens próprias e, consequências no modo de interações sociais, percebemos o quanto estamos mergulhados nesse universo, sem ainda podermos categoricamente afirmar que essa é uma realidade que amplia ou limita nossas comunicabilidades e sociabilidades.

Já que, como interessantemente, observado por Ferrari (2010), "a mídia social é a grande revolução da web" e, é neste universo, no qual "a textura do dia a dia é compartilhada em rede global" que se encontram os personagens do videoclipe do Moby. Assim, como nós nos encontramos também, em cada cena representada no universo diegético de *Are you lost in the world like me*. Nos expandimos ou nos retraímos, eis a questão!

Para concluir essa breve discussão nada melhor que a tradução da letra da música do videoclipe *Are you lost in the world like me*, que com certeza trará mais *insights* para serem utilizados em futuras reflexões sobre o ambiente virtual e suas capacidades de fomentar ou bloquear a sociabilidade entre os seres humanos:

> Você está perdido no mundo como eu?/ Olhar com mais atenção, dizem que é feito/ dias negros e um sol morrendo/ Sonhe um sonho iluminado /Só por um minuto você vai me encontrar lá/ Olhar com mais atenção e você encontrará/ As 40 maneiras que nos deixa cegos/ Eu preciso de um lugar melhor/ Para gravar ao lado das luzes/ Venha e deixe-me tentar/ Você está perdido no mundo como eu?/ Se os sistemas falharam?/ Você está livre?/ Todas as coisas, todas as perdas/ Você pode ver?/ Você está perdido no mundo como eu?/ Como eu? /Gravar um pátio, dizem que é feito/ Facas em um sol moribundo/ Uma fonte de amor no ar deus iluminado/ Só por um minuto, você vai me encontrar lá/ Olhar com mais atenção e você encontrará/ As 40 maneiras que nos deixa cegos/ Eu preciso de



uma maneira melhor/ Para gravar ao lado das luzes/ Venha e deixe-me tentar/ Você está perdido no mundo como eu?/ Se os sistemas falharam?/ Você está livre?/ Todas as coisas, todas as perdas/ Você pode ver?/ Você está perdido no mundo como eu? /Como eu?/ Como eu?/ Se os sistemas falharem[4].

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d`Água, 1991.

_____. **Tela total. Mito ironias da era do virtual e da imagem**. Porto Alegre: Sulinas, 1997.

DELEUZE, Gilles e GUATARRI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol.4. São Paulo: Editora 34, 1997

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social: interface e linguagem jornalística no ambiente digital**. São Paulo: Factash Editora, 2010.

_____. **Comunicação digital na era da participação**. Porto Alegre: Editora Fi,

2016.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Editora Aleph, 1991.

JENKINS, Henry et al. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LEÃO, Lúcia (org.). **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Editora Senac, 2005.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. São Paulo: Manole, 2005.

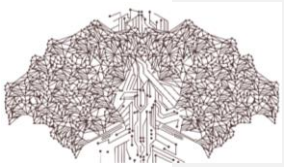
MANOVICH, Lévy. **"Novas mídias como tecnologia: dez definições".** In: LEÃO, Lúcia (org.). O chip e o caleidoscópico: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Editora Senac, 2005.

MARTINS, Francisco Menezes. **Impressões digitais: cibercultura, comunicação e pensamento contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MASSEFOLI, Michel. **O tempo das tribos**. São Paulo: Editora Forense Universitária, 1996.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding mídia).** São Paulo: Cultrix, 2007.

[4] Tradução realizada pelo site letras de música.com.br



MELLO, Christine. **Extremidades do vídeo**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Prefácio**. In: FERRARI, Pollyana. Comunicação digital na era da participação. Porto Alegre: Editora Fi, 2016.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia** (vol.1). Rio de Janeiro: Contra Ponto, 2005.

VIRILIO, Paul. **Esthétique de la disparition**. Paris: Éditions Ballard, 1980.

Filmografia

WACHOWSKI, Brothers. **The Matrix**. EUA, Warner Bros, 1999, 136 mim.

_____ **The Matrix Reloaded**. EUA, Warner Bros, 2003, 138 min.

_____**The Matrix Revolutions**. EUA, Warner Bros, 2003, 129 min.

Videografia

CUTTS, Steve. **Are you lost in the world like me**. Músico: Moby. EUA, 2016.

Vídeo instalação

SHAWN, Jeffrey. **The web of life**. Alemanha, 2002.

Série televisiva

BROOKER, CHARLES. **Black Mirror**. Inglaterra: Rede Netflix, 2016.

Webgrafia

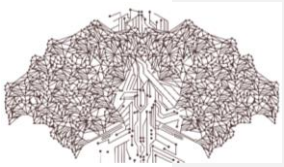
Letras de música.com.br <https://www.letras.musica.br/moby/are-you-lost-in-the-world-like-me/traducao.html.> Acesso: 5 de dez. De 2016.

You tube (Entrevista com Jeffrey Shawn).

<https:www.youtube.com/watch?v=iKgJhNLFj7k>. Acesso: 10 de nov. de 2016.

Wikipedia. <www. pt.wikipedia.org>. Acesso: 10 de nov de 2016.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O CAMPO POLÍTICO DO MIDIATIVISMO NO RIO DE JANEIRO (2013-2017)[1]

Marcelo Castañeda[2]

Introdução

Como se dá a relação entre seres viventes e as máquinas? Basicamente, esta é a questão desenvolvida por Gilbert Simondon em seu argumento já clássico que vislumbra o casamento da técnica com a cultura. Ao propor uma abordagem simétrica entre os objetos técnicos e os viventes humanos o autor influenciou muitos pensadores, tais como Gilles Deleuze e Bruno Latour.

Neste artigo, torna-se importante destacar as relações entre os objetos técnicos e os viventes humanos, chamando atenção para o papel de coordenação que estes desempenham neste processo na medida em que o midiativismo se desenvolve como uma prática que entrelaça tecnologias e contextos na configuração de um campo político.

Neste sentido, tentamos desbravar o que seria este campo político do midiativismo no contexto brasileiro, em particular no Rio de Janeiro, destacando os principais coletivos e agentes deste campo que se mostra diverso e multifacetado, sujeito às polarizações e achatamentos da esfera política mais ampla. Por fim, mostramos os modos de funcionamento do campo e as principais tendências que se configuram.

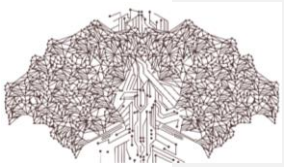
O casamento da técnica com a cultura

Em sua proposta de casamento da técnica com a cultura, Simondon (2007) chama atenção para a tomada de consciência do sentido dos objetos técnicos na medida em que a cultura tende a ignorar uma realidade humana na realidade técnica, sendo que o autor defende que a cultura deve incorporar os seres técnicos sob a forma de conhecimento e sentido dos valores. Com isso, ele diz que a oposição entre cultura e técnica, entre homem e máquina é falsa e sem fundamento pois os objetos técnicos são nada mais do que mediadores entre a natureza e o homem.

---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador do PPGCom/UERJ. É Doutor em Ciências Sociais (CPDA/UFRRJ) e participa do Grupo de Pesquisa em Tecnologias da Comunicação e Política (PPGCom/UERJ). E-mail: celocastaneda@gmail.com.



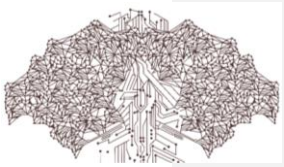
Simondon (2007) entende que a maior causa de alienação no mundo contemporâneo reside neste desconhecimento da máquina gerada pelo não conhecimento de sua natureza, de sua essência, em função de sua ausência do mundo das significações e por sua omissão nos valores e conceitos que formam parte da cultura. Existem, assim, duas atitudes contraditórias da cultura em relação aos objetos técnicos: primeiro, os trata como ajuntamentos de matéria desprovidos de significação e que só apresentam uma utilidade; segundo, supõe que esses objetos são também robôs que se animam por intenções hostis aos homens.

O verdadeiro aperfeiçoamento das máquinas remete a margem de indeterminação que elas preservam em seu funcionamento. Esta margem permite que a máquina seja sensível a uma informação exterior podendo consumar um conjunto técnico que não passa por um aumento do automatismo. A máquina dotada de alta tecnicidade é aberta, e um conjunto de máquinas abertas supõe o homem como organizador permanente, intérprete vivente de máquinas, umas em relação com as outras. Desta forma, o homem aparece como organizador permanente de uma sociedade de objetos técnicos.

As máquinas podem ser agrupadas em conjuntos coerentes, trocar informações umas com as outras por meio de um coordenador, que é o intérprete humano, que regula a margem de indeterminação a fim de se adaptar a melhor troca possível de informação. O caráter geral da cultura depende da introdução da consciência da natureza das máquinas, de suas relações mútuas e de suas relações com os homens e dos valores implicados nessas relações. Para Simondon (2007) a reforma da cultura é uma ampliação que dá à cultura atual um verdadeiro poder regulador que se perdeu na medida em que como base de significações, de meios de expressão, de justificações e de formas, uma cultura estabelece entre aqueles que possuem uma comunicação reguladora.

No campo do midiativismo esse casamento da técnica com a cultura com a organização humana passa a acontecer a todo instante, em todas as práticas. Neste campo, o ser humano age com as tecnologias para performar práticas de registro técnico como aprofundaremos na próxima seção, configurando um campo que é também político.

Agora cabe destacar que a primeira condição de incorporação dos objetos técnicos à cultura passa pelo fato do homem não ser inferior ou superior aos objetos técnicos, podendo abordá-los e aprender a conhece-los mantendo com eles uma relação de igualdade e reciprocidade de trocas, de certo modo uma relação social. As técnicas não são apenas produtos das condições sociais: produzem a estrutura dos grupos tanto quanto a estrutura do grupo o condiciona. Toda



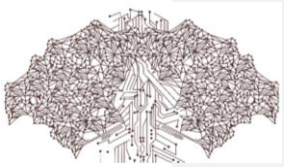
técnica leva consigo um coeficiente de intuição e instinto, necessários para o estabelecimento de uma comunicação conveniente entre o homem e o ser técnico. Simondon (2007) destaca que toda invenção (ética, técnica e científica) que começa como meio de libertação e redescobrimento do homem se converte, através da evolução histórica, em um instrumento que se volta contra seu próprio fim, convertendo o homem a um ser servil, limitando-o -- o que já pode ser visto com a internet de certa forma.

A vida técnica não consiste em dirigir máquinas, mas em existir no mesmo nível que elas, como ser que assume a relação entre elas, que pode ser acoplado, simultânea ou sucessivamente, a muitas máquinas. O homem técnico assegura a função do presente, mantendo a correlação porque sua vida está feita de ritmo das máquinas que o rodeiam e as que vincula umas às outras; assegura a função de integração e prolonga a autorregulação por meio da interconexão e intercomunicação. O técnico é em certo sentido o homem dos conjuntos.

Existe um hiato entre o vivente e a máquina, entre o homem e a máquina: só poderá captar o sentido do acoplamento da máquina e do homem se chegar a elucidar a verdadeira relação entre forma e informação. O indivíduo humano aparece como aquele que tem que converter em informação as formas depositadas nas máquinas. O homem compreende as máquinas, tem uma função que desempenhar entre as máquinas, mais que sobre as máquinas, para que possa haver um conjunto técnico; o homem descobre as significações, ou seja, o sentido que toma um acontecimento em relação com formas que existem previamente; o que faz com que o acontecimento tenha valor de informação.

Os conjuntos técnicos se caracterizam pelo fato de que se institui uma relação entre os objetos técnicos no nível da margem de indeterminação do funcionamento de cada objeto técnico. Esta relação entre objetos técnicos, na medida em que põe indeterminações em correlação, é do tipo problemático e não pode ser assumida por estes mesmos objetos, mas por viventes. As máquinas não podem pensar nem viver sua relação mútua, somente podem atuar umas sobre as outras no atual, segundo esquemas de causalidade. O homem como testemunha das máquinas é responsável pela sua relação; a máquina individual representa o homem, mas o homem representa o conjunto das máquinas porque não existe uma máquina de todas as máquinas enquanto pode haver um pensamento que registre todas as máquinas.

Desta forma, a oposição entre técnica e cultura durará até que a cultura descubra que cada máquina não é uma unidade absoluta, mas somente uma realidade técnica individualizada, aberta de acordo com dois caminhos: o da relação com os elementos e as relações interindividuais no



conjunto técnico. A cultura é injusta com a máquina não somente em seus juízos ou prejuízos, mas também no nível do conhecimento. Os estereótipos relativos à máquina só podem se modificar se a relação entre homem e máquina (relação assimétrica, que vive de maneira exclusiva) pode ser vista objetivamente enquanto se exerce, entre termos independentes do sujeito, entre objetos técnicos. Para que a representação dos conteúdos técnicos se possa incorporar a cultura é preciso que exista uma objetivação da relação técnica para o homem.

Midiativismo: a política de organização das máquinas pelos viventes

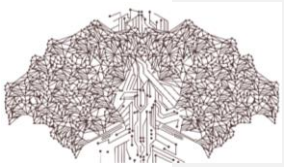
O conjunto de práticas que se entrelaçam com tecnologias da internet em contextos de luta pode ser visto como midiativismo ou ativismo midiático. Essas práticas vão desde a transmissão por streaming ao vivo de manifestações até registros técnicos em vídeos e fotos para serem propagados em rede, passando pelo uso de sites de redes sociais para divulgar textos e memes de caráter político sobre determinado tema.

O termo midiativismo aparece associado por Meikle (2002) à notória capacidade que a internet possui para organizar e publicizar informações, além de mobilizar pessoas em novas formas de ativismo e movimentos sociais. Esses novos formatos parecem possibilitar maiores chances de participação e engajamento na esfera pública contemporânea do que os tradicionais repertórios de protesto (TILLY, 1995).

Se as manifestações, marchas e passeatas, entre outras formas de protesto modernamente promovidas por movimentos sociais apresentam agora maiores possibilidades de visibilidade do que quando apenas os meios de comunicação de massa eram responsáveis por sua divulgação também podemos vislumbrar maiores chances de engajamento e participação atualmente quando cada vez mais se pode ser você mesmo a mídia que se quer.

Já no final da década de 1990 e nos primeiros anos da década de 2000, Meikle (2002) destaca que o incipiente campo do midiativismo tratava de forçar as causas ativistas na mídia hegemônica, ou seja, achar caminhos para usar essa mídia sem ser invisibilizado ou marginalizado nela. Para tal o autor sugere uma espécie de improviso e uma mudança na maneira de usar a mídia de forma mais aberta, fomentando debates e criando um novo espaço de possibilidades virtuais no mundo em que vivemos, em especial quando se encontra abertura na mídia corporativa e hegemônica para tal, o que nem sempre acontece.

Neste sentido, mais do que um campo autônomo, o midiativismo seria uma forma de influenciar a mídia hegemônica, em especial mudando as narrativas desta sempre que possível.



Estaria assim visto de forma relacional à mídia hegemônica, tentando influenciar suas pautas e ocupar seus espaços. Isso, no entanto, não impede que os movimentos sociais também criem seus próprios meios de comunicação que vão tentar influenciar a mídia hegemônica ou mesmo criar seu próprio público, sendo que estes veículos próprios podem ser considerados como parte do midiativismo. Com os sites de redes sociais os movimentos têm mais facilidade para criar seu próprio público e, assim, também influenciar a mídia hegemônica.

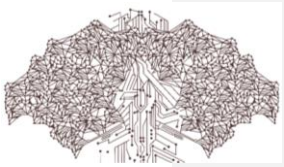
Em suma, esses dois movimentos, de um lado, influenciar a mídia hegemônica e, de outro, constituir um público alternativo a esta, configuram um campo que aqui podemos denominar midiativismo.

Ainda que suas origens remontem ao final da década de 1990 com a lendária Batalha de Seattle e o surgimento da rede global Indymedia, no Brasil, o termo midiativismo tem seu ápice de utilização pouco depois das manifestações de junho de 2013, em especial por conta da atuação do coletivo Mídia Ninja, que aparece de forma centralizada até os dias atuais no que vou tentar delinear como campo político do midiativismo com base especialmente no contexto do Rio de Janeiro, bem como nos fluxos de informação que circulam em sites de redes sociais como Facebook e Twitter.

Torna-se importante salientar que, por campo político, Bourdieu (2011, p. 195) entende um

> microcosmo, isto é, um pequeno mundo social relativamente autônomo no interior de um grande mundo social. Nele se encontrará um grande número de propriedades, relações, ações e processos que se encontram no mundo global, mas esses processos, esses fenômenos, se revestem aí de uma forma particular. É isso que está contido na noção de autonomia: um campo é um microcosmo autônomo no interior do macrocosmo social.

Fazendo referência a este microcosmo, em uma tentativa recente de definir midiativismo, Castañeda (2016) se volta para a propagação de registros técnicos em rede, sejam vídeos, fotos, textos ou memes, a fim de causar uma mudança no padrão hegemônico de produção de notícias pelos meios de comunicação. Trata-se de uma definição geral a fim de abarcar vários sentidos associados ao termo, buscando entrelaçar tecnologias, práticas e contextos de luta. Para o autor, "o midiativismo pode ser visto como uma prática que envolve tecnologias apropriadas por agentes em contextos específicos com uma dose de autonomia e liberdade para contestar as estruturas vigentes de exercício do poder" (p. 17).



No presente artigo me concentro tão somente na delimitação de um campo político das práticas midiativistas que ganham destaque a partir das manifestações de 2013 na esfera pública brasileira, enfatizando o papel dos movimentos em rede que se configuram. Neste campo político torna-se importante a clivagem entre esquerda e direita e o surgimento de um incipiente flanco que se autodenomina independente. Na clivagem à esquerda e à direita, temos o que estou sinalizando como achatamentos de junho de 2013 derivados das eleições de 2014.

À esquerda, o Mídia Ninja aparece com destaque com seu alinhamento ao governo Dilma Rousseff (PT), que acabou por sofrer um processo de impeachment, e, posteriormente, aos protestos contra seu sucessor Michel Temer (PMDB) caracterizado pela hashtag *#ForaTemer* a partir do momento em que ele assume a presidência da república.

O achatamento à direita traz coletivos como Vem Pra Rua e Movimento Brasil Livre – MBL, que podem ser vistos como uma prática midiativista incompleta na medida em que quase sempre reverberam a mídia hegemônica em suas demandas ainda que se apropriem tecnicamente de uma linguagem própria do midiativismo nas redes sociais que participam.

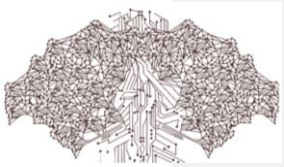
No flanco independente perfilam-se coletivos surgidos em junho de 2013 tais como Mídia Independente Coletiva - MIC e Coletivo Mariachi, bem como Rede de Informações Anarquistas, Linhas de Fuga, Projetação, coletivos de favelas, como o Papo Reto, sem falar nas pessoas que atuavam de forma independente de coletivos como, por exemplo, o artista Rafucko. Esse flanco traz uma pluralidade de pautas e informações ao campo do midiativismo.

Um ponto em comum em todo esse campo que está se delineando é a utilização da plataforma Facebook como principal meio de expressão das diferentes comunicações, entre vídeos, fotos ou memes que são gerados nos fluxos contínuos de produção que se tecem. Ou seja, de uma certa maneira, tudo acaba no Facebook.

Mídia Ninja e a centralidade dos fluxos

Para entender o campo político do midiativismo, como uma espécie de fio condutor original torna-se importante verificar a atuação do coletivo Mídia Ninja, que surgiu antes das manifestações de junho de 2013 e ganhou destaque a partir delas, em especial no contexto do Rio de Janeiro por conta das transmissões de atos por streaming ao vivo utilizando o aplicativo *Twitcasting*.

Em determinado momento, em que pese o surgimento do flanco independente que será analisado mais a frente, o Mídia Ninja se tornou quase sinônimo de midiativismo no Brasil a partir



da cena carioca que fervia nas ruas entre julho e outubro de 2013 com atos quase diários e uma eficaz cobertura deste coletivo, bem como fatos emblemáticos como a prisão de um colaborador, Filipe Peçanha, na manifestação do dia 22/07/2013 por conta da visita do Papa ao Palácio Guanabara. Fatos como esses deram visibilidade ao Mídia Ninja como parte da mídia da multidão que se formava, muitas vezes como se fosse ela fosse a própria mídia do movimento que prosseguia para além de junho de 2013 nas ruas do Rio quando, de fato, era mais um elemento dentre tantas mídias que atuavam e continuam atuando.

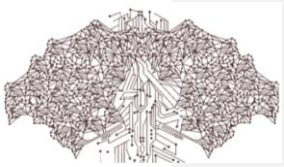
No entanto, desde o fim de 2013 começa a ficar claro que o Mídia Ninja refletia um processo de aparelhamento por parte de partidos de esquerda que compunham o governo federal, como PT e PC do B, através da Casa Fora do Eixo, denotando uma proximidade com o governo Dilma que estaria em busca da reeleição no ano seguinte. Esse aparelhamento se confirmou com o engajamento dos principais nomes deste coletivo nas equipes de trabalho da campanha de Dilma Rousseff em 2014.

No ano de 2015, esse viés apareceu de forma explícita como defesa do governo Dilma, que estava sendo colocado em xeque por manifestações de rua organizadas por outros coletivos que podem ser situados à direita do espectro político com uso da hashtag #NãoVaiTerGolpe. Isso durou até a concretização do impeachment de Dilma Rousseff quando este coletivo passou a se engajar nos protestos #ForaTemer a partir de maio de 2016. Também há que se destacar que o Mídia Ninja se aproxima do PSOL nas eleições municipais na capital do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Atualmente o Mídia Ninja conta com mais de 1,3 milhão de pessoas que curtem sua página no Facebook sendo um dos principais coletivos de midiativismo do país atuando principalmente como uma plataforma de oposição ao governo Temer ao expressar a contestação em relação à medidas e reformas, como pode ser visto nas reformas da previdência e trabalhista em 2017 ou na medida que estabelecia um teto de gastos no final de 2016.

Trata-se de um dos principais nós elaboradores de uma contra narrativa ao que é veiculado na mídia hegemônica como forma de apoiar o governo Temer ainda que dentro de um espectro limitado pelos acordos com PT e PC do B, e atualmente também o PSOL, e as frentes Brasil Popular e Povo sem Medo, para os quais o Mídia Ninja atua como uma espécie de agência de comunicação.

Neste período, entre as manifestações de junho de 2013 e o momento atual, algumas coisas mudaram: em especial, as transmissões passaram a ser feitas pelo próprio Facebook, que



passou a disponibilizar uma ferramenta para este fim, ampliando o escopo de pessoas que podem utilizar a ferramenta do streaming ao vivo para além de determinados coletivos mas fazendo com que as pessoas usem cada vez mais o Facebook.

Além disso, a página do Mídia Ninja é alimentada com vídeos curtos que são recebidos de uma rede com uma capilaridade nacional que desempenham um papel fundamental na construção de uma contra narrativa ao que é expresso pela mídia hegemônica em relação ao governo de Michel Temer principalmente. Recentemente, também foi criada uma revista virtual com diversos colunistas identificados com o campo da esquerda que aparecem em vídeos produzidos pelo coletivo.

O Mídia Ninja torna-se importante pela centralidade que assume no campo político do midiativismo no que diz respeito aos fluxos de informação alternativa que irradiam possibilidades de contrapor ao que é dado como verdade pelos veículos da mídia hegemônica. Junto com o Mídia Ninja, podemos destacar outras páginas como a dos Jornalistas Livres (857 mil curtidas na sua página no Facebook), que desempenham o papel de contra informação no mesmo sentido definido aqui como uma espécie de achatamento à esquerda do midiativismo no Rio de Janeiro e no Brasil.

Variantes verde e amarelas à direita

As manifestações de junho de 2013 trouxeram alguns elementos ambíguos ao cenário político de esquerda que costumava marcar de forma quase que exclusiva quaisquer atos de protesto. A esquerda não tinha mais a hegemonia dos atos com suas bandeiras e símbolos. A própria caracterização da bandeira do país ficou muito marcada nos atos de junho de 2013 e foi fortemente retomada após as eleições de 2014, em especial por conta da pequena diferença entre as duas candidaturas presidenciais que disputaram o segundo turno: Dilma Rousseff e Aécio Neves se distanciaram por cerca de 3 milhões de votos. Alguns coletivos já tinham se formado neste período e começaram a empreender ações que podem ser tidas como midiativismo, mas em um tipo de mobilização que pode ser caracterizada à direita do espectro político, tendo a bandeira do Brasil como um dos símbolos utilizados nas cores verde e amarelo.

Trata-se em especial do Movimento Brasil Livre - MBL (com 2 milhões de pessoas curtindo a página no facebook) e do Vem Pra Rua (1,5 milhão de curtidas na página) já que a página que se identificava como Revoltados Online parece não operar mais. Em comum entre esses grupos a tentativa de desestabilizar o segundo governo Dilma com o pedido de impeachment, que foi conseguido depois de um ano e meio de mobilizações virtuais e presenciais.

Neste sentido, não estariam alinhados ao cenário de esquerda como a Mídia Ninja e podem ser considerados à direita do espectro político.

Depois de conseguir o impeachment, esses grupos se alternam entre críticas e a constituição da base de sustentação do governo Temer, apoiando as reformas propostas e deixando cada vez mais claro seus vínculos com partidos como PMDB e PSDB, por mais que os critiquem quando não atendem a agenda de reformas, que parece ser o que move esses grupos.

Também, de forma cada vez mais contraditória, mantém uma agenda de protestos contra a corrupção e de apoio à Operação Lava Jato, preenchendo uma lacuna na qual a esquerda não atua. De certa forma, estes coletivos não podem ser tidos como midiativistas porque na maior parte de suas demandas fazem coro à mídia hegemônica, ou seja, a princípio não procuram mudar a narrativa da mídia corporativa ainda que se posicionem claramente em relação a cada acontecimento político do país.

Por outro lado, suas práticas podem ser classificadas como midiativistas no sentido de propagar registros técnicos em rede, em especial memes e vídeos com textos na plataforma Facebook com grande expertise e mais engajamento do que o próprio Mídia Ninja que pode ser tido como sinônimo de midiativismo no Brasil em um olhar apressado que não considere este achatamento de junho à direita, bem como o flanco independente, que reúne uma multiplicidade de atores e demandas.

O flanco independente

Sem contar com financiamentos ou estruturas de apoio, os midiativistas que podem ser considerados como independentes atuam de forma um tanto mambembe e criticam os dois segmentos destacados anteriormente por conta de suas estruturas comprometidas pelos alinhamentos sinalizados à esquerda e à direita. Entre esses que se reivindicam ser os legítimos midiativistas podemos destacar a Mídia Independente Coletiva - MIC (112 mil pessoas curtiram a página) e o Coletivo Mariachi (168 mil curtidas na página), que acompanho de perto no esforço de pesquisa, bem como Linhas de Fuga (9 mil pessoas curtiram a página), Rede de Informações Anarquistas (89 mil curtidas na página), Projetação (27 mil pessoas curtiram a página) e coletivos de favelas como o Papo Reto (38 mil curtidas na página), sendo que este último atua prioritariamente no Complexo do Alemão. Além desses, podemos destacar o artista Rafucko com cerca de 94 mil pessoas curtindo sua página.

Este flanco independente atua na cobertura de atos e em tentativas de fazer frente à mídia hegemônica com a circulação de notícias de plataformas independentes ainda que isso seja feito no Facebook. Além disso, MIC e Mariachi lançaram um portal chamado Mídia Coletiva a fim de não depender tanto da plataforma Facebook. No entanto, a dependência desta plataforma continua evidente na circulação das notícias e diferentes materiais, mas também na cobertura dos atos que acontecem e agora são feitas, em sua maioria, diretamente pela transmissão por vídeo que o próprio Facebook permite, ainda que em alguns casos permaneça a prática de editar um vídeo após uma manifestação para contextualizar o acontecimento, sendo que o vídeo também circula no Facebook.

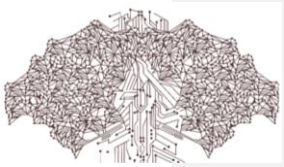
É como se o Facebook constituísse o enredamento fundamental de todo campo político do midiativismo no Rio de Janeiro e no Brasil, sem deixar saídas para outras possibilidades de circulação de conteúdo produzido nas práticas midiativistas, nem mesmo as que se dizem independentes. De certa forma, o Facebook opera como um arbitrário simbólico do campo político do midiativismo, servindo como base para todos os coletivos e pessoas que atuam neste campo.

Essa espécie de dependência de uma plataforma tão poderosa e corporativa coloca em xeque a possibilidade de independência tão alardeada pelos coletivos e pessoas que integram esse flanco. Afinal de contas, como se proclamar independente alimentando a máquina de produção de subjetividade do Facebook?

De toda forma, parece válido nos termos desta pesquisa e deste trabalho destacar a existência dessa vertente que se autodenomina independente das duas anteriores, tendo em vista que até mesmo o patamar de curtidas é bem inferior a das outras duas, ainda que o tipo de cobertura seja mais variado. Fora isso, trata-se de um flanco precário que se sustenta sem grandes verbas de projetos socioculturais e partidos políticos perfazendo uma luta genuína com todas as suas contradições.

A dinâmica do campo

A forma de operação do campo político do midiativismo pelo Facebook faz com que os subcampos destacados até aqui não se comuniquem entre si. Então, é raro que o Mídia Ninja provoque ou entre em conflito com o MBL ou o Vem pra Rua, e vice-versa, bem como coletivos e pessoas tidos como independentes são mais propensos a provocar ambos subcampos achatados à direita ou à esquerda, como recentemente Rafucko, um dos ícones independentes, criticou o Mídia Ninja e o Deputado Estadual Marcelo Freixo (PSOL-RJ) pelo recente alinhamento deste a esta mídia.



Desta forma, a impressão é que cada um fica em seu "quintal" de curtidas e compartilhamentos e a quantidade de conflitos e diálogos é minimizada. É como se o Facebook atuasse como uma plataforma de estabilização dos conflitos, mesmo quando esses vem à tona, em especial por conta das múltiplas ferramentas que são utilizadas, tais como apagamento de mensagens e bloqueios que os administradores das páginas manuseiam.

Neste sentido, a plataforma utilizada para circulação da produção midiativista parece determinar a dinâmica do campo político ao restringir os conflitos que poderiam ser mais notados caso a plataforma preferencial fosse outra. Trata-se de uma limitação que o campo apresenta, essa dependência do Facebook, que também faz com que se fale cada vez mais entre iguais, ceifando a diversidade que seria derivada da crítica compartilhada.

A nova forma de transmissão por streaming ao vivo pelo Facebook

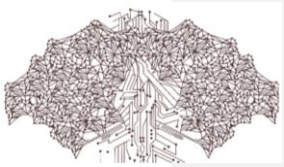
A partir de 2015, o Facebook percebe o potencial das transmissões por streaming ao vivo e como lhe é peculiar passa a incorporar esse serviço para seus usuários, inicialmente para grandes contas e depois para qualquer usuário. Recentemente, por exemplo, os protestos contra a reunião do G-20 em Hamburgo, Alemanha, foram transmitidos desta forma, tendo grande visibilidade.

Trata-se de uma oportunidade a mais para que as pessoas sejam a sua própria mídia, mesmo que essa mídia seja o Facebook mais uma vez. Enfim, são as contradições que estão imanentes nas práticas que se delineiam com o desenvolvimento de produtos pelo arbitrário simbólico que é o Facebook no momento atual. De um lado, mais possibilidades de que pessoas transmitam momentos por streaming ao vivo; de outro, esses momentos são transmitidos por uma única plataforma, que concentra cada vez mais as ações desempenhadas com a internet.

Uma análise das práticas

A transmissão ao vivo é uma prática que diferencia os coletivos que possuem uma estrutura de ação daqueles que podem ser tidos como mais precários. Aqueles que diariamente fazem transmissões ao vivo, tais como MBL, Mídia Ninja e Jornalistas Livres traduzem uma estrutura capaz de realizar essa prática com frequência maior do que as demais investigadas.

Considerando que a transmissão ao vivo é uma das práticas definidoras do campo do midiativismo tendo sido absorvida pelo Facebook torna-se importante verificar o que tem sido transmitido sendo que as lutas vem sendo privilegiadas pela Mídia Ninja e pelos Jornalistas Livres, ainda que as mais institucionalizadas em movimentos como MST e MTST, do que na



página do MBL que se preocupa mais em transmitir seu programa diário e cenas da política institucional que interessam a sua agenda.

O flanco mais independente parece reportar as lutas mais através de postagens que reúnem fotos com textos e compartilhando postagens de outras páginas, o que também é feito por essas páginas com mais estrutura que, desta forma, conseguem muito mais seguidores e um fluxo de postagens maior.

Uma variável interessante de se perceber a diferença entre as páginas é a frequência de postagens que é maior entre as mais estruturadas do que entre as menos estruturadas. Isso garante um fluxo de postagens que parece levar a mais seguidores.

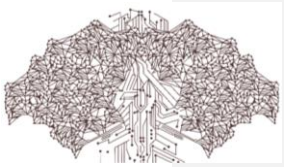
Outra diferença está nas matérias compartilhadas. Enquanto o Mídia Ninja usa praticamente a blogosfera progressista como base de compartilhamentos da mesma forma, em menor escala, que os Jornalistas Livres que se voltam para compartilhamentos de sua própria página, configurando uma característica mais endógena. Já o MBL, como destacado, aposta em mídias que são dirigidas por seus integrantes como o Jornalivre e o Diário Nacional, bem como em sites como Ceticismo Político. As demais páginas não apresentam grandes destaques no compartilhamento de matérias ainda que não deixem de realizar essa prática.

Em relação ao compartilhamento de outras páginas do Facebook, o MBL apresenta uma tendência endógena ao compartilhar muitas vezes páginas locais desse movimento ao ponto que as demais páginas compartilham outras páginas mesmo.

As páginas mais precárias tem menos seguidores e fazem menos transmissões ao vivo. A página de Rafucko se apresenta de forma diferente pois se volta para vídeos que o artista produz de forma precária mas que atinge um elevado engajamento com uma baixa frequência de postagem e sem transmissões ao vivo.

Como um campo que entrelaça tecnologias, práticas e contextos, o midiativismo pode ser apreciado em uma plataforma como o Facebook nos limites propostos por ela, tais como o algoritmo e os formatos possíveis de postagem. Foi isso que tentamos fazer ao dispor diferentes práticas midiativistas nesta plataforma através dos principais atores mapeados na pesquisa em curso.

Assim, desde um texto, formato menos utilizado, até combinações mais frequentes como texto e foto ou texto e vídeo, com uso ou não de hashtags, passando pelas transmissões ao vivo que marcam este campo, podemos ter também compartilhamento de outras páginas e usuários ou



mesmo links para matérias de diferentes mídias, quase sempre desafiando as mídias tidas como hegemônicas, mesmo aqueles que podem ser tidos como à direita do espectro político.

É desta maneira que o campo do midiativismo começa a ir além da cobertura e transmissão de manifestações de rua. Exatamente no período de refluxo das manifestações massificadas podemos verificar que as práticas midiativistas tomam lugar em uma plataforma como o Facebook que já era, no Brasil, o escoador natural das imagens em vídeos produzidos pelos midiativistas de 2013.

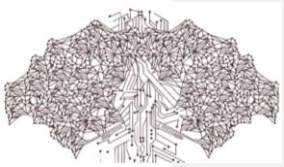
Vale salientar que a inclusão de variantes à direita nesta perspectiva, tais como MBL e Vem Pra Rua, tem a ver com uma apropriação das práticas midiativistas por parte desses grupos de forma que eles passam a participar do mesmo campo, sendo que o MBL é o ator político de maior visibilidade e mais polêmico.

De outro lado, Mídia Ninja e Jornalistas Livres se mostram comprometidos com projetos partidários de uma esquerda institucional e de movimentos sociais institucionalizados, tais como MST e MTST.

No flanco independente, ao menos no contexto carioca, onde a pesquisa está sendo desenvolvida, a precariedade dá o tom das atividades o que pode ser visto pelas poucas transmissões ao vivo que denotam uma ausência de estrutura na administração das páginas. Ao mesmo tempo é desses coletivos que se desenvolvem alternativas ao Facebook como plataforma preferencial. Ainda que sem sucesso, por enquanto MIC, Mariachi e Rede de Informações Anarquistas se dedicam a criação de um aplicativo do portal Mídia Coletiva.

Este parece ser o grande desafio do campo do midiativismo: conseguir atuar de forma contra hegemônica sem depender de uma plataforma técnica cada vez mais hegemônica e corporativizada ainda que a maior parte das pessoas do mundo tenha uma conta neste site de rede social. As modulações impostas pelo Facebook restringem o alcance de publicações, em especial de coletivos que se formam de forma independente com menos seguidores, o que torna um ambiente extremamente árido. Por sua dinâmica fechada, o Facebook acaba se transformando numa plataforma técnica que rivaliza com a mídia corporativa e ao mesmo tempo absorve suas dinâmicas, tanto que estão todos ali representados, geralmente com mais seguidores do que o campo do midiativismo.

Por fim, cabe destacar que com a incorporação da ferramenta transmissão ao vivo pelo Facebook contribui para um alargamento do campo do midiativismo na medida em que as pessoas



comuns, bem como celebridades e políticos, podem fazer transmissões com conteúdo político nos limites das suas redes.

Considerações finais

O midiativismo pode ser visto como uma das interseções possíveis entre a política, a técnica e a cultura nas sociedades contemporâneas. É dessa interseção que o midiativismo tira a potência de suas ações em relação à mídia hegemônica ou mesmo na tentativa de constituir um campo político autônomo que traz um público específico que acompanha as postagens de páginas em sites de redes sociais, em especial o Facebook nos dias que correm entre 2013 e 2017.

No Brasil, depois das manifestações de junho de 2013 e das eleições de 2014, podemos considerar pelo menos três subcampos que disputam as atenções no campo do midiativismo: um achatamento à esquerda, com Mídia Ninja e Jornalistas Livres; um achatamento à direita, com MBL e Vem Pra Rua; e um subcampo independente.

A plataforma Facebook parece determinar as ações de todos os agentes que participam do campo, limitando conflitos e interações entre eles. Por fim, tudo acaba no Facebook neste campo político do midiativismo que se configura no Brasil no período analisado.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 5, Brasília, jan-jul 2011, p. 193–216.

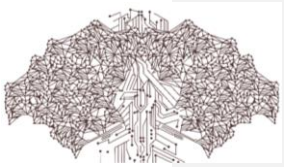
CASTAÑEDA, Marcelo. Midiativismo: tecnologias, práticas e contextos nas lutas no Rio de Janeiro. **XXX Reunião Brasileira de Antropologia**. UFPB, João Pessoa, 2016.

MEIKLE, Graham. **Future Active: Media Activism and the Internet**. Psychology Press, 2002.

SIMONDON, Gilbert. **El modo de existência de los objetos técnicos**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2007.

TILLY, Charles. Contentious repertoires in Great Britain, 1758-1834. In: TRAUGOTT, Mark (ed.). **Repertoires and Cycles of Collective Action**. Duke University Press, 1995.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O CARÁTER HÍBRIDO NA CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS DIGITAIS NO CINEMA [1]

Ana Aparecida Soares Ramos[2]

Resumo:

Este artigo trata sobre questões relacionadas à hibridação homem-computador no que tange à criação de personagens digitais no cinema da atualidade. A questão homem-máquina no imaginário tecnocientífico se faz presente em toda a história do cinema e se confunde, hoje em dia, com o modo como são realizados os efeitos visuais e a criação de personagens digitais. Esse caráter híbrido dos personagens digitais confunde a oposição entre indexical e digital.

Palavras-chave: personagem digital; cinema; hibridismo; indexicalidade; tecnociência

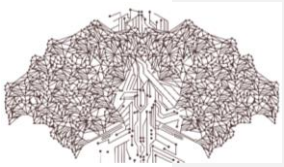
Para levar para as telas tudo o que habita nosso imaginário, o cinema sempre utilizou, desde os seus primórdios, aparatos tecnológicos. Depois da entrada do som, da cor e dos efeitos visuais concebidos por Georges Méliès, o cinema do processo fotoquímico ganhou novas possibilidades com o advento da informática.

No que tange a área de efeitos visuais, de objetos de cena a cenários grandiosos e também em relação à criação de personagens, tudo pode ser inventado, modificado e reinventado pelo computador na pós-produção de um filme.

O fascínio do público por filmes com efeitos visuais vai ao encontro do gosto do homem pelo onírico, pela ilusão, pela fantasia. Filmes de ficção fantástica e científica nos transportam para mundos e situações imaginárias. E é por meio dos efeitos visuais, que criaturas e universos fantásticos que habitam apenas nossa imaginação ou que sejam

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 – Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 A pesquisadora é mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Contemporâneos das Artes da Universidade Federal Fluminense (UFF) e doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: anaapramos@gmail.com



oriundos de lendas, mitologias, obras literárias ou histórias em quadrinhos ganham vida nas telas do cinema.

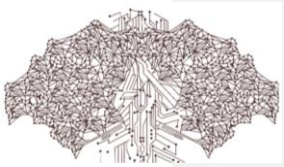
Desde os primórdios da sétima arte vemos nas telas, imagens de seres fictícios como monstros, robôs da ficção científica e toda a espécie de ser proveniente do imaginário. Georges Méliès foi o primeiro cineasta a levar para as telas estes tipos de filme, utilizando suas técnicas de trucagem para tornar possível o impossível. *Le voyage dans la lune (Viagem à Lua)*, de 1902, baseado na obra de Julio Verne, *Da Terra à Lua*, se tornaria seu filme mais famoso. Com 14 minutos de duração, *Viagem à Lua* foi o primeiro filme do gênero ficção científica da história do cinema.

> Os truques, o maravilhoso, o fantástico, a metamorfose, tantas faces da mesma realidade Mélièsiana que transforma o cinematógrafo em cinema. (Morin, 1965, p. 50)

De acordo com Costa, o projeto básico do primeiro cinema é formulado por Méliès: espantar, mostrar uma novidade, exibindo junto às capacidades mágicas do cinema. Em outro filme de Méliès, *Les cartes vivantes* (1905), o cineasta encarna um mágico que faz aumentar e diminuir o tamanho de cartas de baralho, transformando as figuras em pessoas reais. Durante todo o filme, o enquadramento apresenta trucagens como fusões, sobreposições e as "paradas para substituição". A montagem está a serviço do espetáculo e não da narrativa, e se mostra, por isso, explicitamente (Costa, 2005, p. 173 e 174).

Para Machado, o fascínio do cinema produzido por Méliès está, sobretudo, num componente onírico de fundo psicanalítico, pois o que as massas buscavam nas *féeries* de Méliès e em todas as *mises en scène magiques* do período era justamente aquilo que, em principio, não podia ser mostrado (Machado, 1997, p. 38). Este gênero de filme é herdeiro direto dos espetáculos de fantasmagoria (projeções de fantasma) de Robertson, do teatro ótico de Reynaud e das apresentações de ilusionistas nas feiras e quermesses. "[...] o cinematógrafo é exatamente isso: um dispositivo construído para materializar e reproduzir artificialmente esse lugar de onde emanam os fantasmas do imaginário." (Machado, 1997, p. 42).

> Na verdade, esse era exatamente o cinema que estava no horizonte de mágicos, videntes, místicos e charlatães, que durante todo o século XIX



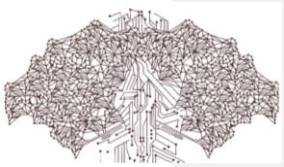
> fascinavam multidões em estranhas salas escuras conhecidas por nomes exóticos como Phantasmagoria, Lampascope, Panorama, Betamiorama, Cyclorama, Cosmorama, Giorama, Pleorama, Kineorama, […] nas quais se praticavam projeções de sombras chinesas, transparências e até mesmo fotografias, fossem elas animadas ou não. Certamente o que atraía essas massas às salas escuras não era qualquer promessa de conhecimento, mas a possibilidade de realizar nelas alguma espécie de regressão, de reconciliar-se com os fantasmas interiores e de colocar em operação a máquina do imaginário. (Machado, 1997, p. 19)

De acordo com Machado, nas atuais mídias eletrônicas e digitais podemos ver traços do cinema dos primórdios. Parte desses recursos retoma, recupera ou faz ecoar atitudes retóricas e tecnológicas já antes experimentadas nas formas pré-cinematográficas e no cinema dos primeiros tempos, anteriores ao modelo narrativo griffitiniano. Como exemplo, Arlindo Machado cita a obra de Méliès, que antecipa em quase 100 anos o uso de inserções de imagens no quadro, a metamorfose das figuras e toda a iconografia híbrida e múltipla que hoje encontramos em artistas contemporâneos como Nam June Paik, Zbigniew Rybczynski e Peter Greenaway (Machado, 1997, p. 9 e 10).

Os efeitos especiais concebidos atualmente com a tecnologia informática devem muito, ainda hoje, ao gênio dos inventores do espetáculo cinematográfico como Méliès. "A "estética" dos efeitos especiais não pode se definir sem este retorno as origens, das transformações de Georges (Méliès) às imagens de síntese de George Lucas." (Hamus-Vallée, 2004, p. 3).

> As alusões de Méliès aos fantasmas transparentes, à miniaturização de personagens, aos seus roteiros que apelavam para a fantasia, transformaram o imaginário do espectador num universo simbólico de imagens mentais, afetivas ou mito-mágicas. Hoje o cinema vem retomando contos semelhantes, utilizando, porém, os recursos gráficos/digitais, com maiores possibilidades das técnicas visuais. (Rahde, 2017)

Para atender às demandas da indústria cinematográfica e principalmente dos gêneros de ficção fantástica e científica são criados programas e técnicas de computador, trazendo novas possibilidades para contar histórias que alguns anos atrás seriam muito mais difíceis ou mesmo impossíveis de serem realizadas utilizando-se as técnicas tradicionais.



Transformada em pixel, a imagem fotográfica juntou-se ao universo dos números e dos programas, unindo o imaginário cinematográfico ao imaginário infográfico. O uso do computador pelo cinema afetou elementos de produção e pós-produção de um filme, como iluminação, cores, foco, cenários, corpos, paisagens, rostos, transformando-os em combinação de dados numéricos. Esse universo pós-fotográfico de imagens geradas pelo computador nos traz, por exemplo, personagens, frutos apenas de equações matemáticas, e atores atuando em um lugar onde só existe um fundo azul ou verde para depois serem inseridos em cenários e paisagens virtuais. Santaella e Nöth pontuam que na computação gráfica temos verdadeiramente imagens pós-fotográficas, que ultrapassaram, em definitivo, o ultimo limiar do paradigma da fotografia e que estas se libertaram do trinômio olho-mediação-registro, saltando para um novo trinômio inaugurado pela imagem gerada por computador: cérebro-programa-expressão sensível (Santaella; Nöth, 2001, p. 95).

A computação gráfica se tornou um grande recurso tecnológico para os filmes de ficção fantástica e científica, ampliando e permitindo novos rumos à criação na realização destes gêneros de filmes. Graças ao desenvolvimento da informática, as imagens mais fantasiosas que habitam nossa imaginação podem ser materializadas com total veracidade, conduzindo o espectador a uma imersão no filme, criando a ilusão de ambientes e criaturas perfeitas e reais.

> Desconcertante, todavia, é imaginar quantas realidades desconhecidas ou não diretamente registráveis poderão ser resgatadas usando apenas modelos teóricos processados em memórias de computadores. Todo um reino de seres e fenômenos "invisíveis" – porque não diretamente observável ou passível de registro através de câmeras – poderá agora vir à tona... (Machado, 2001, p. 118)

"[...] A fonte da imagem é tecnológica. Quando há exacerbação tecnológica, há profusão de imagens" (Maffesoli, 2017). A tecnologia utilizada nos efeitos especiais para o cinema, seja uma trucagem mecânica ou digital, influencia todo o processo criativo, contribuindo para o imaginário do fantástico, do onírico, espantando e maravilhando o espectador. O cinema atual, em decorrência da tecnologia informática, revisita heróis das histórias em quadrinhos e seres e universos dos livros de ficção fantástica, como por exemplo, *O Senhor dos Anéis*, de J. R. R. Tolkien ou *O Curioso Caso de Benjamin Button*,

de F. Scott Fitzgerald. “O sonho e a técnica se encontram e se fecundam. Nossos sonhos mantêm nossas técnicas... [...] Nossas técnicas mantêm nossos sonhos: máquina entre as máquinas, o cinema foi capturado pelo imaginário” (Morin, 1965, p. 175).

[…] “a revolução do numérico” da qual somos as testemunhas e os atores inevitáveis. (Beau; Dubois; Leblanc, 1998, p. 21). Com o avanço da informática, novas possibilidades para a realização de efeitos visuais surgiram e uma delas foi a criação de personagens digitais. No cinema atual, em filmes *live-action*, vemos uma proliferação de personagens criados no computador. Fruto do entrelaçamento entre o imaginário cinematográfico e o imaginário infográfico, essas imagens virtuais se tornaram um grande recurso para a narrativa cinematográfica atual.

De acordo com Bourassa, no cinema numérico contemporâneo, o ator virtual está no centro das novas práticas performáticas que se instalam ao redor de procedimentos de captura de performance, e permitem animar personagens virtuais resultantes da imagem de síntese. Estes personagens virtuais encarnam frequentemente figuras da ficção fantástica, ou ainda criaturas mitológicas, ou então híbridas, metade-humanas, metade-animais (Bourassa; Poissant, 2013, p. 31 e 33).

Essa proliferação de personagens digitais, em especial em filmes *live-action*, tem sua linha do tempo iniciada com *Tron – Uma Odisseia Eletrônica* (1982), um dos filmes mais emblemáticos da história dos efeitos especiais no cinema. Dirigido por Steven Lisberger, o filme apresenta o personagem digital *Bit* (contração de *BInary digiT*, conceito utilizado na área da informática). O personagem materializado por uma figura geométrica contracenou com o ator Jeff Bridges.

Um grande marco da evolução da computação gráfica e da inserção de personagens digitais em filmes *live-action* seria estabelecido com *O Exterminador do Futuro 2: O Julgamento Final (Terminator 2: Judgment Day)*, filme de 1991 do diretor James Cameron. Segundo Hamus-Vallée, esse é o filme emblemático da técnica *morphing*: o vilão, o robô *T-1000* é composto de uma matéria “mimética”, capaz de se transformar em qualquer forma (Hamus-Vallée, 1998, p. 216).

Para Couchot, a visão do *cyborg* engendra uma emoção intensa e inabitual e seu corpo não pertence a nenhuma realidade preexistente que a câmera tivesse capturado e

distorcido. Ele surge de uma pura virtualidade computacional que ganha vida e corpo (Couchot, 1998, p. 151).

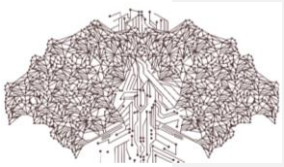
De acordo com Hamus-Vallée, o que transparece no *morphing* é a vontade de transformar o corpo em imagem, pois, acima de tudo, a imagem de síntese integra características humanas, interrogando-as e as exarcebando, sendo que a primeira de todas é o modificar permanente do homem (Hamus-Vallée, 1998, p. 219).

A seguir nesta linha evolutiva dos personagens digitais em filmes *live-action*, o cinema nos apresenta imagens de criaturas antropomórficas como o *Gollum* da *Trilogia O Senhor dos Anéis* (2001 a 2003), dublês digitais dos atores como em *Homem-Aranha 2* (2004), imagens híbridas como o personagem *Davy Jones* de *Piratas do Caribe: O Baú da Morte* (2006) ou a total transformação da imagem do ator possibilitada pela técnica como em *O Curioso Caso de Benjamin Button* (2008). Neste último caso, o ator Brad Pitt, que interpreta *Benjamin Button*, pôde ser envelhecido e rejuvenescido à vontade, por conta da tecnologia computacional.

Porém, a criação de seres fantásticos como o *Gollum* da trilogia *O Senhor dos Anéis* (2001 a 2003), *Davy Jones* de *Piratas do Caribe: O Baú da Morte* (2006) ou *Benjamin Button* (2008) não se daria da mesma forma sem a performance dos excelentes atores por detrás dos personagens digitais. As imagens dessas criaturas fantásticas são imagens híbridas, pois além das informações binárias do computador, elas carregam também as informações das características físicas e da performance dos atores. Santaella cita que o corpo plugado é uma das múltiplas realidades de descorporificação, recorporificação e que esse tipo de corpo se subdivide em cinco graus de intensidade crescente. A imersão híbrida seria o terceiro grau, que apresenta performances se unindo a *designs* de interface, sistemas interativos, mundos virtuais e também a mistura entre campos presenciais e campos virtuais (Santaella, 2003, p. 200-203). Os personagens híbridos do cinema da atualidade se encaixam nesse grau proposto pela autora.

O hibridismo de duas espécies diferentes, homem e computador, se faz presente como nunca neste momento atual da indústria cinematográfica, avançando a cada nova produção.

> A produção científica está repleta de seres híbridos, de ciborgues, que mesclam-se às máquinas na produção de suas tecnologias. Estes ciborgues, quimeras modernas, são fruto da conjugação entre natureza e cultura, no qual uma não pode ser objeto de apropriação ou incorporação com a outra, mas devem ser vistos de forma relacional. Pensar de forma relacional significa,



> pensar humanos associado a seus pares não-humanos, e cada um deles apresenta sentido apenas se visto de forma conjugada. (Siqueira; Medeiros, 2017)

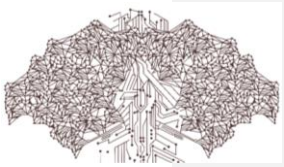
A questão homem-máquina existente no imaginário tecnocientífico ocorre em toda a história do cinema. Desde *Metrópolis* (1926), de Fritz Lang, vemos a presença no cinema desta temática. Robôs, androides, ciborgues e inteligência artificial são temas recorrentes nas telas. Inúmeros filmes apresentaram esses personagens, que por vezes são centrais para as tramas como, por exemplo, em: *Alphaville* (1965), *2001 - Uma Odisseia no Espaço* (1968), *Alien - O Oitavo Passageiro* (1979), *Blade Runner - O Caçador de Androides* (1982), *Tron - Uma Odisseia Eletrônica* (1982), *O Exterminador do Futuro* (1984) e *Robocop - O Policial do Futuro* (1987), dentre outros.

O tema da inteligência artificial já se fazia presente em *Metrópolis*, que apresentou a robô *Maria*. Na trama a robô é construída para tomar o lugar da verdadeira *Maria* da história. O filme, um dos maiores clássicos do cinema, influenciou vários cineastas, inclusive George Lucas na criação de um dos robôs da saga *Star Wars*, o personagem *C3PO*, pelo qual homenageou claramente a estética do robô do filme de Fritz Lang. Em *Alphaville*, filme de Jean-Luc Godard, *Alpha 60* é um supercomputador que domina os cidadãos de uma cidade. Já em *2001 - Uma Odisseia no Espaço*, a questão da inteligência artificial é retratada por meio do computador *HAL 9000*, o grande vilão do filme.

Em *RoboCop*, o personagem principal é uma simbiose entre homem e máquina. O policial *Alex Murphy*, após ter seu corpo completamente estilhaçado a tiros de escopeta em uma emboscada, entra em coma, mas do seu corpo mutilado restou intacto o seu cérebro que é mesclado a uma vestimenta metálica computadorizada transformando *Murphy* em um ciborgue, um ser híbrido, uma mistura entre o homem e o computador. O cartaz do filme traz claramente essa ideia da simbiose: "Parte Homem, Parte Máquina...", diz o cartaz.

Alien, *Blade Runner* e *O Exterminador do Futuro* apresentam em suas tramas, androides e replicantes, nome este dado aos androides no universo de *Blade Runner*, filme baseado na obra *Androides Sonham com Ovelhas Elétricas?* do autor Philip K. Dick. Nestes filmes, os seres computadorizados apresentam aparência totalmente humana, convivendo e se misturando com a sociedade.

> [...] Robôs, androides, replicantes, ciborgues... Para o bem ou para o mal da humanidade, suscitando conflitos éticos e existenciais, a inteligência artificial pode ainda estar longe de ser realidade na ciência, mas há décadas domina as telas. Se os cientistas até agora fracassaram



> na tentativa de criar máquinas pensantes, uma penca de cineastas já brincou de ser Deus e deram vida a inesquecíveis seres de lata. (Croitor, 2005, p. 65)

Como cita Chiodi, pode ter havido um tempo em que robôs e ciborgues eram apenas assuntos da ficção científica, mas atualmente, mais do que nunca, são figuras que trouxeram a antiga controvérsia do humano x máquina a um debate muito mais concreto (Chiodi, 2017). Hoje em dia, estamos vivenciando por conta da utilização da tecnologia informática, uma era de imagens e corpos híbridos, que se torna muito evidente no cinema da atualidade. As imagens advindas da simbiose entre corpo e computador estão presentes nos filmes atuais, com destaque para os personagens digitais, imagens resultantes desta profícua mistura entre carne e *bit*.

Com o advento da tecnologia informática, alguns autores falam de uma nova antropologia, a antropologia digital ou cyberantropologia. Segundo Horst e Miller, o digital, assim como toda a cultura material está constituindo-se como parte do que nos faz humanos (Horst; Miller, 2016).

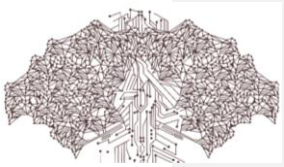
Da antropologia digital surgem vários conceitos e termos derivados como antropologia pós-humana, transhumanismo e antropologia do ciborgue. De acordo com Santaella, na passagem do século XX para o XXI, a reconfiguração do corpo humano na sua fusão tecnológica está criando a natureza híbrida de um organismo protético ciber (Santaella, 2003, p. 272).

> Desde a aurora dos tempos modernos, o homem se confronta com os fantasmas da técnica maquinística. O humanismo é uma forma de pensar que nasce e se expande assombrada pela visão do homem como máquina. *Metrópolis* (1926) e toda uma série de filmes que dele se origina dão sinal de um confronto secular que, agora, projeta-se de modo cada vez mais sensível e consciente em nossa civilização. (Rüdiger, 2008, p. 136)

As fantasias tecnológicas com suas imagens pós-humanas presentes na história do cinema vêm de encontro ao desejo do homem de se mesclar à máquina.

O psicólogo J. C. R. Licklider, nos anos 50, pensou em como poderia acontecer um "relacionamento simbiótico" entre homem e máquina, de modo que a parceria pudesse melhorar as nossas vidas, uma fusão harmônica de pessoa e máquina, realizando juntas uma tarefa (Norman, 2010, p. 22).

Norman fala do surgimento de um novo organismo, um híbrido de máquina e pessoa. O autor cita, como exemplo, a relação entre carro e motorista que deveria ser pensada como um sistema simbiótico, uma interação o mais natural possível como é o caso, por exemplo, do cavalo e do cavaleiro, que vem a ser um perfeito acasalamento simbiótico. No sentido usado por Licklider



meio século atrás, simbiose é uma fusão de dois componentes, humano e máquina, na qual a mistura é suave e frutífera, a resultante colaboração excedendo o que cada um é capaz de fazer sozinho (Norman, 2010, p. 26, 42, 44, 45 e 65).

> A esperança é que daqui a não muitos anos, cérebros humanos e computadores estarão tão bem casados uns com os outros, e que a resultante parceria pensará como nenhum cérebro humano jamais pensou. (Licklider, 1960 *apud* Norman, 2010)

Rosen cita que há níveis de hibridismo, por vezes implícito, por vezes explícito no registro da imagem digital e que esse hibridismo confunde a oposição inicial entre digital e indexical. O indexical seria visto sempre como o velho e o digital como o novo (Rosen, 2001, p. 303 e 314).

Em relação à criação de personagens digitais, o hibridismo que encontramos na construção dessas imagens confunde mais ainda essa oposição. De acordo com Ramos, é um grande erro negar o caráter analógico da imagem digital (Ramos, 1994 *apud* Suppia e Queiroz, 2017). Essa condição analógica está presente na construção dos personagens digitais do cinema, pois o corpo humano aparece como vestígio analógico dessa construção. A captura das características físicas e da performance dos atores para a criação dos personagens digitais confere-lhes essa condição híbrida aonde *bit* e carne se encontram.

> O desenvolvimento da tecnociência na contemporaneidade estabelece novos padrões de interação entre indivíduos e tecnologias, resultando novos arranjos sociopolíticos que ressaltam a importância do conceito de "hibridismo". A problemática trazida por esses novos arranjos, ao promover um profundo questionamento do estatuto moderno com suas rígidas oposições binárias, imprime desafios à metodologia clássica das Ciências Sociais, na medida em que emergem no/do contexto atual, novas exigências de interpretações/entendimentos das relações natureza-cultura, sujeito-objeto, tecnologia-sociedade. (Siqueira; Medeiros, 2017)

A temática de *Tron*, filme de 1982, foi revolucionária para a época, pois no início dos anos oitenta as pessoas não tinham acesso à tecnologia como hoje em dia. Termos e conceitos que vemos no filme, como a questão de *Flynn* invadir um computador como um *hacker*, a digitalização de seu corpo, a ideia de ciberespaço e as próprias palavras "programa" e "*bit*" eram assuntos totalmente novos para o público daquele tempo. Vinte e oito anos depois, na sequência do filme, em *Tron: O Legado* (2010), o ator Jeff Bridges, teve seu corpo realmente digitalizado para a criação de seu dublê digital. Graças à evolução das técnicas de computação gráfica, a

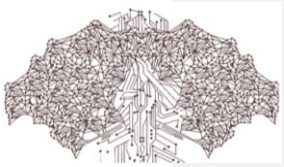


imagem de Bridges pôde ser manipulada e rejuvenescida. Seu dublê digital trazia de volta a aparência do Bridges dos anos 80, época do lançamento do primeiro filme. Seu duplo digital rejuvenescido é uma imagem híbrida, nascida das informações do corpo do ator e da linguagem binária da informática, de uma simbiose entre duas espécies diferentes, homem e máquina.

Um exemplo recente e bastante expressivo dessa questão híbrida entre o corpo do ator e o computador é a construção do personagem *Rocket Raccoon* da franquia *Guardiões da Galáxia*. O personagem, um guaxinim alienígena, poderia ter sido construído inteiramente pelo computador, sem a necessidade da presença de um ator, mas os realizadores do filme preferiram utilizar um ator no *set* de filmagem, capturando a sua atuação enquanto ele interagia com os outros atores. Parece que o cinema faz questão desse mimetismo na construção dos seus personagens digitais. O corpo digital no cinema apresenta sempre uma referência analógica e indicial, no caso, as características físicas e performance dos atores. Ao mesmo tempo, há no corpo uma teimosia orgânica como cita Sibilia. De acordo com a autora, o corpo resiste à digitalização, recusando as tentativas de total submissão às modelagens desdobradas pela tecnologia informática, porém o sonho persiste neste imaginário, ou seja, a ideia de abandonar o corpo, ou pelo menos este corpo, para embrenhar-se em um universo de etérea perfeição digital, repleto de nuvens e avatares, que tem como matéria-prima a luz elétrica e se atreve a ignorar as limitações que constringem os corpos vivos (Sibilia, 2015, p. 95).

> Portanto, o corpo sai de si mesmo, adquire novas velocidades, conquista novos espaços. Verte-se no exterior e reverte a exterioridade técnica ou a alteridade biológica em subjetividade concreta. Ao se virtualizar, o corpo se multiplica. Criamos para nós mesmos organismos virtuais que enriquecem nosso universo sensível sem nos impor a dor. [...] A virtualização do corpo não é portanto uma desencarnação mas uma reinvenção, uma reencarnação, uma multiplicação, uma vetorização, uma heterogênese do humano. (Lévy, 1996, p. 33)

Esse hibridismo entre ator e computação gráfica avança de tal forma que com a crescente evolução das técnicas de informática, a indústria cinematográfica almeja em oferecer a tão sonhada imortalidade aos seus atores. Os seus avatares não conhecerão a velhice, não morrerão jamais. Todos os contratempos relacionados à materialidade do corpo não existirão para os seus duplos digitais. Mediante isso, a indústria cinematográfica continuaria lucrando com as imagens ressuscitadas dos seus atores. No filme *O Congresso Futurista* (2013), o diretor Ari Folman aborda esta problemática ao contar a história de uma atriz, Robin Wright que no caso interpreta uma versão de si mesma no filme. A atriz aceita que seu corpo seja digitalizado para que seu avatar numérico possa ser utilizado em numerosas produções no futuro.

Um dos mais recentes e impressionantes trabalhos envolvendo a ressurreição digital de um ator é a propaganda de chocolates *Galaxy*, que utilizou a imagem da atriz Audrey Hepburn. A empresa *Framestore*, reconhecida por seus trabalhos em efeitos visuais para o cinema, recriou a atriz por meio de técnicas de computação gráfica. No comercial, nota-se que eles conseguiram recriar de uma maneira que impressiona a expressão do olhar e a maneira de sorrir de Hepburn.

No cinema podemos citar alguns exemplos de celebridades falecidas recriadas digitalmente: Oliver Reed para o filme *Gladiador* (2000), Marlon Brando para *Superman: O Retorno* (2006), Peter Cushing para *Rogue One* (2016) e Paul Walker, uma das estrelas da franquia *Velozes e Furiosos*. Walker falecido em 2013 foi recriado digitalmente para o filme *Velozes e Furiosos 7*. Para dar veracidade à imagem de Walker, além das imagens do ator, a equipe de efeitos visuais utilizou como dublês de corpo os próprios irmãos de Walker.

Segundo Tadeu, há uma promiscuidade entre o homem e o computador. Sendo que uma das características mais notáveis da nossa era é a indecente interpenetração, o promíscuo acoplamento entre o ser humano e a máquina. Essa promiscuidade generalizada se traduz em uma inextricável confusão entre ciência e política, entre tecnologia e sociedade, entre natureza e cultura (Haraway; Kunzru; Tadeu, 2009, p. 11). Mediante a questão da simbiose do corpo com o computador, vemos também uma ressignificação do corpo humano e uma ressignificação do ser humano. Desta mistura entre humano e máquina, uma nova espécie surge, um ser híbrido que apresenta um corpo mutável e reconfigurável que não está mais coagido à natureza biológica.

O termo ciborgue, entendido de forma mais ampla, vem também de encontro ao modo como as informações do corpo do ator são transformadas em linguagem binária. O ator se transforma em um ciborgue para a criação do personagem digital, pois se mescla à máquina durante o processo de captura de performance. Portanto, além do personagem digital híbrido, imagem resultante da simbiose do corpo do ator com a informação binária, podemos observar que o próprio ator se transforma em um ser híbrido durante as filmagens.

A produção dos personagens robôs *C3PO* e *K-2SO*, personagens da mitologia *Star Wars* é um exemplo de como essa relação simbiótica entre humano e computador afeta a produção dos filmes. O ator Anthony Daniels, intérprete de *C3PO* veste o traje do robô há quatro décadas, desde o primeiro filme da franquia, *Star Wars: Uma Nova Esperança* (1977). Daniels utiliza um traje metálico que se divide em várias partes, o que limita os seus movimentos. “O último robô humano” cita Kachka em uma matéria sobre o trabalho de Daniels (Kachka, 2017). Já o ator Alan Tudyk vestiu apenas um traje para a captura

de movimentos pelo computador, objetivando a criação do personagem digital *K-2SO*, do filme *Rogue One: Uma história Star Wars* (2016), o que facilitou enormemente a criação deste personagem, não se limitando ao corpo do ator e expandindo, portanto, as possibilidades em relação a criação do personagem.

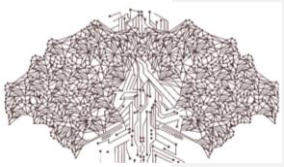
O corpo escapa de suas fronteiras mediante a simbiose com a máquina. Em *O Expresso Polar* (2004), por exemplo, filme de Robert Zemeckis, o corpo do ator Tom Hanks é resignificado à exaustão. Este filme foi um dos primeiros a utilizar a técnica de captura de movimentos neste nível. Seu corpo digitalizado deu origem a seis personagens digitais ao mesmo tempo: o garoto, o pai do garoto, o condutor do trem, o andarilho, Scrooge e Papai Noel. Como cita Domingues, estamos apenas no início da era pós-biológica, da condição humana ampliada pelos efeitos das tecnologias (Domingues, 2016).

Etienne-Jules Marey utilizou a fotografia para analisar o movimento humano e de animais por meio de imagens instantâneas. Podemos dizer que seu trabalho foi precursor da técnica de captura de performance que a indústria cinematográfica utiliza atualmente. Seus modelos humanos vestiam trajes pretos com faixas brancas e listras metálicas que salientavam o movimento. Algo bastante próximo das roupas utilizadas hoje em dia pelos atores para a captura de performance no processo de criação de personagens digitais. Como cita Gunning, Marey não eliminou da imagem sua relação indexical com o referente, o que é mais uma indicação que indexical e digital não precisam ser opostos (Gunning, 2017).

De acordo com Poster, uma interface está entre o humano e o maquínico, uma espécie de membrana, dividindo e ao mesmo tempo conectando dois mundos que estão alheios, mas também dependentes um do outro. A interface pode derivar suas características mais da máquina ou mais do humano ou de um equilíbrio entre ambos (Poster, 1995 *apud* Santaella, 2003, p. 91).

Para Rosen, é comum que os teóricos tratem a indexicalidade como a diferença de definição do digital. No entanto, as informações e imagens digitais podem ter origens indexadas. O autor cita ainda que a busca pelo mimetismo digital tem sido o lugar das forças motrizes da história das imagens digitais (Rosen, 2001, p. 314).

A franquia *Planeta dos Macacos*, iniciada com o filme *Planeta dos Macacos: A Origem* (2011) traz um dos personagens digitais mais interessantes destes últimos anos: o macaco *César*. Por meio da técnica de captura de performance, as expressões faciais e o desempenho do ator



foram mesclados com a linguagem da tecnologia informática resultando em *César*, um personagem digital que é um híbrido entre a carne e o *bit*.

Esse personagem vem se tornando, a cada novo filme da franquia, uma interessante simbiose entre o ator Andy Serkis e a computação gráfica. Segundo Hiatt, o personagem *César*, com exceção de *Jar Jar Binks*, da saga *Star Wars* e de *Gollum* da trilogia *O Senhor dos Anéis*, foi o primeiro personagem digital que parecia estar realmente "vivo" ao lado de atores humanos. "[...] um macaco majoritariamente mudo, criado por computação gráfica, cujos anseios e conflitos são capazes de arrancar lágrimas." (Hiatt, 2015).

Serkis ficou conhecido mundialmente por emprestar sua performance a outros personagens igualmente famosos como o *Gollum (O Senhor dos Anéis)* e *King-Kong* (2005). De acordo com Risi, apesar de não ser exatamente humano, *Gollum* se destaca por ser, ainda hoje, uma das experiências conceitualmente mais próximas da simulação de um ser humano através da computação gráfica no cinema *live-action*. O pesquisador analisa o personagem digital nos níveis diegético, imagético e tecnológico. De acordo com o autor, em relação ao nível tecnológico, as inovações na área da computação gráfica que surgiram durante o processo de criação do personagem, revelam claramente como o desenvolvimento da tecnologia é um fator essencial no planejamento das características que conferem credibilidade ao ator digital. (Risi, 2017).

Os filmes *Piratas do Caribe: O Baú da Morte* (2006), *O Curioso Caso de Benjamin Button* (2008) e *Avatar* (2009) apresentam também personagens digitais híbridos que se destacam.

No ano de 2006 com *Piratas do Caribe: O Baú da Morte* temos o personagem *Davy Jones*. A performance do ator Bill Nighy, que está por trás do personagem, foi capturada utilizando a tecnologia chamada de *Imocap* que permite que de uma única imagem bidimensional possa ser extraída a atuação tridimensional do ator, transformando-a em animação e colocando-a de volta na mesma cena.

Em *O Curioso Caso de Benjamin Button* (2008), o filme conta a história de um homem que nasceu velho e vai ficando jovem. O maior obstáculo encontrado durante vários anos para a realização do filme foi o fato de não se encontrar uma forma de levar para as telas com credibilidade a transformação do personagem principal. Somente com o avanço da tecnologia computacional isso foi possível.

Em *Avatar*, praticamente todo o filme foi realizado utilizando-se a técnica de captura de performance. As palavras híbrido e avatar vão de encontro à maneira como foi realizado o filme. Graças ao avanço da tecnologia informática, pôde-se fazer com que os corpos digitalizados dos atores fossem levados às telas do cinema e transmutados completamente para outra forma. Dos corpos digitalizados, criaram-se, portanto seus avatares. Esses avatares digitais são seres híbridos, pois carregam também toda a informação da performance corporal e das expressões faciais dos atores. De acordo com Santaella, "com as tecnologias digitais teleinformáticas, deu-se outro grande salto na constituição dos corpos: a hibridização dos corpos carnais com os corpos sintéticos que permitem a navegação e a ação remota em ambientes virtuais, bem como o envolvimento de todo o *sensorium* humano em mundos tridimensionais" (Santaella, 2003, p. 301).

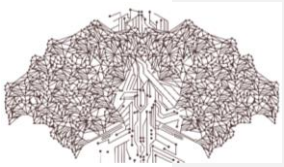
A forma híbrida como são criados os personagens digitais revela a não oposição entre indexical e digital. Na imagem resultante do hibridismo entre o corpo e a linguagem binária do computador, o índice não é o antigo, nem o digital o novo.

> Arte dos modelos de simulação, sem dúvida, a arte numérica é, antes de tudo, uma arte da Hibridação. Hibridação entre as próprias formas constituintes da imagem sempre em processo, entre dois estados possíveis, diamórficos, meta-estáveis, autogerados. Hibridação entre todas as imagens, inclusive as imagens óticas, a pintura, o desenho, a foto, o cinema e a televisão, a partir do momento em que se encontram numerizadas. [...] Hibridação ainda entre o universo simbólico dos modelos, feito de linguagem e de números, e o universo instrumental dos utensílios, das técnicas, entre *logos e techné*. [...] Desta forma, a ordem numérica torna *possível* uma hibridação quase orgânica das formas visuais e sonoras, do texto e da imagem, das artes, das linguagens, dos saberes instrumentais, dos modos de pensamento e de percepção. Esse possível não é forçosamente provável: tudo depende da maneira pela qual especialmente os artistas farão com que as tais tecnologias se curvem a seus sonhos. (Parente, 1993, p. 46-47)

Referências bibliográficas

BEAU, Frank; DUBOIS, Philippe; LEBLANC, Gérard. (Org.). **Cinéma et dernières technologies.** Bruxelas: De Boeck Université, 1998.

BOURASSA, Renée; POISSANT, Louise. **Avatars, personnages et acteurs virtuels.** Québec: Presses de l'Université du Québec, 2013. (Coll.: Esthétique).



CHIODI, Vitor França Netto. **Robôs e ciborgues pensando materialidade e diferença: uma reflexão política sobre Star Wars e Terminator.** Disponível em: < http://www.30rba.abant.org.br/arquivo/downloadpublic?q=YToyOntzOjY6InBhcmFtcyI7czozNToiYToxOntzOjEwOiJJRF9BUlFVSVZPIjtzOjQ6IjMwNTIiO30iO3M6MToiaCI7czozMjoiMGFkNTc2OTY3OTkxNWYyZWQ5YWVjYTkxMWFhMjcyZmEiO30%3D>. Acesso em: 20 jul. 2017.

COSTA, Flávia Cesarino. **O primeiro cinema: espetáculo, narração, domesticação.** Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

COUCHOT, Edmond. **La technologie dans l'art. De la photografie à la réalité virtuelle.** Nîmes: Éditions Jacqueline Chambon, 1998.

CROITOR, Cláudia. "Inteligência Artificial" *In:* **O Super livro dos filmes de ficção científica.** São Paulo: Editora Abril, 2005. (Coleção Cinemão; v.1).

DOMINGUES, Diana Maria Gallicchio. **Ciberespaço e rituais: tecnologia, antropologia e criatividade.** Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100008>. Acesso em: 02 jun. 2016.

GUNNING, Tom. **Qual a intenção de um índice? Ou, falsificando fotografias.** Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/1189/1130>. Acesso em 23 jul. 2017

HARAWAY, Donna; KUNZRU, Hari; TADEU, Tomaz (Org.) **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

HIATT, Brian. **Como Andy Serkis se transformou no rei das atuações "pós-humanas".** Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/noticia/como-andy-serkis-se-transformou-no-rei-das-atuacoes-digitais>. Acesso em: 20 mar. 2015.

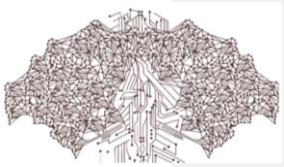
HORST, Heather A.; MILLER, Daniel. **O digital e o humano: prospecto para uma antropologia digital.** Disponível em: < http://www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/334/352>. Acesso em: 15 maio 2016.

KACHKA, Boris. **The last human robot.** Disponível em: <http://www.vulture.com/2015/12/anthony-daniels-c-3po-c-v-r.html>. Acesso em: 26 fev. 2017.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996. (Coleção Trans).

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas.** Campinas: Papirus, 1997. (Coleção Campo Imagético).

_____. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.



MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade.** Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123/239>. *Acesso em: 27 jun. 2017.*

MEDEIROS, Márcio Felipe Salles; SIQUEIRA, Holgonsi Soares Gonçalves. **Tecnologias híbridas e as ciências sociais: questionando divisões e fragmentações.** Disponível em: <http://www.academia.edu/8341899/Tecnologias_H%C3%ADbridas_e_as_Ci%C3%AAncias_Sociais_questionando_divis%C3%B5es_e_fragmenta%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 28 ago. 2017.

MORIN, Edgar. **Le cinema ou l'homme imaginaire.** Paris: Éditions de Minuit, 1965.

NORMAN, Donald A. **O design do futuro.** Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

PARENTE, André. (Org.). **Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

QUEIROZ, João; SUPPIA, Alfredo. **Indexicalidade da imagem no cinema digital.** Disponível em: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/231>. Acesso em: 15 jul. 2017.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. ***Comunicação e imaginário nos contos do cinema contemporâneo: uma estética em transição.*** Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/119>. *Acesso em: 29 maio 2017.*

RISI, Daniel. ***Gollum: um estudo de caso.*** *Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/12251/12251_5.PDF>. Acesso em: 25 jul. 2017.*

ROSEN, Philip. **Change Mummified: Cinema, Historicity, Theory.** Minnesota: University of Minnesota Press, 2001.

RÜDIGER, Francisco. **Cibercultura e pós-humanismo: exercícios de arqueologia e criticismo.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia.** São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico: a alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

VALLÉE, Réjane Hamus-. **Les effets spéciaux.** Paris: Cahiers du Cinéma, 2004. (Coll.: Les petits Cahiers).

_____. Le morphing. *In:* BEAU, Frank; DUBOIS, Philippe; LEBLANC, Gérard. (Org.). **Cinéma et dernières technologies.** Bruxelas: De Boeck Université, 1998, p. 207-223.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

O CASO HATSUNE MIKU: REFLEXÕES SOBRE A RELAÇÃO HOMEM-ÍDOLO VIRTUAL[1]

Giovanna Di Bella Sandini [2]; Isabela Bambace Caraccio [3]; Isabela Dib Azank [4]; Olivia Araujo Leitão[5]; Walter Luiz Tailor Azuirson Morais[6]; Rosilene Moraes Alves Marcelino[7]

Neste estudo atentamos para uma fração da cultura oriental. Mais especificamente, nos propormos a observar a cultura japonesa. Em termos de delimitação vamos observar os chamados ídolos virtuais. Antes disso vamos apresentar o contexto histórico e, a seguir, os conceitos gravitantes em torno do assunto. O lastro de nossa investigação rege-se pela pergunta: como se dá a relação dos sujeitos com os ídolos virtuais? Desse modo, aqui objetivamos compreender a relação homem-ídolo virtual em meio a cibercultura. Para o desenvolvimento deste artigo recorremos a duas operações metodológicas: as pesquisas bibliográfica, documental e descritiva. Para a primeira etapa recorremos autores como Beatriz Yumi Aoki, Linh K. Le, que trazem luz a conceitos como cultura otaku, cultura doujin, ídolos virtuais e o Vocaloid. Para a fase documental incursionamos pelo trecho do documentário 2111 do canal Discovery Chanel que aborda a Hatsune Miku. Para o terceiro momento pretendemos descrever os sentidos oferecidos por esse documentário em torno do ídolo e sujeitos.

---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 20: Influenciadores, blogueiros, YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: enriconf@uol.com.br

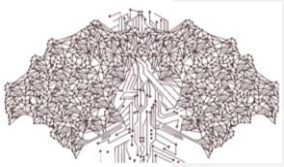
3 . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: liatmandelmann@gmail.com

4 . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: marinaribeiroc@gmail.com

5 . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: marinaribeiroc@gmail.com

6 . Estudante de graduação do 1º semestre de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: marinaribeiroc@gmail.com

7 . Professora da ESPM-SP. Orientadora do artigo. Doutoranda em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP) E-mail: rosilene@espm.br e rosilene.marcelino@outlook.com

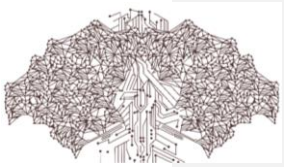


Vamos abordar a cultura de otaku e suas questões históricas pós Segunda Guerra Mundial. Antes de avançarmos, julgamos oportuno esclarecer o que entendemos por cultura otaku. O termo otaku refere-se a uma subcultura já enraizada na sociedade e não consiste na dificuldade de distinguir a ficção da realidade e sim na preferência do mundo imaginário (AOKI, 2017). As principais características dessa cultura são compostas pelo (a) desejo do distanciamento de outras pessoas e (b) a busca por enclausuramento em seus espaços próprios, como suas casas, por exemplo. E assim, "preferindo à companhia dos humanos, que não fazem esforço algum para compreendê-los, o grupo mais confiável dos personagens de histórias em quadrinhos, de desenhos animados ou das inacessíveis vedetes da telinha" (BARRAL *apud* AOKI, 2017). Em termos históricos, a cultura otaku tem a geração de japoneses nascida no final dos anos 1950 e início dos anos 1960 como principais protagonistas, sendo assim, não são mais universitários e recém-formados e sim adultos em cargos altos, com posições de responsabilidade (AZUMA *apud* AOKI, 2017).

Podemos observar que os otakus alçam popularidade com o lançamento do filme de animação *Akira* (1988) e *Ghost in the Shell* (1995) quando a qualidade das produções passa a ser mundialmente reconhecida assim como seus produtos culturais, como animê, vídeos e jogos de computador. Além disso, a indústria de jogos para computador também se encontrava dominada por três empresas japonesas: Nintendo, Sega e Sony, com jogos como Super Mario Brothers, Sonic e Pokémon, trazendo ainda mais atenção para o mercado consumidor e produtor do Japão (AOKI, 2017).

Quando olhamos para o universo otaku também observamos uma fração denominada doujin culture. Essa cultura consiste em trabalhos auto publicados que são originais ou derivados sendo conhecido como cultura de fã para fã. Os elementos caros dessa cultura aparecem na literatura, softwares, musica, e em especial na indústria de animes e mangas.

É importante pontuar que em meio a complexidade da cultura otaku vamos nos dedicar a questão dos ídolos virtuais. Por ídolos virtuais entende-se um personagem que só existe em sua forma digital, sendo assim, o fã possui a capacidade de controla-lo e depositar nele suas expectativas, visto que este não pode decepciona-lo. Além disso, o consumidor mantém uma promessa de uma relação mais intima e do que seria possível com um ídolo da realidade objetiva, tendo em vista que o personagem virtual estará sempre a disposição. Os ídolos virtuais surgem em 1996 por um romance de William Gibson nomeado *Idoru*. A trama conta sobre um personagem principal, Rez, que quer se casar com Rei Toei, uma personagem virtual. A novela abriu caminho para a criação de Kyoko Date (1996) e Yuki Terai (1997), os primeiros ídolos virtuais (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).



Hatsume Miku é uma personagem inicialmente criada pela empresa Crypton Futuru Media, com a função de ilustrar a embalagem de um de vocaloid, foftuer que permite aos usuários criarem músicas usando de fonemas gravados por cantores reais. O ídolo virtual tomou proporções de popularidade não previstos pelos seus criadores, uma vez que o mesmo se passou para outras plataformas midiáticas: na TV; mídia impressa; diversas campanhas publicitárias, não mas relacionada especificamente a Crypyon Future, e principalmente na internet, em se encontra sua grande massa de fãs e produtores de conteúdo.

A personagem ganhou espaço no mundo físico através de shows por meios de hologramas, os quais tiveram início em 2009, seu primeiro show teve um público de 25 mil pessoas. Hatsune Miku fez em 2016 sua maior turnê até o momento, passando por países da América do Norte e da Ásia.

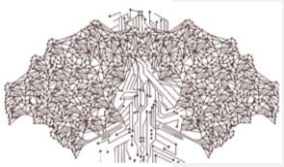
Miku também apresente uma grande influência no mercado consumidor, participando eficientemente de campanhas publicitárias, em 2013 empresas como a Toyota Corolla e a pizzaria Domino's usaram a personagem nas suas campanhas obtendo resultados positivos, o que caracteriza o poder influenciador de consumo atrelado ao personagem.

A personagem virtual também caracteriza um marco entre as diferenças culturais entre ocidente e oriente. Enquanto no ocidente a ideia de amor entre ser humanos e personagem é ridicularizado, no Japão essa ideia apesar de nova e de também apresentar suas relatividades, não é descrita imediatamente como bizarro ou não natural. Hatsune Miku foi criada pelo artista popular KEI que para a criação se baseou nos padrões de beleza japoneses. (WICOFF, 2013)

Apesar de ter sido lançada em 2007 pela Crypton Future Media, como uma sintetizadora vocal, a artista Hatsune Miku tem sua origem em 2003, quando Hideki Kenmochi, uma pesquisadora da Universidade Pompeu Fabra, na Espanha, patrocinada pela marca Yamaha, desenvolveu um software que permitia que qualquer usuário possa criar suas próprias músicas de acordo com suas preferências de ritmos e melodias. Posteriormente, essa tecnologia seria denominada de "Vocaloid".

Assim, iniciou-se o percurso que mais tarde seria responsável pelo fenômeno que é o sucesso da projeção holográfica da menina de 16 anos, Hatsune Miku. O Vocaloid, se encaixou perfeitamente no mercado tecnológico ao possibilitar para todos a chance de comporem para uma cantora profissional e terem a possibilidade de criar o seu próprio som.

Com o passar do tempo e com o avanço tecnológico, o software se desenvolveu e assim surgiram, além do Vocaloid 1 (V1), a versão Vocaloid 2 (V2), o Vocaloid 3 (V3) e a mais recente que é a do Vocaloid 4 (V4).



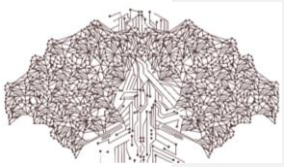
A primeira versão do produto foi lançada em 2003 e chegou a levar o prêmio da Electronic Musician Editor's Choice Award em 2005 com as vozes de Leon e Lola. Em 2007 o Vocaloid 2 foi lancado e mostrou que havia sido completamente recriado, tendo sido adicionados a essas diversas novas funções. Já no caso do Vocaloid 3, lançado em 2011, apresentou novas capacidades técnicas como a possibilidade de cantar em coreano e muitos outros idiomas como espanhol, catalão e chinês, além da inclusão do "Vocalistener", software que permite a criação de vozes sintetizadas naturais. Por último o Vocaloid 4 (2014) trouxe novos bancos de vozes, incluindo um novo banco em inglês para Hatsune Miku.

Para tornamos tangível nossa problematização homem-imagens escolhemos o programa 2111 do Discovery Channel que demonstra a forte influência que a celebridade virtual Hatsune Miku possui no mundo real. A matéria traz luz para o fenômeno que é um holograma conseguir se tornar um sucesso tão grande, capaz de lotar concertos e enlouquecer seus fãs ao aparecer projetada em um palco. A personagem, que nasceu para ser um anime e desempenhar um sintetizador de voz denominado Vocaloid, alcançou uma fama muito maior do que seus criadores poderiam esperar e demonstrou que as projeções holográficas podem revolucionar o futuro do entretenimento. Além disso, o conteúdo do programa ressalta como o fácil acesso a ferramenta do Vocaloid ajuda a aproximar os fãs ao artista, nesse caso, a própria Hatsune Miku, ao possibilitar, por exemplo, que esses criem as músicas que poderão ser cantadas pela pop idol.

Outro aspecto relevante ao analisar a pop idol Hatsune Miku é a compreensão de que para cultura japonesa, diferentemente da cultura ocidental, o entretenimento por mangas e animes é comum pela população adulta. Assim, explica-se a popularidade de Hatsune Miku em sites como Pixiv, um site popular japonês em que artistas postam seus trabalhos, e Hatsune Miku muitas vezes é retratada de forma pornográfica e provocativa. Sendo assim, podemos analisar que o público consumidor desse material tem Hatsune Miku como modelo de beleza e atração (WICOFF, 2013)

Hatsune Miku é um fenômeno do século XXI e demonstra o espaço ganho pela realidade virtual no mundo palpável. Além disso, a personagem traz consigo uma nova forma de se compreender o entretenimento ao demonstrar o fortalecimento que a cultura tecnológica obteve ao longo dos últimos anos. Assim, Hatsune Miku é a prova de que o papel dos espaços virtuais ocupa cada vez mais espaço e importância diante da humanidade, que deverá aprender a se relacionar com essa nova forma de ver o mundo.

Palavras-chave: otaku; ídolo virtual; hatsune miku; Vocaloid; inteligência das coisas.



Neste artigo nos propormos a estudar a cultura oriental, mais especificamente a cultura japonesa. Atentamos nosso estudo para observar uma fração denominada ídolos virtuais. Para iniciar nosso estudo vamos apresentar o contexto histórico e, a seguir, os conceitos gravitantes em torno do assunto. O objetivo da nossa investigação é analisar a pergunta: como se dá a relação dos sujeitos com os ídolos virtuais? Assim, aqui buscamos compreender a relação homem-ídolo virtual em meio a cibercultura. Para o desenvolvimento deste artigo recorremos a duas operações metodológicas: as pesquisas bibliográfica, documental e descritiva. Para a primeira etapa recorremos autores como Beatriz Yumi Aoki, Linh K. Le, que trazem luz a conceitos como cultura otaku, cultura doujin, ídolos virtuais e o Vocaloid. Para a fase documental incursionamos pelo trecho do documentário 2111 do canal Discovery Chanel que aborda a Hatsune Miku. Para o terceiro momento pretendemos descrever os sentidos oferecidos por esse documentário em torno do ídolo e sujeitos.

Vivemos em um tempo no qual a produção, o consumo e a interação com o virtual faz parte de nosso cotidiano, o modo com que lidamos com esse cenário em que nos encontramos afeta diretamente sua compreensão sobre nós e nossa relação com as pessoas e o mundo a nossa volta. Segundo Quéau "penetramos e nos mesclamos às imagens, que passam a configurar mundos e mudar nossas concepções sobre o que era entendido como realidade" possibilitando a escolha de aspectos mais favoráveis a uma concepção de realidade na qual o indivíduo se sinta confortável com sua existência.

O desenvolvimento das comunidades virtuais pode ultrapassar as barreiras entre as categorias psicológicas habituais e os tipos de relação que temos com o outro (QUÉAU, 1995).Essa ideia de interação entre o mundo real e virtual fica mais clara quando tomamos como exemplo o uso de avatares, os quais tem como função ser uma representação do indivíduo no virtual , como um perfil no Facebook, o qual se torna um meio apropriado para formas mais intensas de relação com essas virtualidade, uma vez que a interação emocional entre as pessoas pode ocorrer nesse meio. A ascensão dos ídolos virtuais faz parte desse mesmo contexto, porem um há uma inversão na projeção do ser, ou seja, ocorre uma expressão virtual no mundo real sem que a mesma esteja presa ao papel de representar um indivíduo do mundo físico.

A grande diferença entre as duas realidades esta explicita na fluidez de cada uma, já que na realidade objetiva individuo está preso a regras e leis, tanto físicas quanto socioculturais, que resignam o comportamento de cada um de nós. Em quanto a realidade virtual se presenta moldável as vontades de seu criador ou usuário, além de possibilitar e coexistência de diversos mundos sem que haja atristo entre eles. A realidade é considerada, nesse sentido, algo inefável, que nos resiste e independe de nós. O virtual, por outro lado, seria o que não nos resiste, e que, fluido, se molda

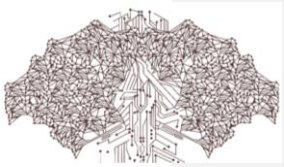
de acordo com nossa vontade (QUÉAU, 1995). Podemos atribuir a essa fluidez dentro do mundo virtual, uma preferência em relação ao mundo tangível, o qual se mostra inflexível e pontiagudo perante as tentativas de mudanças nas inadequações das instituições sociais as vontades dos indivíduos. Logo a escolha por uma imersão no mundo virtual é vista como um tipo de fuga da realidade em que se encontra

A fragilidade emocional do ser humano encontra proteção na aproximação da espécie com o virtual, já que ao facilitar a comunicação entre as pessoas, torna essa mesma passagem de informações e opiniões menos pessoais, uma vez que há um distanciamento entre o comunicador e o receptor da mensagem, marcado por não ter que lidar em tempo real com as consequências dessas interações.

A relação do homem contemporâneo com o virtual também pode ser vista pelo âmbito expressivo da ação humana, uma vez que a fluidez desse mundo permite a projeção do indivíduo nesse meio de forma mais detalhada do que seu ser objetivo, espelhando assim a imagem idealizada de si mesmo nas telas, e até mesmo a possibilidade de sua contribuição direta na construção de um ser ou uma realidade virtual compartilhada entre inúmeros produtores, tornando acessível a possibilidade que um produto final, moldado seja moldado por um criador tendo como objetivo final o agrado de uma maioria que compartilha desse ambiente, no qual todos tem poder efetivo, não na destruição, mas sim na criação e adaptação de representações que nos agrade.

A Segunda Guerra Mundial proporcionou um longo período de angustia e tensão e, com seu fim, os indivíduos passaram a valorizar o momento de calmaria que deram espaço ao desenvolvimento e valorização das individualidades. Esse cenário foi determinante para o surgimento da cultura otaku, que explica a notável influência de personalidades virtuais como Hatsune Miku. O termo otaku refere-se a uma cultura já enraizada na sociedade e não consiste na dificuldade de distinguir a ficção da realidade e sim na preferência do mundo imaginário (AOKI, 2017).

As principais características dessa cultura são compostas pelo (a) desejo do distanciamento de outras pessoas e (b) a busca por enclausuramento em seus espaços próprios, como suas casas, por exemplo. E assim, “preferindo à companhia dos humanos, que não fazem esforço algum para compreendê-los, o grupo mais confiável dos personagens de histórias em quadrinhos, de desenhos animados ou das inacessíveis vedetes da telinha” (BARRAL *apud* AOKI, 2017). Além disso, os indivíduos que participam da cultura otaku tem aversão ao sistema universitário, aos adultos e ao sistema como um todo e desde esse período, as características de introspecção, imaturidade, escapismo, e resistência a entrar na sociedade japonesa têm sido muito equiparados à juventude, à cultura jovem e ao mangá (KINSELLA *apud* AOKI, 2017).



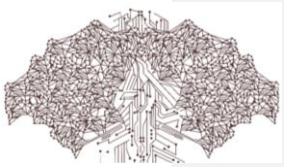
Em termos históricos, a cultura otaku tem a geração de japoneses nascida no final dos anos 1950 e início dos anos 1960 como principais protagonistas, sendo assim, não são mais universitários e recém-formados e sim adultos em cargos altos, com posições de responsabilidade (AZUMA *apud* AOKI, 2017). Inicialmente, a cultura otaku foi caracterizada como disseminadora do individualismo, interpretado como forma de imaturidade e infantilidade, e corrompido e originado da ausência de uma figura política paterna sólida na democracia pós-guerra, ao mesmo tempo em que era excessivamente mimada pelos pais (DOI *apud* KINSELLA *apud* AOKI, 2017).

Podemos observar que os otakus alcançam popularidade com o lançamento do filme de animação *Akira* (1988) e *Ghost in the Shell* (1995) quando a qualidade das produções passa a ser mundialmente reconhecida assim como seus produtos culturais, como animê, vídeos e jogos de computador. Além disso, a indústria de jogos para computador também se encontrava dominada por três empresas japonesas: Nintendo, Sega e Sony, com jogos como Super Mario Brothers, Sonic e Pokémon, trazendo ainda mais atenção para o mercado consumidor e produtor do Japão (AOKI, 2017).

Quando olhamos para o universo otaku também observamos uma fração denominada doujin culture. Essa cultura consiste em trabalhos auto publicados que são originais ou derivados sendo conhecido como cultura de fã para fã. Os elementos característicos da cultura aparecem na literatura, softwares, musica, e em especial na indústria de animes e mangas. É a cultura de fãs para fãs que determina o que se torna popular ou não na indústria de mangas e animes. Por isso, empresas japonesas costumam ter menos políticas de direitos autorais, para que os fãs popularizem o produto trazendo, assim, lucro para as organizações. Os fãs que produzem o conteúdo são conhecidos como dōjinshi e produzem materiais derivados ou não de narrativas ou personagens já existentes, publicações independentes feitas por indivíduos ou grupos amadores. (AOKI, 2016).

"Para Azuma (2009), uma de suas principais características seria a criação de trabalhos derivados, diferentes dos originais, que surgem a partir dos distintos modos de leitura de conteúdo. Esses trabalhos derivados seriam, segundo o autor, "releituras e reproduções de mangás, animês e jogos, vendidos em forma de fanzines (revistas alternativas produzidas por fãs), fan games (jogos produzidos por fãs), fan figures (bonecos produzidos por fãs), e similares" (p. 25), expostos e vendidos pela internet" (AOKI, 2016).

Outra fração importante da cultura otaku é o termo shinjirui que surge em 1985 a partir da mídia utilizado para descrever essa mesma juventude sem as preocupações e dificuldades enfrentadas logo após a guerra. Essa geração desenvolveu interesses cada vez mais particulares e restritos, e não só resistentes à entrada na sociedade como adultos, mas também alheios a qualquer



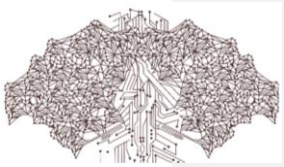
questão que não dissesse respeito a seus hobbies. “Um termo que implicava que o comportamento das pessoas jovens era tão diferente das gerações anteriores que eles poderiam até ser descritos como uma ‘nova raça’ humana” (KINSELLA *apud* AOKI, 2016).

A partir dos anos 1990, a percepção da figura do otaku e de seus produtos culturais, como animês, vídeos e jogos de computador japoneses, e a força desses campos de consumo e cultura tem maior crescimento da popularidade entre a cultura pop japonesa. Nos anos 2000, o impacto da cultura otaku ultrapassa fronteiras e passa a ter alcance global fazendo com que os otakus garantam reconhecimento como ultra consumidores e sua grande força criativa na indústria de conteúdo (AOKI, 2016).

É importante pontuar que em meio a complexidade da cultura otaku vamos nos dedicar a questão dos ídolos virtuais. Por ídolos virtuais entende-se um personagem que só existe em sua forma digital, sendo assim, o fã possui a capacidade de controla-lo e depositar nele suas expectativas, visto que este não pode decepciona-lo. Além disso, o consumidor mantém uma promessa de uma relação mais íntima e do que seria possível com um ídolo da realidade objetiva, tendo em vista que o personagem virtual estará sempre a disposição. Os ídolos virtuais surgem em 1996 por um romance de William Gibson nomeado *Idoru.* A trama conta sobre um personagem principal, Rez, que quer se casar com Rei Toei, uma personagem virtual. A novela abriu caminho para a criação de Kyoko Date (1996) e Yuki Terai (1997), os primeiros ídolos virtuais (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).

Como um expoente da relação do homem com o meio virtual, temos a criação e posterior sucesso dos ídolos virtuais. O ídolo virtual, uma celebridade da mídia criada pelo computador, é uma figura representativa de um meio cultural em que os arranjos de dados parecem intercambiáveis com a materialidade física (BLACK *apud* AOKI, 2016). A concepção dessa categoria de ídolo não humano nasce inicialmente no gênero literário em 1996 por um romance de William Gibson nomeado *Idoru.* A trama conta sobre um personagem principal, Rez, que quer se casar com Rei Toei, uma personagem virtual. A novela abriu caminho para a criação de Kyoko Date (1996) e Yuki Terai (1997), os primeiros ídolos virtuais (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).

É possível relacionar a existência do ídolo virtual a separação da imagem idolatrada com a representação de um indivíduo humano, como uma extensão do que é feito com personalidades famosas, independente do motivo pelo qual a pessoas tenha alcançado esse status de fama, em que imagem concebida pela mídia, e consequentemente pelos fãs, tem como base a expressão do que aquele indivíduo representa e não de quem ele objetivamente é, já que a grande maioria que



o admira muitas vezes nem mesmo obrigatoriamente o viu em outro lugar que não fosse através de uma tela.

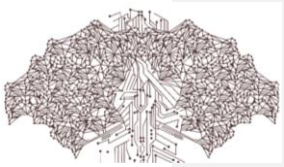
O apego gerado entre os fãs desse gênero se deve a intimidade que é possibilitada entre um fã e seu ídolo devido ao fato deste ser virtual, e por consequência moldável aos anseios de seus admiradores, uma vez que os mesmos que contemplam também produzem a imagem de seu ídolo. A acessibilidade de todos os adoradores ao ser real dessa idolatria torna nessa relação mais direta entre as duas partes no caso do ídolo virtual, pois é existente a possibilidade de uma resposta imediata do ídolo as implicações necessárias a construção de uma imagem, que no caso é o ser admirado em si, a qual agrade mais toda uma massa ou alguém individualmente.

A viabilidade dessa moldagem feita pelos fãs, ou até mesmo por uma organização que visa a popularidade do ídolo é atrativo, já que impede, ou no mínimo diminui, falhas em dar sequência a uma imagem construída, como as que estão sujeitas a acontecer com ídolos humanos, os quais, embora tenham suas ações roteirizadas visando a preservação de sua fama, podem mudar seu jeito de agir ou pensar com conta própria, o que pode não agradar aos entusiastas da imagem atrelada a essa personalidade.

Ídolos virtuais estão crescendo cada vez mais. No Japão são super comuns e eles tem milhares de fãs que os seguem e vão à shows. Esse sentimento aumenta nos dias de hoje, onde pessoas estão preferindo se relacionar com o virtual do que o real. Existe uma ideia de que o ídolo virtual não decepcionará seus fãs, ele não passa pelas mudanças com o tempo, ou seja, nunca mudará sua aparência, e de certo modo quem os comanda são os fãs que podem criar as músicas e com isso existe uma maior proximidade. São considerados perfeitos e para os fãs não há a discussão se eles são reais ou não.

Com o progresso da civilização humana tivemos avanços tecnológicos que começaram a tornar mais difícil visualizar a separação do homem e da máquina. A inteligência artificial e robótica está redefinindo a relação dos dois. Cada vez mais pessoas são substituídas em seus trabalhos por máquinas por serem mais eficientes e baratas a longo prazo. Porém muitos trabalhos são considerados restritos ao ser humano, por exemplo, o cantor. Graças ao sintetizador a música de toda uma orquestra pode ser produzida por ele, mas não a voz humana. Isso até 2004. (WICOFF, 2013)

Neste ano a Yamaha Corporation lançou o seu revolucionário software sintetizador vocal, o Vocaloid. Este software utiliza um banco de dados de vozes gravadas por humanos. É como se o humano fosse necessário para fazer o mínimo, dando muito mais espaço para a máquina. (WICOFF, 2013)



O mais novo software foi o Sapporo-based equipment musical importer, Crypton Future Media. O primeiro Vocaloid teve como resultado uma voz robótica. Com isso a Yamaha lançou o Vocaloid2 uma plataforma que teve resultado satisfatório. Em 2007 a Crypton colocou no mercado o que se tornaria o banco de dados com maior visibilidade já existente com apenas uma personagem, chamada Hatsune Miku. (WICOFF, 2013)

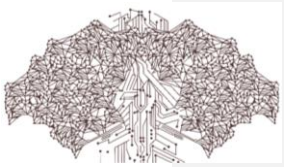
Essa personagem é uma menina jovem no estilo de desenho japonês, com cabelos azuis e cumpridos que atinge notas musicais incapazes de serem feitas por um humano. Ela (o holograma) se apresenta em shows que são um grande sucesso. Lugares lotados de pessoas de diversas idades. (WICOFF, 2013). Por toda a sua fama, a personagem se tornou o rosto da marca e também fez propaganda de outras como a pizza Domino's, o novo Toyota Corolla, jogo de Playstation (WICOFF, 2013).

Com o tempo o software Vocaloid foi se transformando e melhorando. O primeiro foi o Vocaloid 1: os personagens virtuais Leon e Lola foram criados na Inglaterra pelo Zero-G Limited. Os criados para ser backup de cantores como Justin Timberlake e Jay-Z (WERDE *apud* LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).

Em 2004 a Crypton Future Media (CFM), companhia japonesa, lançou Meiko e Kaito em 2006. Para se diferenciar da Zero-G Limited a CFM adicionou um personagem ilustrado para dar um rosto ao software. O personagem feminino vendeu muito mais do que o masculino e isso influenciou a decisão para a nova geração de Vocaloid.

Depois veio o Vocaloid 2: lançada em 2007 pela Yamaha, a CFM criou os personagens baseados na maior popularidade de personagens femininas e a importância do marketing com a ilustração do personagem. Hatsune Miku foi lançada em 31 de agosto de 2007 e é o ídolo virtual mais popular até os dias de hoje.

Com base no que a Hatsune Miku representa e significa para seus fãs, a ídola virtual tem o poder de influencia-los quando utilizada na publicidade de algum produto e até na aparência dos indivíduos, pois podem tentar se aparentar com ela. A personagem já foi o grande ícone do carro Toyota Corolla e que junto vinham brindes como um holograma dela no carro, ingressos para um show, fazendo com que o comprador se sinta mais próximo da Hatsune Miku. Ela também já apareceu em publicidade da famosa pizzaria Domino's, que junto da pizza, baixando um aplicativo era possível interagir com a personagem tirando uma foto através dele e assim a ídola aparecia na foto, novamente aproximando os seus fãs do ícone quando ele é utilizado em produtos. (WICOFF, 2013)



É muito comum ídolos aparecem na publicidade de diversos produtos e trazerem um sentimento de aproximação dos fãs quando isso ocorre. Esse caso não foge disso, mas traz um diferencial, por ser um personagem holográfico, já que sua aproximação no aspecto real não é possível. A partir do momento que existe uma maneira para tal aproximação com certeza será de sucesso (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal, 2014)

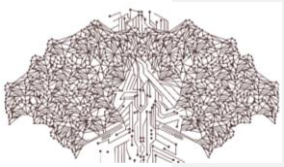
Sabe se que as mulheres sofrem pressões na sociedade para seguirem padrões de beleza há muito tempo e com a Hatsune isso acabou piorando no Japão. Homens se apaixonaram e passaram a desejar cada vez mais mulheres que se parecem com a ídola virtual, já que ela segue o padrão de mulher ideal, ou até preferindo se relacionar mais com o virtual e menos com o real. Isso causa um grande impacto em mulheres, já que para se acharem desejáveis também vão querem se aparentar como a personagem, sem se importar com o fato de que ela é do ambiente virtual, ou seja, sua massa corporal por exemplo, não é saudável para um humano. Também a questão do envelhecimento, porque a personagem jamais irá envelhecer e isso pode levar a nas fazerem diversas cirurgias para se assemelhar a ela (BLACK *apud* AOKI, 2016).

Outro ambiente que ela influência é no universo pornô, por muitos homens se atraírem pela personagem e até preferirem se relacionar com o virtual. Assim, empresas de conteúdos pornôs começaram a utilizar a personagem, até com óculos virtuais.

Sua influência também é muito forte na parte mais tecnológica como na internet, conseguindo vários seguidores que curtem e compartilham suas fotos e vídeos, fazendo com que ela seja cada vez mais conhecida pelo mundo. Também com o desenvolvimento de um jogo de playstation que possibilita o jogador cantar ao lado de sua celebridade favorita no palco e passando os níveis ele conseguia alterar suas roupas e acessórios de show. Essa é uma maneira de publicidade também, na qual com o lançamento do jogo, muitos fãs que não tinham o aparelho pra jogar tiveram de comprar porque queriam se sentir próximos da Hatsune e queriam jogar. Para ter mais ideia do quanto ela é influente, vale mencionar que três foguetes com o seu rosto já foram lançados no espaço, algo que necessita de muito dinheiro (BLACK *apud* AOKI, 2016).

Em relação ao ambiente da arte a Hatsune Miku já participou da abertura de uma turnê da Lady Gaga, uma cantora americana muito famosa, apareceu em animes e em uma série de mangá na qual é a protagonista. Ela se tornou uma grande influência do futuro para os fãs, e para os cantores também.

Ainda neste aspecto, começaram a postar em um site de vídeos com músicas criadas usando seu banco de sons, e por causa da Hatsune, esse site de vídeos se tornou um lugar para criação de conteúdo colaborativo onde os usuários do site postaram suas ideias e pediam ajuda de outros fãs para terminar o que influencia na criatividade dos fãs, na colaboratividade. Também é



mais uma maneira de aproximar a Hatsune de seus seguidores, já que eles vão escutar as músicas que eles mesmo criaram na voz dela, como se ela estivesse cantando.

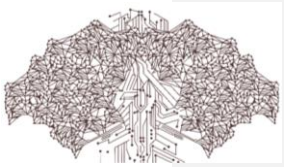
Além da influência que as personalidades virtuais exercem nas questões sócio culturais, pode-se notar como é grande razão dos avanços tecnológicos. As principais inovações inspiradas pela Hatsune Miku são software de animação 3-D, Miku Dance (MMD), e UTAU, software grátis derivada do Vocaloid (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).

O software MikiMikuDance (MMD) foi criado por Yu Higuchi em 2008 para criar vídeos de Miku dançando. Com a política de mais disponibilidade do uso da imagem de Hatsune Miku para uso não comercial, o MMD é lançado como um software grátis de uso privado para o vídeo promocional de Vocaloid (Notofu *apud* LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal). No período de 5 anos MMD se tornou o software de animação número 1 do Japão e foi criada uma competição chamada "MMD Cup" que junta amadores e profissionais para decidir quem produz o melhor vídeo de animação. O sucesso do MikuMikuDance se dá pela facilidade para usar, recursos abertos, grande base de recursos e a possibilidade de usar como idioma o inglês além de pedir menor grau de habilidades técnicas para usar o software, e maior flexibilidade. Além disso, MMD ajudou a divulgar sobre o Vocaloid por diversos gêneros, criando novas animações, produtores e fãs (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).

Já o software UTAU foi lançado em março de 2008 por Ameya/Ayame e é similar ao Vocaloid: ambos permitem que o usuário junte fonemas gravados previamente de modo que consigam criar frases (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).

Diferente do Vocaloid, o UTAU é um software inteiramente grátis e permite que o usuário recorde a própria voz para adicionar ao personagem (isso fica conhecido como UTAUloid) enquanto o Vocaloid tem em seu banco de dados vozes de cantores ou atores de voz. A cooperação possibilita maior desenvolvimento ao usar ambos os softwares e pela concorrência que influencia na criatividade dos usuários (LE, dentro de The UCI Undergraduate Research Journal).

Em suma, o caso da projeção holográfica da figura de Hatsune Miku, demonstra a enorme influência que o mundo virtual possui na sociedade do século XXI. Assim, compreende-se que o futuro anda cada vez mais de mãos dadas com a tecnologia e que a tendência é que a sociedade palpável dividirá de forma cada vez mais significante o seu espaço com o da realidade virtual. Dessa forma, as formas de relações que existem atualmente serão, de forma progressiva, transformadas e a humanidade, portanto, será transformada também.



Palavras-chave: otaku; ídolo virtual; hatsune miku; Vocaloid; inteligência das coisas.

Referências bibliográficas

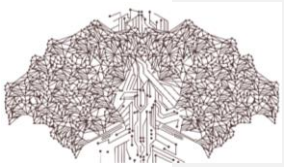
LE, Linh K. Examining the Rise of Hatsune Miku: The First International Virtual Idol. The UCI Undergraduate Research Journal.

AOKI, Beatriz Yumi. HATSUNE MIKU: Um estudo sobre a cultura otaku e o ídolo virtual japonês. In: Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba/PR: 2017.

WICOFF, Christopher. Colorado Journal of Asian Studies: Hatsune Miku: The Reality of a Fake Pop Star. Center for Asian Studies, University of Colorado. 2013.

Documentário 2111do Discovery Channel. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=KNAQfUJ7tFw . 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O CIBERATIVISMO DE ARTISTAS NA CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DE SEUS FÃS: UMA ANÁLISE DO MOVIMENTO "RIO PELAS DIRETAS JÁ" [1]

Marialda de Jesus Almeida[2]; Rita Donato[3]

Resumo
Este artigo discute em que medida um indivíduo, aqui identificado como fã, pode ser influenciado a integrar um grupo social a partir dos ideais de seu ídolo (JENKIS, 2015). Levando em consideração o fenômeno do tecnototemismo, que versa sobre a importância da tecnologia e da conectividade na construção de novas identidades (COLVARA, 2007; KERCKHOVE, 2009), estabelece-se a relação entre o ciberativismo de artistas brasileiros e a construção identitária de um fã. A metodologia implica na análise de conteúdo com viés qualitativo das manifestações no fórum do movimento "Rio pelas Diretas Já" – evento criado no Facebook em 2017 para divulgar o ato político realizado na praia de Copacabana. A partir de três categorias – (1) favoráveis ao movimento, (2) desfavoráveis ao movimento e (3) discurso de fã – observa-se de que maneira os personagens públicos que participaram daquele ato-show podem estimular a formação da identidade de um fã.

Palavras-chave: Facebook. Cibermobilização. Tecnototemismo. Cultura do fã. Inteligência coletiva.

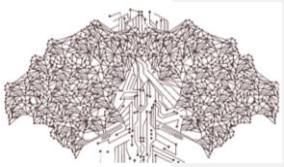
Introdução

A popularização da Internet em escala global tem transformado o comportamento da sociedade ao viabilizar novas possibilidades de comunicação na cibercultura. Essa tendência está diretamente relacionada a fenômenos culturais recentes os quais exploram a construção de identidades a partir da tecnologia da comunicação e da conectividade (COLVARA, 2007; KERCKHOVE, 2009), da inteligência coletiva (LÉVY, 2003) e da cultura da participação (JENKIS, 2009).

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-ativismo, teoria da ação e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestre em Comunicação e Inovação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), São Caetano do Sul, São Paulo, Brasil; especialista em Recursos Humanos - MBA pela mesma universidade; graduada em Letras pelo Centro Universitário Fundação Santo André. Revisora de textos didáticos, acadêmicos e literários. Suas pesquisas abordam as formas de comunicação da literatura e da poesia na cibercultura. E-mail: marialda.almeida@outlook..

[3] Mestre em Comunicação e Inovação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), São Caetano do Sul, São Paulo, Brasil – bolsista CAPES, com estudos voltados à comunicação política e ativismo na Internet. Jornalista e docente nos cursos de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Bernardo do Campo, São Paulo, Brasil, e na Escola de Comunicação do Centro Universitário Sant'Anna, São Paulo, Brasil. E-mail: ridonato@mail.com.



No contemporâneo hiperconectado, a participação do cidadão é ressignificada, o que dá força a mobilizações sociais nesse novo espaço de convivência: o ciberespaço. Arte, cultura, entretenimento, política etc. podem ser consideradas atividades humanas que produzem capital no ambiente virtual, logo, podem ser alvo de divergências de ideias que geram a necessidade de mudanças sociais (JUNGBLUT, 2015), o que se vê, de forma especial, nas manifestações acerca da política. Esses movimentos, caracterizados pelo grande engajamento de públicos diversos a fim de se discutir questões pontuais em fóruns virtuais, como as mídias sociais, podem ser nomeados por ciberativismo.

Nesse contexto, Jungblut (2015) recorda episódios recentes que motivaram a participação de milhões de usuários nas redes sociais digitais, dando notoriedade a "[...] fatores como rapidez informacional, ausência de mecanismos eficientes de censura, poder de difusão e mobilização" (JUNGBLUT, 2015, p. 14), elementos centrais os quais o autor caracteriza como cibermobilização em casos como a candidatura de Barack Obama ao governo dos Estados Unidos, em 2008, a Primavera Árabe de 2011, além da utilização da Internet pelo Exército Zapatista de Libertação Nacional, no México, a partir de 1994.

Tais episódios são, portanto, "[...] emblemáticos da impactante entrada em cena, na esfera política, dessa nova mídia" (JUNGBLUT, 2015, p. 14). Sob essa ótica, este artigo discute como esses modelos de mobilização estão se consolidando no Brasil desde 2013 e como artistas nacionais, populares também pela militância política, se adaptaram às redes sociais virtuais como mídia alternativa não apenas para divulgar um trabalho artístico, mas para estimular a participação de seu público – o fã – em debates políticos.

A partir da análise do movimento "Rio Pelas Diretas Já", observa-se de que maneira o ciberativismo de artistas pode influenciar a construção ou reconstrução identitária de um fã, que frequenta determinados eventos culturais com dois intuitos claros: consumir arte e discutir (ou apoiar) uma causa política. Vale destacar que este trabalho foca a forma como a população está sendo convocada para esses debates, ou seja, como a tecnologia está sendo utilizada como elemento central no cotidiano da sociedade.

Ciberativismo: o papel da Internet na emancipação social

Castells (2001), um dos primeiro autores a abordar a temática, reforça que as mobilizações ativistas no ciberespaço desconhecem as fronteiras geográficas e são capazes de enfraquecer e desintegrar sistemas e/ou identidades políticas tradicionais. Isso porque tais movimentos são fortalecidos pela participação da sociedade conectada, constituída por pessoas

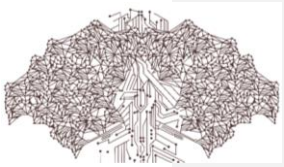
de diferentes saberes e que foram responsáveis pela construção de um novo sistema de comunicação na cibercultura. Essa lógica aparece em publicações anteriores do autor, que argumenta: "[...] o que caracteriza um novo sistema de comunicação, baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação, é a sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais" (CASTELLS, 1999, p. 460-461).

Em linha com a discussão, Lévy (2000) sugere que, na cibercultura, o ciberespaço favoreceu a evolução da civilização e a inteligência coletiva. "Quando interações podem enriquecer ou modificar o modelo, o mundo virtual torna-se um vetor de inteligência e criação coletivas" (LÉVY, 2000, p. 75). Na ótica do pesquisador, uma tecnologia – ou técnica – é produzida dentro de uma cultura, condicionando a sociedade a utilizar tais técnicas para a locomoção, produção, comunicação etc. (LÉVY, 2000, p. 25-26). Isso pode ser observado mais adiante, na análise proposta neste trabalho.

Pode-se argumentar, portanto, que a inteligência coletiva – "[...] que pressupõe, obviamente, o questionamento de diversos poderes" [...] e tem "seu aspecto participativo, socializante, descompartimentalizante, emancipador" (LÉVY, 2000, p. 29) – é um conceito fundamental para se compreender o ciberativismo, já que versa sobre a forma como indivíduos e grupos se apropriam das redes estabelecidas no ambiente virtual para trocar conhecimentos e experiências. "O ciberespaço, dispositivo de comunicação interativo e comunitário, apresenta-se como um dos instrumentos privilegiados da inteligência coletiva" (LÉVY, 2000, p. 29).

Especificamente no Brasil, o debate sobre ciberativismo ganhou profundidade em 2013, quando as mídias sociais foram usadas para organizar protestos contra governos municipais, estaduais e federal. À ocasião, o movimento conhecido como "Jornadas de Junho" foi modelo para as manifestações que perduraram em 2014, 2015 e 2016 e mostrou como o brasileiro assimilou a tecnologia digital, seguindo a tendência mundial, e reinventou as formas de protestar com forte presença no mundo virtual. "Trata-se da comunicação do povo que sabe modificá-la segundo a conjuntura política e tecnológica, com sabedoria e conhecimentos acumulados" (PERUZZO, 2008, p.1).

As novas formas de conexão da sociedade e a mobilidade parecem ter sido o maior diferencial daquele movimento ativista e abriu mais uma janela para discussões no campo acadêmico sobre um modelo inovador de organização popular na cibercultura. Penteado et al. (2016) assumem que o Facebook – mídia social mais acessada no país (BRASIL, 2014) – foi a principal plataforma de ativismo político durante aquelas manifestações, tornando a mídia um campo fértil para a participação social e "[...] criando uma importante agenda de pesquisa e



desafios metodológicos para o estudo desses novos dispositivos comunicacionais que a cada dia são incorporados no cotidiano das pessoas conectadas" (PENTEADO et al., 2016, p. 282).

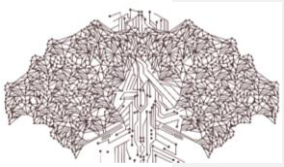
Penteado e Lerner (2016, p. 99) lembram ainda que a sociedade vive uma "[...] mudança estrutural no paradigma das comunicações, que gera reflexo na organização das estruturas de poder político". É uma nova fase que, conforme alertam, rompe o fluxo tradicional de comunicação e permite que qualquer pessoa se comunique com outra – comunicação "todos-todos" (Lévy, 2000, p.63) – em uma rede "horizontal e interativa".

Nesse novo fluxo comunicacional, Penteado e Lerner (2016, p. 103) entendem o *post* na mídia social virtual, em especial no Facebook, como um novo gênero de discurso em comunidades políticas. "Entender os novos arranjos políticos e novas formas de mobilização da opinião pública dos dias atuais, passa sem dúvida pelo estudo minucioso dos discursos construídos nas mídias sociais" (PENTEADO; LERNER, 2016, p. 111). Assim, essas comunidades virtuais interativas parecem estimular a emancipação social – em termos de participação política – abrindo possibilidades para o ciberativismo.

Ainda em contribuição aos estudos sobre ciberativismo no país, Araújo (2011) mapeou as principais produções brasileiras nesse campo com a intenção de debater a construção identitária por meio do discurso ciberativista. Apesar de o país liderar o *ranking* de tempo gasto nas mídias sociais (BANKS, 2015), o autor identificou a ausência de pesquisadores que tratam o tema e estabeleceu cinco categorias que definem a escolha do objeto das pesquisas brasileiras nesse campo: (1) discurso; (2) mobilização específica; (3) organização ativista; (4) comunidade e (5) ferramentas.

Este artigo está classificado na categoria (2), mobilização específica, pois analisa um caso específico de ciberativismo: o movimento "Rio pelas Diretas Já", ocorrido em maio de 2017. O objetivo central, entretanto, não é analisar o movimento em si, mas observar o ciberativismo da classe artística sob a ótica da cultura do fã (JENKINS, 2015). Assim, cabe discutir o quanto a construção identitária de um fã pode ser, em alguma medida, influenciada pelo artista ativista que se manifesta politicamente nas mídias sociais. Nesse caso, artistas populares com ideologias partidárias de direita e/ou de esquerda que utilizam o Facebook para convocar o público (seus fãs) para um ato político, concretizado pela realização de um show gratuito.

A cultura do fã e o incentivo ao ativismo dos públicos



De acordo com Jenkins (2015), o estudo da cultura do fã necessariamente é um relato etnográfico, já que a figura principal não é a pesquisa de um fã isolado, mas sim o estudo da cultura e comportamento de determinado grupo social.

O mesmo autor destaca em seu estudo que há, ao menos, cinco dimensões distintas dessa cultura: "[...] sua relação com um modelo particular de recepção; seu papel de incentivo ao ativismo dos públicos; sua função de comunidade interpretativa; suas tradições particulares de produção cultural; seu status de comunidade social alternativa (JENKINS, 2015, p. 22).

Certamente na presente pesquisa é perceptível, dentro das dimensões apresentadas acima, o papel de incentivo ao ativismo dos públicos propostos pelos artistas no movimento "Rio pelas Diretas Já", quando saem do seu local comum de prática cultural e evocam um movimento ativista onde haverá a exposição da sua arte. No entanto, nela estará embutido um valor político-social.

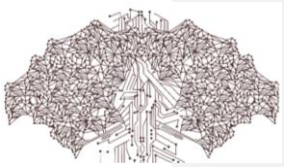
É nesse momento que o desejo nato de interação como comunidade social e cultural desses fãs é acentuado, o que faz esses fãs desenvolverem um sentimento de pertencimento à luta proposta pelo artista, apropriando-se dela.

Embora o conceito do fã seja equivalente a um estereótipo que remete a tencionar ao histerismo, com práticas de transgressões percebidas como intoleráveis para os que não participam do grupo, Jenkins (2015, p. 36) afirma que "Os fãs falam de 'artistas' enquanto outros só percebem pilantras, de significado transcendente, onde outros só veem banalidade, de 'qualidade e inovação' onde outros só percebem fórmula e convenção".

Assim, o objeto deste estudo vem ao encontro de práticas de grupos sociais que têm se tornado comuns, principalmente com o uso da Internet, que efetiva com muito mais rapidez essa dinâmica, tornando possível encontros e discussões. É provável que a legitimação identitária desse grupo de fãs que aceitam a convocatória feita pelas redes sociais digitais por determinados artistas ocorra para além da arte proposta por eles, visto que apropriar-se da causa defendida por esses cantores poderá oferecer a esses fãs o sentimento ativista de quem também toma a frente de determinada causa para defendê-la.

Tecnototemismo: a influência da tecnologia na construção da identidade

Kerckhove (2009) revela que a sociedade tecnológica se traduz em um *continuum* entre máquina e mente humana, conceituado pelo autor como tecnototemismo, teoria que coloca as narrativas tecnológicas como centrais na atualidade e argumenta como a conexão permite que o indivíduo construa a sua identidade pautada no prazer, na zona de conforto e na satisfação, a partir das tecnologias da comunicação.



A ideia do autor reforça o papel da tecnologia como um totem, que define os novos parâmetros da sociedade contemporânea (KERCKHOVE, 2009). Nesse contexto, Colvara (2007, p.111) explica que as tecnologias de comunicação – aqui é possível acrescentar as mídias sociais – se tornaram "[...] instrumentos de articulação da subjetividade, em que a identidade e cultura passam por modificações institucionalizadas, onde os discursos são construídos".

Em consonância com a discussão proposta, a autora argumenta que a revolução tecnológica modificou os hábitos sociais, criando a tecnocultura. Assim, as tecnologias seriam "[...] instrumentos para a realização do prazer, da projeção, consequentemente, de uma não-regra. No entanto, percebe-se um movimento de estabelecimento de tabus pós-modernos, em que se forma uma religião da máquina, isto é, um tecnototemismo" (COLVARA, 2007, p. 111).

Ainda sobre se estabelecer um totem eletrônico, nesse caso, considerar a tecnologia como um espaço seguro – o ciberespaço – para se relacionar, onde novas regras são estabelecidas para o convívio social (COLVARA, 2007; KERCKHOVE, 2009), a tendência do indivíduo é permanecer cada vez mais nesse local virtual para realizar os seus desejos, conforme reforça Colvara (2007, p.112):

> O gozo e a fantasia têm prioridade em relação à moral e à ética nesse novo espaço, pois o indivíduo consegue escapar da realidade objetiva se projetando nessa virtualidade de desejos. Ao totem são atribuídas características de salvação das frustrações do cotidiano e da materialidade dos desejos, que, na atualidade, são atribuídos às tecnologias de comunicação, a exemplo da TV, com a materialidade das imagens, e da internet, com a possibilidade de transcendência corporal por meio da imersão na virtualidade.

Ao traçar uma relação entre a sociedade tradicional – que coloca "[...] a história e a memória do grupo em primeiro plano, os mitos e as narrativas reforçam o sentimento de pertencimento do indivíduo àquela unidade (COLVARA, 2007, p. 113) – e a sociedade moderna, a autora destaca um novo indivíduo, muito mais focado na satisfação individual para a construção de sua identidade, que começa a ser moldada a partir de estímulos de uma máquina. Assim se dá a relação totêmica.

Hall (2006), no entanto, indica que a identidade do sujeito pós-moderno pode ser modificada de acordo com o momento cultural ao qual uma sociedade está submetida. Definição oportuna para o debate posto neste artigo, que observa justamente como um fã pode construir ou, ainda, modificar a sua identidade a partir da influência de um determinado artista. Isso porque "[...] as identidades estão sujeitas a uma historização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação" (HALL, 2000, p. 108).

Pensando no aspecto das participações virtuais na contemporaneidade, como é o caso da análise adiante, Colvara (2007, p. 121) resume que os indivíduos não ficam mais presos a uma única identidade, pois "[...] eles passam a ser criadores se si mesmos, com suas próprias regras, [...] produzindo uma tecnocultura hedonista em que prazeres e satisfação podem ser alcançados a todo momento".

Dessa maneira, é possível argumentar que a identidade de um fã pode ser construída a partir das crenças do seu ídolo e, além disso, que ele está livre para modificar a sua identidade conforme o discurso de determinado artista, já que a presença no ciberespaço permite que ele, o próprio indivíduo, defina as novas regras baseando-se no que lhe dá prazer e satisfação.

Processos metodológicos e *corpus* da análise

Este trabalho tenta estabelecer a relação entre o ciberativismo de artistas e a construção identitária de um fã observando a tecnologia – em específico, o uso da mídia social Facebook – como ferramenta central na pulverização de ideais de cunho político. Para ilustrar como se estabelece essa afinidade, resgata-se o caso do movimento "Rio pelas Diretas Já", realizado em 28 de maio de 2017, em que artistas, intelectuais e populares se uniram na praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, para pleitear a aprovação da PEC 227/16, que autoriza novas eleições diretas para presidente da República.

O ativismo de pessoas públicas em prol da votação da emenda ganhou proporção nas mídias socais após o STF (Supremo Tribunal Federal) divulgar áudio do empresário Joesley Batista – dono da JBS[4] – acusando o presidente Michel Temer de ser conivente com articulações políticas para atrapalhar as investigações da Operação Lava Jato. O ato-show a favor da renúncia de Temer foi organizado pelas frentes Povo sem Medo, Brasil Popular e Esquerda Socialista e teve a adesão de Caetano Veloso, Milton Nascimento, Criolo, Mano Brown, Otto, Maria Gadu, Pretinho da Serrinha, Martinália, dentre outros.

Para analisar de que maneira esses personagens públicos podem estimular a formação da identidade de um fã, metodologicamente, optou-se por uma análise qualitativa dos *posts* veiculados na página do evento "Rio pelas Diretas Já"[5], criado no Facebook como a principal forma de divulgação do movimento. Na mídia social, o número de interessados foi 32 mil, 22 mil

[4] A empresa, que faz parte do grupo J&F, é liderada pelos irmãos Wesley Batista e Joesley Batista. Ambos fizeram acordo com o Ministério Público Federal em 2017 e se tornaram o centro de uma série de denúncias contra políticos brasileiros que teriam participado de esquemas de corrupção.
[5] Disponível em: <https://www.facebook.com/events/1835404203445419>. Último acesso em: 23 jan. 2018.

fizeram *check-in*[6] e os organizadores estimaram a presença de cerca de 100 mil pessoas naquele show gratuito (FACEBOOK, 2017; FRANCO, 2017).

Trata-se, portanto, de uma análise exploratória, com elementos descritivos (GIL, 2008). Os dados foram coletados diretamente do Facebook e referem-se aos comentários e compartilhamentos de mensagens, fotos e vídeos a respeito do ato – produzidos pela população que acompanhou o movimento – veiculados no evento "Rio pelas Diretas Já". No total, foram 1.132 participações no item "Discussões"[7] do evento criado na mídia social, a maioria com tom político, como a análise abaixo demonstra.

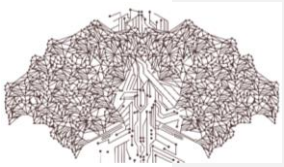
O método respeita a análise de conteúdo (BARDIN, 2004) e as categorias, conforme sugere a autora, foram construídas a partir do próprio material coletado. São elas: (1) favoráveis ao movimento, (2) desfavoráveis ao movimento e (3) discurso de fã. Nesse último caso, observa-se a possibilidade da construção identitária a partir da ideologia do artista.

É imprescindível aqui esclarecer que a diferença entre as categorias (1) e (3) é exatamente essa efetiva construção identitária (contida na categoria 3, discurso de fã), a qual caracteriza a busca deste estudo.

Análise

Com foco no objetivo deste estudo, esta análise busca, embasada nos conceitos aqui estudados – ciberativismo, cultura do fã e tecnototemismo –, encontrar uma possível construção identitária de fãs que aderiram ao evento "Rio pelas Diretas Já". Assim, é importante destacar que a identificação se dá como "classe artística" e não "cantores", pois, apesar de o evento ter acontecido no formato de show, o convite, chamado no Facebook como "convocatória", foi elaborado também por atores, além dos cantores[8] e cantoras que efetivamente realizaram o espetáculo. Alguns desses atores são Wagner Moura[9], Adriana Esteves, Emanuelle Araújo e Gregório Duvivier.

[6] Ferramenta do Facebook que permite marcar o local onde a pessoa está e compartilhar com os amigos.
[7] Disponível em: <https://www.facebook.com/events/1835404203445419/?active_tab=discussion>. Último acesso em: 23 jan. 2018.
[8] FOLHA DIGITAL. **Artistas e movimentos de esquerda convocam ato no Rio por diretas.** 25 de maio de 2017. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/05/1887445-artistas-e-movimentos-sociais-convocam-ato-no-rio-por-diretas.shtml> Acesso em: 28 jan. 2017.
[9] A conta do fã-clube do ator Wagner Moura do Instagram publicou, no próprio dia 28 de maio de 2017, um vídeo do ator convidando a todos para o evento. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BUpaamOB_yz/?hl=pt-br&taken-by=wagnermourafc>. Acesso em 28 jan. 2017.



A partir do momento em que um artista que tem milhares de seguidores em suas mídias sociais publica no ciberespaço um vídeo convidando seus fãs para um show gratuito, ainda que seja com viés político-social, engajamentos acontecem e os fãs desse artista, ainda que nem admirem com afinco os cantores que se apresentarão, movimentar-se-ão em prol dessa causa. Isso se justifica quando Jenkins (2015) enumera as dimensões da cultura do fã e, dentre elas, há o papel do artista de incentivo ao ativismo dos públicos.

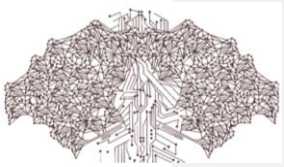
Como a análise deste estudo está sendo feita de forma remota e com base na página do evento em questão, já que as autoras não estavam o show e não há uma *fanpage* no Facebook destinada ao evento, algumas postagens na opção "Discussões" do evento foram selecionadas para o *corpus* deste artigo. Sendo assim, na sequência, algumas dessas postagens são analisadas e categorizadas em: (1) favoráveis ao movimento, (2) desfavoráveis ao movimento e (3) discurso de fã.

A maioria das publicações no evento do movimento "Rio pelas Diretas Já" foi feita pelo público que participou do show e utilizou-se da ferramenta *check-in*, disponível no Facebook, para publicar fotos tiradas no decorrer do evento. No entanto, há algumas publicações em formato de texto as quais foram aqui categorizadas. Duas dessas postagens ocorreram no dia posterior ao evento.

O internauta (Vitor Silva) faz um desabafo sobre a sua opinião acerca do show, em que, segundo ele, não houve representatividade das minorias. Ele diz "Não representa, colando galera de direita pagando de esquerda". Esse é um caso classificado na categoria (2). Certamente essa pessoa que foi ao show não é favorável ao movimento, pois não traz em seu discurso o apoio à arte que cada cantor participante oferece como moeda de troca para expor seu discurso político. O que se percebe é que a busca de (Vitor Silva) poderia se inserir no discurso de um movimento de esquerda, no entanto, o autor do *post* caracteriza-o como uma farsa, logo, para (Vitor Silva) o movimento não é legítimo, pois, segundo ele, o evento não deu voz às minorias.

(Marcio Anastácio) também publicou no dia posterior ao evento sobre a falta de representatividade das minorias no ato. Ele, em outro *post* no mesmo dia, elenca dez motivos pelos quais é necessário incluir os LGBT´s como representantes nos movimentos das 'Diretas Já':

1. A luta por "diretas já" interessa em muitos as pessoas LBGT, pois o direito à escolha do (a) próximo(a) presidente(a) é um ponto central para cobrarmos dele(a) compromisso com nossas demandas e porque o atual governo golpista e ilegítimo, integrado por fundamentalistas, ultraconservadores, machistas e LGBT-fóbicos, é inimigo dos nossos direitos e da nossa liberdade.
2. Atuamos em unidade com outros setores pela volta da democracia, porém, carregamos conosco especificidades\vulnerabilidades que precisam ser consideradas.



3. Participamos ativamente dos atos, sendo notável a quantidade de pessoas LGBT em todos (sic) as manifestações pela volta da democracia.
4. Não aceitamos ser expectadores de manifestações políticas que se pretendam representativas da população, já que também somos parte considerável dela.
5. Reivindicamos espaço de protagonismo e de fala em todos os eventos - sem exceção ou argumento burocrático que dê aparência legítima para o exclusivismo cisheteronormativo.
6. Nossa organização é representativa de parcela importante dxs ativistas na cidade, e por essa razão temos - sempre - a expectativa de que sejamos chamados a construir manifestações coletivas, e não que nos chamem meramente para avaliá-las.
7. Consideramos positivas todas as formas de luta que reúnem o povo por seus direitos, no entanto, a exclusão da comunidade LGBT, não pode acontecer, de forma nenhuma, como estratégia de mobilização.
8. Meus pontos nesta nota são apresentados para aperfeiçoamento de nossas mobilizações por "diretas já", especialmente por não termos assistido a uma única fala de pessoa LGBT no último dia 28 de maio, em Copacabana.
9. Temos no Rio de Janeiro lideranças dentro e fora da institucionalidade que estão respaldadas por uma imensa quantidade de pessoas.
10. Pra (sic) nós, a normalidade democrática somente chegará quando estiverem incluídas as pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transsexuais, não-binárias e toda a comunidade sexo-diversa (FACEBOOK, 2018, p.1).

O que se percebe na fala desse personagem é a negação da legitimidade do discurso desses artistas, no entanto, ele não é contra o movimento, mas o que pede é que seus ideais sejam incluídos na pauta desses artistas. Para ele, a questão política-social é mais importante do que o show, pois não esboçam nenhum sentimento de identidade com os artistas. Portanto, faz parte da categoria favoráveis ao movimento (1).

Já (Luciano Vianna), no dia em que o evento aconteceu, publicou o texto: “Vergonhosos esses discursos. Onde Boulos, Lindbergh, Jandira, Freixo e sua trupe estão eu estou completamente do outro lado. Vergonha terem politizado um evento que deveria ser completamente apartidário (sic). Esses esquerdinhas nao (sic) aprendem...”.

O que se percebe em seu discurso é que ele não apreendeu que sendo uma convocatória com pauta política, haveria uma impossibilidade de ser apartidário. No mais, (Luciano) não seria contra o evento se fosse apartidário, mas, sendo os artistas participantes ativistas, é possível concluir que ele não é fã de nenhum deles, logo, pode ser considerado na categoria (2) desfavorável ao evento.

Um *post* que se enquadra na categoria 3 é o que consta na Figura 1:



Figura 1 – Postagens analisadas
Fonte: Facebook (2017)[10]

Nele há evidências que justificam, de forma clara, que seu autor, além de ser fã do trabalho apresentado no palco pelos artistas, também se reconhece em seu ciberativismo. Na frase "Quando a luta pelos assentamentos rurais encontra resistência da retomada de territórios ancestrais no contexto urbano. É lindo, é forte, é afetuoso", verifica-se uma identificação de ativismos. Sabe-se que Caetano Veloso, assim como outros artistas presentes, como a cantora Maria Gadu, foi impedido de realizar um show, em outubro de 2017, em apoio ao MST em São Bernardo do Campo[11].

Outro destaque na publicação é quando o autor escreve "E quando a gente escuta a voz inconfundível de Milton MARAVILHOSO Nascimento junto a Caetano, a gente corre pra (sic) cantar junto!". Não há dúvidas de que se trata de um "discurso de fã" (categoria 3). Essa atitude justifica-se na dimensão sobre o papel de incentivo do artista ao ativismo dos públicos (JENKINS, 2015).

O mesmo autor fala sobre o papel do fã como parte de um grupo, como um relato etnográfico. Essa declaração se confirma quando (Tiko Arawak) diz que conheceu outras pessoas do mesmo movimento que apoia (CUT) naquele mesmo dia, "E já nos amamos pra (sic) vida!".

[10] Disponível em: <https://www.facebook.com/events/1835404203445419/?active_tab=discussion>. Último acesso em: 23 jan. 2018.
[11] MENA, Fernanda. Justiça proíbe show de Caetano Veloso em acampamento de sem teto e São Paulo. 30 de outubro de 2017. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/10/1931530-justica-proibe-show-de-caetano-veloso-em-acampamento-de-sem-teto-em-sp.shtml>. Acesso em: 29 jan. 2018.

É possível perceber nessa declaração que a construção identitária aconteceu no grupo, mesmo sem nunca terem se conhecido antes, por meio do ciberativismo de artistas que são fãs. Independentemente de essas pessoas terem esses engajamentos antes de participarem desses movimentos ou até antes de conhecerem esses artistas, o que os motivara naquele momento foi o movimento ativista desses artistas.

A Figura 2 traz para essa discussão uma temática oposta à anterior. (Maria Sal), três dias após o evento, levanta um questionamento, conversado com sua professora de literatura, acerca do posicionamento ineficaz da ideologia de esquerda ao perceber que a localização do evento privilegiou a população mais favorecida financeiramente, e não a quem esse movimento tem por objetivo primeiro auxiliar.



Figura 2 – Postagens analisadas
Fonte: Facebook (2017)[12]

A autora do *post* deixa claro que não está deslegitimando a força política do evento, mas questiona, de certa forma, a intenção do evento, que faz um show que tem por objetivo fortalecer a democracia, no entanto, apresenta-se para parte da população.

A discussão se estende para os comentários, em que surgem outros questionamentos, em que foi proibido, por exemplo, que os artistas expressassem "palavras de ordem". Uns dizem que foi proibido outros que não perceberam essa censura, pelo contrário, havia bandeiras, adesivos e a própria autora do post afirmou que ouviu do próprio Caetano palavras de ordem.

[12] Disponível em: <https://www.facebook.com/events/1835404203445419/?active_tab=discussion>. Último acesso em: 23 jan. 2018.

Essa postagem (Figura 2) também pode ser categorizado como 3 (discurso de fã), pois é perceptível o cuidado ao tratar sobre uma divergência percebida na fala de (Maria Sal). No entanto, há um caráter crítico nessa fã, já que ela, apesar das palavras carinhosas aos artistas e da ênfase para legitimar o evento, não concorda com o local escolhido para o evento.

Considerações finais

Identificar, dentre tantas falas, atributos que definam como um fã pode construir a sua identidade a partir da influência de artistas que usam o ciberespaço para propagar o seu ativismo foi o objetivo central desse artigo e os dois últimos casos analisados (Figuras 1 e 2) ilustram de que maneira se dá essa relação.

Especificamente para a análise proposta, o *post* veiculado no Facebook foi tratado como um "novo gênero de discurso" construído na mídia social, como sugerem Penteado e Lerner (2016). Dessa maneira, também foi possível evidenciar como os brasileiros com acesso à Internet remodelaram as formas de protesto, considerando a tecnologia disponível na contemporaneidade como uma aliada na convocatória de atos políticos, conforme sinaliza Peruzzo (2008).

Nesse sentido, o tecnototemismo (COLVARA, 2007; KERCKHOVE, 2009) também se efetiva ao se observar o papel do Facebook como um instrumento de articulação desses artistas, além de ser espaço para a construção de discursos dos fãs e, consequentemente, a construção de identidades pautadas na zona de conforto e prazer.

A análise mostra que a tecnologia e a conectividade foram fundamentais para a concretização dessas falas. Isso, somado ao ciberativismo, materializado por esses artistas por meio de seus convites via vídeos publicados nas redes sociais digitais e pelo show, traz efeitos positivos e negativos aos indivíduos que participam do espaço em que esses engajamentos acontecem, favorecendo a criação de novas identidades construídas por esses grupos, que podem se modificar a cada movimento ciberativista desses artistas, como propõe Hall (2006).

É importante ressaltar que a cultura participativa, conceituada por Jenkins (2015), também se mostra presente neste estudo e tem como característica favorável a crítica do fã, caso apresentado na fala de (Maria Sal) (Figura 2). Isso não quer dizer que essa fã não concorda com a performance artística-ativista do artista, mas sim que a construção identitária desenvolve-se com tanta naturalidade que o próprio fã sugere críticas construtivas para que essa aliança fortaleça.

No último caso analisado ainda é possível notar como um fórum virtual foi estabelecido como lugar socializante para estimular um debate crítico. Em outras palavras, a manifestação da internauta (Maria Sal) mostra como o Facebook tem o caráter de espaço interativo para a troca de

diversos saberes, confirmando, assim, de que forma se dá a inteligência coletiva, proposta por Lévy (2000), e ratificando a mídia como "campo fértil" para a participação social, conforme propõem Penteado et al. (2016).

Ao ilustrar casos que demonstram a possibilidade da construção identitária de um fã a partir dos ideais de seu ídolo – nesse caso, ideais políticos –, este trabalho cumpre o objetivo proposto destacando como esses indivíduos-fãs constroem seus discursos no ciberespaço focados na importância do artista para legitimar determinada causa – enquanto o não fã considera a participação dessas pessoas públicas como banais. Conforme menciona Jenkis (2015) ao conceituar a cultura do fã, nota-se o "significado transcendente" que um ídolo tem para um fã, sendo um forte argumento para a formação de identidades e reforçando a importância das tecnologias da comunicação e da conectividade na sociedade contemporânea.

Referências

ARAÚJO, Willian Fenandes. Ciberativismo: levantamento do estado da arte na pesquisa no Brasil. V Simpósio Nacional da ABCIBER**. Anais...** Florianópolis, p. 1-14, 2011. Disponível em: < https://abciber.org.br/simposio2011/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%207/10.E7/193-300-1-RV.pdf>. Acesso em: 30 set. 2017.

BANKS, Alex. **Brazil Digital Future in Focus 2015**. ComScore. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Imprensa-e-eventos/Apresentacoes-e-ocumentos/2015/2015-Brazil-Digital-Future-in-Focus>. Acesso em: 27 set. 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015:** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014.

CASTELLS, Manuel**. A Sociedade em Rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura. v.1. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **O Poder da identidade**. 3. ed. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2001.

COLVARA, Lauren Ferreira. Tecnototemismo: identidades múltiplas e nova subjetividade. **Conexão-Comunicação e Cultura**, v. 6, n. 11, 2007.

FRANCO, Luiza. **Ato por Diretas-Já reúne 100 mil em Copacabana, segundo organizadores.** [28/05/2017]. Poder. Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/05/1888202-ato-fora-temer-reune-100-mil-em-copacabana-segundo-organizadores.shtml>. Acesso em: 23 jan. 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. TupyKurumin, 2006.

_____. Quem precisa de identidade. **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, p. 103-133, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **Invasores do texto:** fãs e cultura participativa. Tradução Érico Assis. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2015.

JUNGBLUT, Airton Luiz. Práticas ciberativistas, agência social e ciberacontecimentos. **Vivência: Revista de Antropologia**, n. 45, p. 13-22, 2015. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/8885/2/Praticas_ciberativistas_agencia_social_e_ciberacontecimentos.pdf>. Acesso em: 30 set. 2017.

KERCKHOVE, Derrick De. **A pele da cultura:** investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

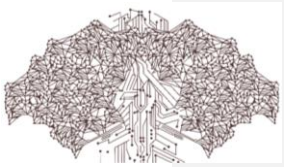
_____. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 2003.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; PEREIRA, Natasha Bachini; FIACADORI, Giuliana. O Planalto em disputa no Facebook: Um estudo dos perfis de Dilma Rousseff e Aécio Neves nas eleições de 2014. In: CERVI, Emerson Urizzi; GOULART, Michele Massuchin; CARVALHO, Fernanda Cavassana de (Org.). **Internet e eleições no Brasil.** Curitiba: CPOP (Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública). E-book versão PDF, p. 275-295, 2016.

_____; LERNER, Celina. Estudo do uso do Facebook nas mobilizações de oposição ao governo. In: CASTILHO, Alessandra; CAÑIZÁLES, Andrés, MACEDO, Roberto Gondo (Org.). **Comunicación política y democracia em Latinoamérica:** retos y perspectivas. Capivari, SP: Editora Nova Consciência, p. 97-113, 2016.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. **Palabra Clave**, v. 11, n. 2, 2008. Disponível em: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1744>. Acesso em: 30 set. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O CIBERESPAÇO COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO DE PATRIMÔNIOS NA CIDADE DE SÃO PAULO [1]

Urbano Lemos Jr[2]

RESUMO

Um das premências da atualidade é como as cidades podem aproveitar as vantagens das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDIC) para se modernizarem e se desenvolverem. Com o desenvolvimento tecnológico multiplicaram-se e surgiram novos métodos para divulgação das informações e novos modos de documentação do patrimônio cultural material. Deste modo, o artigo discute como a inserção de materiais sobre patrimônios materiais no ciberespaço contribui com a preservação e a disseminação de imóveis tombados na cidade de São Paulo. A pesquisa se fundamenta no Eixo Temático *Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais* já que busca debater o ciberespaço como um espaço para preservação e a salvaguarda de patrimônios materiais. O objeto da pesquisa é a plataforma *SP Patrimônio* que surgiu em 2015 por meio da digitalização de mapas, do levantamento fotográfico dos bens materiais e da divulgação de dados técnicos e notícias sobre território e patrimônio material. Adotam-se como referência os estudos de Manuel Castells, André Lemos e Denis Renó que servirão como aporte para falar debater sobre cibercidades. Utilizam-se ainda os estudos Françoise Choay e Henri-Pierre Jeudy que conceitualizam o patrimônio edificado e a patrionialização de cidades. Ao final, espera-se que as discussões aqui apresentadas ajudem a fortalecer o ciberespaço como local ótimo para armazenar e disseminar informações necessárias para salvaguarda patrimonial.

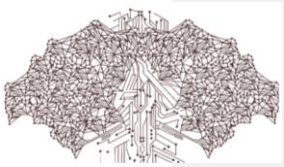
Palavras-chave: Ciberespaço; Patrimônio; Preservação; Cibercidades; São Paulo

Universalizando as práticas sociais

> Patrimônio é construção social e, assim sendo, torna-se necessário considerá-lo no contexto das práticas sociais que o geram e lhe conferem sentido.
> Antonio Arantes, 2006.

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 – Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber (Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura).

2 Formado em Jornalismo, mestre em Educação e doutorando em Comunicação. Atualmente desenvolve pesquisa sobre a digitalização de patrimônios imateriais e documentários transmídia. E-mail: urbano.lemos@hotmail.com.



Nos últimos anos, o debate e o entendimento sobre a preservação de patrimônios materiais presentes em uma cidade é cada vez maior. Esse aditamento é dado pelo reconhecimento de um patrimônio histórico e pelo tratamento dedicado ao espólio urbano. No entanto, a relação destes com as informações em ambiente digital caminham para uma efetivação ainda de fato.

A pergunta que sobrevém é como fazer o registro e a divulgação de imóveis que pormenorizam ser preservados na contemporaneidade? Conforme apontado por Silva[3], por conta da culturalização das metrópoles, os espaços públicos "estão se voltando para estratégias concentradas em seus próprios recursos" a fim de preservarem seus bens culturais com o fortalecimento, mesmo que simbolicamente, do território do comum. Segundo a pesquisadora, o desafio a ser enfrentado é universalizar as realidades locais sem espetacularização de memórias, ressignificações de territórios e recriações de tradições.

No Brasil, em âmbito federal, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) é o responsável por promover e coordenar o processo de preservação e valorização do Patrimônio Cultural Brasileiro, em suas dimensões material e imaterial. Mas o tombamento[4] de reconhecimento e proteção do patrimônio cultural material também pode ser feito pela administração estadual e municipal e prevê que o bem tombado deve manter suas características originais cabendo ao Estado à tutela dos valores culturais que o imóvel representa.

Os bens imóveis encontrados na cidade de São Paulo, por exemplo, são classificados como patrimônio material e assumem importância para a compreensão, permanência e construção da identidade local, nacional e para a democratização da cultura. Esses bens imóveis refletem valores históricos civilizatórios e culturais da cidade, além de refletir memórias de um povo e pelo seu excepcional valor arqueológico, etnográfico e/ou artístico.

Segundo Françoise Choay[5], em meio aos bens de natureza material, as edificações se relacionam com a vida das pessoas servindo como provas "vivas" de uma cultura dos homens do passado. Essas edificações atuam como pontes com o passado e cada indivíduo que passa por

[3]SILVA, Regina Helena da. H. A.. *A história vive aqui.* In: Regina Helena Alves da Silva; Paula Ziviani. (Org.). Cidade e Cultura: rebatimentos no espaço publico. 1. edição. Belo Horizonte: Autentica, 2016.

[4] De acordo com o Iphan, a palavra *tombo*, significando registro, começou a ser empregada pelo Arquivo Nacional Português, fundado por D. Fernando, em 1375, e originalmente instalado em uma das torres da muralha que protegia a cidade de Lisboa. No Brasil, como uma deferência, o Decreto-Lei adotou tais expressões para que todo o bem material passível de acautelamento, por meio do ato administrativo do tombamento, seja inscrito no Livro do Tombo correspondente.

[5] CHOAY, Françoise. A alegoria do patrimônio. 3 edição. São Paulo: UNESP, 2006, p. 12.

esses imóveis se liga ao lugar, gerando um sentido comum de pertencimento de quem por ali passa.

O autor lembra que a entendimento sobre patrimônio no mundo ocidental é, historicamente, recente, essa compreensão preservacionista seria "uma invenção moderna".

> Somente após a segunda Guerra mundial, na década de 50 do século XX é que serão acrescentados às categorias definidas naquela comissão outros objetos ainda considerados de valor menor mas já indicativos de uma ampliação da noção de patrimônio para a sociedade. Aos edifícios religiosos e palacianos incluem-se fábricas, usinas, teatros, compreendendo os aglomerados de edificações da malha urbana: casas, bairros, aldeias, cidades inteiras e mesmo conjuntos de cidades (CHOAY, 2006, p. 14).

Já Lemos sublinha que as cibercidades[6] promovem um patrimônio do saber que se vê "confrontado com um crescimento exponencial dos conhecimentos e das publicações científicas, mas para que o patrimônio faça sentido necessita de estar estruturado, é necessário existir uma cartografia desses saberes baseada numa modelização conceptual" e continua:

> Só deste modo, este patrimônio poderá estar disponível aos que necessitam dele. Isto implica a existência de uma prática social de acumulação dos elementos estruturantes do saber. Isto permitirá responder ao desafio da necessidade crescente de armazenar e disponibilizar conhecimentos (LEMOS, 2004, p. 246).

No entanto, Henri Pierre Jeudy[7] diz que é preciso ir além com uma estratégia que compreenda um sentido e uma finalidade às ações de preservação patrimonial. Um princípio de reflexividade em que as escolhas de conservação patrimonial não possam ser arbitrárias, provando "que seu simbolismo é gerenciável".

[6] Lemos cita Rybczynski (1996, p. 45) para falar que as *cibercidades* são cidades contemporâneas da Era da Informação, e que talvez a história esteja se repetindo em espirais e, em substituição às cidades abertas pós-industriais, surja de novo a cidade dominada, "a cidade da era da informação, dominada pelas coorporações multinacionais, que cada vez mais instalam suas sedes em áreas suburbanas?" É neste contexto que surgem as cidades virtuais.

[7] JEUDY, Henri Pierre. *O processo de reflexividade*. Revista de Arquitetura e Urbanismo. v. 6, n. 1, 2003, p. 30.

Para o autor, "a gestão contemporânea dos patrimônios só teria finalidade se se referisse a uma vontade supostamente coletiva de reatualização permanente do passado". Já em relação à conservação, Jeudy salienta que nos dias atuais essa prática se torna uma "questão urgente", pois está diretamente ligada a uma perspectiva que incide sobre o homem moderno: não perder o sentido de sua própria continuidade.

> A conservação se toma uma "questão urgente" e sua aceleração tende a fazer do próprio presente um patrimônio potencial, prioritariamente percebido na perspectiva da perda. Esse patrimônio diz respeito, então, tanto a uma "história longa", aquela que dá sentido à continuidade, quanto a uma "história imediata", relativa à experiência dos indivíduos ameaçados de perder o sentido de sua própria continuidade. [...] Tudo concorre virtualmente a produzir um efeito especular, salutar para a salvaguarda da ordem simbólica da sociedade (JEUDY, 2003, p. 30).

Já Monnier[8] vai além da indagação simbólica e afirma que o patrimônio arquitetônico do século XX passou "de uma perspectiva da construção como obra de arte ao reconhecimento de um objeto carregado de múltiplas histórias, em que são consideradas as técnicas, o valor de uso, a qualidade das respostas à demanda social".

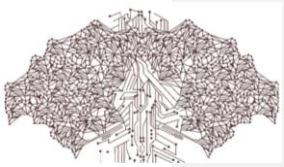
Desta forma, o tombamento de um patrimônio cultural labora como uma reatualização permanente do passado. O cumprimento dessa medida assegura a proteção e a preservação dos bens de natureza material, tanto em nível federal, pelo Iphan, quanto em nível estadual e/ou municipal, através de órgãos que, reconhecendo o valor cultural de um bem, estabelecem critérios para sua proteção, tendo por objetivo "preservar, por intermédio da aplicação de legislação específica, bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e também de valor afetivo para a população, impedindo que venham a ser destruídos ou descaracterizados[9]".

O Digital de um Patrimônio Material

> Num primeiro momento a virtualização e a digitalização são demandas práticas e cotidianas do

[8] MONNIER, Gérard. *O Patrimônio construído do século XX:* Memória, História, Território. In: Rodrigues, Claudia S., et al. (org.). Um olhar contemporâneo sobre a preservação do patrimônio cultural material. Rio de janeiro: MHN, 2008. p. 44.

[9] PAIÃO, Cristiane. *Patrimônio histórico:* uma questão de cidadania. In: Revista ComCiência, n. 122, outubro/2010. Disponível em: <http://www.comciencia.br/> Acesso: 06 de agosto de 2013.



> trabalho, e atualmente se configuram num reposicionamento que carece de debates específicos. Vera Dodebei, 2006.

De acordo com o que foi apresentado acima, um patrimônio de natureza material é reconhecido pela incorporação da arquitetura monumentalizada, mas também por "garantir a continuidade da trajetória histórica da nação", conforme nos lembra José Reginaldo Santos Gonçalves[10].

Entretanto, se falarmos na digitalização de um patrimônio material por meio da inserção de informações no ciberespaço essa concepção pode adotar estratégias comunicacionais para difusão de um determinado bem cultural, haja vista que[11]:

> Os sítios urbanos são, de forma especial, objetos culturais histórica e socialmente construídos. Acumulam vestígios e trazem as marcas do processo de sua construção, das transformações, adaptações, apropriações e reapropriações sofridas ao longo do tempo, expressando, em sua conformação, as representações das relações que ali se sucederam (MOTTA, 2000, p. 260).

Na contemporaneidade, por meio das tecnologias digitais[12] essa "representação" e consequente valorização acerca de um patrimônio se ampliam já que o ciberespaço

[10] GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. *Monumentalidade e cotidiano:* os patrimônios culturais como gênero de discurso, IN: OLIVEIRA, Lúcia Lippi. Cidade, história e desafio, 2002, p. 119.

[11] MOTTA, Lia. *Patrimônio urbano e memória social:* práticas discursivas e seletivas de preservação cultural 1975 a 1990. Dissertação – Mestrado em Memória Social e Documento. Rio de Janeiro: UNIRIO, 2000.

[12] Segundo Pierre Levy, o conceito de Tecnologia Digital pode ser entendido como uma tecnologia estruturada em circuitos eletrônicos, capaz de traduzir, através de amostras, qualquer tipo de informação – texto, imagem, som – em números, mais precisamente em um código que utiliza dois dígitos, 0 e 1, daí o

possibilita novos métodos para identificação das informações e novos modos de documentação do patrimônio cultural.

Além disso, na sociedade em rede a ligação entre patrimônio e preservação é transformada, pois essa "passagem acelerada do patrimônio para o território do ciberespaço fortalece a discussão sobre a qualidade, a quantidade e a diversidade das informações geradas por instituições de memória[13]", observa Vera Dodebei, pesquisadora que se debruça no estudo das tecnologias digitais em prol do patrimônio.

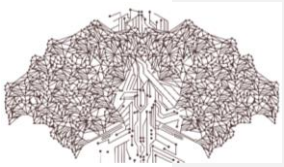
> Se a sociedade deseja preservar bens patrimoniais para as gerações futuras, é necessário considerar que objetos do cotidiano têm sido, em ritmo exponencial, produzidos em meio digital. Preservar, então, corresponde a tornar possível a troca de informações armazenadas numa memória de mundo. Na contemporaneidade, a memória individual e a memória documentária seriam as únicas instâncias capazes de receber, armazenar, transformar e socializar um bem patrimonial? O que acontece com a memória do patrimônio já digitalizado e em circulação em redes virtuais? Valendo-se dessas questões, é possível trilhar caminhos mais disciplinares ou mais transversais às discussões que cercam a observação sobre o comportamento e as propriedades do patrimônio digital, mas o foco, independentemente dos pontos de observação, iluminará a natureza do patrimônio, a existência do patrimônio digital e as condições de preservação do patrimônio no espaço virtual (DODEBEI, 2008, p. 12).

Para Dodebei[14], as informações geridas e gerenciadas em ambiente virtual são centros de conhecimentos e "só a informação é passível de ser transferida, pois o conhecimento é processado no interior desses centros, cujo modelo é, sem dúvida, o da memória quer seja ela individual ou coletiva".

nome digital. A tecnologia digital permite que "as informações codificadas digitalmente [possam] ser transmitidas e copiadas quase indefinidamente sem perda de informação" (LEVY, 1999, p. 51).

[13] DODEBEI, Vera. *Contribuições das teorias da memória para o estudo do patrimônio na web*. VII ENANCIB, Marília, 2006. Disponível em: <http://www.marilia.unesp.br/sistemas/enancib/> Acesso em: 17 de dezembro de 2017. p. 7.

[14] *Ibidem*, p. 8.



Desta maneira, essa noção de preservação aufere nova diligência no ambiente virtual com a adoção de recursos midiáticos para divulgação de informações e para a disseminação dos valores presentes em um patrimônio urbano.

De acordo com Denis Renó[15], com o surgimento da web 2.0 "os cidadãos passaram não somente a produzir, como também a distribuir os conteúdos produzidos". As pessoas começaram a participar ativamente do processo de criação em uma produção midiática, o contribui com o que Henri Jenkins[16] denomina de "inteligência coletiva", já que a comunidade virtual passa a alavancar a expertise dos consumidores midiáticos, além disso, é por meio das tecnologias contemporâneas que nossa sociedade reconstrói sua relação com passado[17].

Essa dinâmica pode estar diretamente emparelhada a um movimento colaborativo de compartilhamento de informações que instrumentalizam saberes, expressões e bens culturais presentes no engendramento de uma cidade. As comunidades colaborativas no ambiente virtual são consideradas o "elemento condutor das transformações profundas que podem surgir da superação do modelo hegemônico de propriedade das ideias[18]", já que possibilitam que saberes históricos e valores arquitetônicos de um imóvel sejam disseminados e, consequentemente, preservados.

Neste sentido, pode-se dizer que a divulgação de patrimônios de caráter material é ressignificada e passa a ser instituída em novos meios e com a tecnologia como pano de fundo para a construção de linguagens midiáticas e novos formatos narrativos. Ainda de

[15] RENÓ, Denis. *Mídia e desenvolvimento social no documentário transmídia*. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo (REBEJ), Brasília, v. 4, n. 14, p. 65-84, jan./jun. 2014. p. 67.

[16] JENKINS, Henry. *Cultura da convergência.* São Paulo: Alephe, 2009. p. 56.

[17] NORA, Pierre, *O retorno do fato.* In: LE GOFF, J e NORA, P. História: novos problemas. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988, p. 179-193. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/105744527/Cap-norA-O-Retorno-Do-Fato> Acesso: 15 de dezembro de 2017, p. 187.

[18] SILVEIRA, Sérgio Amadeu. *Mobilização colaborativa, cultura hacker e a teoria da propriedade imaterial.* In: Vicente Macedo de Aguiar. (Org.). Software livre, cultura hacker e ecossistema da colaboração. 1. edição. São Paulo: Momento Editorial, v. 1, p. 189-269, 2009. p. 260.

acordo com Renó[19], "todas essas transformações ocorreram em decorrência de uma nova forma de se comunicar: agora vivemos na sociedade em rede".

A digitalização e a inserção de conteúdos sobre bens materiais em ambientes virtuais podem conferir uma nova dimensão de salvaguarda do patrimônio cultural material já que o ciberespaço viabiliza a emancipação cultural e social dos usuários ao possibilitar que o usuário participe interagindo. Magnoni e Miranda[20] falam da cultura participativa como uma forma que o usuário tem de experimentar novas formas de sociabilidade, além de possibilitar uma participação politicamente ativa dos indivíduos.

Nesta perspectiva, Lefebvre[21] salienta que o ciberespaço é capaz de proporcionar a possibilidade de anulação das distâncias entre os ocupantes. Essa anulação da distância pode ocorrer mesmo que de forma simbólica, pela comunicação em forma digital. Para ele, "a superação do fechado e do aberto, do imediato e do mediado, da ordem próxima e da ordem distante, em uma realidade diferencial na qual estes termos não se separam mais, mas mudam em diferenças imanentes".

O Patrimônio material de SP no ciberespaço

> Nem a salvação nem a perdição residem na técnica. Sempre ambivalentes, as técnicas projetam no mundo material nossas emoções, intenções e projetos. Os instrumentos que construímos nos dão poderes, mas coletivamente responsáveis, a escolha está em nossas mãos. Pierre Levy, 1999.

[19] RENÓ, Denis. *Dos 'novos novos' cidadãos aos 'novos novos' movimentos sociais*. Revista Extraprensa, v. 9, p. 99-113, 2016. p. 101.

[20] MAGNONI, A. F.; MIRANDA, G. V. *Novas formas de comunicação no século XXI*: o fenômeno da cultura participativa. Conexão: Comunicação e Cultura, v. 23, p. 103-120, 2013.p.106-107.

[21] LEFEBVRE, Henri. *La Révolution Urbaine.* Paris, Gallimard, 1970. p. 57.

A plataforma *SP Patrimônio* (www.sppatrimonio.com.br) é um exemplo de aproveitamento das tecnologias de informação e comunicação para assegurar a divulgação de bens tombados na cidade de São Paulo. Por meio dos sistemas informacionais nos mais diversos procedimentos, é possível identificar as propriedades tombadas, conferir as fichas de identificação com documentos oficiais e fotografias atuais e históricas das edificações.

A navegação é simples – do lado direito um quadro indica as legendas que o usuário pode localizar no mapa patrimonial da cidade de São Paulo. A plataforma informa por meio da geolocalização a relação de imóveis tombados na cidade.

Vale destacar que existem três mecanismos de proteção e conservação do patrimônio histórico, a nível municipal, o CONPRESP – Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural, ambiental da cidade de São Paulo, possuem também as ZEPECS – Zonas especiais de preservação cultural, determinadas pelo zoneamento da Cidade de São Paulo, na qual possuem as subcategorias *Bens imóveis representativos* (BIR), *Áreas de Proteção Paisagísticas* (APPA) e *Áreas de urbanização especial* (AUE).

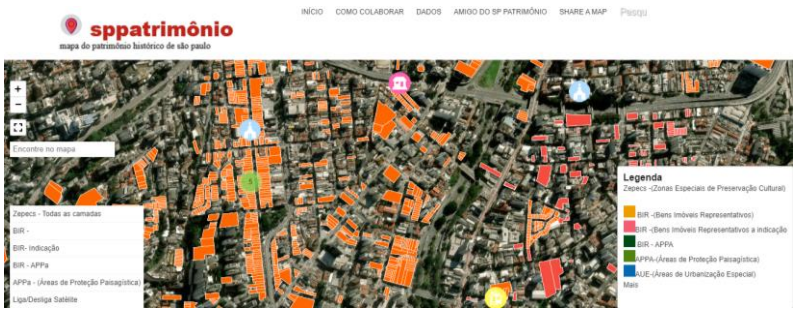


Figura 1. Mapa do patrimônio histórico de São Paulo por meio da geolocalização

De acordo com Sumaya Távora, arquiteta responsável pelo projeto *SP Patrimônio*, a plataforma surgiu em 2015 a partir de uma pesquisa científica que verificou a quantidade de imóveis tombados em áreas de envoltórias que coincidem e se sobrepõem, dando a confluência

de dados de tombamento, confundindo o pesquisador e dando aberturas na legislação, o que segundo ela "pode ser uma problemática na preservação de imóveis tombados".

Além do mapeamento, o site conta com a digitalização de mapas, levantamento fotográfico dos bens materiais, divulgação de dados técnicos e notícias sobre território e preservação de patrimônio cultural na cidade de São Paulo.

A pesquisadora destaca que a elaboração de conteúdos para a plataforma é realizada a partir da coleta de dados nas esferas nacional, estadual e municipal a fim de verificar a situação dos imóveis a serem preservados. Segundo Távora, a listagem disponibilizada nos sites de órgãos governamentais é desatualizada com o zoneamento da cidade de São Paulo. Deste modo, "o arquiteto, urbanista ou pesquisador que necessita dos dados sobre imóveis tombados acabam recebendo informações conflitantes e desatualizadas".

Além disso, Távora diz que as informações disponibilizadas pelos três órgãos de preservação do patrimônio cultural material (Iphan, Conpresp e Condephat), muitas vezes são de difícil acesso e interpretação ao usuário, sendo necessário "fazer um comparativo de dados com mapas, informações históricas e atuais sobre os imóveis tombados".

Ao debruçar sobre essa plataforma, contatou-se que os conteúdos disponibilizados foram desenvolvidos exclusivamente para o ciberespaço e possuem estratégias comunicacionais[22] por meio da intertextualidade (conteúdos complementares e independentes), da multimodalidade (cada meio utilizado trabalha com diferentes tipos de representações), da compreensão aditiva (cada mídia adiciona algo para a compreensão do usuário) e da interação do usuário (o que determina novos rumos à narrativa).

O reconhecimento do patrimônio material presente em uma cidade como São Paulo é o ponto de partida "para compreender o seu papel e o seu significado nos processos de construção de identidades, que são subjacentes à formação de hegemonias e culturas nacionais, à construção de nações e, sobretudo, do pertencimento", ressalta Arantes[23].

[22] JENKINS, Henry. Transmedia 202: Further Reflections. 2011.

[23] ARANTES, A. A.. A salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil. In: BARRIO, A. E.; MOTTA, A.; GOMES, M. H.. (Org.). Inovação cultural, patrimônio e educação. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010, v. 1, p. 53.

Desta maneira, a inserção de conteúdos sobre bens materiais em ambientes virtuais pode conferir uma nova dimensão de salvaguarda do patrimônio cultural material intangível. Essa prática fica evidenciada ao verificarmos que além dos bens materiais localizados, outros destaques dessa interface são artigos (componente a mais para o entendimento do todo) de diversos colaboradores da plataforma. Os artigos enviados são analisados e publicados com os respectivos créditos e referências dos colaboradores.

Além disso, o usuário pode participar compartilhando informações sobre patrimônios materiais o que permite unir experiências individuais em causas e experiências coletivas de preservação.



Figura 2. Artigo conta história do Hospital Matarazzo: patrimônio histórico na Bela Vista

No alicerce desta explanação, parece certo afirmar que o patrimônio material encontrado na cidade de São Paulo pode ser mais bem visualizado no ambiente digital, um espaço que amplia o acesso às informações e promove o fomento ao conhecimento individual e coletivo. Além disso, o ciberespaço se configura como um instrumento de poder em uma sociedade que busca ser democrática e informatizada. Deste modo, a plataforma *SP Patrimônio* coloca-se como um espaço para trocas de informações constantes, além de criar "conhecimento modificador e inovador no indivíduo e no seu

contexto, conhecimento que referencie tanto o indivíduo, como seu contexto a um melhor estágio de desenvolvimento[24]".

Considerações finais

> São Paulo de Piratininga, São Paulo do Campo, São Paulo de São Vicente e mais tarde, São Paulo apenas, conforme se lê nas "Atas da Câmara da Vila de São Paulo", o núcleo jesuítico fundado pelo padre Manuel da Nóbrega entre as águas do Anhangabaú e Tamanduateí, o colégio e a vila de São Paulo consolidados pelas figuras espirituais de José de Anchieta e Manuel de Paiva, e pelas fôrças morais de João Ramalho e Tibiriçá [...] atravessam, ao longo do século XVI, dias e noites ressoantes de contínuos e prolongados alertas. Desdobram-se as atividades sociais da pequenina localidade, entre o campo e o vilório. Levantam-se, no interior, cintado por muros de taipa de pilão, os casebres cobertos de sapê e esparsos pelos becos em chãos abertos. Concentra-se, adensa-se e congrega-se no Pátio do Colégio, aos domingos e dias santos, a gente do lugarejo, ao redor das paredes simples e singelas da igreja dos jesuítas. Recolhe-se à nave sagrada, como a pedir-lhe, nesses tempos incertos e difíceis, resguardo, proteção e amparo (FERREIRA, 1953, p. 300).

A história da cidade de São Paulo ultrapassa os limites das páginas dos livros e, mais recentemente, também dos espaços virtuais. Uma cidade que nasce a partir de um pequeno vilarejo (Pátio do Colégio), que se expande com construções de moradias em taipas de pilão e casebres de sapê e, ao longo dos anos, se desenvolve com o surgimento de edificações em forma de palacetes e casarios centenários erguidos pelo alargamento econômico da metrópole.

[24] JAMBEIRO, Othon; SILVA, Helena P. da (orgs.). *Socializando informações:* reduzindo distâncias. Salvador: EDUFBA, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ufba/133> Acesso: 28 de novembro de 2017. p. 14.

Uma cidade que em diferentes momentos esteve envolvida em complexas relações culturais por meio de transformações, ocupações e organização do espaço, fazendo com que valores concretos e simbólicos fossem criados e modificados ao longo do tempo.

E se falarmos em modificação no cenário cultural de uma cidade é impensável não discorrer sobre a cibercultura, o que segundo José Tapias[25], é uma "complexa realidade que progressivamente vai substituindo as transformações tecnológicas atuais, cujos efeitos vão-se ampliando reticularmente por todos os âmbitos de nossa vida".

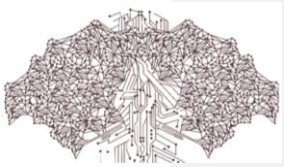
Neste cenário, parece certo afirmar que a cada momento, de certa forma, nos afastamos das incertezas e desconhecimentos acerca de um tema especifico. Basta recorrermos ao universo virtual com uma busca para sanarmos as dúvidas e, em poucos segundos, aprofundarmos com as informações que são disponibilizadas no ciberespaço. Sobrevivemos respaldados e amparados em um estado de "superinformação perpétua e de subinformação crônica" já que a questão em relação ao saber é a "primeira forma de poder numa sociedade de informação democrática", conforme nos preconiza Pierre Nora[26].

Não obstante, percebe-se que uma das premissas da modernidade é como reunir as informações que são pertinentes em um espaço que dialogue tanto com o todo quanto com as partes do que se está sendo apresentado ao usuário, conforme nos lembra Castells[27].

[25] TAPIAS, José A. Pérez. *Internautas e náufragos:* A busca do sentido na cultura digital. São Paulo: Editora Loyola, 2006. p. 14.

[26] NORA, Pierre, *O retorno do fato.* In: LE GOFF, J e NORA, P. História: novos problemas. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988, p. 179-193. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/105744527/Cap-norA-O-Retorno-Do-Fato> Acesso: 15 dezembro de 2017. p. 187.

[27] CASTELLS, Manuel. *A sociedade em Rede: do Conhecimento à Política.* In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G (org.). A Sociedade em Rede – Do Conhecimento à Acção Política. Lisboa: Imprensa Nacional, 2005. p. 17-30. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/> Acesso: 07 de novembro de 2017.



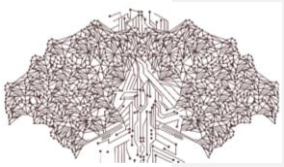
> A questão não é como chegar à sociedade em rede, um autoproclamado estádio superior do desenvolvimento humano. A questão é reconhecer os contornos do nosso novo terreno histórico, ou seja, o mundo em que vivemos. Só então será possível identificar os meios através dos quais, sociedades específicas em contextos específicos, podem atingir os seus objectivos e realizar os seus valores, fazendo uso das novas oportunidades geradas pela mais extraordinária revolução tecnológica da humanidade, que é capaz de transformar as nossas capacidades de comunicação, que permite a alteração dos nossos códigos de vida, que nos fornece as ferramentas para realmente controlarmos as nossas próprias condições, com todo o seu potencial destrutivo e todas as implicações da sua capacidade criativa (CASTELLS, 2005, p. 19).

Neste sentido, quanto mais dinâmico for o processo de documentação, produção e disseminação das informações, mais eficientes serão as atuações e intervenções concretas para a preservação do patrimônio material. Além disso, por meio do ciberespaço grupos sociais se apropriam das informações produzindo resultados mais completos e condizentes com as diversas realidades, propiciando uma visão mais ampla de práticas que podem ser valorizadas, reconhecidas e potencializadas, o que resulta em maiores possibilidades de desenvolvimento cultural, social e econômico.

Sendo assim, parece certo afirmar que é só através de uma compreensão absoluta do patrimônio cultural, em todos os seus aspectos, que é possível encontrar dissoluções eficientes para sua preservação também no ciberespaço. A rede virtual pode representar um importante instrumento de resgate e divulgação de bens materiais, principalmente em uma cidade como São Paulo, onde o progresso parece decretar a prática da especulação imobiliária, desvalorização da arquitetura histórica e um consequente esquecimento do passado.

A sociedade urbana pode e deve aproveitar as vantagens das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDIC) para se modernizar, se desenvolver, além de se comunicar por meio de "espaços de apropriação criativa[28]". O ciberespaço assegura-se como um ambiente muito além das criações e recriações, mas um lugar para preservar as

[28] LEMOS, André. *Cibercidades*. In: André Lemos; Marcos Palacios. (Org.). Janelas do Ciberespaço. Comunicação e Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, v. 1, p. 9-38, 2000. p. 3-4.



memórias coletivas, os patrimônios culturais e, consequentemente, garantir a representatividade de um passado imóvel circulante já que "cidade e circuitos eletrônicos mantêm assim uma analogia que vai além da mera metáfora: ambas fazem circular (transporte) informação pelos mapeamentos de objetos e instrumentos provocando situações de comunicação".

Por conseguinte, para que as informações pertinentes sobre patrimônio e preservação de bens materiais sejam disponibilizadas no ciberespaço é imprescindível ir além das iniciativas particulares e científicas. É extremante relevante que instituições culturais disponham de investimentos públicos garantindo que as gerações futuras tenham acesso à riqueza patrimonial do passado por meio da representativa digital contemporânea.

Referências bibliográficas

ARANTES, Antonio Augusto. *O patrimônio cultural e seus usos:* a dimensão urbana. In: Habitus. Goiânia, jan./jun. 2006. v.4, n.1, p. 425-435. Disponível em: <http://seer.ucg.br/index.php/habitus/article/viewFile/362/300> Acesso em: 18 de setembro de 2017.

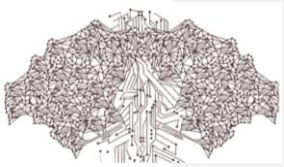
_____. A salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil. In: BARRIO, A. E.; MOTTA, A.; GOMES, M. H.. (Org.). Inovação cultural, patrimônio e educação. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, v.1. 2010.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em Rede: do Conhecimento à Política.* In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G (org.). A Sociedade em Rede – Do Conhecimento à Acção Política. Lisboa: Imprensa Nacional, 2005. p. 17-30. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/> Acesso: 07 de novembro de 2017.

CASTRIOTA, Leonardo B. *Patrimônio Cultural:* conceitos, políticas, instrumentos. São Paulo: Annablume, 2009.

CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio.* São Paulo: UNESP, 2001.

DODEBEI, Vera. *Contribuições das teorias da memória para o estudo do patrimônio na web*. VII ENANCIB, Marília, 2006. Disponível em: <http://www.marilia.unesp.br/sistemas/enancib/> Acesso em: 17 de dezembro de 2017.



_____. *Digital virtual:* o patrimônio no século XXI. In: DODEBEI, Vera; ABREU, Regina (Org.). *E o Patrimônio?* Rio de Janeiro: Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2008.

_____. *Digitalização do patrimônio e organização do conhecimento.* VII ENANCIB. Salvador, 2007. Disponível em: < http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/GT2--071.pdf> Acesso: 11 de abril de 2017.

FERREIRA, Tito Lívio. *A sociedade paulistana no século XVI.* In: INSTITUTO HISTÓRICO E GEOGRÁFICO DE SÃO PAULO. São Paulo em quatro séculos. São Paulo: IHGSP, 1953, p. 291-305.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *Monumentalidade e cotidiano:* os patrimônios culturais como gênero de discurso. In: OLIVEIRA, Lucia Lippi de. (Org.). Cidade: história e desafios. Rio de Janeiro: Editora FGV, p.108-123, 2002.

JAMBEIRO, Othon; SILVA, Helena P. da (orgs.). *Socializando informações:* reduzindo distâncias. Salvador: EDUFBA, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ufba/133> Acesso: 28 de novembro de 2017.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe, 2009.

_____. Transmedia 202: Further Reflections. 2011.

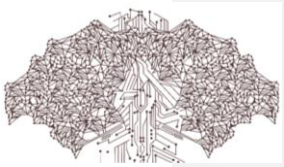
JEUDY, Henri Pierre. *O processo de reflexividade*. Revista de Arquitetura e Urbanismo. v. 6, n. 1, 2003.

LEMOS, André. *Cibercidades*. In: André Lemos; Marcos Palacios. (Org.). Janelas do Ciberespaço. Comunicação e Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, v. 1, p. 9-38, 2000.

_____. *Cibercidade*: As cidades na cibercultura. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

LEFEBVRE, Henri. *La Révolution Urbaine*. Paris, Gallimard, 1970.

LEVY, Hanna. *Valor artístico e valor histórico:* importante problema da História da Arte. In: Revista do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Rio de Janeiro: MES, 1940. n. 04, p. 181-192. Disponível em: <http://www.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=3180> Acesso em 13 de setembro de 2017.



LEVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência:* o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora. 34, 1993.

_____. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOWANDE, Walter F. F. *Os sentidos da preservação:* história da arquitetura e práticas preservacionistas em São Paulo (1937-1983). Dissertação – Mestrado em História. Mariana: UFOP, 2010. Disponível em: <http://www.livrosgratis.com.br/> Acesso: 10 de junho de 2017.

MONNIER, Gérard. *O Patrimônio construído do século XX:* Memória, História, Território. In: Rodrigues, Claudia S., et al. (org.). Um olhar contemporâneo sobre a preservação do patrimônio cultural material. Rio de janeiro: MHN, 2008. p. 44-55.

MOTTA, Lia. *Patrimônio urbano e memória social:* práticas discursivas e seletivas de preservação cultural 1975 a 1990. Dissertação – Mestrado em Memória Social e Documento. Rio de Janeiro: UNIRIO, 2000.

NORA, Pierre, *O retorno do fato.* In: LE GOFF, J e NORA, P. História: novos problemas. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988, p. 179-193. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/105744527/Cap-norA-O-Retorno-Do-Fato> Acesso: 15 de dezembro de 2017.

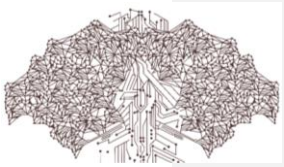
PAIÃO, Cristiane. *Patrimônio histórico:* uma questão de cidadania. In: Revista ComCiência, n. 122, outubro/2010. Disponível em: <http://www.comciencia.br/> Acesso: 06 de dezembro de 2017.

RABELLO, Sonia. *O Estado na preservação dos bens culturais:* o tombamento. Rio de Janeiro: IPHAN, 2009.

REDE MEMORIAL. *Rede Memorial:* Rede nacional das instituições comprometidas com políticas de digitalização dos acervos memoriais do Brasil. Site institucional, on-line. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://redememorial.org.br/> Acesso: 02 de agosto de 2017.

RENÓ, Denis Porto. *Mídia e desenvolvimento social no documentário transmídia.* Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo (REBEJ), Brasília, v. 4, n. 14, p. 65-84, jan./jun. 2014.

_____. *Dos 'novos novos' cidadãos aos 'novos novos' movimentos sociais.* Revista Extraprensa, v. 9, p. 99-113, 2016.

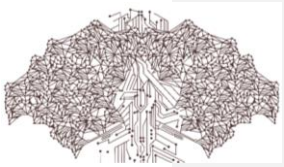


SILVA, Regina Helena da. H. A.. *A história vive aqui.* In: Regina Helena Alves da Silva; Paula Ziviani. (Org.). *Cidade e Cultura: rebatimentos no espaço publico*. 1. edição. Belo Horizonte: Autentica, 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. *Mobilização colaborativa, cultura hacker e a teoria da propriedade imaterial.* In: Vicente Macedo de Aguiar. (Org.). Software livre, cultura hacker e ecossistema da colaboração. 1.edição. São Paulo: Momento Editorial, v. 1, p. 189-269, 2009.

TAPIAS, José A. Pérez. *Internautas e náufragos:* A busca do sentido na cultura digital. São Paulo: Editora Loyola, 2006.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O DINHEIRO VAI CORRER ATRÁS DE VOCÊ: UMA ABORDAGEM DISCURSIVA CRÍTICA MULTIMODAL DO EMPREENDEDOR DE PALCO NA ERA DIGITAL [1]

Bany Narondy Cabral Lima [2]; Sancha Wallessa da Silva César [3]

Palavras-chave: análise, discurso, multimodal, empreendedorismo, digital.

Introdução

A comunicação mediada por suportes tecnológicos vem ganhando cada vez mais espaço no cotidiano das pessoas, onde atividades profissionais e pessoais se incorporam às inovações tecnológicas e se misturam aos processos midiáticos através das redes sociais. Verificando este contexto espaço para uma adesão em massa rendida aos meandros do ciberespaço, que os liga a uma sociedade em rede recheada de ideologias discursivas que se modelam de acordo com a demanda dos comportamentos conectados ao digital.

A partir disso, o objetivo principal deste artigo consiste em realizar uma análise crítica multimodal da ideologia discursiva do empreendedorismo de palco no ambiente digital. Utilizaremos como recorte um vídeo postado no dia 25 de julho de 2017 na Fanpage do *coach* Érico Rocha, alinhando-se ao eixo de Influenciadores, blogueiros, YouTubers. Como ferramenta analítica e metodológica nos fundamentamos na Análise discursiva crítica multimodal, que se orienta através de Fairclough (2001), e do design da gramática visual, proposta pelos teóricos Kress & Van Leeuwen (2006).

Além destes, utilizaremos ainda autores como Gramsci (1988, 1995), Thompson (2002), Halliday (1970) e Campos & Soeiro (2016), que aborda um tema relativamente novo ao qual iremos nos deter: o empreendedorismo de palco no espaço digital. (quis deixar mais ênfase no digital porque esse empreendedorismo de palco é algo que já existia porém nesse formato é algo recente)

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros, YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas (PPGCISH) da FAFIC-UERN, email: bany.clic@gmail.com.

3 . Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem (PPCL) da FALA-UERN, e-mail: sanchawallessa@hotmail.com

Hegemonia, ideologia e prática social: sobre a análise discursiva crítica

Os conceitos de discurso, hegemonia e ideologia adquirem um novo relevo nos aspectos centrais dos estudos críticos do discurso ou análise do discurso crítica (ADC), que tem como principal proponente o teórico Normam Faiclough (1989, 2001). Seu trabalho é permeado por três questões básicas: as relações entre discurso e práticas sociais, o grau de conscientização que as pessoas têm - ou não têm - acerca dessas relações e o papel essencial do discurso nas mudanças sociais, "o uso da linguagem dá sua própria contribuição à reprodução e/ou à transformação da sociedade e da cultura, incluindo-se as relações de poder. É aí que reside o poder do discurso; e é por isso que vale a pena lutar por ele" (FAIRCLOUGH e WODAK, 2001, p.390).

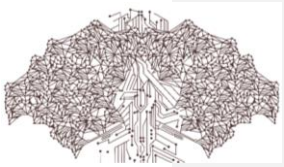
Logo, procurando estabelecer uma conexão entre relações de poder e escolhas linguísticas selecionados por pessoas ou grupos sociais (o que elas dizem ideologicamente), a ADC busca desnaturalizar crenças que dão suporte a estruturas de dominação, a fim de desarticulá-las. Para isso, é retomado o conceito de hegemonia de Gramsci e ideologia de Thopsom, relacionando-os com o conceito de discurso para as análises críticas.

De modo geral, o poder como hegemonia, de Gramsci (1988, 1995), implica uma inerente instabilidade ou um equilíbrio instável, caracterizando o conceito de luta hegemônica, que pode ser travada no/pelo discurso, a fim de se instaurar e manter-se no poder. Logo,

> É por isso que o conceito de poder como hegemonia, conquistado mais pelo consenso que pelo uso da força, reforça a relevância das ideologias, veiculadas pelo discurso. Parte das lutas hegemônicas é a luta pela instauração, sustentação, universalização de discursos particulares. É nesse sentido que temos "ordens do discurso hegemônicas", como a ordem do discurso da política neoliberal (RAMALHO E RESENDE, 2011, p.25).

Para Thompson (2002, p.77) sentidos ideológicos são aqueles que servem necessariamente, em circunstâncias particulares, "para estabelecer e sustentar relações de dominação". Assim, para a ADC, a ideologia é, por natureza, hegemônica, inerentemente negativa e efetiva quando sua ação é menos visível.

> Se alguém se torna consciente de que um determinado aspecto do senso comum sustenta desigualdades de poder em detrimento de si próprio, aquele aspecto deixa de ser senso comum e pode perder a potencialidade de sustentar desigualdades de poder, isto é, de funcionar ideologicamente (FAIRCLOUGH 1989, p. 85).



É nisso que reside a necessidade de pensarmos nas questões discursivas a partir das relações que os usuários da língua têm entre si durante o evento discursivo, e não apenas os contextos situacionais. Isso remonta aos preceitos da Linguística Sistémico-Funcional (LSF), que tem como base Halliday (1970), um dos teóricos influenciadores da construção da ADC por Fairclough.

Concebida a partir de uma abordagem voltada ao uso linguístico, a LSF é uma teoria que preza pelo funcionamento geral da linguagem humana, fornecendo instrumentos de descrição e técnica para a análise de textos, já que "a forma particular assumida pelo sistema gramatical de uma língua está intimamente relacionada com as necessidades sociais e pessoais que a língua é chamada a servir" (HALLIDAY, 1970, p. 142).

Diante dessa relação dialética entre língua e sociedade, Fairclough propõe – em 1989 e aprimorado em 1992 - um modelo de análise conhecido como concepção tridimensional do discurso, que baseia-se em três dimensões: texto, prática discursiva e prática social. No texto analisa-se o vocabulário (que trata de neologismos, lexicações e relações entre palavras e sentidos), gramática (palavras combinadas em frases), coesão (ligação entre as frases) e estrutura textual (propriedades organizacionais do texto em larga escala e a maneira como são combinados). Na dimensão da prática discursiva analisamos as categorias de força, coerência e intertextualidade, como também produção, distribuição e consumo do texto. De acordo com Fairclough (2001, p. 35-36), a prática discursiva é mediadora entre o texto e a prática social,

> A conexão entre o texto e a prática social é vista como mediada pela prática discursiva: de um lado, os processos de produção e interpretação são formados pela natureza da prática social, ajudando também a formá-la e, por outro lado, o processo de produção forma (e deixa vestígios) no texto, e o processo interpretativo opera sobre 'pistas' no texto.

A análise da prática social está relacionada, tanto aos aspectos ideológicos e hegemônicos na instância discursiva analisada, quanto a um modo de ação historicamente situado e constitutivo de identidades, relações e sistemas de crenças sociais; sendo essa uma abordagem do discurso baseada na gramática sistêmico funcional, segundo as três macro funções da linguagem: ideacional, interpessoal e textual. Fairclough (2001, p.91), entretanto, subdivide a macro função interpessoal em identitária e relacional. Segundo ele, na função ideacional, o discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crenças ideológicas; na identitária, o discurso contribui para a constituição ativa de auto-identidades e de identidades coletivas; na relacional, o discurso contribui para a constituição de relações sociais. Já a função textual diz respeito à

maneira como as informações são organizadas e relacionadas no texto, uma vez que as pessoas fazem escolhas sobre o modelo e a estrutura de suas orações que são também escolhas sobre o significado de identidades sociais, relações, conhecimento e crença (idem, p.104).

O Design da Gramática Visual e a Multimodalidade

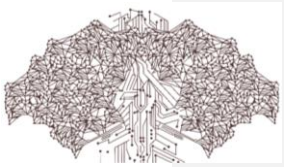
Em tempos de mudanças visíveis desencadeadas pelo incremento de novas tecnologias, os textos multimodais, que incluem elementos verbais e não-verbais, vem ganhando atenção teórica em função de produções que se apresentam, especialmente, em mídias digitais. Assim, diante da necessidade de se desenvolver uma ferramenta capaz de analisar todos os recursos presentes em um texto, os linguistas e semioticistas sociais Kress & van Leeuwen elaboraram, por volta de 1996, sugerem uma teoria Social multimodal, conhecida por Gramática do Design Visual (*Grammar of Visual Design)*, que ganha sua devida importância neste artigo por oferecer suporte de análise à composição social atrelada a significações sociais.

Como uma ferramenta crítico-analítica, a GDV parte do pressuposto que "assim como a linguagem verbal, a linguagem visual é dotada de uma sintaxe própria, na qual elementos se organizam em uma estrutura visual para formar um todo coerente" (ALMEIDA, 2008, p.9). Para Kress e Van Leeuwen (2006), as imagens não são apenas representações da realidade, elas são produção, e, por isso, não devem ser vistas apenas como meio para construir o conhecimento sobre determinadas culturas ou sociedade, pois carregam sentidos, valores, crenças, práticas sociais e ideologias. Logo, é preciso uma análise "gramatical" das imagens.

Quando falamos de gramática entendemos, geralmente, como um conjunto de regras padronizadas a serem obedecidas socialmente. Contudo, a Gramática Visual, de acordo com os autores citados vai na contramão desse conceito, já que o objetivo principal dessa teoria é "descrever as imagens partindo do pressuposto de que seus elementos internos são combinados entre si para comunicar um todo coerente para expressarem significados distintos" (BARBOSA, 2013, p.76), que podem incluir pessoas, lugares ou objetos representados.

Assim como a ADC, a GDV parte também do modelo metafuncional da teoria da Gramática Sistêmico Funcional proposto por Halliday (1994), porém fazendo alguns deslocamentos em favor de metafunções visuais, sendo elas: representacionais (ideacionais), interativas (interpessoais) e composicionais (textuais).

Sobre elas vale explicar que por função representacional entendemos como sendo a responsável por construir as estruturas visual da natureza dos eventos e das circunstâncias. A metafunção interativa é aquela que representa uma relação mais íntima entre o produtor da



imagem, o(s) objeto(s) representados e seu receptor. Já a composicional trata de distribuir valores entre os elementos da imagem de forma coesa e contextualizada.

De modo geral, a teoria multimodal do discurso, que sustenta-se através da ferramentas analíticas da GDV, dá conta de uma fatídica mudança na linguagem provocada pela cibercultura, suas novas tecnologias e redes sociais, pois permite apontar novas interpretações a partir da interação social, que são expressas linguisticamente.

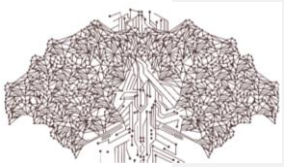
O discurso do empreendedorismo de palco no ambiente digital e suas performances

Não é algo novo falarmos sobre empreendedorismo. De acordo com Martinelli (1994), a primeira referência ao termo para designar determinados atores sociais surgiu por volta do século XIII com os *entrepreneurs*, definido como aqueles comerciantes, produtores ou agricultores que introduziam novas técnicas agrícolas se ajustando às oscilações de ofertas e demandas. De lá pra cá, livros e mais livros invadiram as prateleiras das bibliotecas e livrarias sobre como ser um empreendedor de sucesso, reduzindo a atividade empresarial à pura política de incentivo emocional, na maioria dos casos.

Dessa forma, com um termo historicamente já consolidado, é curioso para este estudo entender não o empreendorismo puramente, mas a figura discursiva de um recente tipo de empreendedor que se massificou através da distribuição em larga escala de livros e das facilidades ofertadas por uma sociedade conectada em rede, que apresentou um fenômeno recente chamado popularmente de: "o empreendedor de palco", outrora também conhecido por *pop-management*, uma versão divertida e com forte apelo popular em comparação ao *management* (empreendedor).

Segundo Ícaro de Carvalho (2016), autor que popularizou o termo no Brasil, afirma tratar-se de uma nova modalidade de palestras e outras ações que se utilizam essencialmente de técnicas fortemente motivacionais, típicas de auto-ajuda, como "você irá vencer", ou "o sucesso só depende de você", possuindo grande cativo do público, mas que, em muitos casos, não agregam conteúdo prático e nem condizem com os desafios reais da tarefa de empreender. Assim, imersos em um contexto nacional transições e incertezas políticas, instabilidade econômica e excessos burocráticos, cada dia cresce a parcela de curiosos que se vêm atraídos pelas narrativas desses empreendedores que lançam "fórmulas mágicas" para alcançar o sucesso, felicidade e empoderamento individual.

Os sociólogos Adriano Campos e José Soeiro (2016) enfatizam que o empreendedorismo, especialmente este ao qual tratamos, propõe respostas individualistas para problemas complexos e sociais, como o desemprego e a precariedade, apresentando ao indivíduo uma narrativa que o



motiva a uma atitude e modo de ser capaz de resolver todos esses problemas. Logo, para superar a crise do estado, vai-se constituindo no Brasil, o ideário do empreendedor herói e do homem de sucesso seguindo a linha de raciocínio neoliberal, que transfere responsabilidades institucionais para os próprios indivíduos.

> O empreendedorismo apresenta-se como a saída para a crise do emprego. Mas trata-se de uma saída que acentua a lógica neoliberal enraizada na origem do problema. Com uma retórica assente na liberdade e na autonomia individual, a narrativa do empreendedorismo tem, por isso, um efeito político cada vez mais evidente: fazer com que cada um se sinta o responsável único pela situação (CAMPOS E SOEIRO, 2016, p. 10).

Nesta lógica, autores como Boltanski e Chiapello (2009) afirmam que há um novo espírito do capitalismo movimentado pelos agentes empreendedores, que reformulam a noção neoliberal ao prover novos padrões de produção e comportamento a serem seguidos por uma sociedade inteira, como um conjunto de crenças que dirigem a ação das pessoas e reforçam um modo de ser a partir da produtividade.

Seguindo a discussão, nos deparamos com o uso frequente da internet e a sua influência na vida das pessoas que tem alterado significativamente a forma de organização da sociedade, facilitando a tomada de decisões e fortalecendo as relações sociais, "as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação mudando a vida e, ao mesmo tempo sendo moldados por ela" (CASTELLS, 2005, p.40). Dito isso, e considerando a existência de uma dinâmica que engloba elementos de significação entre o discurso de *coach*, os participantes de um determinado grupo de seguidores e como eles se afirmam no contexto de hipervalorização da performance do empreendedor herói, nosso recorte de análise parte de um vídeo postado em 25 de julho de 2017, pelo *coach* Érico Rocha, que já tinha uma carreira como palestrante especializado em empreendedorismo e marketing digital, mas entendendo a tendência de empreendedorismo de palco adaptaro ao digital, se tornou *youtuber*, possuindo atualmente quase um milhão e meio de curtidas em sua Fanpage, 234 mil seguidores no Instagram e 334 mil inscritos no Youtube.

O vídeo analisado tem como título "Isso vai fazer o dinheiro correr atrás de você" e em menos de 24 horas já possuía mais de 26 mil visualizações. Usando o plano fechado, ângulo frontal e olhando diretamente para o receptor, pode-se entender que há uma participação interativa mais íntima, uma relação de poder igualitária que sugere o desejo de envolvimento do participante

representado com o observador. Essa distância social é consiste na metafunção interpessoal, proposta pela GDV.

No que tange a metafunção textual como ferramenta de análise, é possível observar que o título permanece na parte superior durante todo o vídeo, indicando uma promessa ou algo imaginário. Aquilo que seria ideal. Na parte inferior do vídeo aparece um lettering com a legenda do discurso que o ator vai proferindo na narrativa, complementando e enfatizando a zona central da imagem, composta pela própria imagem do empreendedor, que aparece, em quase todos os seus vídeos, sozinho, denotando, de acordo com a estrutura representacional e ideacional, uma imagem não transacional.

Antes de abordarmos o contexto discursivo do vídeo, vejamos alguns frames:



O empreendedor começa seu discurso com "isso vai fazer o dinheiro correr atrás de você", com a clara intenção de gerar curiosidade no espectador. No decorrer das falas, ele enfatiza que o espectador "precisa ficar bom de marketing" e "Érico como é que eu fico bom de marketing?". A resposta gira em torno de um discurso mais emocional e menos prático, típico do empreendedor de palco: "você seta a intenção, investe tempo. Pra algumas pessoas elas vão investir e aprender com algumas pessoas que sabem. Pra outras vão investir em bater cabeça". E enfatiza novamente: "Fica bom em marketing". Ou seja, o ator lança o questionamento, gera a expectativa, mas não responde de maneira direta e prática ao telespectador, deixando para este a responsabilidade de entendimento e desenvolvimento da proposta de ter sucesso, "o empreendedor edifica-se segundo o princípio único da competição individual" (CAMPOS & SOEIRO, 2016, p.11). De acordo com Fairclough (1989), sabemos que a forma mais eficaz de ideologia é aquela que não precisa de se

apresentar como tal. Assim, em um primeiro momento, não enxergamos o discurso ideológico e hegemônico que há por trás de frases como "você não corre atrás do dinheiro, o dinheiro corre atrás de você". Fairclough (2003) propõe uma análise discursiva baseada em três pontos: gênero, estilo e discurso. Funcionando como mecanismo articulatório que controla o que pode ser dito a fim de regular o discurso, o gênero apresentado percorre o espaço digital, que permite maior informalidade, fluidez e interação. Já o estilo identifica os atores sociais nos textos, que nesse caso, refere-se a um ator que se apresenta como uma autoridade no contexto social a qual está inserido. Por fim, o discurso, que remete a representação dos atores sociais e seus posicionamentos ideológicos em relação a eles e suas atividades, sendo fácil destacar um discurso hegemônico neo-liberal que sustenta a condição de sucesso financeiro como mérito próprio (meritocracia) e esforço individual, independente das desigualdades sociais e cenário econômico e político precário do país.

Considerações finais

Inseridos numa cultura neo-liberal ena cibercultura, que facilita o acesso interacional de pessoas espalhadas em todo o território, o discurso motivacional empreendedor conseguiu, e consegue cada vez mais, perpetuar narrativas hegemônicas do homem de sucesso que chegou ao topo após uma vida de coragem pessoal, bastando "apenas" querer. Por fim, este trabalho tratou de fazer uma crítica séria e fundamentada sobre a nova cara do empreendedorismo que lota espaços com recorde de público, atrai milhões de seguidores nas redes sociais e vende milhares de livros, apresentando um discurso fundado na emoção e na pouca praticidade, fugindo, muitas vezes, à racionalidade humana. Mesmo que brevemente, ao fazê-lo, pretendemos também contribuir para que se levantem outras análises, questionamentos e projetos reais fundados na ideia humana de que o sucesso não é tão simples e nem facilmente acessível a todos, mas importante é o planejamento coletivo e democrático e a escolha política que sobrepõe à lógica autoritária e ideológica da competição individual.

Referências:

ALMEIDA, D. B. L. de. (org.) **Perspectivas em análise visual**: do fotojornalismo ao blog. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008.



BARBOSA, José Roberto Alves. **Linguística:** outra introdução. Mossoró/RN: Queima-Bucha, 2013

BOLTANKSI; CHIAPELLO. **O novo espírito do capitalismo**. Trad. Ivonne Benedetti. Martins Fontes, São Paulo, 2009.

CAMPOS; SOEIRO. **A falácia do empreendedorismo**. Bertrand Editores, Lisboa, 2016.

CARVALHO, Ícaro. **Porque o empreendedorismo de palco irá destruir você.** Fev.2016. Acesso em: Maio de 2017. Disponível em: https://medium.com/o-novo-mercado/porque-a-ind%C3%BAstria-do-empreendedorismo-de-palco-ir%C3%A1-destruir-voc%C3%AA-3e18309ab47f

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. vol.1 Trad. Roneide Venancio Majer com a colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. 8 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

FAIRCLOUGH, Norman. **Language and power**. New York: Longman, 1989.
_____. **Discurso e mudança social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001 [1992].
_____. Discurso, mudança e hegemonia. In: PEDRO, Emília R. (Org.). **Análise Crítica do Discurso**: uma perspectiva sócio-política e funcional. Lisboa: Editorial Caminho, 1997. p. 77-104.
_____. **Analysing Discourse:** Textual Analysis for Social Research. London: Routledge, 2003.

GOUVEIA, Carlos Alberto Marques. **Texto e gramática**: uma introdução à Linguística sistémico-funcional. Matraga. Rio de Janeiro, v.16, n.24, jan./jun. 2009. p. 13-47.

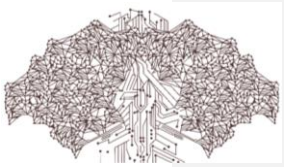
GRAMSCI, Antonio. **A Gramsci reader**: selected writings 1916-1935. David Forgacs (Org.). London: Lawrence and Wishart, 1988.
_____. **Concepção dialética da história**. Trad. Carlos N. Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995[1955].

HALLIDAY, M. A. K. Language structure and language function. In. LYONS, J. (ed). **New Horizons in linguistics.** Harmondsworth: Penguin, 1970.

KRESS, G., van LEEUWEN, T. **Reading images**. Second Edition. London: Routledge, 2006.

MARTINELLI, A. **Entrepreneurship and management**. In: SMELSER, N.; AWEDBERG, R. (Eds.). The Handbook of Economic Sociology**.** Princeton: Princeton University Press, 1994.

RESENDE E RAMALHO. **Análise de discurso crítica, do modelo tridimensional à articulação entre práticas**: implicações teórico-metodológicas. Revista Linguagem em (Dis)curso - LemD, Tubarão, v. 5, n.1, p. 185-207, jul./dez. 2004.
_____.**Análise de discurso (para a) crítica**: o texto como material de pesquisa. Linguagem e sociedade. V.01. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.



THOMPSON, J. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 2002.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

O INSTAGRAMISMO DE LÉV MANOVICH APLICADO AO TWITTER: UMA AVALIAÇÃO DA VIABILIDADE EXPERIMENTAL PARA CLASSIFICAÇÃO ESTÉTICA DE IMAGENS[1]

André Caetano de Sá e Benevides Inoue[2]

Introdução

Muito se fala das implicações que as novas tecnologias da, assim denominada por alguns teóricos, Era Digital ope(ra)ram na sociedade. A internet é, sem dúvida nenhuma, uma das aplicações tecnológicas que mais impactou a vida das pessoas até então, proporcionando micro e macro revoluções em diversos campos do conhecimento – entre eles, o da comunicação.

Fundações de minha pesquisa acadêmica, e da qual este artigo representa um pequeno recorte, o jornalismo e a fotografia, que caminham juntos sob a égide do fotojornalismo, sofreram forte influência tanto das tecnologias digitais quanto das potencialidades da internet.

Além das práticas sociais que já existiam e que tiveram suas trajetórias alteradas pelo campo gravitacional da tecnologia e da internet, exemplificadas no parágrafo anterior, pudemos testemunhar também a emergência de novos recursos e dispositivos com potência suficiente para tensionar e curvar o tecido social ao seu redor. Dentre tantos exemplos que se pode fornecer nesta área, minha pesquisa ocupa-se apenas de um: sites de redes sociais. Este artigo, por sua vez, afunila ainda mais o foco, concentrando-se no Twitter. Mais especificamente, em fotografias postadas em associação à hashtag #grevegeral.

O objetivo deste artigo foi avaliar a viabilidade da utilização de técnicas e conceitos do pesquisador Lév Manovich, aplicados ao estudo de conjuntos de postagens do Instagram, para a pesquisa do material obtido no Twitter.

Em "Instagram and Contemporary Image" (2016), o pesquisador busca identificar padrões em postagens do Instagram para diferentes cidades do mundo – a geolocalização é o principal (e em alguns casos é aparentemente o único) recorte que ele realiza em seus estudos em relação ao universo de postagens possíveis. Em outro projeto, Selfie City (www.selfiecity.net), sobreposta a

---

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 14 – Teorias e técnicas de pesquisa na e com a internet, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Mestrando em Estudo dos Meios e da Produção Mediática do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-SP) e bolsista financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). E-mail: acbene@usp.br

esta delimitação estava também a de restringir as fotografias analisadas ao tipo selfie, filtragem realizada manualmente por colaboradores contratados.

Com este trabalho em mãos e a necessidade, para minha pesquisa de mestrado, de encontrar um método que permita avaliar esteticamente as postagens de imagens em redes sociais, faz sentido testar a metodologia de Manovich, elaborada inicialmente para o Instagram, no Twitter. A ideia é verificar se a classificação estética proposta pelo pesquisador, que separa as imagens entre Casual, Profissionais e Estilizadas[3], serviria para identificar de forma eficiente igualmente os usuários que postaram fotografias entre Usuários comuns, Profissionais e Instituições, onde : Usuários comuns seriam perfis pessoais de fotógrafos não profissionais; Profissionais seriam os perfis de fotógrafos profissionais; e Instituições seriam perfis institucionais, seja de veículos de comunicação ou de outras formas de organização coletiva, como ONGs, sindicatos, empresas etc.

Metodologia

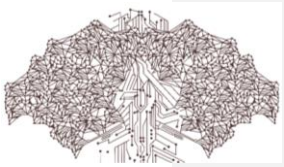
Para a realização deste artigo, em primeiro lugar foi necessário obter a matéria-prima: postagens no Twitter. Para esta finalidade foi escolhida a ferramenta NodeXL[4] (versão Basic), um template para Excel que permite, entre outras funcionalidades, a coleta de postagens públicas no Twitter que contenham determinada hashtag. A escolha foi baseada principalmente em dois atributos do recurso: ele é amplamente utilizado por acadêmicos e profissionais da área há vários anos; e é um recurso gratuito e open-source, não requerendo vínculos, contratos ou pagamentos de nenhuma forma.

Com a ferramenta em mãos, cabia definir a etapa de Coleta, utilizando passos semelhantes aos propostos por Fabio Malini no artigo "O método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidades em rede" (2016). Tendo já decidido o assunto a ser pesquisado, a saber a greve geral que ocorreu no Brasil no dia 28 de abril de 2017, era necessário compor o dicionário de busca, ou seja, os termos cuja correspondência no texto da postagem fariam com que o tweet fosse indexado, coletado e armazenado. Para este intento decidiu-se que apenas a hashtag #grevegeral já deveria trazer os resultados esperados – o que de fato aconteceu.

Cabe, neste momento um par de observações sobre a coleta de postagens no Twitter por intermédio do NodeXL.

3 . Livre tradução do autor para o original em inglês Casual, Professional e Designed, respectivamente.

4 . https://nodexl.codeplex.com/



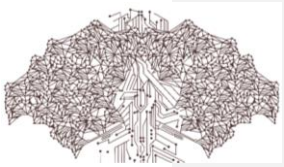
Primeiro, apesar de o Twitter oferecer operadores[5] dedicados a buscas complexas, a ferramenta em si não consegue processar alguns deles. Assim, não foi possível utilizar os operadores *until* ou *since*, que estabelecem parâmetros temporais para a busca e que permitiriam a realização de uma busca retroativa. Ou seja, não seria possível coletar as postagens, por exemplo, um mês após terem sido publicadas. Por este motivo, a busca foi rodada às 23h46 do dia 28 de abril. Vale a pena ressaltar que outras ferramentas podem fornecer tal retroatividade e que o próprio NodeXL, em sua versão paga, permite que sejam buscadas postagens com até 8 dias de publicação.

Além disso, é digno de nota a questão do idioma, ainda que esse fator não tenha afetado diretamente os resultados neste caso específico. Existe um operador (lang:idioma) que delimita os resultados da busca de acordo com a linguagem determinada pelo autor em seu perfil. Apesar de este recurso ser muito útil em diversas situações, como na busca por nomes próprios ou marcas (ex: Sony ou iPhone são escritos desta forma em diversas línguas), em relação a #grevegeral isso não afeta em nada, pois esta grafia ocorre apenas em português – e não houve notícia de greves gerais ocorrendo em outras localidades lusófonas. Ao contrário, ao não utilizarmos filtros de língua, possibilitamos a coleta de postagens com a hashtag de perfis configurados para outros idiomas que não o português mas que trazem postagens válidas (por exemplo, um brasileiro que configura seu perfil para o inglês, porém comenta assuntos do Brasil em português).

Fica claro, pois, como a escolha adequada do(s) termo(s) a ser(em) pesquisado(s) pode influenciar nos resultados obtidos. Se a busca tivesse sido feita apenas sobre o termo "greve", por exemplo, poderíamos obter resultados para paralisações ocorrendo em diversos países de língua espanhola, como a Venezuela (que também apresentava um cenário político e social turbulento à época).

Por fim, para fechar estes longos parênteses, existe a questão do volume de postagens que podem ser coletadas pelo NodeXL. A versão Basic, que foi utilizada para este estudo, retorna aproximadamente 2 mil tweets por busca, sempre do mais recente até o mais antigo dentro deste limite. A versão paga, vale dizer, amplia este volume para 18 mil posts. No exercício em questão, obtivemos 2.226 resultados, que compreenderam um intervalo de tempo de 1hora e 11 minutos de atividade no Twitter – ou seja, as publicações de nosso corpo de dados vão das 10 horas e 27 minutos até às 11 horas e 38 minutos do dia 28 de abril de 2017.

[5] . Os operadores do Twitter podem ser consultados em https://twitter.com/search-home#. Operadores de busca funcionam de maneira similar aos operadores matemáticos: o uso deles determina a relação entre os elementos, resultando em valores eventualmente diferentes para cada operação.



Para se ter uma ideia do volume total de postagens envolvendo este tema, #grevegeral, podemos tomar como exemplo os dados apresentados por Malini em publicação[6] no Facebook. O pesquisador relata que nos 7 dias que antecederam o 28 de abril foram coletados 332.351 posts no Twitter[7], acrescentando à postagem um vídeo que mostra um grafo dinâmico com a evolução da rede de usuários que publicaram sobre o tema no período.

Apenas a título de registro, os estudos de Malini são normalmente baseados em material coletado pela Ford, uma ferramenta desenvolvida pela própria equipe do laboratório que ele coordena, o Labic (Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura) do Departamento de Comunicação Social da Ufes (Universidade Federal do Espírito Santo). Desta forma, alguns parâmetros de comparação não podem ser aplicados, tanto em relação à escala do universo de análise quanto à diversidade dos metadados.

O resultado da fase da Coleta é um arquivo em formato .xlsx com as postagens encontradas pela busca. Cada linha de dados corresponde a um tweet e é cruzada com 23 colunas de metadados, como data (UTC), hashtags contidas no texto, URL do tweet, o próprio texto da postagem etc.

Finda a etapa de Coleta, inicia-se a fase da Mineração de Dados. De posse do template do NodeXL com os tweets coletados, o primeiro passo foi copiar os dados para poder manejá-los sem corromper a matriz. Como o objetivo do estudo foi estudar fotografias postadas no Twitter, a ação seguinte foi isolar as publicações com imagens.

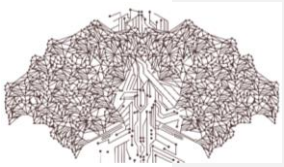
Na planilha de extração, as imagens aparecem como links, que estão todos encurtados pelo serviço da própria rede social, adquirindo o formato https://t.co/VARIAVEL (onde "VARIAVEL" é o código alfanumérico específico de cada URL). Assim, foi feito um filtro na coluna "Tweet", que contém o texto da postagem, para deixar visíveis apenas os tweets que continham os caracteres "t.co", o que resultou em 1.038 itens.

Como, neste momento, pretendemos analisar as postagens próprias, e não o compartilhamento de outras postagens, foi feito também um segundo filtro para ocultar as postagens que começam com "RT". Os tweets com esta característica são, justamente, posts compartilhados (os chamados retweets), de maneira que não seriam úteis neste estágio da pesquisa e foram igualmente desconsiderados. Restaram, agora, exatamente 400 itens.

---

6 . https://www.facebook.com/fabio.malini/videos/10155442923776151/

7 . Não fica claro se #grevegeral era a única palavra chave de busca, ou mesmo se ela foi de fato um dos elementos do dicionário de busca. O bom senso, no entanto, nos indica que a hashtag foi utilizada, uma vez que Malini faz referência a ela no texto que acompanha a publicação.



Todas as publicações próprias que certamente não continham fotografias foram descartadas, e restaram posts com links simples, fotografias, vídeos e outros tipos de conteúdo audiovisual, como montagens e screenshots de websites. A única maneira de isolar os tweets com imagem seria proceder com classificação manual. Desta forma, cada umas postagens foi aberta e classificada de acordo com seu conteúdo. Uma nova coluna foi aberta na planilha de Excel para registrar a informação, resultando em 12 categorias diferentes. A saber Link, Foto, Print, Reply Vídeo, Montagem, Tweet apagado, Tweet privado, Charge, Meme, Foto de TV e Meme vídeo.

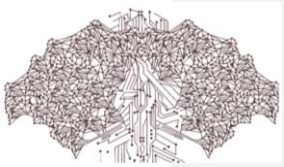
Vale a pena apontar que posts de outras redes sociais (como Facebook e Instagram) compartilhados no Twitter, mesmo que contenham fotografias, têm apenas o texto exibido, seguido de um link para a publicação original. Assim, mesmo que a postagem no Facebook, por exemplo, tenha uma imagem, ela não é mostrada no Twitter. Esses itens, por implicações óbvias, não foram considerados em nossa análise e foram classificados como Link, em sua maioria.

Outra questão que vale a pena ser levantada é que alguns links, dependendo de especificações na programação do site, são mostrados no Twitter acompanhados de uma foto, de maneira automática. Como, a princípio, a intenção do usuário foi compartilhar um link e não necessariamente uma foto, estes posts também foram desconsiderados em nossa análise. Além disso, o usuário não tem controle de qual imagem ilustrará o tweet, tornando impossível identificar a real intenção de sua postagem. Estas publicações também foram categorizadas como Link.

A fim de reduzir o número de categorias e simplificar sua manipulação, elas foram aglutinadas em representações mais genéricas, resultando em 7 denominações: Link (285 ocorrências), Fotos (70 ocorrências), Screenshots (15 ocorrências), Criativas, 11 ocorrências), Replies (7 ocorrências), Vídeos (6 ocorrências) e ND (6 ocorrências).

No que tange à categoria que realmente importa para o estudo, Fotos, é preciso apenas ressaltar que ela foi resultado da união de Foto e Foto de TV. Ficamos, portanto, com um total de 70 tweets próprios com imagens postadas diretamente pelo usuário e finalizamos a etapa de Mineração de dados.

Com esse corpo de dados em mãos, poderíamos aventar a possibilidade de trabalhar recortes geolocalizados, a exemplo dos estudos descritos por Manovich em “Instagram and Contemporary Image” (2016). Dois fatores impedem, no entanto, que este tipo de investigação seja conduzido com o *dataset* obtido. Em primeiro lugar, o tamanho da amostra é por demais pequeno para permitir subdivisões estatisticamente válidas. Adicionalmente, nenhuma das



postagens restantes no grupo de 70 tweets com fotos traz metadados de geolocalização. Esta abordagem foi, pois, sumariamente descartada.

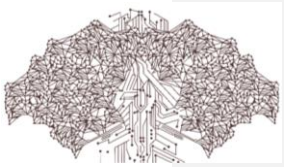
Como o objetivo principal deste artigo é avaliar eventuais correspondências entre a classificação proposta por Manovich e os tipos de usuários arbitrariamente definidos para minha pesquisa de mestrado (ambos serão detalhados a seguir), foram adicionadas duas novas colunas à planilha para categorizar as 70 postagens consideradas. Essa fase, de acordo a metodologia proposta por Malini (2016), corresponderia à Modelagem de tópicos. Novamente, os links dos tweets foram acessados um a um e cada imagem e usuário teve a possibilidade de ser enquadrado de acordo com os dois novos atributos: para Tipo de imagem, Casual, Profissional ou Estilizada; para Tipo de perfil, Usuário comum, Profissional ou Institucional.

No livro que serve de fio condutor a este artigo e que propõe a classificação de tipos de imagem utilizada nesta investigação, o próprio autor faz a ressalva que estas tipificações "não pretendem ser exaustivas e cobrir toda imagem no Instagram" (MANOVICH, 2016). Desta forma, a avaliação da suficiência destes tipos ou da necessidade de definição de novas categorias para a devida condução da pesquisa deve constar nas conclusões deste artigo. Manovich faz notar, ainda, que o método diz respeito a imagens, e não a autores:

> Alguns autores conscientemente curam suas galerias para apenas incluir fotografias profissionais ou estilizadas. Muitos outros usuários do Instagram não são consistentes, e misturam dois ou três tipos. Por exemplo, um fotógrafo casual pode eventualmente dedicar-se para criar fotografias com aparência mais profissional, e ainda, influenciado por o que ele ou ela vê em outras galerias do Instagram, tentar de vez em quando fazer fotos estilizadas incluindo objetos individuais ou "flat lays"[8]. (MANOVICH, 2016)

Por mais que tenhamos sido prevenidos de que tal comportamento exista, ainda assim a avaliação da validade desta correspondência entre tipos de imagem e de usuários faz-se pertinente, uma vez que casos atípicos não invalidam, de forma alguma, uma tendência ou uma metodologia. Ao contrário, exceções e pontos fora da curva devem sempre ser esperados na ciência em geral, e principalmente nos estudos relacionados a padrões de comportamento humano. Até porque

[8] . Tradução livre do autor para o original em inglês: Some authors consciously curate their galleries to only feature professional or design photos. Many more Instagram users are not as consistent, and mix two or three types. For example, a casual photographer may sometimes take time to create more professional looking photos, and also, influenced by what she or he sees in other galleries on Instagram, also attempt sometimes to make design photos featuring individual objects or "flat lays".



condutas e sequências completamente normatizadas e previsíveis dificilmente darão origem a inovações e saltos evolutivos.

Vamos, pois, à definição dos tipos. Manovich define como Casuais as fotografias com objetivo primeiro de documentação. No entanto, a documentação também é um dos componentes mais importantes, se não o principal, do fotojornalismo. Desta forma, esta intenção deve ser encontrada em todas as fotografias de nossa pesquisa. Precisaremos, pois, ir um pouco além:

> Nessas fotos, características visuais como contraste, tonalidades, cores, foco, composição, ou ritmo não são controladas com cuidado, de modo que do ponto de vista da "boa fotografia" elas são frequentemente (mas não sempre) "fotos ruins". (...) Independente destas razões, estas fotos são primordialmente registros documentais, em oposição a objetos estéticos. Ou, em outras palavras: o conteúdo das fotos casuais é mais importante para seus usuários do que seguir as regras da boa fotografia, então uma "foto ruim" com o assunto importante é aceita e não rejeitada[9]. (MANOVICH, 2016)

Já a fotografia Profissional, para Manovich, não está necessariamente associada a pessoas com conhecimentos formais da prática ou à remuneração pecuniária de seu exercício. A tipificação está relacionada mais à aplicação de regras estéticas e técnicas na produção das imagens, conforme o pesquisador explica:

> Nós estamos usando o termo "profissional" em referências às regras da fotografia codificada em livros didáticos durante a segunda metade do século 20 e agora replicadas em inúmeros vídeos instrucionais, blogs de fotografia e websites, e textos utilizados em cursos de fotografia. (...) Exemplos de tais regras são a "regra dos terços", exposição adequada que revela detalhes nas sombras, meios-tons e destaques; uso de linhas de orientação que conduzem o olhar ao longe ou, ao contrário, fazem o assunto aparentar mais chapado;

[9] . Tradução livre do autor para o original em inglês: Do casual photos have any distinct visual aesthetics? In these photos, visual characteristics such as contrast, tones, colors, focus, composition, or rhythm are not carefully controlled, so from the point of view of proper good photography these are often (but not always) bad photos. We can guess that some users are aware of these characteristics but did not want to spend time to control them; others have tried to make good photos but failed, and some are simply unaware. Regardless of the reasons, such photos are primarily documentation records, as opposed to aesthetic objects. Or, to put this differently: the content of casual photos is more important to their users than following the rules of good photography, so a "bad photo" with the important subject is accepted rather than rejected.

> balanceamento de cores sem predominância de nenhuma matiz[10]. (MANOVICH, 2016)

Por fim, temos a categoria Estilizada. Manovich associa esta modalidade a fotografias que foram manipuladas (*arranged and edited*, nas palavras do autor) com o objetivo de ganhar uma aparência estilizada. Ele também associa a categoria ao design gráfico moderno, minimalista, hierarquizado e unívoco (interpretações minhas). De modo a diferenciar esta tipificação da anterior, ele faz uma série de apontamentos:

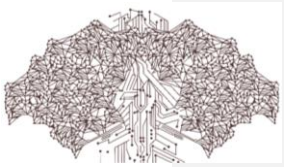
> A estética Profissional é sobre perspectivas profundas, grandes espaços abertos, e detalhes infinitos em toda a parte de uma foto. A estética Estilizada como vista na páginas da VSCO Gallery é sobre close-ups, espaços rasos, grandes áreas em apenas uma cor, e acima de tudo fotos com poucos ou nenhum detalhes. A primeira privilegia paisagens abertas; a segunda privilegia detalhes de objetos e close-ups de rostos e corpos. Na primeira, as composições são perfeitamente simétricas; na segunda, elas são assimétricas. A primeira é sobre perspectiva; a segunda é sobre planicidade[11]. (MANOVICH, 2016)

Com a exposição das principais características das categorias de tipos de fotografia, é possível passar agora a uma breve descrição da tipificação que diferencia os perfis do Twitter: Usuários Comuns, Fotojornalistas e Institucionais.

A primeira delas é composta basicamente pelo usuário típico das redes sociais, sem instrução formal em fotografia ou grande preocupação estética (ou, pelo menos, não consegue aplicar estes princípios de maneira bem-sucedida). Fotojornalistas, por sua vez, é uma categoria

[10] . Tradução livre do autor para o original em inglês: We are using the term "professional" to refer to the rules of photography codified in the textbooks during the second part of the 20th century and now repeated in numerous instructional videos, photo blog and websites, and texts used in photo classes. The lists of such rules may differ but what is important for our characterization of professional Instagram photos is that they were fully established before Instagram and mobile photography stage. The examples of such rules are the "rule of thirds"; proper exposure that shows details in shadows, middle tones and highlights; use of line orientations that lead the eye into distance or, on the contrary, make subject appear more flat; balanced colors without any color tint dominating.

[11] . Tradução livre do autor para o original em inglês: Professional aesthetic is about deep perspective, big open spaces, and infinite details in every part of a photo. Designed aesthetics as seen in VSCO Gallery pages is about close-ups, shallow spaces, big areas in one color, and most or all of photos with little or no details. First privileges open landscapes; the second privileges details of objects and close-ups of faces and bodies. In the first, compositions are perfectly symmetrical; in the second, they are asymmetrical. The first is about perspective; the second is about flatness.



autoexplicativa: são os profissionais da área, que praticam a fotografia com técnica apurada e conseguem unir conteúdo e estética de maneira harmônica. Por fim, os usuários Institucionais compreendem não apenas empresas jornalísticas, mas também marcas comerciais, partidos políticos, agremiações sindicais e quaisquer outras formas de representação coletiva.

Por fim, para encerrarmos o detalhamento metodológico deste estudo, os dados resultantes da aplicação das classificações acima descritas serão analisados com o objetivo de verificar se existe ou não alguma relação ou tendência entre o tipo de fotografia e de usuário. Em outras palavras: é possível associar um tipo de fotografia a um determinado tipo de usuário?

Os resultados obtidos pela classificação das postagens serão analisados na próxima parte deste artigo.

Resultados e análise dos dados

Após a fase de Modulagem de tópicos, na qual os tweets foram classificados, podemos passar à Visualização de dados, que será conduzida de forma concomitante à parte da análise. Como este artigo não pretende fazer a análise da rede de relacionamentos entre os usuários, não há necessidade de reproduzir grafos, como proposto por Malini (2016). Ao contrário, as representações gráficas que apoiarão este artigo são extremamente simples.

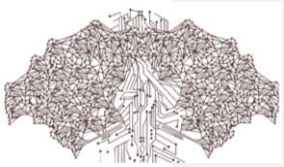
Indo direto ao ponto, a tabela a seguir traz os dados obtidos pelas duas tipificações realizadas na etapa anterior:

	Tipos de fotografia				
Tipo de usuário	**Casual**	**Profissional**	**Estilizada**	**Híbrido**	**TOTAL**
Usuário comum	20	20	0	1	41
Institucional	14	13	0	0	27
Fotojornalista	0	0	0	0	0
TOTAL	**34**	**33**	**0**	**1**	**68**

FIGURA 1 – Tabela com cruzamento dos dados obtidos pela classificação de tipos de usuário e tipos de fotografia, em número de ocorrências.

Antes de começarmos a relatar os resultados propriamente ditos e a analisar os dados, é preciso fazer três rápidas observações.

Em primeiro lugar, um detalhe que chama a atenção é a ausência de tweets de Fotojornalistas e de fotografias Estilizadas. É plausível presumir que, tivéssemos trabalhado com



uma amostra maior, possivelmente encontraríamos ocorrências nestas categorias. Quais seriam os cruzamentos mais prováveis, no entanto, é algo que não podemos apontar.

Além disso, o leitor mais atento provavelmente reparou que há uma nova categoria de tipos de fotografia, denominada Híbrido. Como pode-se imaginar, trata-se de uma única postagem que trazia mais de um tipo de fotografia – Profissional e Casual, especificamente. Ao contrário do Instagram, o Twitter permite, assim como o Facebook, que mais de uma imagem seja publicada em um único post, o que gerou a dupla categorização.

Por fim, a tabela traz um total de 68 postagens classificadas, e não 70 como aferido na etapa anterior. Isso se deve ao fato de que a usuária de um dos tweets classificados fechou seu perfil, tornando a publicação inacessível – e portanto, inválida. O segundo caso foi um erro de classificação de uma imagem que deveria ser considerada como Criativa na fase de Mineração de dados. Como este é um estudo experimental, julgamos relevante transparecer aos leitores todas as dificuldades do processo e as eventuais imperfeições do método utilizado. Quando se trata de abordagens subjetivas, o erro humano é uma variável que deve ser levada em conta.

Feitas as ressalvas necessárias, podemos entrar de fato na análise dos resultados. De maneira resumida, serão examinados quantitativamente e qualitativamente os volumes totais para os tipos de usuários e fotos, em um panorama mais aberto, e os resultados específicos de cada tipificação.

Conforme intuíamos que ocorreria, foi verificado um volume maior de postagens de Usuários comuns do que de perfis Institucionais, nas porcentagens de 60% e 40%, respectivamente. Apesar de não termos conhecimentos de dados sobre a proporção de contas pessoais e contas institucionais nesta rede social, é possível supor que ela registra um maior número de perfis do primeiro tipo. Existem mais pessoas do que empresas no mundo, e uma das funções primárias de uma rede social desta natureza é conectar pessoas, logo a suposição faz sentido.

Já com relação aos volumes totais de tipos de fotografia, o resultado contrariou nossa expectativa. Em decorrência da primeira premissa, a de que usuários comuns seriam maioria, esperava-se uma proporção mais significativa de fotografias Casuais. No entanto, o volume encontrado deste tipo é praticamente igual ao verificado para Profissionais, 34 e 33 registros, respectivamente.

Uma possível explicação para este fato é que o contexto estudado, por sua relevância social, possui uma grande cobertura de veículos de imprensa, hipótese que é reforçada pelo fato de que Usuários comuns compartilham igualmente fotos Casuais, em muitos casos aparentemente de

autoria própria, e fotos Profissionais, de autoria de terceiros – foram encontradas 20 ocorrências para cada tipo de fotografia para esta tipificação de usuário/perfil.

Surpreendentemente, o padrão de comportamento dos perfis Institucionais, quando analisados de maneira macroscópica, é extremamente parecido. Eles publicaram proporções praticamente iguais de fotos Casuais e Profissionais. A Figura 2 ilustra as semelhanças encontradas:

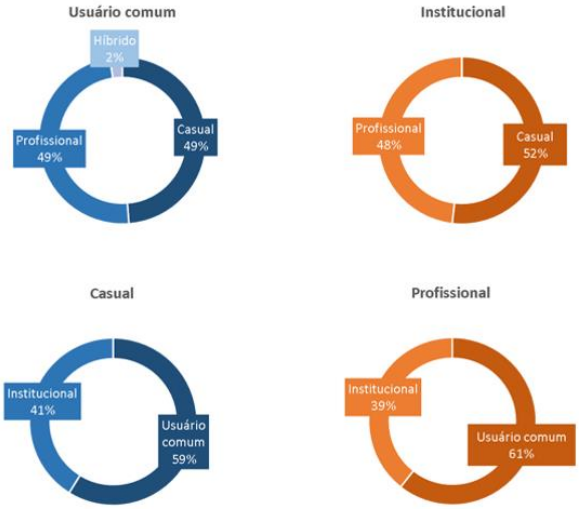


Figura 2 – Plotagem dos cruzamentos entre tipos de usuários e tipos de fotografia, em porcentagem.

Porém, quando adentramos um pouco mais nos tipos de perfis, é possível notar que as empresas jornalísticas tradicionais apresentam grande preferência por fotografias Profissionais – isso foi verificado em todos os casos classificados. As fotografias Casuais postadas por perfis Institucionais, em sua maioria, foram encontradas em veículos de mídia alternativa (8 ocorrências para @midianinja) e organizações políticas/sindicais (3 registros para @PT_para e 2 menções em contas de sindicatos de bancários). A Figura 2 traz mais detalhes sobre esta distribuição.

Conforme já foi apontado acima, os Usuários comuns realizam de forma igualitária postagens com fotografias Casuais, aparentemente de autoria própria, e Profissionais, de terceiros. É possível supor, no entanto, que estes usuários tenham comportamentos distintos em outros contextos que não de interesse social / fotojornalístico, podendo priorizar fotografias de sua própria autoria para questões cotidianas. Vale ressaltar que estas considerações são puramente baseadas em percepções empíricas e de caráter especulativo, carecendo de investigação aprofundada para serem confirmadas ou rejeitadas.

A tipificação é ilustrada a seguir com um mosaico de todas as fotos publicadas por estes usuários (Figura 3, item 1).



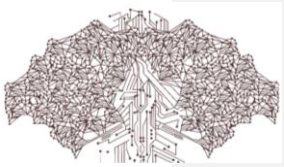
Figura 3 – Montagem com as imagens de perfis classificados como: Item 1 - Usuários comuns; Item 2 – Perfis Institucionais; Item 3 – Fotografias Casuais; Item 4 – Fotografias Profissionais. As fotografias tiveram sua altura normalizada para compor o mosaico.

Ao contrário do que se poderia supor, as empresas jornalísticas tradicionais aparentemente ainda mantêm uma postura conservadora em relação ao fotojornalismo, publicando apenas fotografias Profissionais. Neste cenário, as mídias alternativas atuam no sentido oposto, privilegiando fotografias Casuais e, com isso, ampliando sua presença geográfica, pois não depende da presença física de um fotojornalista para registrar acontecimentos em localidades diversas.

A tipificação é ilustrada a seguir com um mosaico de todas as fotos publicadas por estes usuários (Figura 3, item 2).

Ainda que nenhum perfil tenha sido classificado como de Fotojornalista, é possível tentar interpretar esse resultado. É plausível que fotojornalistas eventualmente tenham sido classificados como Usuários comuns, expondo uma dificuldade metodológica: é metodologicamente viável determinar se um perfil específico é de um fotojornalista ou não com base em apenas uma postagem? A resposta é que, em muitos casos, não será feita uma identificação segura com a utilização destes parâmetros. Reconhecemos esta dificuldade metodológica e estas considerações serão levadas em conta nas investigações subsequentes.

Ao contrário dos padrões encontrados por Manovich no Instagram, as fotografias Casuais no Twitter, dentro do contexto analisado, podem ser consideradas de interesse geral, não apenas



particular. Desta forma, o componente "home mode" que o pesquisador associa a esta tipificação não se fez notar na amostra analisada.

> Mas a essência do "home mode permanece a mesma. A maioria dos autores do Instagram captura e compartilha fotos que são de interesse do autor, de seus amigos e talvez da família ou círculos expandido de conhecidos, em oposição a completos estranhos[12]. (MANOVICH, 2016)

Este ponto fica ainda mais claro quando se compara a seleção de fotografias que ele utiliza em seu livro para ilustrar a categoria (MANOVICH, 2016, in:http://manovich.net/content/04-projects/092-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-2/lm_instagram_article_part_2_edited.pdf, p. 08, figura 5a) com o mosaico de imagens obtido a partir dos tweets referentes à mesma tipificação analisados neste artigo (Figura 3, item 4). Enquanto na primeira observa-se predominância de selfies, pontos turísticos e outras temáticas particulares, na segunda é possível notar enquadramentos de multidões, de cartazes com palavras de ordem e de situações de conflito. A mensagem a ser comunicada, no caso das imagens deste estudo, está claramente fora do âmbito pessoal, comunicando informações relevantes para toda a sociedade, de maneira geral.

Desta forma, ainda que exista uma compatibilidade desta categoria em relação aos valores estéticos, as motivações e intencionalidades por trás da publicação das imagens é completamente diferente. Por mais que sua utilização seja válida para o agrupamento das fotografias com características estéticas, a interpretação de Manovich sobre os propósitos das postagens no Instagram não condizem com o que foi encontrado no Twitter, de modo que será necessário reformular estas concepções.

Ao contrário da categoria anterior, as fotos Profissionais deste estudo parecem ser condizentes com as características da classificação proposta por Manovich. Além de critérios técnicos, a aplicação das regras da "boa fotografia", o autor também relata associações com assuntos e ambientes.

Uma característica que é completamente compatível é a questão de espaços ao ar livre (outdoor), a tag mais comum encontrada em uma amostra de 100 milhões de fotografias em licença *Creative Commons* disponibilizadas pelo Flickr em 2014 (MANOVICH, 2016). Este

[12] . Livre tradução do autor para o original em inglês: But the essence of home mode remains the same. The majority of Instagram authors capture and share photos that are of interest to the author, her/his friends and perhaps family or expanded circle of acquaintances, as opposed to complete strangers.

aspecto pode ser claramente identificado no mosaico composto pelas fotografias Profissionais analisadas neste estudo (Figura 3, item 4):

Além disso, Manovich contrapõe fotografias de paisagens a de pessoas como forma de ilustrar outro traço desta tipificação. De todas as imagens acima, apenas duas trazem detalhes de um rosto, guardando ampla correspondência com a análise do autor:

> Isso sugere que paisagens naturais e urbanas são os assuntos mais frequentes para entusiastas da fotografia. Por que? Pessoas como assuntos são muito particular, muito concreto; muito privado; nós, os espectadores de fotografia, podemos gostar do rosto de uma pessoa e não de outro. Vistas da natureza e da cidade são também concretas, oferecendo detalhes infinitos para a câmera, porém é um tipo diferente de concretude com apelo universal[13]. (MANOVICH, 2016)

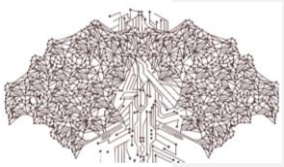
O fato de não terem sido encontradas fotografias Estilizadas na amostra classificada pode ser um indicativo de que este estilo não é compatível com a prática fotojornalística. Como é possível verificar em um dos mosaicos que Manovich utiliza para ilustrar a tipificação(MANOVICH, 2016, in:http://manovich.net/content/04-projects/092-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-2/lm_instagram_article_part_2_edited.pdf, p. 09, Figura 5d), as imagens são quase todas produzidas, não-espontâneas. Elas foram cuidadosamente planejadas e desenhadas para gerar uma aparência e uma estética específicas.

Já o fotojornalismo, por mais que possa demandar planejamento e cuidados estéticos, é essencialmente o registro de acontecimentos – nem sempre previsíveis ou controlados. Ainda que o registro de fotografias com estas qualidades estéticas possa ocorrer em contextos semelhantes ao estudado nesta investigação, é extremamente improvável que se realizem. De todo modo, consideramos que o descarte desta categoria, neste momento, seria precoce e sem sólida fundamentação.

Considerações finais

Diante dos dados coletados e do cruzamento das informações obtidas, consideramos possível afirmar que não existe correspondência direta entre os tipos de fotografia propostos por

[13] . Livre tradução do autor para o original em inglês: This suggests that landscapes and cityscapes are the most frequent subjects for serious photography enthusiasts. Why? People as subjects are too particular, too concrete; too private; we the viewers of photos may like the face of one person but not another. Nature and city views are also concrete offering infinite details to the camera, but it is a different kind of universally appealing concreteness.



Manovich e os tipos de perfis determinados para esta pesquisa. O que se encontrou, em oposição, é que perfis Institucionais e de Usuários comuns utilizam, em proporções surpreendentemente semelhantes, fotografias Profissionais e Casuais. Apesar disso, foi verificada a tendência de que as empresas jornalísticas tradicionais continuam a sustentar a utilização predominante de imagens Profissionais.

Estas informações indicam que, ao contrário do que se poderia supor, que imagens Casuais produzidas por Usuários comuns estão encontrando brechas de distribuição nas empresas jornalísticas, os próprios Usuários comuns estão distribuindo e fazendo circular as imagens Profissionais dos meios de comunicação de massa tradicionais, amplificando seu alcance.

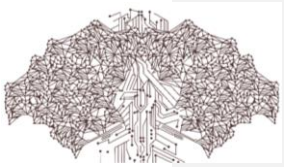
Ainda que as redes sociais tenham alterado de forma significativa as dinâmicas de circulação e distribuição de fotografias com valor jornalístico, isso aparentemente não causou mudanças nos padrões estéticos adotados pelas empresas jornalísticas tradicionais. Claro, pode-se argumentar que os dados sugerem que veículos de comunicação alternativos fazem uso de fotografias de estética Casual, porém neste caso não houve necessariamente uma mudança, uma vez que estas instituições foram concebidas já sob o paradigma digital.

Com relação à metodologia utilizada, este experimento permitiu que fossem detectadas diversas dificuldades de aplicação e aspectos geradores de incerteza. O primeiro deles é a dificuldade da aplicação de critérios subjetivos para a classificação estética da fotografia. Certamente dois pesquisadores diferentes apresentariam disparidades em seus resultados, uma vez que a aplicação da tipificação depende da interpretação das imagens. A definição de critérios claros e objetivos permitirá que essa inconsistência seja minimizada nos estudos vindouros.

Além disso, a distinção de perfis institucionais e pessoais é nítida, porém a identificação de perfis de Fotojornalistas demanda uma pesquisa mais aprofundada, que acesse também elementos gerais de cada conta, além da postagem propriamente dita.

A classificação proposta por Manovich demonstrou-se coerente com o contexto da pesquisa, encontrando diversos pontos de correspondência. Apesar disso, será necessária uma definição mais precisa e objetiva das tipificações para que a classificação estética apresente maior acurácia e valor estatístico, conforme apontado acima. É possível, também, que haja a criação de novas categorias ou uma redefinição do conceito de fotografia Estilizada, uma vez que esta última não aparenta ser de utilidade analítica para o fotojornalismo.

Vale notar, ainda, que as fotografias são apenas um dos tipos de imagens que circulam nas redes sociais. Montagens, memes, ilustrações, screenshots e vídeos também compõem a diversidade audiovisual do ambiente, embora fora do âmbito do fotojornalismo. O estudo destas



outras modalidades, no entanto, requisitaria um espectro teórico mais abrangente e uma abordagem metodológica completamente diferente.

É imprescindível ressaltar que a metodologia utilizada neste estudo teve caráter experimental e exploratório. Mais do que solidificar pontos de vistas e hipóteses, o intento desta investigação foi aprofundar nossa compreensão sobre os desafios metodológicos que este tipo de estudo apresenta e coletar informações de base sobre o contexto da pesquisa, de forma a antecipar eventuais dificuldades e permitir uma abordagem mais eficiente e pragmática da pesquisa que se inicia.

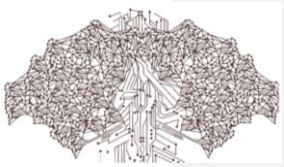
Por fim, cabe reconhecer que a amostra na qual se baseou a presente investigação carece de representatividade estatística, de modo que os resultados encontrados não devem ser tomados, de forma alguma, como aferições absolutas ou definitivas. Eles devem ser encarados, e creio que esse seria o mérito desta pesquisa, como indicativos de caminhos a se seguir, matéria de questionamentos e indícios de tendências que precisam ser explorados de forma mais consistente, abrangente e aprofundada com um estudo de maior fôlego.

Referências bibliográficas

MALINI, F. **Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidades em rede**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercutura do XXV Encontro Anual da Compós. Goiânia: [s.n.]. 2016.

MANOVICH, Lev. Instagram and Contemporary Image. 2016. Disponível em: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image/>. Acesso em: 30 jan.2018.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O MODELO DE NEGÓCIO DO JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL NO CENÁRIO DA NOVA ECOLOGIA DOS MEIOS[1]

Angelo Sastre[2]; Francisco Rolfsen Belda[3]

Resumo

O modelo digital (pós-industrial) representa um processo de disruptura em relação ao tradicional (industrial), já que permite novas possibilidades diante das tecnologias inovadoras e dos diferentes interesses do público. Dessa forma, deve se pensar em um novo projeto, que atenda três pilares: público, processos e produção. Como observa Jarvis (2015), os atuais dispositivos como computadores, tablets, *smartphones*, entre outros, se converteram em meios de produção e distribuição de conteúdo. Já Scolari (2008) aponta que um dos formatos de gestão no processo de convergência para a plataforma digital é implantar a figura do jornalista multifuncional. Para promover a reflexão sobre o cenário da nova ecologia dos meios propomos a análise de experiências adotadas por alguns veículos de comunicação, que serão confrontadas com a visão de pesquisadores.

Palavras-chave: jornalismo pós-industrial; nova ecologia dos meios; modelo de negócio no jornalismo; jornalismo digital; novos meios de comunicação.

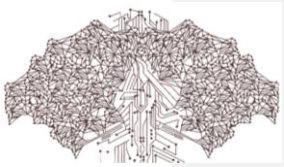
Abstract

The digital (post-industrial) model represents a process of disruption in relation to the traditional (industrial), since it allows new possibilities in the face of innovative technologies and the different interests of the public. In this way, we must think of a new project that meets three pillars: public, processes and production. As Jarvis (2015) observes, current devices like computers, tablets, smartphones, among others, have become means of production and

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 13: Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Doutorando no programa de Mídia e Tecnologia da UNESP/Bauru, mestre em Sociologia (UNESP/Araraquara), pesquisador no Genem (Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios) da UNESP/Bauru, professor titular (concursado) e coordenador dos cursos de jornalismo e comunicação social – habilitação em publicidade no IMESB (Instituto Municipal de Ensino Superior de Bebedouro – "Victório Cardassi"), E-mail: angelosastre@gmail.com .

[3] Professor assistente doutor do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP) e docente permanente no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia. E-mail: belda@faac.unesp.br



distribution of content. Scolari (2008) points out that one of the formats of management in the process of convergence for the digital platform is to implant the figure of the multifunctional journalist. To promote reflection on the scenario of the new ecology of the media we propose the analysis of experiences adopted by some communication vehicles, which will be confronted with the view of researchers.

Keywords: post-industrial journalism; new media ecology; business model in journalism; digital journalism; new media.

As mudanças tecnológicas e os novos dispositivos aceleraram a produção e o acesso às informações gerando uma nova cultura e novos hábitos de consumo caracterizados pela diversidade de fontes e nichos de interesses e de mercado.

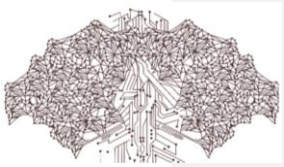
Neste contexto, o cenário do jornalismo pós-industrial, ou seja, a produção digital e a criação de plataformas dos meios de comunicação passou a representar um grande desafio para os profissionais e gestores que buscam compreender o fenômeno e identificar um modelo sustentável de negócio.

Nota-se que o modelo digital (pós-industrial) representa um processo de disruptura em relação ao modelo tradicional (industrial), já que permite novas possibilidades diante das novas tecnologias e dos diferentes interesses do público.

Dessa forma, os veículos de comunicação devem pensar em um novo projeto, que atenda três pilares: público, processos e produção. Em função disso surge a necessidade de recriar a linguagem, redação, imagens, gráficos, áudios, vídeos, entre outros.

O modelo industrial é caracterizado pela centralização dos veículos de comunicação em relação ao processo produtivo e a distribuição com pouca margem de competitividade, além do público apresentar uma posição passiva em relação a produção de conteúdo. Por outro lado, no modelo pós-industrial como apontado por ANDERSON; BELL e SHIRKY (2012), essas condições não são mais uma realidade.

> *If you wanted to sum up the past decade of the news ecosystem in a single phrase, it might be this: Everybody suddenly got a lot more freedom. The newsmakers, the advertisers, the startups, and, especially, the people formerly known as the audience have all been given new freedom to communicate, narrowly and broadly, outside the old strictures of the broadcast and publishing models. The past 15 years have seen an explosion of new tools and techniques, and, more importantly, new assumptions and expectations, and these changes*



> *have wrecked the old clarity.* (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012, p. 1)[4]

A necessidade de reinvenção dos veículos reforça ainda mais a urgência por um novo modelo de negócio, que envolve mudanças radicais nas redações, no perfil de trabalho e nas gerências comerciais e de operações.

No contexto do jornalismo pós-industrial, ANDERSON; BELL e SHIRKY (2012) observam que a tendência é que os veículos de comunicação percam receita e participação no mercado sem a adaptação aos novos métodos e processos de trabalhos característicos da mídia digital.

> *This restructuring will mean rethinking every organizational aspect of news production—increased openness to partnerships; increased reliance on publicly available data; increased use of individuals, crowds and machines to produce raw material; even increased reliance on machines to produce some of the output.*
> *These kinds of changes will be wrenching, as they will affect both the daily routine and self-conception of everyone involved in creating and distributing news. But without them, the reduction in the money available for the production of journalism will mean that the future holds nothing but doing less with less. No solution to the present crisis will preserve the old models.* (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012, p.13)[5]

Como observa Jarvis (2015), os atuais dispositivos eletrônicos como computadores, tablets, *smartphones*, entre outros, se converteram em meios de produção e distribuição de conteúdo. Essa nova realidade tecnológica também facilita o processo

[4] Tradução livre: "Se você quisesse resumir a última década do novo ecossistema em uma única frase, poderia ser isso: todos de repente ficaram muito mais livres. Os publicitários, os anunciantes, as *startups* e, especialmente, as pessoas anteriormente conhecidas como público receberam nova liberdade para se comunicar, de forma restrita e ampla, fora das antigas restrições dos modelos de transmissão e publicação. Nos últimos 15 anos, surgiu uma explosão de novas ferramentas e técnicas e, mais importante ainda, novas suposições e expectativas, e essas mudanças destruíram a velha clareza."

[5] Tradução livre: "Esta reestruturação significará repensar cada aspecto organizacional da produção de notícias - maior abertura às parcerias; maior confiança em dados publicamente disponíveis; aumento do uso de indivíduos, multidões e máquinas para produzir matéria-prima; até mesmo maior dependência de máquinas para produzir parte da produção.
Esses tipos de mudanças serão desgastantes porque afetarão tanto a rotina diária quanto a auto concepção de todos os envolvidos na criação e distribuição de notícias. No entanto, sem eles, a redução do dinheiro disponível para a produção de jornalismo significará que não tem nada a fazer no futuro, mas fazer menos com menos. Nenhuma solução para a crise atual preservará os modelos antigos."

de envio e recebimento de informações, o que permite a criação de grupos ou o contato direto com pessoas sem a necessidade de mediadores.

Por outro lado, essa nova lógica gera uma nova situação onde a facilidade de acesso e o grande volume de informações possibilitam também a circulação de informações equivocadas ou distorcidas por diversos motivos.

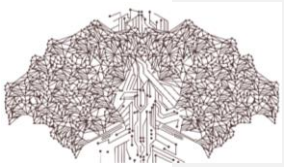
> *En el mundo digital reina la abundancia. A medida que los editores se vean reducidos, alegarán que la información se há vuelto escasa porque ellos sacan menos provecho. Pero, en realidad, la información está creciendo, si bien de manera desigual y en muchos casos poco fidedigna, a través de um sinfín de nuevas fuentes que contribuyen a um mayor ecosistema informativo.* (JARVIS, 2015, p. 38)[6]

Diante do cenário demonstrado nos processos de gestão do jornalismo pós-industrial, como observa Scolari (2008), um dos formatos de gestão muito comum nas redações que iniciaram o processo de convergência para a plataforma digital é implantar a figura do jornalista multifuncional, que acaba incorporando novas tarefas antes realizadas por diferentes profissionais.

> *El periodista multiárea asume múltiples labores de redacción, fotografia, edición, etcétera, que antes eran realizadas por distintos profesionales. Em el caso de los periodistas multiplataforma, un mismo professional elabora y difunde sus informaciones a través de múltiples canales, ajustando sus textos a las características de cada médio.* (SCOLARI, 2008, p. 102)[7]

Para promover a reflexão sobre o cenário da nova ecologia dos meios, o presente artigo propõe a análise de experiências adotadas por alguns veículos de comunicação na América Latina que utilizam ferramentas e técnicas como mídias sociais, fact-checking, jornalismo de dados, jornalismo colaborativo, *podcasts*, vídeos em 360º e em realidade virtual, entre outras estratégias digitais, que serão confrontadas com a visão de pesquisadores sobre o tema em questão.

[6] Tradução livre: "No mundo digital reina a abundância. À medida que os editores se vêem reduzidos, eles irão afirmar que a informação se tornou escassa porque tem menos vantagens. No entanto, de fato, a informação está crescendo, embora de forma desigual e, em muitos casos, pouco confiável, por meio de uma imensidão de novas fontes que contribuem para um maior ecossistema de informação."
[7] Tradução livre: "O jornalista multifuncional assume múltiplos trabalhos de redação, fotografia, edição, etecetera, que antes eram realizadas por diferentes profissionais. No caso dos jornalistas multiplataforma, um mesmo profissional elabora e difunde suas informações por meio de múltiplos canais, ajustando seus textos às características de cada meio".



Novos perfis de consumo

As inovações tecnológicas também são responsáveis pelas alterações nas referências e mudanças de comportamento, principalmente, em relação às fontes e meios de comunicação e ao consumo de informações.

Uma das mudanças mais representativas no cenário da nova ecologia dos meios é a presença dos nativos digitais, *millennials* ou Geração Y, que é composta por pessoas nascidas entre os anos 80 e final dos anos 90 (faixa etária entre 15 e 34 anos), que representam cerca de 20% da população mundial. No Brasil, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), esse grupo representa cerca de 35% da população brasileira.

De acordo com uma pesquisa da PayPal Brasil, em 2017, 66,3% desse público utiliza o Google como a principal fonte de informação. Em segundo lugar aparece o Facebook (55%) e televisão (51,3%) em terceiro. Os veículos tradicionais como jornal impresso é visto por apenas 9,7% dos *millennials* e as revistas impressas por apenas 7,7%.

A pesquisa revela ainda a frequência com que esse grupo utiliza as plataformas disponíveis reforçando sua relação com as novas tecnologias. As mídias sociais apresentam um grande poder de penetração por meio da utilização diária, sendo que o Facebook é acessado todos os dias por 88% dos entrevistados. Em seguida, as preferências apontam para o Instagram (77%), Youtube (61%) e Snapchat (52,8%).

O Google também aparece com destaque entre os *millennials*, 80% dos entrevistados afirmam utilizar a plataforma para realizar pesquisas. Já os jornais no formato *online* são acessados diariamente por 47,9% dos entrevistados, enquanto que a versão impressa é lida diariamente por apenas 23,4%.

Do lado das empresas de comunicação, uma pesquisa realizada pela *Open Society Foundations*, em 2017, aponta que os veículos estão recorrendo às mídias sociais em busca de uma maior interação com o público e, alguns casos, chegam a envolver a audiência por meio de pesquisas *online* e colaborações para checar os fatos.

De acordo com o estudo, a proposta dos veículos é manter uma relação próxima com seus leitores buscando uma maior inserção na comunidade e capacitando o público para contribuir em futuras reportagens.

Esse cenário é observado por Jarvis (2015) como um “ecossistema informativo”, que se opõe ao modelo tradicional caracterizado por uma indústria vertical em que as empresas

dominavam todo processo de cobertura, produção de informação, elaboração, distribuição e venda com suporte da comercialização de publicidade.

O autor associa o perfil *prosumer*[8], em razão de que as novas tecnologias permitem que qualquer pessoa tenha possibilidade de produzir e distribuir informações ou se associar a canais de comunicação sem a dependência dos veículos de comunicação, e a ausência de cobertura pela grande mídia nos assuntos locais fortaleceu e contribuiu para o crescimento do "ecossistema informativo", principalmente, por meio da manutenção e surgimento de plataformas, aplicativos, blogs e sites locais.

> *Esta ideia de ecosistema puede resultar confusa cuando dejamos atrás una época dominada por medios de comunicación monolíticos: empresas enormes, integradas verticalmente, con productos tangibles, un control evidente sobre escasos recursos y marcas claras. Ahora tenemos esa desordenada hidra a la que llamamos ecosistema. Nadie está al mando. Presenta enormes espacios en blanco: existen 565 poblaciones en Nueva Jersey, cada una de ellas una oportunidad para caer en la corrupción y necesitaba de un perro guardián, y sólo algunas docenas de ellas cubiertas. Ya no hay un único y simple modelo de negocio: circulación + publicidad. La calidad y la credibilidade son en ocasiones signos de interrogación. Seguramente, direis, eso no es uma mejora. Puede que todavia no, pero puede serlo.* (JARVIS, 2015, p. 41) [9]

Essa nova realidade apontada por Jarvis (2015) é refletida também na 18ª Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2017-2021, realizada pela PwC (PricewaterhouseCoopers Brasil), que

[8] O termo *prosumer* é um neologismo que deriva da união de duas palavras produtor (p*roducer*) e consumidor (c*onsumer*), que foi descrito por Alvin Toffler no livro *The Third Wave* (Terceira Onda), publicado originalmente em 1980. De acordo com o conceito, o termo se refere ao público que interfere na forma de produção e customiza seus produtos. No ambiente digital, o termo é utilizado costumeiramente para definir aqueles usuários que consomem e produzem conteúdos nas plataformas digitais.

[9] Tradução livre: "Essa ideia de ecossistema pode ser confusa quando deixamos para trás uma era dominada por mídias monolíticas: grandes empresas, integradas verticalmente, com produtos tangíveis, controle evidente sobre recursos escassos e marcas claras. Agora, temos essa hidra confusa que chamamos ecossistema. Ninguém está no comando. Tem enormes espaços em branco: há 565 populações em Nova Jersey, cada uma das quais é uma oportunidade de cair na corrupção e precisa de um cão de guarda, e apenas algumas dúzias delas são cobertas. Não existe mais um modelo de negócios único e simples: circulação + publicidade. Qualidade e credibilidade às vezes são pontos de interrogação. Certamente, você vai dizer, isso não é uma melhoria. Ainda não, mas pode ser."

identificou um crescimento no volume de conteúdo *online* por meio de ações e produtos desenvolvidos por editoras de livros, revistas e jornais que buscam se adaptar ao novo perfil do consumidor.

O estudo da PwC aponta que o mercado de jornais, que foi de cerca de US$ 1,5 bilhão em 2016, deverá sofrer uma redução média de 0,3% ao ano até 2021. No caso dos segmentos de revistas, a expectativa é de uma queda no consumo de 3% ao ano até 2021, o que representará uma redução de receita de US$ 602 milhões, em 2016, para US$ 526 milhões, em 2021.

A reivenção das empresas

Para Rentería e Hernández (2014), o aproveitamento das tecnologias digitais pelas empresas impulsionou a criação de novas formas de comunicação, a geração de mudanças em relação ao consumo e o surgimento de novos hábitos de compra de conteúdos.

De acordo com os autores a convergência digital também contribuiu para mudanças nos modelos de negócio, principalmente, nas empresas que souberam se adaptar as novas plataformas e ferramentas disponíveis.

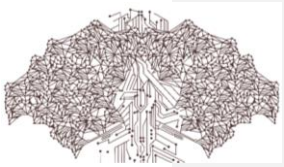
> *Sin embargo, el desafío al que se enfrentan los empresarios es captar la atención de las audiencias y brindarles información y entretenimiento adecuados con las múltiples plataformas digitales, dentro de una economía digital en la que está presente la hipercompetencia de contenidos y marcas.* (RENTERÍA; HERNÁNDEZ, 2014, p. 145)[10]

No Brasil, essa nova realidade pode ser observada por diversos casos, entre os mais bem sucedidos, podemos citar a emissora de rádio Jovem Pan, que mantém canais no Youtube de seus programas de jornalismo, esportes e entretenimento, e da rede de rádios CBN, que mantém sites com serviços de *podcasts*, vídeos, reportagens, além das ferramentas de transmissão de áudio e vídeo *online* ao vivo.

Já uma das principais referências, do ponto de vista de adaptação do modelo de negócio, é o caso do grupo Folha de S. Paulo, que além da versão *online* de seus jornais (Agora São Paulo e Folha de S. Paulo), mantém empresas com serviços ambientados e direcionados para as demandas do mercado digital.

Além da produção de conteúdo, o grupo mantém um portal de anúncios e publicidade, portal de compras coletivas, portal de vagas de emprego, portal de jogos eletrônicos, empresa de

[10] Tradução livre: "No entanto, o desafio enfrentado pelos empreendedores é captar a atenção do público e fornecer-lhes informações e entretenimento adequados com as múltiplas plataformas digitais, dentro de uma economia digital na qual a hipercompetência de conteúdo e marcas está presente."



segurança *online*, empresa de hospedagem e computação na nuvem, ferramenta de pagamento e comercio *online*, ferramenta de comparação de preços, oferta de cursos em plataforma digital, além de um programa de afiliados que remunera *sites* ou blogs que divulgam anúncios publicitários, entre outros.

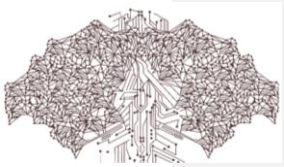
Rentería e Hernández (2014) definem que a convergência digital, baseada em termos técnicos, pode ser interpretada como uma capacidade de transmitir e receber informações por meio de uma mesma plataforma e que essa mudança permite a integração tecnologica da comunicação por meio de uma série de dispositivos multifuncionais.

Assim, é possível observar que as empresas de telecomunicações e meios baseados em redes buscam ter um volume elevado de usuários para serem eficientes e que uma audiência frequente e volumosa são essenciais para obter receitas e anunciantes.

> *En este sentido, puede afirmarse que los mercados digitales abarcan los sectores que se basan en la comunicación a través de las tecnologías digitales, en concreto, aquellas empresas pertenecientes a telecomunicaciones, tecnologías de la información, electrónica de consumo, empresas de comunicación, empresas de publicidad y servicios audiovisuales. De esta manera, los medios de comunicación y entretenimiento requieren tanto de las telecomunicaciones como de las tecnologías de la información para acercarse a sus públicos, audiencias, y anunciantes.* (RENTERÍA; HERNÁNDEZ, 2014, p. 148-149)[11]

Neste contexto, é possível ver as ações da Rede Globo, que além de seus veículos tradicionais como redes de televisão e rádio, jornais e revistas impressas e suas versões *online*, gravadora e produtora de filmes passou a investir em portais como o G1 e GShow, plataformas de jogos *online*, portal de classificados, canal de *streaming* e uma nova unidade de negócios dedicada à produção de conteúdo digital para os seus canais e também ao desenvolvimento de projetos independentes para veiculação em plataformas *online* como YouTube, Facebook, Twitter, Snapchat e Instagram.

[11] Tradução livre: "Nesse sentido, pode-se afirmar que os mercados digitais abrangem os setores baseados na comunicação por meio de tecnologias digitais, em particular, as empresas pertencentes a telecomunicações, tecnologias da informação, eletrônicos de consumo, empresas de comunicação, serviços publicitários e audiovisuais. Desta forma, a mídia e o entretenimento exigem que as telecomunicações e as tecnologias da informação se aproximem de seus públicos, público e anunciantes."



Por meio dessa estratégia, a empresa busca reforçar sua atuação no ambiente digital e promover a extensão das marcas e produtos, além de proporcionar maior interatividade e interação com sua audiência.

Nos exemplos citados anteriormente é possível observar que as empresas estão buscando diversificar sua área de atuação para aumentar a abrangência do público e, consequentemente, sua participação no mercado.

O estudo realizado por Rentería e Hernández (2014) identificou que do total de 81 industrias mundiais apenas 13 investiram na convergência de produção, distribuição, elaboração de produtos e serviços relacionados com telecomunicações e meios de comunicação. Esse grupo envolve os setores de publicidade, emissoras e provedores de conteúdo via cabo, equipamentos de comunciação, vendas no varejo de computador e eletrônica, hardware, serviços de informática, dispositivos de armazenamento de computadores, eletrônicos de consumo, eletrônicos, e-commerce, impressão e publicidade, software e programação e indústria de serviços de telecomunicações.

Esse contexto, ainda segundo Rentería e Hernández (2014), demonstra uma particularidade do processo de convergência caracterizada pelo fato de produtos ou serviços de uma empresa em um determinado setor, ao mesmo tempo, estarem relacionados às atividades econômicas de outras empresas registradas em outra indústria ou setor.

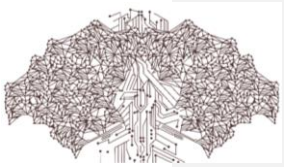
Aqui é possível perceber, como menciona Jarvis (2015), a complexidade do processo pós-industrial que se torna um mercado hibrido e totalmente aberto a possibilidades e mudanças bruscas, que são determinadas pelo comportamento de um público com um perfil menos passivo que em décadas anteriores.

O fato dessa percepção ser vista por uma pequena parte dos gestores das empresas, ou por enfrentar resistência em empresas e grupos com perfil administrativo conservador, contribui para a compreensão do processo de convergência ainda ser lento no âmbito das plataformas de conteúdo jornalístico.

TABELA 1

Concentração Econômica dos Setores Convergentes

Setores	**Número de:**		**Renda**
	Países	**Empresas**	

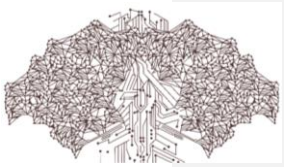


Serviços de Telecomunicações	38	66	34,5%
Eletrônica	9	30	15%
Hardware	4	12	12%
Emissoras via Cabo	9	26	7,4%
Eletrônica de consumo	4	12	7,3%
Serviços de Computação	7	21	6,3%
Equipamentos de comunicação	9	12	4,3%
Software e programação	7	15	3,7%
Varejo de componentes eletrônicos	4	6	2,1%
Impressão e publicidade	6	10	2,1%
Varejo na Internet e Catálogo	2	4	1,9%
Publicidade	4	6	1,7%
Dispositivos de armazenamento	3	6	1,6%
Total		226	100%

Fonte: Rentería e Hernández (2014, p. 151)

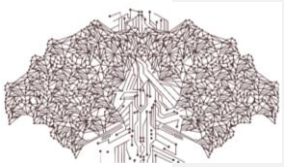
Com base na Tabela 1, é possível observar que a renda está concentrada em apenas quatro setores, que juntos são responsáveis por cerca de 69% da geração de receita. Reiterando o que foi observado anteriormente sobre a característica hibrida do modelo pós-industrial, entre as quatro áreas mencionadas, apenas uma (emissoras via cabo) tem alguma relação direta com a geração de conteúdo. As demais (serviços de telecomunicações, eletrônica e hardware) estão relacionadas aos dispositivos e/ou serviços de acesso e ferramentas tecnológicas.

TABELA 2



As 30 principais empresas da indústria convergente que concentram a maior receita (ano base: 2013)

	Empresa	**País**	**Setor**	**Receita (em %)**
1	Apple	Estados Unidos	Hardware	7,0%
2	Hon Hai Precision	Taiwan	Eletrônica	5,6%
3	AT&T	Estados Unidos	Serviços de Telecomunicações	5,4%
4	Nippon Telegraph & Tel	Japão	Serviços de Telecomunicações	5,4%
5	Hewlett-Packard	Estados Unidos	Hardware	5,0%
6	Hitachi	Japão	Eletrônica	4,9%
7	Verizon Communications	Estados Unidos	Serviços de Telecomunicações	4,9%
8	IBM	Estados Unidos	Serviços de Computação	4,4%
9	Panasonic	Japão	Eletrônica de Consumo	4,0%
10	China Mobile	Hong Kong - China	Serviços de Telecomunicações	3,8%
11	Telefónica España	Espanha	Serviços de Telecomunicações	3,5%
12	Sony	Japão	Eletrônica de Consumo	3,3%
13	Deutsche Telekom	Alemanha	Serviços de Telecomunicações	3,2%
14	Vodafone	Reino Unido	Serviços de Telecomunicações	3,1%
15	Toshiba	Japão	Eletrônica	3,1%
16	Microsoft	Estados Unidos	Software e Programação	3,1%
17	Comcast	Estados Unidos	Emissora via Cabo	2,6%
18	Amazon.com	Estados Unidos	Varejo na Internet e Catálogo	2,6%

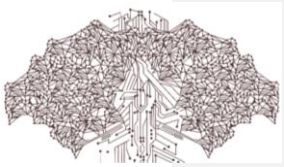


19	América Móvil	México	Serviços de Telecomunicações	2,5%
20	France Telecom	França	Serviços de Telecomunicações	2,4%
21	Dell	Estados Unidos	Hardware	2,4%
22	Fujitsu	Japão	Hardware	2,3%
23	Google	Estados Unidos	Serviços de Computação	2,1%
24	Best Buy	Estados Unidos	Varejo de componentes eletrônicos	2,1%
25	Cisco Systems	Estados Unidos	Equipamentos de comunicação	2,0%
26	LG	Coreia do Sul	Eletrônica de Consumo	1,9%
27	China Telecom	China	Serviços de Telecomunicações	1,9%
28	KDDI	Japão	Serviços de Telecomunicações	1,8%
29	Walt Disney	Estados Unidos	Emissora via Cabo	1,8%
30	Nokia	Finlândia	Equipamentos de comunicação	1,7%

Fonte: Rentería e Hernández (2014, p. 154)

Por meio da Tabela 2 é possível visualizar um cenário que confirma o hibridismo e a presença cada vez maior de empresas de áreas diferentes da comunicação com maior participação no mercado de convergência digital.

De acordo com Rentería e Hernández (2014), entre as 30 empresas que geraram maior receita quatro são do campo de hardware (Apple, HP, Dell e Fujitsu), ou seja, os produtores de



dispositivos como *smartphone*, *tablet* e computadores. No entanto, juntas essas empresas são responsáveis por 16,7% das receitas.

No entanto, são as empresas de origem na área de serviços de telecomunicações (11 das 30 empresas relacionadas) que acumulam o maior percentual de receita. O setor é responsável por 37,9% da receita gerada.

Esse segmento talvez possa ser apontado como uma grande referência de modelo de negócio no cenário pós-industrial. As empresas que, inicialmente, atuavam no campo da telefonia souberam identificar as transformações de consumo, as novas demandas e se adaptaram por meio da diversificação de negócios e de plataformas.

No Brasil, um dos casos de maior destaque, é a empresa Vivo (marca do grupo espanhol Telefónica) que atua nos mercados de telefonia fixa, móvel, internet de banda larga e TV por assinatura. Além dos serviços disponibilizados para a conexão, a empresa complementa sua oferta com pacotes de conteúdo nas diversas plataformas e dispositivos.

Por outro lado, notamos que na relação das empresas com maior concentração de renda, o segmento de origem no campo da comunicação, apesar de estar relacionado com entretenimento, é representado por apenas duas empresas (Comcast e Walt Disney), que atuam como emissoras via cabo e juntas somam apenas 4,4%.

A Comcast possui metade das acções da NBC (rede de televisão e de rádio norte-americana), além de explorar as redes de distribuição, cabo e internet.

Já a Walt Disney, que originalmente surgiu como produtora de conteúdo de entrenimento, atualmente mantém duas divisões importantes e destaque no cenário pós-industrial como, por exemplo, a Disney Media Networks que é responsável pelos canais e rádios, entre eles, o ABC News (jornalismo) e ESPN (esporte).

Inovações

Apesar do cenário demonstrado anteriormente indicar que o processo de convergência e os modelos de negócio nos cenários pós-industrial ainda serem tímidos entre as empresas jornalísticas algumas ações apontam tendências nesse processo.

Para atrair os usuários e garantir a audiência por meio das inovações tecnológicas alguns veículos estão explorando novas formas de narrativa como, por exemplo, a realidade virtual e os vídeos e fotos em 360 graus, que permitem a imersão do usuário no contexto narrado e retratado

pelo conteúdo produzido. Na América Latina essa estratégia tem sido explorada por veículos como Diario Financiero, do Chile, Todo Noticias, da Argentina, e TV Globo, no Brasil.

No entanto, os projetos inovadores que usam a realidade virtual e as tecnologias de vídeo e fotos em 360 graus ainda não geram novas receitas para as empresas. A vantagem, de acordo com as empresas envolvidas em sua produção, é expandir o público, principalmente, entre as camadas mais jovens (MIOLI; NAFRÍA, 2017, p. 10)

Assim, observamos que a sustentabilidade financeira ainda é um dos grandes desafios no cenário do jornalismo pós-industrial.

Entre os casos que vem obtendo sucesso na monetização e geração de receitas está o site Poder360, fundado pelo jornalista Fernando Rodrigues, em Brasília (DF), que mantém uma equipe de cerca de 20 profissionais.

A estratégia inicial foi o lançamento do boletim pago, dirigido a clientes corporativos, chamado "Drive Premium" e a exploração de espaços publicitários atraídos pelo perfil e volume da audiência, além da associação com da marca com o produto.

Outra estratégia observada nesse cenário foi elaborada pelos portais de notícias Runrun.es, Tal Cual e El Pitazo, da Venezuela, que apostaram no associativismo para garantir a manutenção da comercialização de espaços publicitários.

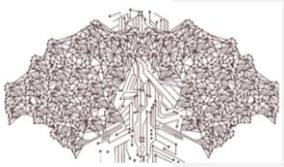
A proposta, criada em dezembro de 2016, consiste em oferecer combos para ter a divulgação nos três portais por um preço mais acessível do que a contratação dos espaços de forma individual.

Para isso, a comercialização e produção são concentradas em uma equipe exclusiva que atua para os três portais e a receita é rateada, proporcionalmente, por meio da quantidade de páginas visitas e número de usuários únicos em cada site.

Outras experiências apontam para a busca de agregar valor à marca e de ganho intangível como, por exemplo, o fortalecimento da credibilidade junto ao público.

Entre essas experiências diversos veículos estão implantando editorias ou se dedicando exclusivamente as técnicas como o *Fact Checking* para fortalecer o conceito de credibilidade que deixa de ser um elemento corporativo, visto anteriormente como uma característica intangível, para representar uma estratégia de vantagem competitiva visando a sustentabilidade das empresas e do negócio dos veículos de comunicação no cenário do jornalismo pós-industrial, já que a influência no impacto de sua imagem perpassa as mudanças sociais e a evolução do jornalismo.

Considerações finais



O cenário do jornalismo pós-industrial representa um grande desafio para as empresas e profissionais em relação ao processo de adaptação e de recriação dos modelos de negócio em busca de sua sustentabilidade financeira.

O mercado atraente e amplo também demonstra exigir muito mais preparo e dedicação, já que suas particularidades envolvem questões como comportamento dos usuários e inovações tecnológicas.

No campo dos negócios, o grande desafio é encontrar um formato viável e atraente para um público que, culturalmente, não apresenta disposição para pagar pelo acesso aos conteúdos noticiosos em canais e plataformas digitais.

Além disso, as estratégias precisam superar questões tecnológicas como os bloqueadores de publicidades e a adaptação a novas formas de narrativa e dispositivos que se popularizam e alteram a forma de consumo de conteúdo.

Essa nova realidade aumenta a competitividade entre os veículos e plataformas produtoras de conteúdo exigindo que os profissionais e as empresas passem a acompanhar com mais atenção as migrações de audiência, novos hábitos e desejos provocados pelas mudanças provocadas pelas novas tecnologias.

A reinvenção e adaptação dos formatos noticiosos reforça ainda mais a urgência por um novo modelo de negócio, que, entre outras estratégias, busque a diversificação e abrangência de sua participação nesse mercado hibrido e disruptivo.

Como observado no decorrer do artigo, as empresas com maior geração de renda no cenário de convergência possuem origem em mercados distintos da comunicação, porém, conquistaram com maior eficiência os novos consumidores.

Isso demonstra que o simples fato de implementação ou manutenção de multiplataformas digitais não consolidam nem representam a inserção dos veículos nesse universo pós-industrial, já que o comportamento corporativo e a cultura administrativa também precisam acompanhar as diretrizes das novas propostas.

Dessa forma, é possível apontar as barreiras de cultura gerencial e o comportamento conservador dos gestores como principal entrave para a criação de novos modelos de negócio neste novo cenário, já que a maior parte das empresas ainda estão vinculadas ao modelo industrial, de formato centralizador em relação a produção de conteúdo e consolidados na estratégia de vendas e comercialização de espaços publicitários.

Enfim, acreditamos que para que esse processo de reinvenção e criação dos modelos de negócio ocorram de forma efetiva é necessário considerar partes estratégicas como administração de pessoal, infraestrutura e operações, desenvolvimentos de novas linguagens características do

perfil dos usuários digitais e novas possibilidades de monetização que garantem a sustentabilidade do empreendimento.

Referências bibliográficas

ANDERSON, C.W.; BELL, E.; SHIRKY, C. **Post-Industrial Journalism**: adapting to the present. Nova Iorque: Columbia University/The *Tow Center* for Digital Journalism, nov.2012. Disponível em: <http://towcenter.org/wp-content/uploads/2012/11/TOWCenter-Post_Industrial_Journalism.pdf>. Acesso em 12.jul.2016.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**. Brasília: Secom/IBOPE, 2016. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em: 15.01.2017.

JARVIS, J. **El fin de los medios de comunicación de masas**: ¿Cómo serán las noticias del futuro? Barcelona: Gestión 2000, 2015

LEVINSON, P. **Digital McLuhan**. Nova Iorque: Routledge, 1999.

_____. **New new media**. Nova Iorque: Pinguim, 2012

MAGALHÃES, T. **Consumo de informação da Geração Millennial.** São Paulo: Monitor Digital, 1.ago.2017. Disponível em: <https://monitordigital.com.br/consumo-de-informa-o-da-gera-o-millennial>. Acesso em: : 03.dez.2017.

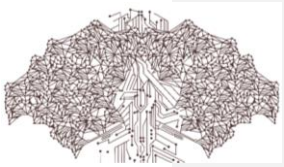
MANOVICH, L. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**: la imagen en la era digital. Buenos Aires: Paidós Comunicación, 2005.

MIOLI, T.; NAFRÍA, I. (org). **Periodismo innovador en América Latina.** Austin: Knight Center for Journalism in the Americas/The University of Texas, 2017. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/books/PeriodismoinnovadorenAmericaLatina.pdf>. Acesso em: 27.abr.2017

PAYPAL BRASIL. **Millennials são desafio para empresas de comunicação.** São Paulo: Blog PayPal Brasil, 29.mai.2017. Disponível em: <https://www.paypal.com/stories/br/pesquisa-millennials-so-desafio-para-empresas-de-comunicaco>. Acesso em 02.jan.2018

PWC BRASIL. **18ª Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2017-2021:** o futuro do impresso é digital? São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/outlook-17/futuro-impresso-digital.html>. Acesso em: 03.dez.2017

RENTERÍA, M.E.G.; HERNÁNDEZ, C.E.L. La convergencia digital propicia convergência entre industrias: principales empresas que participan en el mercado de capitales, concentran los mayores ingresos en 2013. La Rioja: Universidad de la Rioja. **Revista de Comunicación**, nº 13, 2014, p. 144-162. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4875645>. Acesso em: 28.jul.2016



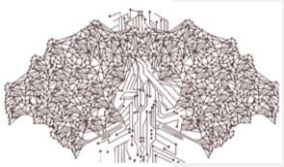
SCHIFFRIN, A.; SANTA-WOOD, B.; MARTINO, S.; POPE, N.; HUME, E. **Bridging the gap**: rebuilding citizen trust in media. Nova Iorque (EUA): Open Society Foundations, 2017.

SCOLARI, C.A. **Hipermediaciones**. Barcelona: Gedisa, 2008.

_____. **Ecología de los médios**. Barcelona: Gedisa, 2015.

VARA-MIGUEL, A.; NEGREDO, S.; AMOEDO, A. **Digitalnewsreport.es 2017:** Noticias en manos de la audiência. Navarra: Universidad de Navarra/Center for Internet Studies and Digital Life, 2017. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.es>. Acesso em: 22.jun.2017

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O MOVIMENTO BRASIL LIVRE: UM ESTUDO SOBRE O GRUPO E SUAS DINÂMICAS E NARRATIVAS NO CIBERESPAÇO [1]

Allan CANCIAN Marquez[2]
Fábio Luiz MALINI de Lima[3]
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória ES

Resumo

A popularização da direita é um fenômeno recente no Brasil, sendo um importante movimento em curso desde 2014, quando ocorreram as primeiras manifestações antipetistas no país. Emergiu neste contexto grupos que reivindicavam o *impeachment* de Dilma Rousseff – como o Movimento Brasil Livre (MBL) – utilizando das redes sociais para alcançar cada vez mais pessoas insatisfeitas com o momento do país. Buscamos assim discutir e entender a ascensão de uma "nova direita" no Brasil, usando como objeto empírico o MBL, por ser o grupo que mais gerou e gera discussões e controvérsias em rede e que se firmou como principal movimento antipetista e anticorrupção nas manifestações de 2014 a 2016.

Palavras-chave: Movimento Brasil Livre; nova direita; ciberespaço; redes sociais; discurso.

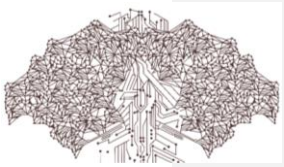
Introdução

O Movimento Brasil Livre (MBL) é um dos efeitos imediatos dos resultados da eleição altamente polarizadas de 2014. O Movimento Brasil Livre (MBL) é o ator do campo da nova direita brasileira que mais gerou e ainda gera discussões e controvérsias em rede. Para averiguar se nossa hipótese de que o movimento mudou seu discurso conforme o quadro político ficava mais à direita está correta, além de teorizar sobre o Big Data e a Ciência de Dados para a pesquisa social em política, analisaremos a principal

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 2: Big data, ciência dos dados, dados abertos, algoritmos, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando no programa de Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), Pesquisador do Labic (Laboratório de Estudos Sobre Imagem e Cibercultura) e bolsista CAPES. E-mail: allancancian@gmail.com.

[3] Prof. Dr. Fábio Malini, Professor Adjunto na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), onde também coordena o Labic. E-mail: fabiomalini@gmail.com.



postagem no Facebook do MBL em quatro momentos importantes para o movimento, o que será esmiuçado nas partes finais do trabalho.

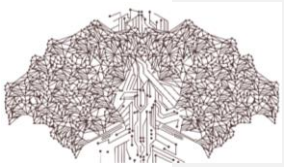
Contradições e semelhanças entre a velha e a nova direita

Embora possamos definir a direita como sendo "o conjunto de forças políticas que, em um país capitalista e democrático, luta sobretudo por assegurar a ordem, dando prioridade a esse objetivo" (SILVA, 2014, p. 151), precisamos ir além e perceber as distinções existentes dentro dessa mesma ideologia, tanto no passado quanto atualmente.

É Giddens (1994, apud COMPARATO, 2014) quem irá teorizar a respeito do pensamento ideológico de direita no passado, onde para ele existiam três tipos diferentes de partidos: os *conservadores*, que eram moderadamente contrários a mudanças, por acreditarem que elas poderiam ser por eles controladas; os *reacionários*, que tinham como meta reestabelecer o passado; e os *fascistas ou contrarrevolucionários*, que eram iguais aos reacionários por terem ódio ao presente e aos ideais comunistas, mas que diferiam deles por utilizarem de métodos violentos, além de serem oportunistas e extremamente radicais.

Quando avançamos em busca de uma definição sobre a direita brasileira dos dias atuais, encontramos em Adriano Codato e Bruno Bolognesi (2017, online) duas configurações diferentes sobre os partidos políticos disponíveis hoje. Para os autores, o primeiro tipo seria a velha direita, chamada por eles de *Direita Laica* e concentrada de partidos que possuem alguma ligação com as ditaduras militares, que têm como características essenciais a defesa moderada da não intervenção do Estado na economia, a defesa da moral cívica e da família tradicional, bem como a crítica aos programas sociais de compensação financeira, como Bolsa Família, por exemplo.

Já a nova direita surge "tanto como resposta política e eleitoral à velha direita como resposta à ascensão da esquerda" (CODATO; BOLOGNESI, 2017). Chamada por eles de *Direita Religiosa*, esses partidos teriam como aspiração a intervenção limitada do Estado na economia, a garantia de igualdade de oportunidades a partir de programas sociais, além



da defesa radical dos valores cristãos e da família tradicional – a chamada "gente de bem", também visualizado nas políticas da velha direita.

A direita, em todos os seus formatos já criados, sempre esteve ligada a pauta da defesa do mercado. Porém, a nova direita expressa um maior apoio a democracia e as liberdades individuais e de apoio ao consumo, embora a pesquisadora Roeder, juntamente com Codato e Bolognesi (2015), salientem que a igualdade de oportunidades levantados por esses grupos não deve ser traduzida como igualdade plena. Temas como aborto, participação feminina em cargos políticos ou o casamento igualitário, por exemplo, são questões que ficam ausentes do debate entre tais partidos. Também segundo os autores:

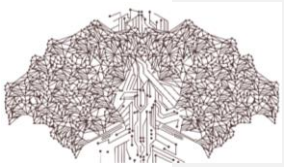
> "Enquanto a direita tradicional primou pela manutenção do *status quo*, pelas políticas que favoreceram os mais ricos (vantagens tributárias, desregulamentação de mercados, etc.), essa nova "família de partidos" (Ennser, 2010) reconhece que não é possível governar sem olhar para os socialmente excluídos (e, em especial, para seu respectivo peso eleitoral). Não buscam dar melhores condições materiais de vida para os cidadãos, mas sim estabelecer um pacto de igualdade de oportunidades". (CODATO; BOLOGNESI; ROEDER, 2015, p. 121)

É ao propor algo próximo a esse debate que Sérgio Amadeu (2015) disserta sobre as mensagens utilizadas por grupos conservadores da nova direita. Segundo o autor, "o pensamento de direita possui mais aderência ao senso comum, uma vez que a sociedade capitalista só pode sobreviver se reproduzir sua dinâmica como algo quase natural" (AMADEU, 2015, p. 229). Já ao se referir sobre as articulações políticas dessa nova família de grupos e partidos conservadores, Amadeu afirma:

> "O novo conservadorismo se articula com diversas lideranças religiosas quando se trata de temas, tais como orientação sexual, prática de gênero, educação, concepção de família, política criminal, controle da internet, entre outros debates que envolvem valores" (AMADEU, 2015, p. 228 e 229).

Após diferenciarmos velha e nova direita, resta-nos apontar, discutir e entender quais as estratégias utilizadas por essa ideologia "repaginada" para levar milhões de brasileiros a compartilharem suas pautas conservadoras, além de elucidar quais os principais grupos por trás dessas mobilizações, como são organizados e quis suas principais controvérsias.

Think tanks e as novas estratégias em rede da direita no Brasil

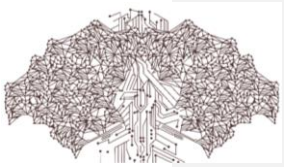


Não é de hoje que a direita tenta reconquistar o poder no Brasil. Para os pesquisadores Tatagiba, Trindade e Teixeira (2015) os grupos e partidos conservadores procuram deslegitimar a esquerda e seus políticos desde que ela conquistou a presidência da república com o Partido dos Trabalhadores (PT). Segundo os autores, foi a partir de 2007 e dos escândalos do Mensalão que a direita começou a ser mais incisiva em seus protestos. "O que os une, desde 2007, é a luta contra o PT e contra a corrupção, a partir de um discurso que associa os governos petistas ao mau uso da máquina pública" (TATAGIBA; TRINDADE; TEIXEIRA, 2015, p. 198).

Contudo, foi em 2013 e 2014 que o conservadorismo começou a ganhar força. Além de seus partidos terem voltado a crescer em representação na Câmara dos Deputados, algo que não se via desde 1998, novos grupos deram seus primeiros passos para fomentar estratégias para retirar seus opositores do poder, encontrando sua principal força nos brasileiros indignados com a situação do Brasil naquele momento.

Autores como Delcourt (2016), assim como os pesquisadores citados acima, também acreditam que a aversão aos partidos de esquerda, em especial o Partido dos Trabalhadores, contribuiu para o fortalecimento dos grupos conservadores. Delcourt acredita que esses agrupamentos dão uma nova cara as pautas utilizadas pela direita desde seus primórdios, se apresentando como os defensores da classe média e pregando uma maior autonomia do mercado diante do poder do Estado. Com essa motivação, surgem assim as primeiras *think tanks* da nova direita no país.

Com *think tanks* queremos nos referir às instituições de pesquisa e de análise política que atuam em nossa sociedade, "procurando informar e influenciar tanto instâncias governamentais como a opinião pública no que tange à adoção de determinadas políticas públicas" (ROCHA, 2015, p. 262). Com linguagens acessíveis e de formato fácil de ser compreendido, estes grupos compartilham suas visões de mundo em busca de moldar as condições políticas existentes, não apenas as divulgando e promovendo debates, mas também com o intuito de dissolver qualquer pensamento que seja de cunho progressista, a fim de derrubar seus opositores (MORAES, 2015).

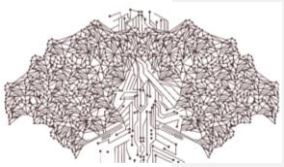


Estes grupos de pesquisa existem a anos e desde o início se interessam em treinar jovens pensadores e ativistas conservadores e combater as tendências progressistas, por exemplo. Para Moraes (2015), os primeiros *think tanks* nasceram na década de 1970 nos Estados Unidos da América e tinham como objetivo uma pesquisa aplicada em solucionar problemas de políticas públicas, sendo intermediadores entre a academia, a sociedade e os detentores do poder. Porém, para o autor, o que esses núcleos de investigação da nova direita buscam não é tão somente isso, já que os interessa muito mais a divulgação das ideias ditas como verdadeiras e já testadas de antemão, a fim de moldar o pensamento dos indivíduos sobre determinados ambientes políticos.

> "Em suma, *think tanks* não se limitam a modular as políticas. Tentam é modelar o ambiente geral da política, a agenda. O que pretendem, podemos dizer, é definir o quadro em que se formam as percepções da realidade, de modo a induzir as 'escolhas' e 'preferências'". (MORAES, 2015, p. 232)

Esses novos grupos se aproveitam das ferramentas disponíveis na internet para se firmarem, utilizando-se de sites e redes sociais para compartilharem seus conteúdos, fomentar a opinião de seus seguidores e repercutir suas opiniões conservadoras. Para Delcourt, "esta direita que mobiliza na rua e multiplica os atos públicos é formata de uma multiplicidade de organizações e grupúsculos mais ou menos ligados entre si formando rede" (DELCOURT, 2016, p. 127). Seguindo o mesmo preceito, Almeida (2017) apresenta esses grupos como sendo altamente estratégicos ao utilizarem das redes para gerar seus movimentos. Segundo ele esse novo pensamento foi "um divisor de águas na forma de se fazer política e que abriu espaço para o protagonismo de jovens e de novos grupos" (ALMEIDA, 2017, online).

Na perspectiva de Dênis de Moraes (2001) as redes facilitam a intercomunicação de indivíduos, que compartilham visões de mundo, sentimentos e desejos, criando assim algo maior e mais social. Na visão de autores como Amadeu e Farrell (2012) o custo para tornar-se um emissor ou falante na era das redes é eliminado, interconectando a esfera pública enquanto faz emergir novos temas em uma frequência muito rápida, daí a facilidade em criar comunidades para discutir quaisquer ideias. Ao unir isso com o relativo anonimato e o menor risco de violência física, aumenta a propensão dos indivíduos se expressarem da forma que preferirem.



Como também ressalta Lemos (2008), o ciberespaço é um ambiente incubador de ferramentas de comunicação, com uma estrutura descentralizada e que conecta vários pontos, criando uma territorialização, ao mesmo tempo que também desterritorializa. E é dentro dessa facilidade em se comunicar que grupos, sejam eles conservadores ou não, nascem e começam a ganhar mais e mais apoiadores em seus canais pela internet. Essas comunidades virtuais são fundamentais para potencializar as discussões promovidas por grupos de ativistas, artistas e formadores de opinião, sendo muito bem aproveitadas pela direita nos últimos anos como forma de se expressar politicamente contra pautas e políticos da esquerda.

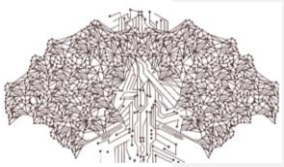
O Movimento Brasil Livre como principal grupo da nova direita

Ao voltar nossos olhos para a insurgência de grupos conservadores no Brasil, encontramos a Rede Estudantes Pela Liberdade – EPL (*Students For Liberty*, em inglês) como sendo a principal *think tank* brasileira. A rede, embora seja uma organização não-governamental criada nos EUA e que conta com cerca de 50 sedes espalhadas em várias partes do mundo, possibilitou em nosso país o florescimento e amadurecimento das pautas e nichos conservadores. Em sua página na internet[4] a EPL afirma ser uma "organização apartidária formada por jovens comprometidos com a promoção, a partir da Academia, de uma ordem social harmônica, justa e livre, ancorada no respeito às liberdades individuais, à propriedade privada e à vida humana".

Buscando desenvolver suas pesquisas, mas de forma a continuar se mantendo mais afastada do centro político nacional, a rede EPL funda o Movimento Brasil Livre[5] – MBL – para administrar um contato mais próximo para com a sociedade brasileira. Ao se utilizar da indignação com a corrupção e ter os políticos do PT como principais opositores, o movimento surgiu em 1º de novembro de 2014 e tem como defesa o

4 Página do Estudantes Pela Liberdade que explica sobre o grupo, além de seus valores e missões: https://epl.org.br/quem-somos <Acesso em 17 de outubro de 2017>

5 O grupo é até hoje o que mais mobiliza, tem alcance nacional e gera conteúdo antiesquerda em suas redes sociais, com mais de 2,4 milhões de seguidores apenas em sua página nacional no Facebook. (https://www.facebook.com/mblivre/) . <Acesso em 17 de outubro de 2017>



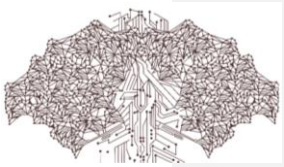
liberalismo e o republicanismo político, se dizendo apartidário até aquele momento. Segundo seu manifesto, o grupo tem como objetivos defender a imprensa livre e independente, a liberdade econômica, a separação de poderes, além de eleições livres e idôneas e o fim de subsídios diretos e indiretos para ditaduras[6].

Para Amadeu (2017), os grupos da nova direita aproveitaram de recursos já utilizados pela esquerda para se promoverem. O MBL, por exemplo, teve o nome inspirado no MPL (Movimento Passe Livre), enquanto o "Vem Pra Rua", outro movimento conservador nascido a partir de 2014, se aproveitou do lema da esquerda em junho de 2013 para se lançar. Segundo o autor "é uma batalha semiótica por vários termos, envolvendo desde coletivos construídos a dedo até alguns menos coesos" (AMADEU, 2017, online).

A partir de 2015 o coletivo começa a se mobilizar mais intensamente e promove uma série de protestos pró-*impeachment* da até então presidente Dilma Rousseff, levando milhares de pessoas às ruas de todo país (SANTOS; VIEIRA, 2016). Em cada um de seus atos (15 de março, 12 de abril, 16 de agosto e 13 de março de 2016) o movimento conseguiu avançar suas discussões para além da internet, utilizando-se sempre do antipetismo para a construção de tais pautas. Para Delcourt "o antipetismo constitui o principal cimento desta nova direita, seu mais sólido traço de união, seu princípio unificador, mas também seu principal negócio" (DELCOURT, 2016, p. 129).

Corrupção é o outro tema defendido pelo MBL e por outros grupos mais conservadores. Para Koerner e Schilling (2015) "o combate à corrupção possui forte conotação positiva, pois se baseia num consenso genérico e difuso pela moralidade política, daí seu uso como mobilizador da opinião pública" (KOERNER; SCHILLING, 2015, p. 82), mas afirmam logo em seguida que o uso de artifícios assim "produzem efeitos certeiros sobre a reputação e perspectivas políticas" (KOERNER; SCHILLING, 2015, p. 83). Dessa forma, o que os autores criticam não é o uso de denúncias sobre corrupção, mas sim sua prática apenas para inverter o quadro político a favor desses grupos.

[6] Matéria disponível em http://www.jornalopcao.com.br/reportagens/o-que-querem-os-jovens-de-direita-que-marcham-rumo-brasilia-35601/ <Acesso em 17 de outubro de 2017>



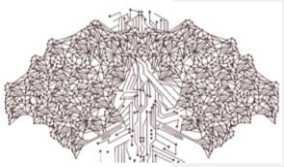
Porém, é a partir de 2016 que o MBL começa a mudar suas estratégias, principalmente após a queda de Dilma e entrada de Michel Temer na presidência do governo brasileiro – mantendo-se afastado da organização de quaisquer protestos ou postagens contrárias ao novo presidente. Ainda nesse ano o grupo, que se dizia apartidário em seu início, criou alianças com partidos da bancada ruralista e evangélica do Congresso, em defesa de pautas liberais, como menor intervenção do Estado na economia, reforma trabalhista, ajuste fiscal, entre outras pautas[7].

Em 2017 o movimento voltou a ganhar espaço, dessa vez defendendo pautas mais conservadoras nas áreas da moral e dos costumes. Ao se diversificar de sua agenda liberal, o grupo protagonizou em suas redes sociais uma campanha de boicote[8] à exposição "*Queermuseu – Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*", realizada pelo Santander Cultural de Porto Alegre, a qual diziam se tratar de obras que ofendiam a fé cristã e faziam apologia à pedofilia e à zoofilia. O fato ganhou muito mais repercussão quando o banco Santander suspendeu a exposição, o que evidenciou a força que o movimento ainda continha para influenciar seu grande público. Para Rocha (2017, online) o MBL hoje é um movimento liberal-conservador, sendo flexível em suas pretensões e irredutível com "iniciativas culturais que eles identificam como 'de esquerda' ou que promovam valores ligados à diversidade sexual, e para isso utilizam uma justificativa conservadora" (ROCHA, 2017, online).

É por perceber e querer entender todos os fluxos do Movimento Brasil Livre que este artigo se debruça em tal objeto, tão complexo e multifacetado, que obteve nas redes sociais sua força para se tornar o maior grupo político da direita no Brasil. Graças ao uso do Facebook como principal ferramenta para submissão de suas postagens, a metodologia embasada na ciência de dados necessita de um maior aprofundamento, sendo explicada a seguir para legitimar seu uso em áreas como Comunicação e Política.

[7] Disponível em http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/05/1766785-mbl-ruralistas-e-evangelicos-se-unem-por-agenda-liberal.shtml <Acesso em 17 de outubro de 2017>

[8] Disponível em https://www.cartacapital.com.br/politica/liberal-mbl-oscila-entre-o-estado-minimo-e-o-conservadorismo-moral <Acesso em 17 de outubro de 2017>

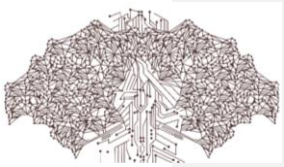


Metodologia

A proposta deste trabalho é entregar uma visão qualitativa sobre as linhas discursivas utilizadas pelo Movimento Brasil Livre para promover seus ideais liberais-conservadores na internet, com a finalidade de apontar quais os principais atores atacados pelo grupo e qual a identidade que o MBL acaba por assumir nas redes.

Após uma pesquisa inicial em sites de portais jornalísticos, conseguimos detectar quatro momentos entre 2016 e 2017 que foram de grande importância para o movimento ou para a história recente do Brasil. O primeiro desses tempos é referente à manifestação do dia 13 de março de 2016 promovida pelo grupo, com sua escolha atribuída por ser o último grande protesto antes da retirada de Dilma Rousseff da presidência do país. O segundo tempo é 17 de maio de 2017, dia em que Joesley Batista da JBS libera gravação onde o atual presidente Michel Temer aparece pedindo pagamentos para conseguir o silêncio de Eduardo Cunha. Escolhemos esse dia em comparação com o primeiro tempo analisado a fim de perceber se o grupo mudou seu discurso de um presidente (do PT) para outro (do PMDB). Já o terceiro tempo refere-se aos protestos contrários à exposição "*Queermuseu - Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*", em que o MBL e outros grupos conservadores conseguiram, por acreditarem que a mostra ofendia a moral e os costumes, fazer o Banco Santander cancela-la em 10 de setembro de 2017. Aqui, a escolha se deve ao fato de ser um dos primeiros momentos em que o grupo deixa de lado sua pauta liberal e assume ideais ultraconservadores. Por fim, o último tempo mostra o arquivamento do 2º julgamento para decidir se Temer era culpado dos crimes atribuídos pelo STF, realizado no dia 25 de outubro do mesmo ano.

Por ser a rede social mais usufruída pelo MBL, utilizamos da página oficial do grupo no Facebook para encontrar suas principais publicações em cada um dos tempos descritos acima. Sendo assim, para o processo de extração desses dados e da análise assertiva, realizamos a coleta de cada um desses dias a partir dos métodos digitais. Esse procedimento se torna possível através do *script* Ford, tecnologia de extração e mineração de dados desenvolvida pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura da Universidade Federal do Espírito Santo (Labic-Ufes), que colhe os dados da página e



disponibiliza automaticamente para download as planilhas com diversas informações sobre os posts. Para este trabalho nos atentamos apenas em saber quanto de engajamento – curtidas, comentários e compartilhamentos – as postagens tiveram.

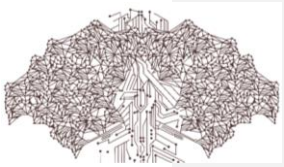
Com esse mesmo método, utilizamos a extração dos quatro tempos também nas páginas públicas de Kim Kataguiri e Fernando Holiday, por serem coordenadores do MBL e julgarmos interessante saber o posicionamento pessoal deles sobre cada um dos dias analisados, como forma de complementação da análise do movimento em que fazem parte. Já com os dados em mãos, procuramos ler atentamente todas as postagens dos dias apontados a fim de facilitar a compreensão de cada um dos diferentes momentos pretendidos. Após identificadas as principais publicações, olhamos criticamente para as narrativas apresentadas e analisamos quais os discursos do MBL em cada uma dessas situações.

MBL: de ideais liberal a pautas conservadoras

O Movimento Brasil Livre se firmou durante os últimos anos como o principal grupo de direita do país, porém desde o início até a atualidade seu discurso tem sofrido mudanças significativas. A parte empírica deste trabalho tem como interesse identificar tais mudanças, usando das principais postagens publicadas pelo movimento em sua página do Facebook durante quatro momentos importantes para o país.

Cada um desses momentos reflete pontos singulares do crescimento do grupo, que teve um começo agitado e incisivo ao propor e realizar protestos contrários à então presidente, mas que, depois que a direita conquistou suas reivindicações, passou a ser mais conservador e próximo de partidos políticos da nova – e velha – direita. Com base nesse movimento do objeto, nossa análise anseia identificar nas postagens do MBL quem e o que eles atacam, quais atributos textuais eles procuram utilizar para narrar os fatos, bem como jogar luz aos processos de doutrinação aproveitadas pelo grupo para transmitir suas opiniões. Em suma, queremos apontar resultados que nos ajudem a decifrar a real identidade do Movimento Brasil Livre, a partir da sua imagem nas redes sociais.

1º Momento: MBL como protagonista dos protestos antipetistas



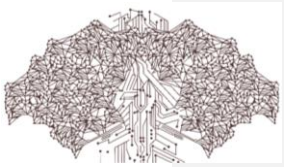
A escolha do dia 13 de março de 2016, último grande ato em favor da retirada de Dilma Rousseff da presidência, se deve ao caráter de ser um evento que fecha o ciclo de manifestações do grupo, iniciado em 15 de março de 2015 e que levou milhões de pessoas às ruas do país, com bandeiras anticorrupção e antipetistas.

Em sua página nacional o MBL se articula como liderança, chamando seus seguidores para os protestos e referindo-se ao governo sempre em tom acusatório, como responsável de todas as crises por qual o país se encontrava. Durante os atos, as principais postagens que mais tiveram engajamento foram as que mostravam imagens ou vídeos das manifestações em algumas capitais brasileiras, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Com uma narrativa que transmitia a empolgação do grupo para com o sucesso das manifestações, as postagens do dia deixavam de atacar políticos para externar o sentimento de agradecimento à população que estava nas ruas dando seu apoio. O post[9] com maior número de engajamento e que demonstra essa empolgação foi "*SUCESSO TOTAL! PAULISTA LOTADA E NÃO PARA DE CHEGAR GENTE! DIVERSAS CIDAES AO REDOR DO BRASIL REGISTRANDO SUAS MAIORS MANIFESTAÇÕES! PARABÉNS, BRASIL!*", que contou com 18.225 curtidas, 619 comentários e 9.016 compartilhamentos, registrando 18.844 de engajamento. A publicação, que apresentava uma cobertura da Rede Globo de Televisão sobre as manifestações, foi escrita totalmente em caixa alta e buscou evidenciar a animação do grupo naquele momento.

Por tudo isso, podemos visualizar nesse primeiro momento um MBL com uma discursividade que tinha como princípio unificar o país em prol das pautas do grupo e que obteve êxito ao conseguir fazer as pessoas saírem de suas casas para protestar. A procura pela efetivação dos protestos também podia ser percebida nas publicações das páginas pessoais dos coordenadores do MBL naquele dia. Kim Kataguiri, por exemplo, deixava

[9] Disponível em https://www.facebook.com/mblivre/videos/vb.204223673035117/350481528409330/?type=2&theater



claro em um de seus posts que as manifestações teriam segurança[10] da Polícia Militar. Em outro[11], publicava que a Avenida Paulista já se encontrava cheia de gente antes mesmo do início do ato.

2º Momento: escândalo entre Michel Temer e Joesley Batista

O 2º tempo que utilizamos aqui para exemplificar a mudança do MBL no campo político brasileiro é o dia 17 de maio de 2017, data em que Joesley Batista da JBS mostrou gravações[12] onde Temer aparece solicitando pagamentos para conseguir o silêncio de Eduardo Cunha. A data é importante por apresentar um presidente da república envolvido em esquemas de corrupção e perceber qual foi o posicionamento do grupo liberal-conservador sobre essa notícia.

Como primeira observação percebemos nesse dia um pequeno desvio na tipologia das postagens do movimento. Antes do escândalo de Michel Temer ganhar toda a atenção do público, o MBL vinha com uma série de publicações contrárias a Lula e ao PT, com narrativas que menosprezavam os anos em que o partido ocupou o poder no país e sempre doutrinando seus seguidores a não acreditarem em nada que o ex-presidente dizia. Porém, no momento em que Temer ganha o destaque dos grandes meios de comunicação, o grupo passa a publicar sobre ele, porém com pouco aprofundamento e ênfase.

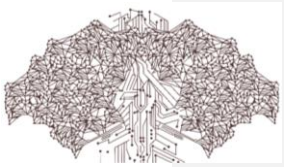
Foram duas as principais postagens. Em uma o grupo publica um vídeo ao vivo, em caráter de urgência, sobre o escândalo envolvendo o presidente, pedindo sua renúncia logo depois. O post[13] "*URGENTE: TEMER É PEGO EM GRAVAÇÃO; MBL PEDE RENÚNCIA*", que utilizou de letras em caixa alta para chamar a atenção do público, teve um engajamento de 35.857, com 16.093 curtidas, 19.764 comentários e 6.634

[10] Disponível em https://www.facebook.com/kataguiri.kim/photos/a.833681423349725.1073741828.833053646745836/1104349142949617/?type=3

[11] Disponível em https://www.facebook.com/kataguiri.kim/videos/1104383582946173/

[12] Disponível em https://oglobo.globo.com/brasil/dono-da-jbs-grava-temer-dando-aval-para-compra-de-silencio-de-cunha-21353935

[13] Disponível em https://www.facebook.com/mblivre/videos/vb.204223673035117/597831427007671/?type=2&theater



compartilhamentos. No vídeo, Kim Kataguiri e outros líderes do MBL pedem a renúncia de Temer, com o discurso de que o grupo foi sempre contra a corrupção e contra qualquer político ou partido.

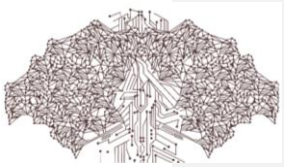
Já a segunda e principal publicação[14] desse dia também foi um vídeo, porém não apresentava nenhum integrante do grupo ou alguma opinião específica. Intitulado como "*Você quer a renúncia imediata de Temer*?", a publicação pedia que os seguidores se utilizassem das *reactions* do Facebook para expressarem suas opiniões: quem curtia o post era a favor da renúncia e quem reagisse com um *reaction* de raiva era contrário a abdicação de Temer. Com 24.898 votos a favor e 470 contrários, a grande maioria dos seguidores também era favorável ao afastamento do presidente, em uma publicação que gerou 4.780 compartilhamentos e conquistou um engajamento de 63.779, o maior número dentre todos os momentos analisados neste trabalho.

Todavia, embora o MBL se mostrasse contrário a Michel Temer, tal discurso se revelou bem menos defendido pelo grupo, saindo de sua pauta apenas um dia depois de revelado o envolvimento do presidente com esquemas de corrupção. Se no dia 17 e 18 o movimento se utilizou das redes para atacar Temer, a partir do dia 19 ele voltou com suas narrativas antipetistas e favoráveis às políticas de reforma trabalhista e previdenciária. O que nos chama atenção é a mudança no discurso de um presidente para o outro. Se em 2015-2016 o grupo, que sempre disse ser anticorrupção, era duro e enfático ao se dizer contra Dilma Rousseff e promover passeatas a favor de seu *impeachment*, em 2017 o mesmo grupo se mostrou mais tênue com as gravações de Temer, escrevendo posts em favor da renúncia em um primeiro momento, mas depois ignorando o caso e voltando sua atenção ao Partido dos Trabalhadores.

É interessante notar que o mesmo acontece nas páginas pessoais dos organizadores do MBL. Kim Kataguiri, por exemplo, postou em favor da renúncia de Temer, mas publicou[15] muito mais sobre como a esquerda estava infeliz ao perceber que a operação

[14] Disponível em https://www.facebook.com/mblivre/videos/597803517010462/?permPage=1

[15] Disponível em https://www.facebook.com/kataguiri.kim/photos/a.833681423349725.1073741828.833053646745836/1516682198382974/?type=3



Lava Jato não era apenas para denunciar a corrupção do PT. Já Fernando Holiday, vereador de São Paulo e um dos coordenadores do movimento, também apenas citou que era favorável à renúncia, mas estava mais interessado[16] em defender o programa "Escola sem Partido" nas escolas do município.

3º Momento: MBL como articulador da moral e dos bons costumes

O terceiro momento por nós analisado sai um pouco da esfera política e vai para a área da cultura e do comportamento. Apropriados cada vez mais de pautas conservadoras, o Movimento Brasil Livre protagonizou em setembro de 2017 alguns protestos contrários à exposição "*Queermuseu - Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*", queixando-se de que algumas das obras incitavam a pedofilia, zoofilia e ofensas à fé cristã.

Com uma campanha nas redes sociais que exigia o fechamento da mostra, o grupo se uniu a outros movimentos religiosos e conseguiu pressionar o Banco Santander a cancelar a exposição. Com uma articulação que envolveu todas as redes do grupo, o boicote exibiu uma guinada drástica em direção a pautas conservadoras e a políticas de tolerância mínima para com manifestações culturais que julgam serem ofensivas à moral da "gente de bem", pautas que fogem um pouco do liberal defendido pelo grupo desde sua criação.

Em sua página do Facebook, a publicação de maior destaque sobre o tema foi no dia 10 de setembro e comemorava a "*Vitória da pressão popular!*"[17], com a divulgação de uma matéria do site Jornalivre que comemorava o êxito dos protestos. Com mais de 14 mil curtidas, 1.084 comentários, 2.450 compartilhamentos e um total de 13.779 de engajamento, o fim da mostra foi exaltado por muitos seguidores do grupo.

Um dia depois, em 11 de setembro, o MBL publicou[18] um vídeo onde Kim Kataguiri aparece comemorando a pauta ganha e questiona as acusações de que o ato feria a liberdade de expressão e de que o grupo perseguia o público LGBT. Segundo o

[16] Disponível em https://www.facebook.com/fernandoholiday.mbl/videos/1887956481442509/

[17] Disponível em https://www.facebook.com/mblivre/posts/679961712127975

[18] Disponível em https://www.facebook.com/mblivre/videos/vb.204223673035117/680258218764991/?type=2&theater

coordenador, as acusações da esquerda não passavam de "vitimismo", sendo que, em sua visão, eram eles que pregavam contra a fé cristã ao insultar Jesus Cristo e a religião em si. Intitulada de "*O Santander cancelou uma amostra de "arte" com material que contém pedofilia e zoofilia direcionado a público escolar após pressão nas redes do MBL e de outros grupos de direita*", a publicação conseguiu 12.142 curtidas, 914 comentários e 7.134 compartilhamentos, chegando ao total de 11.264 de engajamento.

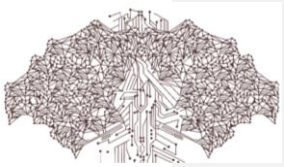
Como recurso discursivo utilizado pelo grupo em suas postagens, percebe-se uma "guerra ideológica" entre a direita e a esquerda. Mesmo em um tema relativamente fora do campo político o MBL continua a promover o ataque aos grupos de ideologia contrária à sua, menosprezando-os e atribuindo forte discurso positivista a eles pelos "ataques" contra os ideais conservadores. O evento é o primeiro a mostrar o avanço do grupo na área dos costumes, mas não o primeiro a ser utilizado como combustível para atacar a esquerda e seus partidos.

4º Momento: o silêncio do MBL sobre Michel Temer

O quarto momento volta a focar em entender o comportamento do MBL em situações onde o atual presidente Michel Temer encontra-se envolvido em denúncias de corrupção. O caso recortado por este momento refere-se ao episódio[19] ocorrido no dia 25 de setembro de 2017, onde a Câmara dos Deputados derrubou uma segunda denúncia apresentada pela Procuradoria-Geral da República (PGR) contra o presidente.

Com a vitória, alguns seguidores do grupo no Facebook começaram a comentar nas postagens da página que gostariam de uma opinião pública do MBL sobre o arquivamento da denúncia. Porém, o que foi percebido ao analisar a linha do tempo de postagens desse dia foi, novamente, muitos ataques aos partidos e pautas da esquerda, a Lula e Dilma, além de publicações que repudiavam uma decisão da ministra Cármen Lúcia de permitir um feriado prolongado para todos os servidores do STF. A principal postagem do dia, por

[19] Disponivel em http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,camara-derruba-segunda-denuncia-contra-michel-temer-e-ministros,70002060600



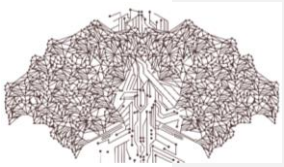
exemplo, apresentava a blogueira e jornalista Joice Hasselmann comentando uma suposta estratégia de Lula para as eleições de 2018.

Sobre Temer, a publicação[20] com maior engajamento apresentava um vídeo ao vivo da Câmara dos Deputados votando. Com a legenda "*AO VIVO: Câmara atinge quórum e votará denúncia de Janot contra Michel Temer e ministros em breve*" o post perguntava aos seguidores se eles eram favoráveis ou contrários a aceitação da denúncia contra Temer, onde mais de 3.500 pessoas votaram a favor e 290 votaram contra o presidente ser acusado. O vídeo foi visto 96 mil vezes e a publicação conseguiu mais de 4.500 curtidas, 3.400 comentários e 770 compartilhamentos, somando assim um engajamento de 8.751 pessoas impactadas.

As outras 4 postagens (dias 25 e 26) do grupo que falavam sobre o caso apenas chamavam para novos links ao vivo da Câmara ou informavam a notícia de que Temer não seria denunciado, sem apresentar nenhum posicionamento crítico a respeito do fato, o que gerou a ira de alguns seguidores que voltaram a comentar sobre como a parcialidade política do MBL. O silêncio também foi encontrado nos perfis pessoais dos coordenadores do grupo, que ou compartilhavam as postagens já publicadas na página do movimento ou aproveitavam o período para afrontar a esquerda (dizendo que quem votou em Dilma também votou em Temer, por exemplo).

Percebemos, por fim, na linha do tempo desse recorte uma multiplicidade de pautas liberais e conservadoras que hoje são postas como o cerne ideológico do Movimento Brasil Livre. Observa-se postagens liberais contrárias ao fim dos aplicativos de transporte privado (como o Uber) e críticas aos gastos do STF, mas também notam-se posts de cunho conservador, como as de repúdio a leis de incentivo cultural (Lei Rouanet, Lei do Audiovisual) e exibições ou mostras artísticas. Publicações de políticos e personalidades que endossam o discurso do grupo são celebradas em sua página, principalmente quando atacam a esquerda.

[20] Disponível em https://www.facebook.com/mblivre/videos/718750571582422/



Limitações da pesquisa

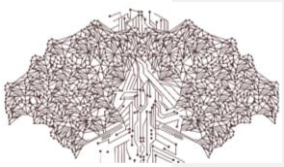
Durante a realização deste trabalho encontramos algumas limitações do método de pesquisa e de aspectos não debatidos nos resultados, que poderiam ter complementado ainda mais o projeto. Um desses contratempos se deve ao fato do *script* utilizado não conseguir coletar todas as *reactions* do Facebook, pelo fato da inovação não existir antes de 2016, o que impossibilitou uma análise completa e mais aprofundada dos sentimentos expressados pelos seguidores para com as postagens do MBL. Também não aprofundamos neste artigo as publicações oficiais de todos os principais coordenadores e integrantes do Movimento Brasil Livre, já que não foram encontradas páginas públicas desses atores na rede social ou não haviam publicado nada durante os tempos analisados.

Finalmente, a maior limitação por nós encontrada foi a complexibilidade do objeto, tanto a direita quanto o MBL em si. Optamos por priorizar pontos como a formação da nova direita em solo brasileiro e a busca pela compreensão dos processos narrativos e discursivos do movimento em sua página oficial. Em trabalhos futuros queremos reforçar o que foi aqui debatido, com a produção de um glossário com os principais verbetes utilizados pelo grupo na composição de suas mensagens, a visualização das redes de ligações entre o MBL e outros grupos e partidos de direita no campo político do país, além de outras estatísticas mais completas e detalhadas.

Conclusão

O Movimento Brasil Livre se firmou como principal grupo antipetista e anticorrupção nas manifestações de 2014 a 2016, porém seu discurso sofreu bastante controvérsia após a entrada de Temer na presidência da república. O que nosso trabalho buscou provar foi o surgimento de nova identidade política e pró-conservadora do grupo, ideais que ganharam as publicações em sua página do Facebook de 2016 para cá.

Com a utilização da ciência de dados e dos métodos digitais, verificamos que os ataques à esquerda e seus partidos e aliados continua a fazer parte da maioria das postagens do movimento, configurando-se como principal discurso narrativo do MBL.



Mesmo que visualizemos a presença de publicações que saem dessa regra, boa parte dos posts ainda utilizam a máxima do "ataque à esquerda" para afrontar seus inimigos.

Ao levantar pautas conservadoras e se aliar a partidos da direita o movimento muda a cara que tinha em 2014, totalmente voltada para protestos anti-Dilma e anti-PT, e apresenta uma nova realidade ideológica, muito mais próxima da máquina do poder e agora capaz de silenciar expressões culturais da esquerda, como o boicote a exibições artísticas que o grupo julga ofender a imagem cristã da família brasileira, por exemplo.

Em suma, o que percebemos com a produção deste trabalho foi o nascimento do novo posicionamento do MBL, iniciado a partir do *impeachment* de Dilma, onde a partir desse momento ele começou o processo de mudança estrutural, atuando como idealizador e porta-voz da nova direita no Brasil. A mudança identitária do grupo foi importante para acarretar toda a nova estratégia de existência do movimento em um país onde a esquerda não mais governa, tornando necessário alterar seu cerne para poder continuar sendo relevante.

Referências bibliográficas

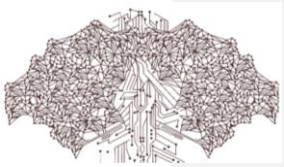
Amadeu, S., 2015. Direita nas redes sociais online. In S. Velasco; A. Kaysel; G. Codas (orgs). **Direita, Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, pp.213-230

Carta Capital, 2017. **'Liberal', MBL oscila entre o Estado mínimo e o conservadorismo moral.** Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/politica/liberal-mbl-oscila-entre-o-estado-minimo-e-o-conservadorismo-moral . Acesso 01/10/2017.

Codato, A.; Bolognesi, B.; Roeder, K. M., 2015. A nova direita brasileira: uma análise da dinâmica partidária e eleitoral do campo conservador. In S. Velasco; A. Kaysel; G. Codas (orgs). **Direita, Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, pp. 115-143

Comparato, B. K., 2014. Eleições e Representação Política: Uma direita radical no Brasil? In **IX Encontro da ABCP**. Brasília: Universidade Federal de São Paulo – Unifesp

Delcourt, L., 2016. Um TeaParty tropical: a ascensão de uma "nova direita" no Brasil. In **Lutas Sociais** 20(36). São Paulo: PUCSP, pp. 126-139



Farrell, H., 2012. The Consequences of the internet for Politics. In **Annual Review of Political Science**, 15(01). Washington: George Washington University, pp. 35–52.

Koerner, A.; Schilling, F., 2015. O direito regenerará a República? Notas sobre política e racionalidade jurídica na atual ofensiva conservadora. In S. Velasco; A. Kaysel; G. Codas (orgs). **Direita, Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, pp. 75-90.

Lemos, A., 2011. **Cartografia das controvérsias**. Disponível em: http://prezi.com/bxz1z7h3xnga/cartografia-de-controversias. Acesso em 08/10/2017.

Malini, F., 2016. Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidade em rede. In **XXV Encontro Anual da Compós**, Goiânia: Universidade Federal de Goiás.

Margetts, H. et al. 2015. **Political turbulence: How social media shape collective action**. Princeton: Princeton University Press.

Moraes, D., 2001. **O ativismo digital**. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html . Acesso 03/10/2017.

Moraes, R. C., 2015. A organização das células neoconservadoras de agitprop: o fator da subjetividade da contrarevolução. In S. Velasco; A. Kaysel; G. Codas (orgs). **Direita, Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, pp. 231-248

Outras Mídias, 2017. **A "Nova direita" diante de suas contradições**. Disponível em: http://outraspalavras.net/outrasmidias/destaque-outras-midias/a-nova-direita-diante-de-suas-contradicoes/ . Acesso 02/10/2017.

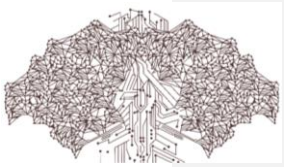
Outras Mídias, 2017. **Nova Direita: think tanks, apoio externo, rede social**. Disponível em: http://outraspalavras.net/outrasmidias/destaque-outras-midias/nova-direita-think-tanks-apoio-externo-e-redes-sociais/ . Acesso 02/10/2017.

Rocha, C., 2015. Direitas em rede: think tanks de direita na América Latina. In S. Velasco; A. Kaysel; G. Codas (orgs). **Direita, Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, pp. 261-278

Sader, E., 1995. **O anjo torto: esquerda (e direita) no Brasil**. São Paulo: Editora Brasiliense.

Santos, T. C.; Vieira, V. C., 2016. Representações da Presidenta Dilma Rousseff pelo "Movimento Brasil Livre". In **Discurso & Sociedad**, 10(4), pp. 588-609.

Silva, G. J., 2014. Conceituações teóricas: esquerda e direita. In **Revista Humanidades em Diálogo**, 6(05). São Paulo: Universidade de São Paulo – USP. pp. 149-162.



Tatagiba, L.; Trindade, T.; Teixeira, A. C., 2015. Protestos à direita no Brasil (2007-2015). In S. Velasco; A. Kaysel; G. Codas (orgs). **Direita, Volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, pp. 197-212.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

O OTIMISMO NO CANAL "GUGU GAITEIRO" OU COMO UMA CRIANÇA SE TORNA UM CIBERCONSELHEIRO [1]

Aline de Caldas Costa dos Santos[2]

Resumo: o artigo aprofunda o trabalho teórico com o conceito de otimismo a partir da análise de materiais referentes ao Gugu Gaiteiro, tanto no Facebook quanto no YouTube. A metodologia é multidisciplinar, reunindo recursos da filosofia de Schopenhauer, da análise do discurso de Foucault e da cibercultura, como a discussão da Web 2.0 e 3.0, além do conceito de diário éxtimo. Os resultados indicam um trânsito entre o sujeito otimista e o Ciberconselheiro, reunindo elementos que apontam para a simplicidade e, em diferentes etapas, para o reconhecimento.

Palavras-chave: youtuber; otimismo; discurso.

Introdução

Este trabalho apresenta resultados iniciais da pesquisa intitulada "Ciberconselheiros: o discurso do otimismo no audiovisual contemporâneo", que mapeia materializações do discurso do otimismo em vídeos de formadores de opinião, disponíveis no YouTube. O objeto deste artigo é o sujeito do otimismo materializado em vídeos do *youtuber* infantil Gugu Gaiteiro, com canal homônimo. O trabalho foi apresentado no X Simpósio Nacional da ABCIBER: conectividade, hibridação e ecologia das redes digitais, junto ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros e Youtubers, pois apresenta o sujeito otimista como aquele que difunde seus testemunhos de práticas que os levaram a um estado de felicidade, visando a influenciar os demais usuários da referida rede social.

O objetivo do presente trabalho é verificar como o sujeito otimista se apresenta no canal do YouTube "Gugu Gaiteiro", protagonizado por uma criança. Em um primeiro momento, o estudo visita e comenta os conceitos elementares da pesquisa, costurando um referencial teórico multidisciplinar – Filosofia, Análise do Discurso, Cibercultura. Na segunda etapa, o estudo traz

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros, YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisadora e professora da Universidade Federal do Oeste da Bahia (Santa Maria da Vitória, Bahia). É bacharel em Rádio e TV pela Universidade Estadual de Santa Cruz, (Ilhéus, Bahia), mestre em Cultura e Turismo pela mesma instituição e Doutora em Memória: Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Vitória da Conquista, Bahia) e participa do Grupo de Pesquisa Laboratório de Estudos Multidisciplinares em Linguagens, Comunicação e Cultura (LINC - UFOB). E-mail: aline.santos@ufob.edu.br

as descrições dos materiais selecionados, o que constitui elemento primordial da Análise do Discurso foucaultiana. Por fim, o artigo apresenta as análises dos vídeos selecionados, buscando apontar os momentos em que o sujeito otimista se materializa, bem como compreender como ele se coloca na posição de ciberconselheiro.

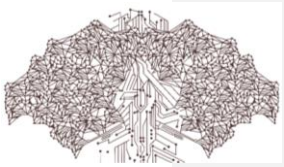
O estudo se justifica por relacionar o campo da Cibercultura aos estudos de Análise do Discurso e de Filosofia, ampliando o espectro metodológico dos estudos de natureza multidisciplinar. Também se mostra relevante compreender como os Influenciadores contemporâneos transitam entre a Web 2.0 e 3.0, relacionando o campo da Publicidade ao da subjetividade.

Compreendendo o discurso e o otimismo a partir da cibercultura

Tratando-se de uma pesquisa multidisciplinar, as bases teóricas do estudo perpassam por recursos da Análise do Discurso (FOUCAULT, 2014), da Filosofia (SCHOPENHAUER, 2009) e da Cibercultura (SANTAELLA, 2013; SIBILIA, 2016).

Neste primeiro momento, cabe apresentar o conceito de otimismo adotado no estudo. O otimismo foi objeto de pesquisa da tese de doutoramento intitulada *Otimismo e memória religiosa em diferentes narrativas*, orientada pela professora Edvania Gomes da Silva e defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Memória: Linguagem e Sociedade da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, em fevereiro de 2017. Naquele estudo, as reflexões de Arthur Schopenhauer apresentadas no livro *Aforismos para a sabedoria de vida* (2009) foram o ponto de partida para pensar o otimismo, mas a sua versão mais acabada – em relação àquele período de pesquisa com este objeto - é acrescentada das conclusões a que a supracitada tese chegou.

O otimismo surge nos diálogos filosóficos da Grécia antiga como a potência de cada sujeito para encontrar a própria felicidade. A felicidade seria uma espécie de *telos*, um objetivo ou meta de vida. Não são poucos os materiais e os pensadores que se debruçaram sobre essa questão, inclusive apontando caminhos práticos – considerando que cada indivíduo se satisfaz com alegrias de diferentes naturezas – para se chegar a esta meta. Havia o caminho da política, o caminho do conhecimento, o caminho dos cuidados com a vida familiar (SÊNECA), o esforço por alimentar a razão em lugar da paixão (CÍCERO), o cultivo de prazeres elevados (EPICURO), dentre muitos outros.



Este otimismo, imanente aos sujeitos afeitos à razão, se viu interrompido enquanto objeto de discurso durante toda a fase áurea do Cristianismo medieval. Apenas o caminho indicados pelo Deus cristão conduziria os sujeitos à felicidade, o que não aconteceria no plano material.

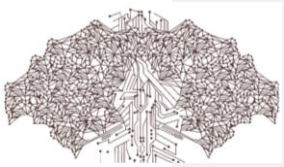
Mas um novo corte histórico aconteceu, indicando o final da Idade Média, e o otimismo ressurge com o movimento iluminista na forma de uma ênfase sobre a capacidade de autodeterminação dos "indivíduos". O antropocentrismo trouxe a razão e a liberdade para o centro da vida humana, abrindo espaços para a filosofia como fonte de saber e para o "progresso" como fonte de autorregulação.

Um texto clássico, no entanto, demarca um espaço para o conceito de otimismo que muito se afasta daquela euforia auto libertadora iluminista. *Cândido ou o otimismo*, escrito por Voltaire em 1759, apresenta um personagem que, em sua trôpega caminhada pela vida, sempre opta por entender que lhe aconteceu o melhor. A cada desventura, Cândido vê a menor das desventuras possíveis. Seu otimismo é idealizado e se materializa na forma de um conjunto de ilusões. A despeito de se tratar de um romance, a perspectiva do otimista como aquele sujeito passivo e malfadado constitui-se em um enunciado (FOUCAULT, 2014). Ele se mostra como um acontecimento discursivo cujas condições de possibilidade são um estado histórico de muitas ideias e poucas transformações efetivas. Este otimista mais observa e se resigna do que analisa e age em favor da mudança rumo a uma desejada felicidade.

Arthur Schopenhauer começa a produzir seus escritos filosóficos no século seguinte à publicação de Voltaire e, diferente deste e dos demais textos filosóficos iluministas que costumam atribuir ao otimismo um campo repleto de expectativas, mas esvaziado de ações, aqui o otimismo emerge como um campo de buscas por uma felicidade prática, factível, mesmo se constatando que, filosoficamente, o coletivo exerce algum tipo de limitação às liberdades individuais. É importante destacar que Schopenhauer não é um filósofo do otimismo. Seu trabalho, quase que inteiro, se volta para a constatação de que este não é melhor dos mundos para se viver, pois está repleto de sofrimentos, sendo um dos maiores a própria morte. Todavia, o filósofo dedicou esforços na elaboração de uma obra que segue na contramão de toda essa construção intelectual. Aforismos para a sabedoria de vida se dedica a esclarecer a felicidade na qual Schopenhauer acredita: a ação em favor do evitar os sofrimentos.

Assim, de acordo com Artur Schopenhauer (2009), o melhor caminho para encontrar a felicidade é desenvolver a capacidade de seguir a "sabedoria de vida", o que se refere ao conhecimento prático acumulado por pessoas mais experientes a fim de evitar a dor.

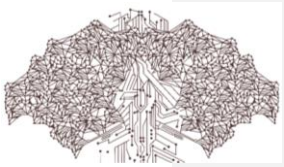
Na elaboração de seu pensamento, Schopenhauer recorre à didática das tripartições:



> Aristóteles (*Ét. A Nic.* I, 8) dividiu os bens da vida humana em três classes: os exteriores, os da alma e os do corpo. Conservando apenas essa tripartição, digo que o que estabelece a diferença na sorte dos mortais pode ser reduzido a três determinações fundamentais. São elas:
> 1) O que alguém *é*: portanto, a personalidade no sentido amplo. Nessa categoria incluem-se a saúde, a força, a beleza, o temperamento, o caráter moral, a inteligência, seu cultivo.
> 2) O que alguém *tem*: portanto, propriedade e posse em qualquer sentido.
> 3) O que alguém representa: por essa expressão, como se sabe, compreende-se o que alguém é na representação dos outros, portanto, propriamente como vem a ser representado por eles. Consiste, por conseguinte, nas opiniões deles a seu respeito, e divide-se em honra, posição e glória (SCHOPENHAUER, 2009, p. 3, grifos do autor).

Schopenhauer vai localizar na primeira "determinação fundamental" a fonte de "sabedoria de vida". Uma vez que o patrimônio material e a imagem de si cultivada junto ao social são escapadiças e, em grande parte, depende de fatores exteriores ao sujeito, apenas o "*ser"* carregaria o traço da permanência. As conquistas do "*ser"* são inalienáveis. Além disso, se constituem em fontes de tranquilidade e serenidade. Por isso Schopenhauer sintetiza que seu caminho para encontrar a felicidade é priorizar o "*ser*" - o arcabouço intelectual e moral -, secundarizando o "*ter*" e o "*aparentar*", o patrimônio material e o *status* de glória, respectivamente (SCHOPENHAUER, 2009).

Essa premissa foi tomada como primeiro critério para a seleção do *corpus* de análise. Os materiais observados no YouTube entre os meses de agosto e outubro somente entraram para o recorte deste artigo após apresentarem consonância com a priorização do "*ser*". Em seguida, importa destacar que, embora o otimismo de que trata Schopenhauer apresente uma natureza pragmática, o mesmo aponta para uma vida de passividade, levando o indivíduo ao isolamento social e ao alheamento das questões que limitam a liberdade dos membros de dada sociedade. A pesquisa de doutorado apontou, após uma série de análises com diferentes linguagens, que o sujeito otimista contemporâneo se afasta sobremaneira da imagem do iludido de Voltaire ou do alheio social de Schopenhauer. O otimista contemporâneo enfrenta os acontecimentos limitantes das liberdades individuais consultando a seu "*ser"* e agindo em favor de uma mudança concreta. Essa atitude pode até lhe custar a vida, mas a missão de abrir espaço para a autorregulação prevalecerá. O otimismo, assim, é o campo onde se vislumbra uma mudança de perspectiva e de atitude suscitada pela priorização do "*ser*" rumo à ampliação do campo da liberdade, individual e coletiva.



A metodologia de trabalho com os discursos é a de Michel Foucault (2014), que toma o discurso como prática. A unidade a que busca o método de Foucault é o enunciado, uma "função que cruza um domínio de estruturas e de unidades possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço" (2014, p. 105). O enunciado é um acontecimento que marca uma ruptura, podendo apresentar continuidades em outras epistemes. Foucault se interessa pelos cortes históricos que permitem o acontecimento discursivo do enunciado e, ao mesmo tempo, se interessa pelas suas descontinuidades, ou seja, jogo de relações que vai permitir o aparecimento, a ruptura, o ressurgimento, o silenciamento dos enunciados ao longo da história.

Porém, neste trabalho, o recorte metodológico se restringe apenas à noção de *sujeito*. Para Foucault, o sujeito é uma das quatro "partes" de um enunciado. O sujeito se constitui em uma espécie de "posição" que pode vir a ser ocupada por diferentes indivíduos em determinadas condições de possibilidade.

> o sujeito do enunciado é uma função determinada, mas não forçosamente a mesma de um enunciado a outro; na medida em que é uma função vazia, podendo ser exercida por indivíduos, até certo ponto, indiferentes, quando chegam a formular o enunciado; e na medida em que um único e mesmo indivíduo pode ocupar, alternadamente, em uma série de enunciados, diferentes posições e assumir o papel de diferentes sujeitos (FOUCAULT, 2014, p. 113).

O sujeito é, assim, um âmbito transitório, um espaço de fala, uma posição ou papel a ser vivido. O sujeito, a partir de Foucault, se afasta sobremaneira do indivíduo, do sujeito pragmático, do autor empírico. O sujeito é um lugar de fala e somente é ocupado por um sujeito pragmático quando este se coloca nas condições históricas que o permitem dizer algo, sob certa perspectiva. É importante explicar que, para Foucault, nem tudo pode ser dito por qualquer pessoa, em qualquer circunstância. A fala é atributo do sujeito de algum discurso – ele apenas a pode realizar quando dispõe das condições históricas para tal.

Neste estudo, um indivíduo ocupa a posição de sujeito do otimismo quando suas práticas o tornam o sujeito que, priorizando o "ser", aponta e constrói caminhos para encontrar a felicidade, apresentando investidas concretas nesse sentido. Esse otimista é um sujeito que testemunha o alcance de um estado de felicidade prática e, assim, ocupa o espaço de fala por meio de sua experiência, estimulando os demais a realizarem seus próprios processos de mudança.

Nesse sentido do testemunho, surge também a posição do ciberconselheiro. Este sujeito, além de reunir condições históricas para a fala e, portanto, reunir uma certa dose de "sabedoria de vida", detém também a "liberdade de quem fala", a que Foucault chama de "*parrhesía"* ou o

franco-falar (FOUCAULT, 2014b). A *parrhesía* se refere a um discurso que se conforma na soberania de si adquirida por meio de esforços em busca, neste caso, de felicidade, o que o torna um "mestre"; este, por sua vez, pode discursar em favor daquele que necessita assimilar tais conhecimentos por partilhar da mesma busca.

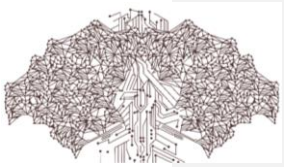
> O objetivo da *parrhesía* é fazer com que, em um dado momento, aquele a quem se endereça a fala se encontre em uma situação tal que não necessite mais do discurso do outro. De que modo e por que não necessitará mais do discurso do outro? Precisamente, porque o discurso do outro foi verdadeiro. É na medida em que o outro confiou, transmitiu um discurso verdadeiro àquele a quem se endereçava que este então, interiorizando esse discurso verdadeiro, subjetivando-o, pode se dispensar da relação com o outro (FOUCAULT, 2014b, p. 340).

Assim, trata-se, portanto, de uma posição de sujeito que apenas admite ocupação mediante o acúmulo de conhecimentos e experiências capazes de se fazerem presentes na fala do "mestre"; deste, a fala proferida pode impactar na tomada de decisão do outro em favor da mudança.

Importa destacar que o discurso em questão circula, também, através de um espaço virtual. Em seu artigo "O DNA das redes sociais digitais" (2013), Lúcia Santaella caracterizou a internet sob uma perspectiva histórica: a Web 1.0, 2.0 e 3.0.

A Web 1.0 corresponde à fase em que a rede mundial de computadores possuía uma função enciclopédica, falando sinteticamente ou "grosso modo". Era uma Web que apenas disponibilizava conteúdos. Tratava-se de um espaço virtual onde somente uma parcela de usuários podia exercer a fala – ela ocupava a cadeira de "emissor". Uma das características que marcaram essa etapa de desenvolvimento da internet era o fato de o emissor ser uma "instituição", uma empresa, responsável por alimentar sites especializados, com custos específicos e equipes de técnicos elaboradores de conteúdos gabaritados. Outra característica marcante era a limitação da infraestrutura de conexão e navegação na internet: a maior parte dos usuários utilizava conexão discada, com pequeníssima capacidade de troca de dados.

A Web 2.0, ou a segunda fase de desenvolvimento da internet, é bem mais recente e ainda bastante atual. Trata-se de uma fase de ampliação dos espaços de fala no espaço virtual, associando espaços de interação aos antigos sites. Assim, a Web 2.0 suscita a interação entre produtores e consumidores de conteúdos. Entretanto, há algo mais relevante ainda: a Web 2.0 populariza a cadeira de emissor à medida que as estruturas materiais e técnicas de acesso à internet se aperfeiçoam e se democratizam. Conexões mais velozes, com maior pacote de dados, permitiram a exploração popular de espaços de uso gratuito – blogs, fotologs e vlogs –, e assim,



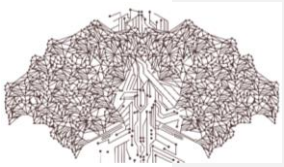
qualquer usuário da internet estava apto a construir um espaço pessoal para disponibilizar conteúdos de sua "especialidade", criando novas interações e espaços de discussão. O antigo especialista, respaldado por instituições sociais tradicionais, doravante teve que conviver com o especialista informal, legitimado por seu público seguidor.

A terceira fase da Web, a Web 3.0, apresenta funções mais complexas. Partindo do ambiente da web 2.0, a integração com dispositivos de inteligência artificial dispara um novo ambiente de ciberespaço, cujas implicações tecnológicas, sociais e éticas ainda estão em aberto, aguardando discussões marcos regulatórios coerentes com as novas práticas virtuais (LEMOS, 2013). Um dos aspectos dessa fase da internet que muito interessa a este estudo é a captura de dados dos usuários para, através de dispositivos inteligentes, os aproximarem de produtos, ideias e serviços de acordo com seus perfis de interesses. Uma vez que o usuário da rede social é como uma extensão do próprio perfil virtual (VIANA *apud* SANTAELLA, 2013), as empresas e redes de mapeamentos de dados de usuários agem para tornar a Web 3.0 em uma mina de materiais para publicidade e propaganda dirigida.

Este material teórico chama atenção quando se elege o YouTube como espaço de observação do objeto de estudo. Logo na primeira apreciação dos materiais disponibilizados pelos *youtubers* em estudo, foi identificada uma forte presença da web 2.0, pois há participação dos usuários através do recurso "inscrição" e "comentários". Os dados quantitativos indicam envolvimento com os assuntos e experiências relatados, assim como a resistência aos mesmos, promovida pelos chamados *haters*, os "odiadores" da internet. Em paralelo, todavia, também se observa que os mesmos *youtubers* publicizam suas rotinas e suas ideias como um produto a ser oferecido aos usuários, um traço da Web 3.0.

A esse respeito, recorremos a Paula Sibília (2016, p. 37) e seu conceito de "diário éxtimo". Trata-se de uma espécie de "narrativa do eu", como o antigo diário, mas que objetiva à publicização. Conteúdos subjetivos passam a ser ofertados na grande rede mundial de computadores na forma de algum produto ou serviço – além do próprio canal no YouTube, essas narrativas são organizadas na forma de livros, palestras ou cursos, sempre atrelada a algum incentivo ao consumo por parte dos usuários.

Com base nessa sustentação teórica, realizamos as análises dos materiais do *corpus*, os quais foram selecionados entre os meses de agosto a outubro de 2017, embora os vídeos tenham sido postados em épocas variadas. Também se coloca como objetivo deste estudo o aprimoramento do constructo teórico-metodológico apresentado.



Sobre o Gugu Gaiteiro e o otimismo

Gustavo Bohn Kunst é um menino gaúcho, natural da cidade de São Paulo das Missões, Rio Grande do Sul. Trata-se de uma cidade com apenas 51 anos de emancipação política que, de acordo com o último Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), publicado em 2016, possui uma população de 6.313 habitantes. A jovem cidade possui forte traço fronteiriço, localizando-se a menos de 30 quilômetros do rio Uruguai, o qual traça os limites de território entre o Brasil e a Argentina. A vertente agropecuária do município influencia o modo de vida interiorano, mais voltado à rotina campesina, valorizando as tradições e o fortalecimento dos laços comunitários. Nesse contexto, Gugu vive uma infância imersa em memórias de seus ancestrais. Uma dessas referências vem de seu pai, Milton Kunst, que, ao tocar violão e gaita em família, despertou no filho o interesse pela música tradicional gaúcha. Aos oito anos de idade, o menino aprendeu o manuseio do instrumento, mais conhecido nas demais regiões do país como "sanfona". Atualmente, contando com 11 anos de idade, Gugu já tem uma carreira musical com dois CDs e dois DVDs gravados, fazendo jus ao apelido "Gaiteiro". A parceria com os familiares é muito presente na carreira do garoto – foi com o pai que ele aprendeu a tocar gaita e foi com o mesmo, muitas vezes em companhia da irmã, Caroline, que ele se tornou *youtuber*.

O canal "Gugu Gaiteiro" foi criado em maio de 2014. No momento de coleta dos dados para este artigo, esse canal contabilizava o número de 404.555 inscritos e mais de 430 vídeos publicados. Conforme o texto de descrição de seu canal, Gugu

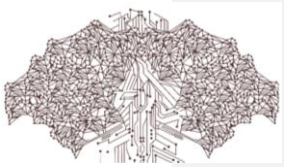
> Iniciou sua vida artística aos 08 anos. Com 09 anos já gravou seu primeiro CD e DVD. Aos 09 anos também já obteve a carteira na Associação Brasileira de Compositores de músicas. Foi premiado em dezenas de Festivais da Canção e de música. Já participou do Rodeio Internacional de Vacaria-RS. Ao (*sic*.) 11 anos Gravou o DVD 45 anos Os Monarcas e os Novos talentos com o mais renovado grupo musical da música gaúcha. Em janeiro de 2017 gravou o CD/DVD Vol. 02. Desde os 08 anos faz apresentações solo, apresenta-se em radio e TVs. (Canal Gugu Gaiteiro. Disponível em https://www.youtube.com/channel/UCt0hjh1GEaUnkPLZAH2GQ9w/about).

Chama atenção o talento do tipo prodígio do garoto: ele compõe, canta, toca um instrumento de alta complexidade, se apresenta em shows e já possui produtos musicais. O repertório de Gugu conta, inclusive, com versões musicais em línguas estrangeiras – inglês, espanhol, alemão, russo etc. Destacam-se também em seu canal as suas versões de músicas

bastante difundidas pela grande mídia, como "*Despacito*", "*Sweet dreams*" e "*Sweet Child O' Mine*" (esta última foi executada apenas de forma instrumental), sempre acompanhadas da gaita.

Porém, grande parcela dos vídeos se volta para o objetivo de apresentar um "modelo" de infância caraterístico do interior, em especial, do Sul do país, de onde também se destaca o forte sotaque de fronteira. Os vídeos apresentam conteúdos de suas vivências na "casa da vovó", piadas, brincadeiras. Há vídeos que expõem brinquedos fabricados pelo próprio Gugu em parceria com seu pai, como o carrinho de madeira, apresentado na linguagem de "tutorial", dividido em três partes; outro brinquedo mostrado por Gugu, acompanhado de uma piada, é a carreta de madeira, uma espécie de velocípede em tamanho compatível com uma criança de 11 anos; Gugu também mostra como fazer e como brincar com pernas de pau, utilizadas por toda a família no vídeo; com a ajuda de seu pai, Gugu faz um "trabuco", um tipo de atiradeira de sementes e, em outro vídeo, mostra como fazer e brincar com uma arapuca de bambu para pegar aves. Há ainda o vídeo em que Gugu e seu pai produzem um instrumento musical a partir de uma cabaça, fruto conhecido na região Sul como "porongo", muito utilizado para fabricar cuias para tomar chimarrão. O instrumento é de sopro e Gugu o utiliza para acompanhar seu pai ao violão.

Outros vídeos se dedicam a apresentar a rotina e as memórias dos fazeres nos tempos das gerações anteriores, como o dia de fazer melado com os adultos; o dia de debulhar o feijão, que fica sobre uma lona, recebendo açoites, bastante festejados pela turma de crianças e, na sequência, é passado pela antiga máquina de separar os grãos das sobras de vagem com o impulso de uma manivela; Gugu e as demais crianças da família também gravam o dia de usar o antigo debulhador de milho, inclusive com divisão de funções entre as crianças, de modo que um deposita as espigas no equipamento, o outro gira rapidamente a manivela e o último retira da bacia as espigas que caem sobre os grãos de milho; e ainda há o famoso vídeo que apresenta a "patente". A patente é um tipo de banheiro seco, em território externo à casa, que constituía o único banheiro existente em propriedades rurais até algumas dezenas de anos atrás. Gugu conta que a patente está ativa na "casa da vovó" há pelo menos quatro gerações. O menino adentra ao cômodo e mostra que, para utilizá-lo, basta se sentar sobre a tábua de madeira com um orifício semelhante ao de um vazo sanitário, e fazer as necessidades, ou, conforme a descrição do garoto, "fazer a sua obra de arte". Ele também mostra as diferentes maneiras de proceder à higienização pessoal de acordo com cada geração: os avós utilizavam (e reutilizavam, em tempos de escassez) um sabugo de milho; os pais utilizavam folhas de jornal, as quais também entretiam o usuário da patente durante o seu uso; já Gugu, utiliza papel higiênico, "bem mais fofinho". Em tom de piada, ele alerta ao usuário da patente que gosta de levar o telefone celular para o banheiro a respeito da possível distração no momento da higiene, podendo trocar o papel pela tela do aparelho, registrando uma "*selfie*"



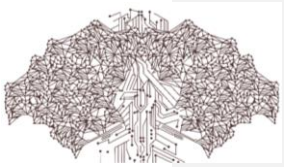
indesejada. Ao final do vídeo, Gugu apresenta como uma relíquia: a tábua da patente de seus bisavôs.

Um dos vídeos que mais difundiu o canal foi o "Cepo de madeira". Nesse vídeo, Gugu ensina uma brincadeira dos tempos de seu pai que consiste em causar um estouro usando a pólvora de um palito de fósforo depositada em um buraquinho, produzido com um prego, em um pedaço de madeira; posiciona-se um prego sobre o buraco cheio do material da cabeça do fósforo e bate-se com um martelo para que o impacto gere o estouro. Ao final, o menino se mostra "empilchado", ou seja, usando traje típico de gaúcho, e se apresenta como de costume: "para quem não me conhece, eu sou o Gugu Gaiteiro". Ele publiciza seus perfis e conteúdos de costume – música, piadas e entretenimento; pede ao seu público a inscrição no canal e curtidas para os vídeos, enquanto os contatos para shows permanecem expostos sobre sua imagem.

O vídeo viralizou e ganhou várias versões remix, circulando na forma de meme. Os vídeos destacam tanto o traço lúdico quanto o forte sotaque do garoto. Vários programas de televisão procuraram por Gugu e tentaram mostrar o que se passa em seu cotidiano para ele se destacar tanto em relação à música e em relação ao alcance de seu canal após o meme do cepo de madeira.

A partir destas primeiras descrições, identificamos que o Gugu Gaiteiro traz para seus vídeos uma série de temas vinculados ao "*ser*". Destaca-se em suas falas a marca da simplicidade de uma infância mais interiorana e tradicionalista. Este modo de vida é difundido através da linguagem do testemunho das vivências, o que compõe, sob a perspectiva do referencial teórico apresentado, um campo de acúmulo de "sabedoria de vida" (SCHOPENHAUER, 2009). Trata-se de um corte com a infância cosmopolita e urbana, mais voltada para experiências de consumo de brinquedos e programas prontos, com forte prática de descartabilidade dos brinquedos, basicamente elaborados em plástico ou borracha industriais; e, ainda mais evidente, Gugu promove um corte discursivo com a solidão do consumo infantil. Gugu enfatiza a importância de brincar em família, de ser autor dos próprios brinquedos, de dividir o conhecimento que herda dos ancestrais com outras crianças através do YouTube. O garoto ensina a produzir diversão com materiais simples, evitando a produção de lixo, estimulando a imaginação com os materiais disponíveis no quintal, na cozinha ou nos parques. Quando Gugu apresenta seus brinquedos, ele destaca que a matéria-prima provém de árvores regionais, como a madeira utilizada pelo pai para fazer o trabuco e as sementes colhidas pelo garoto para arremessar com o brinquedo; assim, ele valoriza, nos vídeos, os saberes das gerações anteriores, como os pais, tios, avôs e bisavôs.

Seu patrimônio material, o campo do "*ter*", portanto, tem o valor sentimental da manualidade e do convívio com seus afetos familiares. E seu patrimônio social, o campo do "*aparentar*", a princípio, se refere a um modelo de infância a servir de referência para as demais



crianças dessa faixa etária. Um exemplo disso está no vídeo em que Gugu decide sortear o cepo de madeira da brincadeira que o projetou na internet, cujo vídeo apresenta a seguinte justificativa para o desprendimento do objeto de fama:

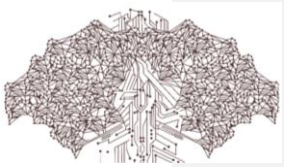
> Desde que eu virei um meme, está sendo um transtorno pra mim e pra minha família. E nós somos uma família bem simples e humilde e vivemos uma vida pacata. Bom, minha gente, nós estamos propondo uma brincadeira que será uma espécie de sorteio. Vocês estão vendo aqui o cepo de madeira mais famoso do Brasil e ele poderá ser seu (Canal Gugu Gaiteiro. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=aknOpB4IX98).

Gugu aparenta não desejar fama. Ele deseja que mais crianças conheçam o estilo de vida que ele considera saudável para si. Quando decide sortear o objeto que o tornou famoso, ele abre mão de uma memória: sua trajetória é de seguimento de um passado que merece ser repetido, afastando-se da busca pelo *status* de nova celebridade, tão idealizado em relação aos criadores de canais no YouTube.

Assim, identificamos que ele se coloca na posição de Ciberconselheiro: seus vídeos se dedicam à narração de vivências, ensinamentos sobre como construir brinquedos e realizar suas brincadeiras favoritas, diversão com piadas e execução de músicas. Isto comparece nos vídeos como conselhos aos inscritos - traço da "*parrhesía"* (FOUCAULT, 2014b). Gugu fala daquilo que sabe, pois o viveu e o julgou relevante de ser experimentado por outras famílias. A legitimidade de seus conteúdos e falas é assegurada pelos seus "aprendizes", ou seja, pelo público seguidor do canal. No vídeo em que Gugu apresenta o novo dono do cepo de madeira, o vencedor tem participação. No corte seguinte aos procedimentos de embalar e postar o prêmio, o ganhador aparece no vídeo, abrindo o prêmio em sua casa e justificando os porquês de seguir o canal:

> eu vou guardar esse cepo de madeira por toda a minha vida com o maior carinho, não pela fama do Gugu Gaiteiro, nem pela fama do cepo de madeira, mas pelo valor que o Gugu tem demonstrado, que o Gugu tem difundido através da internet diante de tanto lixo que a gente tem aí... A televisão é o próprio lixo e a internet, nós temos que peneirar muito bem (Canal Gugu Gaiteiro. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=Ae-BhgtHPFA).

Assim, fica reforçado o investimento do canal sobre o campo do "*ser*" e fica demonstrado como o Gugu Gateiro materializa um tipo de otimismo: ele se volta para o campo do "*ser"*



colocando valores à frente de posses e aparências. E assim ele se coloca na posição do sujeito otimista que guia nosso projeto: ele exerce uma ruptura com uma prática majoritária e opressora das liberdades individuais – Gugu Gaiteiro rompe com o modelo de infância difundido pelo capitalismo, aquela que se restringe a um nicho consumidor, que não é estimulada à criação, que se porta como adultos de pequeno porte. Opondo-se a isto, Gugu age estimulando a continuidade de uma memória de um passado que merece ser lembrado e repetido.

Todavia, um fator complicador dessa leitura encontra-se no fato de Gugu Gaiteiro possuir uma carreira artística e também buscar recursos para promover-se enquanto um produto de consumo.

Em grande parte dos seus vídeos, o garoto realiza uma aparição com a vestimenta típica da cultura gaúcha, pedindo inscrições para o canal, *likes* para os vídeos, seguidores para seus perfis nas redes sociais, sobretudo, buscando por consumidores para seus CDs e DVDs. Aliás, essa era a condição para participar do sorteio do cepo de madeira: adquirir o CD e DVD através de um espaço de comércio eletrônico por meio da internet.

Os perfis nas redes e o canal de vídeos são espaços de grande interação entre Gugu e o público[3], constituindo a integração do artista mirim à Web 2.0, a Web da participação. Ele possui grande uma rede de seguidores que consome seus vídeos e interage com os temas da vez, sobretudo, essa rede virtual legitima a posição que ele passa a ocupar – a de um Ciberconselheiro. A cada novo vídeo ou post nas redes sociais, Gugu estimula seus seguidores a observarem testemunhos e práticas de infância exemplar. Uma amostra disso está na divulgação de seu boletim escolar, destacando as boas notas e o esforço pessoal da criança para se destacar também fora da Web 2.0.

[3] Já não se trata da primeira fase da Web, uma vez que a insfraestrutura técnica permite a qualquer usuário fazer uso da posição de emissor, bem como interagir com os emissores em atuação.



FIG 01: Post do boletim escolar no perfil de Gugu Gaiteiro na rede social Facebook
Fonte: https://www.facebook.com/Gugugaiteiro2016/

Os números de curtidas e comentários ao *post* atestam o ponto para o qual chamamos atenção. Mas há que se observar ainda a participação de uma empresa de marketing nestas postagens. A MHX Marketing promove o uso de recursos de interação, como enquetes, por exemplo, via YouTube, para lembrar ao usuário da rede de interagir com o pequeno *youtuber*.

Com a consultoria desta empresa, Gugu seleciona conteúdos de sua intimidade para partilhar com o público da internet. Ele não só expõe suas notas da escola, como também apresenta as caraterísticas da celebração natalina no seu lar. Mais recentemente, Gugu promoveu, via Facebook, uma promoção ainda mais intimista: considerando que muitos seguidores expuseram o desejo de conhecer o Gugu pessoalmente, um seguidor seria sorteado para participar de um típico churrasco gaúcho no lar da família Kunst. Para participar, o internauta deveria curtir a publicação de divulgação do sorteio e também curtir a página da empresa de marketing,

A parceria com esta empresa de marketing transforma o canal e os perfis nas redes sociais de Gugu Gaiteiro em um "diário éxtimo" (SIBILIA, 2014). Cada *post* passa a apresentar um fragmento da rotina do menino que suscita o olhar dos internautas para uma personalidade "exodirigida" ou "alterdirigida".

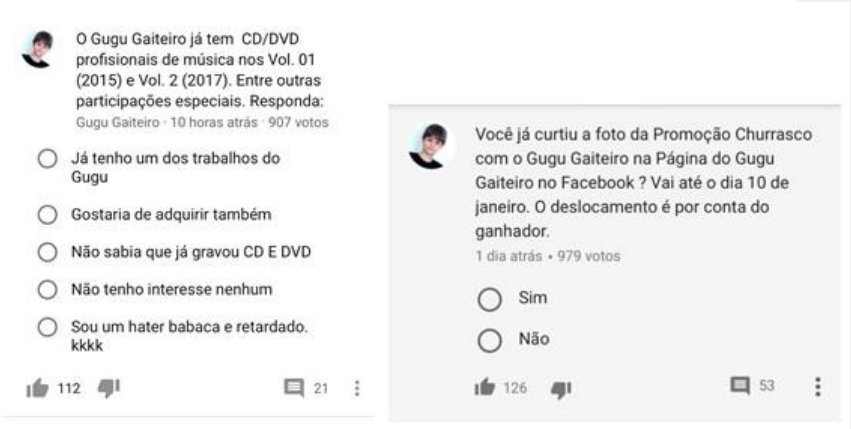


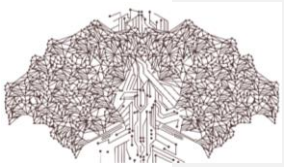
FIG 02: Enquetes feitas pelo canal Gugu Gaiteiro no YouTube
Fonte: Youtube.com

Cada nova investida no âmbito da Web 3.0 traz mais e mais o internauta para o campo da intimidade familiar de Gugu e constitui avanços rumo ao campo do "aparentar", descaracterizando a permanência do menino na posição de sujeito otimista.

Assim, o canal segue acumulando fãs e interações com seguidores que admiram o estilo de vida interiorano e fronteiriço, fortalecendo esse espaço discursivo do novo enunciado. A abertura da intimidade e as novas páginas do "diário éxtimo" geram empatia e reconhecimento. Todavia, Gugu não se vê livre de ataques. Essa busca por reconhecimento também atrai o seu oposto. Conforme o exposto na figura 02, a recorrência de críticas ácidas é tão grande que o canal já inclui entre as opções da enquete uma espécie de "crítica reversa", na qual o internauta pode se autodepreciar, identificando-se com a posição de odiador – *hater*. Muitos comentários criticam a exposição da vida pessoal do menino, assim como criticam as promoções divulgadas nas redes sociais. Estas, por sua vez, desapontam a parcela de público que se afinava com o enunciado anterior.

Os trânsitos que ocorrem em relação ao sujeito de discurso se referem a um novo corte: do enunciado "a felicidade está na simplicidade" para "a felicidade está no reconhecimento".

Assim como há um corte no enunciado, o sujeito, que é sua parte elementar, também sofre uma descontinuidade. O Gugu Gaiteiro da Web 2.0 é um otimista, mas o Gugu Gaiteiro da Web 3.0 é apenas um Ciberconselheiro.



Considerações finais

As análises mostraram que existe uma relação complexa e dinâmica entre as chamadas "determinações fundamentais" sinalizadas por Arthur Schopenhauer pelas quais os sujeitos podem encontrar a felicidade. Por vezes, o sujeito do discurso investe em uma ou duas delas, em outras vezes, segue na direção de outra. O "*ser*", o "*ter*" e o "*aparentar*" não são campos repelentes entre si; ao contrário, estão sempre disponíveis ao sujeito de discurso. Isso ocorre por que o discurso se manifesta na forma de práticas, afinadas por enunciados de ordem histórica.

Na história da cibercultura, tanto as estruturas, quanto os espaços de interação e os próprios elementos sociais limitaram ou estimularam a ocupação de diferentes posições de sujeito, mediante certos critérios históricos.

Gugu Gaiteiro pode ocupar a posição de otimista quando todo um contexto histórico de profusão de uma infância consumidora de bens industrializados se fez hegemônica. Ele enfrentou esse referencial ao difundir outro modelo de infância, baseada no convívio familiar e na simplicidade da vida interiorana.

Entretanto, seu estágio de enfrentamento foi rompido ao priorizar o crescimento de seu status social de artista e *youtuber* mirim. De otimista, ele se desloca para outra posição, apenas ilustrando um modelo misto de infância – uma nova complexidade o coloca na posição de quem apenas ilustra uma trajetória pessoal, não mais estimula a ruptura.

Esses elementos apontam também a complexidade do trânsito da Web 2.0 para a 3.0, gerando ênfase sobre um produto, não tanto sobre uma proposta.

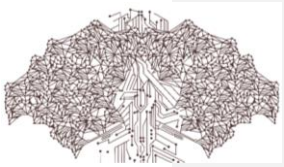
Referências bibliográficas

COSTA, Aline de Caldas. **Otimismo e memória religiosa em diferentes narrativas**. Vitória da Conquista: UESB, 2017

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

LEMOS, André. A comunicação das coisas. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede. Etiquetas de radiofrequência em uniformes escolares na Bahia. *In:* PESSOA, Fernando (org.). **Cyber Arte Cultura**. A trama das Redes. Seminários Internacionais Museu Vale, ES Museu Vale, Rio de Janeiro, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. O DNA das redes sociais digitais. *In:* BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando J. de (Orgs). **Comunicação em tempo de redes sociais**: afetos, emoções e subjetividades. São Paulo: INTERCOM, 2013



SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Aforismos para a sabedoria de vida**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

O PONTO E VÍRGULA E A DEPRESSÃO: UMA ANÁLISE DE TESTEMUNHOS DE JOVENS CLASSIFICADOS COMO DEPRESSIVOS NO FACEBOOK DO PROJECT SEMICOLON[1]

Bianca Rodrigues Pinheiro[2]

Adolescência, depressão e modos de ser

É notável o destaque dado à depressão entre os adolescentes nos últimos anos. A série *13 Reasons Why* e o jogo da Baleia Azul consolidaram a predominância do tema na mídia, mas os meios de comunicação, antes mesmo desse *boom*, têm alertado sobre a grande incidência do transtorno depressivo na adolescência. Matérias de importantes grupos midiáticos, como Globo e Estadão, relacionam essa patologia com a maior probabilidade de adolescentes desenvolverem hipertensão e obesidade[3], dão dicas de como os jovens podem superar a doença[4] e elencam os fatores de risco relacionados a ela[5].

A presença da depressão entre os adolescentes na grande mídia segue a intensa produção de estatísticas e de recomendações a respeito do fenômeno pelos principais órgãos de saúde ao redor do mundo. É o caso da Organização Mundial de Saúde, que anuncia a depressão como a doença mais frequente entre os adolescentes de 10 a 19 anos[6]. Em 2014, o Instituto Nacional de Saúde Mental dos Estados Unidos estima que 2.8 milhões de adolescentes entre 12 e 19 anos apresentaram pelo menos um episódio de depressão maior no ano anterior[7]. A Academia Americana de Pediatria recomenda, desde

[1] . Artigo apresentado ao Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.
[2] . Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: biancarpin@gmail.com
[3] Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2015/08/adolescente-com-depressaotem-mais-riscos-cardiacos-alertam-medicos.html>. Acesso em: 26 abr. 2016.
[4] Disponível em: <http://vida-estilo.estadao.com.br/blogs/joel-renno/recado-aos-pais-ha-como-prevenirdepressao-e-suicidio-nos-nossos-filhos-adolescentes/>. Acesso em: 26 abr. 2016.
[5] Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2016/01/devemos-procurar-por-depressao-entrecriancas-e-adolescentes.html>. Acesso em: 26 abr. 2016
[6] Disponível em: <http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2014/05/depressao-e-doenca-maisfrequente-na-adolescencia-alerta-oms.html>. Acesso em: 26 abr. 2016.
[7] 8Disponível em: <http://www.nimh.nih.gov/health/statistics/prevalence/major-depression-amongadolescents.shtml>. Acesso em: 26 abr. 2016.

o início de 2016, a avaliação anual de indivíduos entre 11 e 21 anos para detectar a depressão a partir de questionários aplicados por médicos aos pacientes[8].

Levando em consideração o conceito de invenção de pessoas (HACKING, 2006), segundo o qual as diversas classificações existentes afetam os classificados, assim como os classificados influenciam suas respectivas classificações, torna-se importante avaliar as categorias de transtornos psicológicos como resultantes de um processo dialético, e não impostas de cima para baixo, pois os indivíduos participam ativamente da constituição de modos de ser, reapropriando-se dos sentidos produzidos pelo *status quo* e, assim, ressignificando suas experiências consigo e com o outro.

Se Kaitlin Bell Barnett (2012) acredita que a experiência dos indivíduos é remodelada a partir da utilização de remédios psiquiátricos, e Nikolas Rose (2006) sustenta que as pessoas têm participação ativa na medicalização da vida cotidiana, visto que as classificações e narrativas propostas pelos medicamentos tornam inteligíveis as vivências individuais, supomos que, só de receber um diagnóstico ou se autodiagnosticar, já há a modificação do modo como alguém experiencia a si mesmo, pois "especialmente hoje em dia, quando são diagnosticados, os pacientes tendem a fazer buscas online, nas quais obtêm um tipo de estereótipo de como devem se sentir e se comportar" (HACKING, 2013). Nesse sentido, em um contexto em que a internet aparece como um dos meios de comunicação mais utilizados pelos jovens, e a depressão é tema recorrente de grupos, comunidades, páginas, vlogs e sites, é interessante analisar as relações existentes entre a produção de subjetividade dos adolescentes classificados como depressivos e materiais publicados sobre o assunto no ciberespaço.

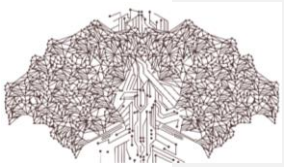
Selecionamos para análise três testemunhos de adolescentes que se classificam como depressivos na página do Facebook do *Project Semicolon*. O ponto e vírgula se tornou símbolo na luta contra a depressão, com inúmeros indivíduos fazendo tatuagens desse sinal de pontuação, o qual, nesse contexto, significa que o transtorno depressivo não é o fim, mas um novo começo. Essa ideia foi concebida e propagada pelo *Project Semicolon*, uma organização sem fins lucrativos e idealizada por Amy Bleuel, mulher que

[8] Idem 3.

perdeu seu pai para o suicídio e, com isso, decidiu ajudar outras pessoas acometidas pelo transtorno. O projeto conta com uma forte presença nas redes sociais, apresentando site e contas no Instagram, Facebook e Twitter. Como sua página no Facebook tem mais de 250 mil seguidores, creio ser esse o veículo de comunicação mais expressivo e relevante para análise. A página publica uma série de testemunhos de indivíduos que sofrem com a depressão, e a proposta deste trabalho é analisar alguns deles de acordo com a perspectiva foucaultiana da análise do discurso, levando em consideração que a subjetividade é produzida nos e pelos discursos. Como este artigo é um fragmento de meu Trabalho de Conclusão de Curso[9], torna-se necessário explicitar que os critérios de seleção de testemunhos nesse último envolveram a escolha de testemunhos que ressaltassem as características do sujeito denominado depressivo sem que o trabalho ficasse repetitivo.

Nosso objetivo é tentar compreender como a internet pode influenciar a relação dos adolescentes com o transtorno depressivo, quais são os problemas enfrentados por esses indivíduos e como eles estão lidando com seus sofrimentos, em um contexto em que a gramática da vida íntima (EHRENBERG, 2000) está sendo proposta não só pela mídia, mas também pelas pessoas comuns, que vêm cada vez mais se transformando em formadoras de opinião. A partir da abordagem da depressão como uma doença localizada historicamente e uma produção discursiva e reveladora de mecanismos de poder (FOUCAULT, 2001), contextualizando, da Modernidade à sociedade contemporânea, as diferenças morais e culturais que permitiram a ascensão dos transtornos mentais, relacionaremos as questões enfrentadas pelos adolescentes classificados como depressivos com os imperativos da felicidade, da autonomia, da autenticidade e do gozo, característicos da contemporaneidade, e com as configurações da cultura terapêutica (FUREDI, 2004). Assim, a depressão aparece como uma nova forma de dar sentido ao sofrimento, experimentar a tristeza e destacar o indivíduo e legitimar seu discurso com a valorização da posição de vítima.

[9] Depressão, testemunho e internet: a subjetividade adolescente perpassada pela doença mental, defendido em 2016, sob a orientação do Prof. Dr. Paulo Roberto Gibaldi Vaz, pela Escola de Comunicação da UFRJ.

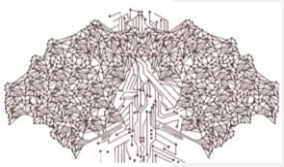


Mudanças de paradigmas

Na sociedade disciplinar, as doenças mentais eram relacionadas a desvios de conduta, que produziam culpa nos indivíduos na medida em que havia a internalização das normas morais e da vigilância. Longe de querer ser tratado como louco, por conta do estigma que o termo carregava consigo e do seu destino – o asilo –, o indivíduo procurava se adequar à moralidade vigente, obedecendo às autoridades e à ordem, controlando seus pensamentos e aceitando seu papel como corpo dócil. O contexto era de uma caça aos degenerados e de um racismo psiquiátrico, no qual uma psiquiatria que havia absorvido questões de ordem jurídica, religiosa e moral era encarregada de normalizar a sociedade, tratando o diferente como anormal e excluindo-o do convívio social a partir da internação compulsória. Nesse sentido, houve uma ampliação no conceito de doença mental em comparação aos séculos anteriores, em que eram considerados loucos somente aqueles acometidos por delírios e pela ausência de contato com a realidade.

> A psiquiatria não terá mais de definir o estado de consciência, de vontade livre do doente, como era o caso na interdição. A psiquiatria terá de tornar psiquiátrica toda uma série de condutas, de perturbações, de desordens, de ameaças, de perigos, que são da ordem do comportamento, não mais da ordem do delírio, da demência ou da alienação mental. (FOUCAULT, 2001, p. 185).

Na passagem do consciente ao campo comportamental, no século XIX, surgiu o crime moral, praticado por alguém dominado por processos e desejos involuntários e que, portanto, deveria ser colocado sob cuidados psiquiátricos. O interior de cada indivíduo era assolado pelo conflito entre desejos e instintos, de um lado, e a moralidade e a dicotomia permitido-proibido, do outro. Sendo assim, todos deveriam tudo revelar, mas apenas em contextos e a autoridades específicos. A confissão diante do médico ou do padre era uma forma de purificar o indivíduo pelos pecados cometidos ou pela iminência do desvio. Essa incitação à revelação dos pensamentos mais ilícitos de cada um foi classificada por Foucault (1999) como uma técnica polimorfa de poder, que, ao mesmo tempo em que nega determinadas inadequações, confirma-as e contribui para sua manifestação.



A derrocada da disciplina teve início nos anos 1960, quando as reivindicações políticas adentraram o campo moral. No contexto das pílulas anticoncepcionais, da ascensão de novos modelos familiares, da mobilidade social e da perda de legitimidade das estruturas hierárquicas, o indivíduo começa a se emancipar. Concomitantemente, o asilo psiquiátrico perde seu lugar para a responsabilização do paciente pelo seu próprio tratamento. Ao sair dos institutos psiquiátricos, a doença mental é desestigmatizada, as diferenças são mais toleradas e há um alargamento no conceito de normalidade. Esse processo, ao contrário do que se possa imaginar, não leva à diminuição dos diagnósticos, mas sim a seu aumento, na medida em que a doença mental deixa de estar relacionada a normas de conduta e passa a apresentar uma conexão com o bem-estar (VAZ, 2015).

> O diagnóstico de doenças mentais parece ter afrouxado seu vínculo com a infração de regras, substituindo-o pelos nexos com a sensação de bem-estar. Ou ainda, se o conceito de doença mental presume que só há doença quando há desvio em relação a uma expectativa social, na Modernidade, essa expectativa estava ancorada na regularidade do comportamento; já na atualidade, a expectativa socialmente induzida é a de ser feliz como se deve; portanto, sofrer, não ser tão feliz como se tem direito, é desviar, é ter um problema de saúde mental. (VAZ, 2015, p. 4).

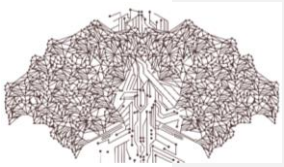
O surgimento dos primeiros remédios psiquiátricos colaborou para tal configuração. Nos anos 1950, a psiquiatria alcança o prestígio da medicina ao descobrir as bases científicas para sua prática, lançando medicamentos que diminuíam sintomas e, com isso, provando que as doenças localizadas sob seu domínio, de fato, existiam. Em 1957, o primeiro antidepressivo foi colocado no mercado e, assim, uma nova classificação de transtorno mental apareceu: a depressão. Aliados à publicação, na década de 1980, do terceiro volume do Manual Diagnóstico e Estatístico dos Transtornos Mentais – DSM III –, que aderiu ao conceito de trauma psíquico e produziu uma psicopatologia descritiva e universal, em contraposição à postura psicanalítica dos volumes anteriores, os psicofármacos retiraram o pesado fardo da culpa que os indivíduos carregavam por conta de sua doença, a qual passou a apresentar causas bioquímicas ou externas ao portador. Assim, o doente mental começou a ser considerado como um "cidadão em dificuldade" (EHRENBERG, 2004), cuja doença se manifestou por conta dos acontecimentos da vida,

de questões sociais, psicológicas ou bioquímicas. Nesse sentido, o indivíduo que apresenta um transtorno psiquiátrico é entendido como vítima de um sofrimento psíquico.

Segundo Ehrenberg (2004), a doença mental deixa de ser considerada uma questão estritamente médica, passando a englobar aspectos da sociabilidade dos indivíduos, a partir do nexo estabelecido com a noção de déficit, surgida nos anos 1980. Como é difícil delimitar as fronteiras entre disfunções sociais e transtornos psiquiátricos, aumenta-se, assim, a quantidade de pessoas que se reconhece como doente. Além disso, ao correlacionar doença mental e deficiência, destaca-se o aspecto crônico das patologias, as quais demandam longo período de intervenção médica ou, até mesmo, não têm cura. A cronicidade da depressão, por exemplo, é ressaltada no DSM-V, publicado em 2013: "doença crônica que costuma requerer um longo tratamento".

Quando as doenças mentais são localizadas no corpo, buscando-se causas biológicas para os problemas enfrentados pelos sujeitos, surgem o indivíduo neuroquímico e a individualidade somática (ROSE, 2003 apud AZIZE, 2008), e torna-se necessário administrar a subjetividade das pessoas, principalmente por meio da psiquiatria, cuja base é a interação entre o biológico, o psíquico e o social (EHRENBERG, 2000). O gerenciamento da vida interior de cada um faz parte de uma sociedade de controle, na qual a vigilância sobre os indivíduos é exercida de maneira contínua e ilimitada (DELEUZE, 2008). No lugar das sanções disciplinares aparece, portanto, um monitoramento quase imperceptível que escapa da rigidez das fronteiras institucionais, e mostra-se acolhedor e inclusivo, pois não castiga, mas sim cuida da vida emocional dos indivíduos. Nesse sentido, Rose (2006) acredita que um dos resultados do fenômeno de psiquiatrização da sociedade é que pensemos a nós mesmos como produtos de nossas configurações neuroquímicas.

Em um contexto em que mediamos questões sociais através das emoções, e problematizamos nossas emoções no corpo, podendo manipulá-las, há uma desestigmatização da doença mental, ao mesmo tempo em que multiplicam-se as entidades diagnósticas. Desse modo, o dano psíquico é considerado tão ou mais grave que o dano físico, e a saúde mental aparece como uma de nossas principais preocupações. Se de acordo com a OMS, a definição de saúde mental é "um estado completo de bem-estar



psíquico, mental e social, e não apenas a ausência de doença e enfermidade", qualquer um de nós pode se considerar potencialmente doente, ainda mais em um cenário em que há uma grande variedade de patologias, quantidade incrementada a cada nova publicação do DSM. Assim, os sofrimentos são massivamente considerados patológicos, existindo uma confusão entre depressão e tristeza (HORWITZ; WAKEFIELD; 2007).

> Hoje tememos que os indivíduos não apresentem resiliência para lidar com sentimentos de isolamento, decepção e fracasso. Por meio da patologização das respostas emocionais negativas às pressões da vida, a cultura contemporânea involuntariamente encoraja as pessoas a se sentirem traumatizadas e deprimidas por experiências até então compreendidas como parte da rotina. (FUREDI, 2004, Introdução, The emotional deficit, 3º parágrafo, tradução livre).

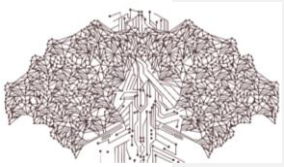
Esse cenário se insere na lógica da cultura terapêutica, a qual considera que a explicação de todos os problemas perpassa a psiquê humana – até mesmo as questões públicas –, flexibilizando as fronteiras entre o moral e o médico e concebendo as emoções individuais como determinantes da vida coletiva (FUREDI, 2004). Nesse sentido, há a extensão do *ethos* psicológico à vida cotidiana, e o vocabulário terapêutico penetra em diversas áreas da existência, como a política e o jornalismo. Tal configuração é possibilitada na medida em que a tradição e as instituições religiosas se encontram fragilizadas, e há uma crise de autoridade que resulta em uma ausência de referências simbólicas. Assim, a terapia aparece como uma nova maneira de as pessoas darem sentido à existência e como uma forma mediada de os indivíduos lidarem com suas próprias experiências. Considerando a vida humana como uma experiência de risco, a cultura terapêutica nos julga incapazes de suportar os sofrimentos e as frustrações por conta própria, havendo, então, a necessidade de profissionalizar nosso cotidiano através da terapia. Surge, consequentemente, o individuo vulnerável.

Ehrenberg (2000), por outro lado, sugere que o aumento nos casos de depressão pode ser explicado, em parte, pelas exigências que a sociedade contemporânea faz aos indivíduos. Os imperativos da autonomia e da autenticidade, por exemplo, requerem que as pessoas tenham responsabilidade sobre seu próprio destino e capacidade de iniciativa, e sejam emancipadas, originais e capazes de sustentar e exprimir suas diferenças. Diante da multiplicidade de caminhos a seguir e da crise de referências simbólicas, o indivíduo é acometido pela insegurança de escolher que vida deseja levar, e pela sensação de

insuficiência na medida em que todas as opções aparecem como possíveis na ausência de modelos de conduta, mas é impossível experimentar todas elas. Concomitantemente, por não termos padrões a respeitar, ficamos dependentes do olhar do outro, e diante de tantas possibilidades de ser e agir pensamos poder controlar o incontrolável e sentimos que nunca somos o suficiente. Há assim, frustrações advindas da discrepância entre expectativa e realidade, e a caracterização da depressão como uma doença narcísica pelo fato de representar a vergonha diante da falha de não conseguir realizar os ideais de si mesmo. Ademais, na medida em que estimula a diferença, a sociedade contemporânea democratiza a exceção, legitimando as patologias, pois considera normal ser patológico. Assim, Ehrenberg (2000) sustenta que a depressão é a doença do homem democrático.

Na cultura terapêutica, os sofrimentos individuais apresentam explicações prontas. Se levarmos em consideração que os indivíduos ficam aliviados ao dar sentido a seu sofrimento (NIETZSCHE, 2013), compreendemos por que aceitamos ressignificar nossas experiências através da cultura terapêutica. A existência do paradigma vítima-heroi, por meio do qual quem supera uma situação difícil é considerado um ídolo e um vencedor, também nos indica por que ocorre uma grande adesão em relação às classificações de transtornos mentais. Há, nesse sentido, uma "vida feliz das vítimas" (VAZ, 2010), na qual o discurso médico legitima a posição de mártir e a culpa pelo sofrimento individual é localizada no outro, considerado imoral. Podemos dizer, então, que a cultura terapêutica é, também, a cultura da vítima. Nesse sentido, a vitória dos fracos sobre os fortes denunciada quando Nietzsche (2013) fez referência à conquista da religião sobre a vida material, acontece novamente: no lugar dos dogmas, está o indivíduo vulnerável, que aparece como forte diante daquele que se apresenta de maneira inabalável diante do mundo, pois, se todos possuímos emoções, as quais são consideradas fontes de problemas e preocupações, os que não admitem suas vulnerabilidades estão sendo covardes. Quem encara suas fraquezas publicamente, assim, é visto como um verdadeiro heroi.

> A inquietação é a de que certas formas de atribuir sentido ao sofrimento podem provocar mais sofrimento. Constantemente incitados a se conceber como desamparados, os indivíduos, hoje, se pensam como precisando de especialistas para viver suas vidas, e como incapazes de encontrar qualquer positividade nas tragédias com que,



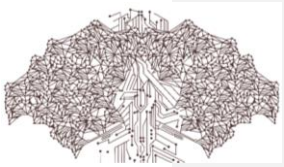
> necessariamente, se defrontarão ao longo de suas vidas. E ciosos de sua inocência, serão facilmente tomados pelo ressentimento, pela indignação, saindo em busca de bodes expiatórios e não questionando a moralidade que anima sua busca. (VAZ, 2010, posição 3.078).

A predisposição para a vulnerabilidade é maior nas primeiras fases da vida, pois a cultura terapêutica considera que os problemas enfrentados nessa época podem gerar adultos doentes no futuro, na medida em que existe uma tendência a interpretar as adversidades da vida adulta a partir de fatos ocorridos na infância ou na adolescência. Dessa maneira, uma série de acontecimentos antes tidos como ordinários agora estão sendo julgados como potencialmente traumatizantes, por exemplo, a passagem do Ensino Médio para a universidade e o estresse da semana de provas.

Mídias, gramática da vida íntima e resistência

A vulnerabilidade e o risco são difundidos sobretudo na mídia, aqui entendida como o espaço privilegiado de uma didática do sofrimento, uma vez que ensina ao público o que é sofrer, quais sentimentos são considerados patológicos e como lidar com as angústias que nos afligem. Ehrenberg (2000) acredita que a mídia estimula os indivíduos a refletirem sobre si mesmos, pois o interior é visto como o lugar onde encontrarão a felicidade e a liberdade para decidir que vida desejam levar. De acordo com ele, enquanto na sociedade disciplinar as revistas respondiam às dúvidas de seus leitores aconselhando-os a seguirem as normas então vigentes, hoje as publicações incentivam a reflexão interior. Nesse sentido, "ao abrir um espaço público que dá forma e sentido às dificuldades da vida privada, a mídia contribui para a socialização da psiquê" (EHRENBERG, 2000, p. 145, tradução livre).

> As regras de obediência aos cânones morais ou religiosos recuam progressivamente em favor de modelos que fornecem ferramentas interpretativas para resolver ou superar os problemas íntimos. A mídia desculpabiliza seus leitores (você tem o direito de se sentir psicologicamente mal) e facilita a emergência de uma demanda fornecendo as palavras para formulá-la. Ela abre um espaço público para concretizar a realidade psíquica e molda o estilo de uma psicologia para as massas. Porque a interioridade não está na cabeça das pessoas que a inventariam por elas mesmas sua linguagem, ela está no mundo e em nós simultaneamente: ela supõe atores que formulam significações

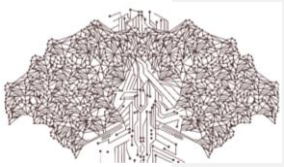


> comuns que cada um pode compreender e se apropriar pessoalmente para dizer o que experimenta no interior de si. Sem instituições de interioridade, não há, socialmente falando, interioridade. Ela é produzida em uma construção coletiva que lhe fornece um quadro social para existir. (EHRENBERG, 2000, p. 143, tradução livre).

Furedi (2004) atenta para a difusão do emocionalismo nas mídias, uma vez que os produtos midiáticos têm valorizado a perspectiva emocional da vida ao destacar uma abordagem dos sentimentos e, assim, defender a importância de se levar questões de ordem privada ao espaço público e de se falar sobre as emoções publicamente. Compartilhar os problemas da vida privada em público é considerado o primeiro passo em busca de ajuda, e reconhecer suas fraquezas e mostrar autoconhecimento são atitudes encaradas como fundamentais na cultura terapêutica, que considera as emoções potencialmente danosas para as estruturas da sociedade. Nesse contexto, Ehrenberg (2000) sustenta que "a extensão do patológico participa da entrada do íntimo no espaço público e o começo de seu processo de institucionalização: a intimidade não é mais um negócio privado" (EHRENBERG, 2000, p. 150, tradução livre).

Na internet, é cada vez mais comum encontrarmos grupos e páginas temáticos sobre a depressão, os quais aparecem como espaços virtuais em que os usuários podem desabafar e compartilhar seus sofrimentos e suas experiências com a doença. Assim, não só as mídias tradicionais, mas também os indivíduos comuns surgem como formadores de opinião a respeito das doenças mentais. Nesse sentido, o que Ehrenberg (2000) denomina gramática da vida íntima, ou seja, os espaços públicos nos quais as pessoas são convidadas a refletir sobre sua psiquê e sobre quem são, e onde aprendem os sentidos das emoções, também está sendo proposta pelos sujeitos no uso das ferramentas de comunicação, como a internet.

Hacking (2006) sustenta que nós só podemos escolher nossos modos de ser entre as opções disponíveis em nosso tempo. Assim, os indivíduos só podem se classificar como depressivos a partir do momento em que um período histórico disponibiliza essa classificação. Nesse sentido, as classificações são maneiras de situar, organizar e controlar as pessoas em uma determinada época. No entanto, esses modos de ser não são ditados de cima para baixo, na medida em que há um processo dialético e dinâmico – o *looping effect* – na formação e na constante atualização das classificações existentes,



sobretudo devido a um dos mecanismos da invenção de pessoas citados por Hacking, a resistência, quando os indivíduos classificados "tentam tomar de volta o controle dos experts e das instituições, às vezes criando novos experts e novas instituições" (HACKING, 2006, p. 12).

Em relação às doenças mentais, podemos citar como exemplo de resistência as mudanças ocorridas no DSM-III: houve a retirada da homossexualidade do rol de patologias e a inclusão do transtorno de estresse pós-traumático em razão das reivindicações das pessoas. Além disso, na internet, notamos a resistência dos classificados como depressivos na medida em que esses sujeitos, a partir de seus depoimentos e conselhos e suas discussões e narrativas, remodelam constantemente a subjetividade do eu depressivo.

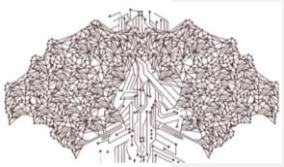
Em um cenário em que as classificações científicas retiram a carga de culpa do indivíduo diante de seu desvio, localizando a doença mental no corpo ou em uma causa externa estabelecida por um agente imoral, e há o incentivo a compartilhar a vida interior em público, o testemunho surge como narrativa autobiográfica predominante. Diferentemente da confissão, em que a narrativa era ritual de purificação e direcionada a uma figura de autoridade responsável por absolver o pecador, o testemunho está disponível para qualquer um que se disponha a ouvi-lo, e o narrador se encontra em posição de inocência, na medida em que o culpado é o outro. Protagonizado pelo indivíduo vulnerável e pela vítima, o testemunho dá dimensão pública aos traumas enfrentados por seus narradores (RADSTONE, 2006).

Testemunhos virtuais

Chloe Willis , em depoimento divulgado na página do Facebook do *Project Semicolon* –projeto cujo objetivo é mostrar a doença mental como um novo começo e não um fim, através do símbolo do ponto e vírgula –, diz:

I just turned 18 and I'm here to share my story and show others you can do this!

When I was a young child my parents died, mum when I was 8 and my dad when I was 4. I was always known as the happy bubbly girl until it started. At age 15 I tried my first suicide attempt. I was under CAMHS but they couldn't figure it out. As I got closer to my 16th birthday, my depression got worse. Things became so bad I ended up in a children's psychiatric ward for almost 2 months. From there I was put into foster care, at first I was worse than ever. I ran away



constantly and kept overdosing and self harming but then last year I became more settled. I saw my family regularly and I had a close relationship with my foster mum!

Now I'm not going to lie and say I'm all better but breakthroughs have happened since 13 when the depression started. I've had answers to why I feel this way being diagnosed with depression ADD and bpd! And now I have ongoing treatment with medication and mental health services. I'm not saying one day you'll wake up and be all happy again but I will tell you this...take it from me a lot of painful stuff happens in life, face trauma, etc but that does not define you as a person and mental illness will be beaten and overcome! We are the warriors of our time and we together will fight and beat this! " there has to be a storm to get the rainbow" life is what you make it so let's together make our lives good![10]

Nesse sentido, a menina conta já ter se automutilado e tentado o suicídio e revela que, ao ser diagnosticada com depressão, transtorno de personalidade limítrofe e transtorno de déficit de atenção com hiperatividade, encontrou as respostas que procurava para o seu mal-estar. Assim, além da comorbidade entre diferentes transtornos psiquiátricos, podemos notar como um diagnóstico traz alívio ao paciente, pois o torna capaz de dar sentido à sua diferença em relação aos demais. Essa identificação com um diagnóstico traz à tona a necessidade de legitimação científica de um modo de ser que não corresponde aos imperativos da sociedade contemporânea. O diagnóstico oferece uma narrativa ao indivíduo diagnosticado, que passa a se compreender, explicar sua diferença, conferir sentido a seu sofrimento e legitimar seu comportamento a partir dele. O diagnóstico também possibilitou que Chloe iniciasse tratamento com remédios psiquiátricos, que, segundo ela, fizeram-na se sentir melhor.

Willis diz: “muitas coisas dolorosas acontecem na vida, [...] mas isso não te define como pessoa e a doença mental será vencida e superada” (tradução livre), mostrando-se otimista em relação ao tratamento e corroborando o caráter impessoal dos transtornos psicológicos. Chloe realiza o descolamento entre quem se é e a doença mental que se tem, descolamento esse comum na sociedade contemporânea, onde a ideia do sujeito neuroquímico ou sujeito cerebral triunfa. Por essa perspectiva, os problemas psicológicos são considerados de base biológica, apresentando causas orgânicas para o seu desenvolvimento, pois seríamos produtos de nossas configurações neuroquímicas. Essa

[10] Disponível em: < https://www.facebook.com/projectsemicolon/photos/a.659907414022940.1073741828.659615364052145/1338912849455723/?type=3&theater >.

biologização afasta essas patologias de questões morais, desculpabilizando e desestigmatizando o indivíduo pela sua doença.

No entanto, Chloe ressalva "não estou dizendo que um dia você acordará e será totalmente feliz de novo" (tradução livre). Nessa frase, percebemos que Chloe define um antes e um depois da doença mental, como se antes da patologia ela fosse completamente feliz. Sabemos, contudo, que não existe felicidade total e plena; logo, no trecho, Chloe reinterpreta o passado a partir do presente, idealizando-o. Ao trazer a ideia da felicidade plena e da impossibilidade de ser totalmente feliz novamente após a doença, Chloe também evoca o aspecto crônico dos transtornos psicológicos, pois a depressão é uma patologia comumente considerada incurável na sociedade contemporânea. Ehrenberg (2004) diz que existe, hoje, uma correlação entre deficiência e doença mental, e nessa correlação são destacados o aspecto crônico da doença e a fragilidade da distinção entre curativo e paliativo.

"Nós somos os guerreiros de nossa era e juntos combateremos e venceremos isso! 'Deve haver uma tempestade para se conseguir o arco-íris'. A vida é o que você faz dela, então vamos juntos fazer nossas vidas boas!" (tradução livre). Nesse trecho, também podemos notar uma idealização a respeito do doente, a qual confirma a valorização da vítima na sociedade contemporânea. Nietzsche (2013) criticou o ideal ascético, segundo o qual sofrer era necessário para alcançar o paraíso e a vida eterna. Hoje, no entanto, o ideal ascético garante uma recompensa terrena: sofrer é preciso para se merecer a solidariedade social (VAZ, 2010).

Ann Vilayil relata:

When I lost my kitten at the age of 7 it felt like a part of me had been ripped out of me, days were hard. By the age of 13 I started hating myself so much that I wanted to end things. I realized that I was molested by my uncle at the age of 8. I didn't know what to do, I was lost, scared and confused and all that was left in me was hate. I didn't know what was wrong with me, I locked myself in my room to run away from the crowd. I hardly spoke to people. Things took a wrong turn when I turned 18 where I finally realized that I couldn't take it anymore. I use to cry every day while in college. I always wondered why things were so bad. No matter what I did things were falling apart.

Back at home every day a new fight with my parents, there were times I looked up to heaven and wondered if my kitten and grandpa were next to me. Things were pretty bad until I finally decided to stand up and speak to others, share what I feel. At first nothing worked but then when others supported me and told me to stand up and do your best no matter what happened. Things began

to change. My academics, which were pretty bad, got better, my relationship with my parents changed and they now support me. I began to realize that we all get a second chance to change our lives. All we have to do is believe and wait

There are still times that even now I fear, the dark memories come back and wake me up. That is when I know it's only a dream and things will be better soon. The only way to be happy in life is to spread happiness with others. Now every morning I wake up with a smile on my face as I know I'm blessed with the best. We all have our dark days, holding onto them won't help anyone to Get up and make a change as the best Is still unwritten.[11]

A menina conta que passou por alguns momentos ruins, como a perda de familiares e o abuso sexual, mas que, quando decidiu se abrir com as pessoas à sua volta, as coisas melhoraram, inclusive suas notas e o relacionamento com seus pais. Dessa maneira, notamos que Ann acredita no imperativo da cultura terapêutica de que não podemos enfrentar nossos problemas sozinhos, sendo o nosso bem-estar dependente da exposição de nossos sentimentos aos demais indivíduos.

Ann defende: "A única maneira de ser feliz na vida é disseminar a felicidade com os outros. Agora, todas as manhãs, acordo com um sorriso no rosto, pois sei que sou abençoada com o melhor" (tradução livre). Nesse trecho, é possível notar o ideal de felicidade da sociedade contemporânea, segundo o qual devemos estar sempre felizes. Segundo Joel Birman (2010), "o imperativo de ser feliz não apenas transcende hoje a exigência da dita lei moral, como também que esta passa a ser subsumida ao mandato incontornável de que o sujeito deve ser feliz, acima de tudo". Podemos dizer, então, que a moralidade vigente, em vez de reprimir os impulsos sexuais das pessoas e ditar normas rígidas de comportamento, como na Modernidade, agora exige que todos sejam felizes custe o que custar. Nesse sentido, é compreensível que nos sintamos "errados" quando somos acometidos por algum mal-estar ou somos abalados por alguma adversidade em nossas vidas, considerando-nos como doentes, já que não é sempre possível estar contente e acordar todas as manhãs com um sorriso no rosto.

Ann estabelece claramente uma hierarquia entre seu estado anterior – no qual se encontrava confusa e perdida – e atual – sempre contente. Ainda que termine seu testemunho dizendo que "todos nós temos nossos momentos dark. Agarrar-se a eles

[11] Disponível em: < https://www.facebook.com/projectsemicolon/photos/a.659907414022940.1073741828.659615364052145/1355248994488775/?type=3&theater >.

não ajudará ninguém a se levantar e fazer a diferença, pois o melhor ainda não foi escrito", Ann sugere que não devemos nos deixar abalar por acontecimentos ruins em nossas vidas, mas sim estar, como ela, "com um sorriso no rosto" todas as manhãs. Sabemos que a felicidade constante não existe, mas o relato da menina parece mostrar que esse ideal é possível. Assim, ao ler a experiência de Ann, alguém que se identifica como depressivo por passar por inúmeros momentos de tristeza e melancolia tem seu diagnóstico reafirmado.

Tonia Toska testemunha:

I'm not really sure where my story begins. There was no trigger, no huge event in my life. High school is tough for anyone, so I thought nothing of it. But soon it was becoming too much to handle.

There is no way to describe the feeling, but if I had to put it into words it was like my head was in the clouds. Not my body, just my head. And I couldn't see clearly, but I could look down and see everyone else in the clear. School became harder, my concentration was non-existent, sleep was the only thing I could do, and I didn't care if I had friends or not. I WANTED TO GO TO SLEEP AND NEVER WAKE UP. I credited this feeling of being a lazy teenager. But I was wrong. There was so much sadness inside of me I had to get it out. I tried art, that didn't work, I tried to writing, that didn't work. The only thing that made me feel better was cutting myself and letting the pain drip out.

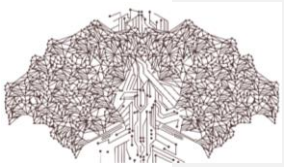
I knew it was wrong. So I went up to my mom at 2 a.m. and told her I need help. She hugged me and said OK. I am very lucky to have the support of my family who realizes what depression can do to someone. Not only did I get therapy and medication but my family was able to pull me out of a dark place. They allowed me to talk openly and get everything out in a healthy way.

Depression does not have a cure. I fight my bad days and celebrate the good days. Knowing that I am not alone, I am not crazy, and there is a light at the end of the tunnel, keeps me going everyday. I am motivated now to find my purpose in life and have wonderful experiences along the way.

I am not alone.[12]

"Eu não tenho certeza quando minha história começa. Não houve nenhum gatilho, nenhum grande evento em minha vida" (tradução livre). Diferentemente dos testemunhos anteriores, o de Tonia não apresenta uma causa específica para o surgimento da depressão. Entre os sintomas destacados por ela estão a falta de concentração, a cabeça "nas nuvens", a vontade de dormir em excesso e a falta de ânimo para cultivar amizades. Nada funcionava para que ela melhorasse, a não ser se automutilar. Apesar de não haver um

[12] Disponível em < https://www.facebook.com/projectsemicolon/photos/a.659907414022940.1073741828.659615364052145/1358045704209104/?type=3&theater >.



motivo claro no depoimento de Tania, os sintomas que descreve são muito semelhantes aos sentimentos que qualquer adolescente tem durante essa fase conturbada de crescimento, inclusive as dificuldades escolares mencionadas pela menina. Assim, podemos ressaltar a ideia de que as fronteiras entre o normal e o patológico estão cada vez mais tênues.

Diante de seus problemas emocionais, Tonia resolveu procurar ajuda de sua mãe e, assim, ela diz que sua vida melhorou, pois pôde começar a fazer terapia e a tomar medicação. Essa ênfase dada ao acompanhamento psicológico e psiquiátrico pode ser relacionada à ideia de Furedi (2004) de que na cultura terapêutica há o gerencimento da vida emocional e a profissionalização do cotidiano, pois a cultura terapêutica considera que os indivíduos são incapazes de lidar com os problemas do dia-a-dia por apresentarem um déficit emocional.

Tonia Toska ressalta o quanto saber que não está sozinha e que não é "louca" é importante. Nesse sentido, percebemos que a desestigmatização das doenças mentais é um fator decisivo na hora de um usuário decidir compartilhar sua experiência com a depressão na internet. A partir disso, podemos perceber que existe a necessidade de se sentir parte de um grupo, e isso só é possível por conta da desestigmatização da doença mental. Ao se reconhecer no outro, o doente mental pode se considerar praticamente normal, pois a exceção dos transtornos psiquiátricos se tornou a regra em um cenário em que todos são potencialmente enfermos e se enquadram em algum rótulo concernente à psiquê.

Conclusão

A partir do diálogo estabelecido entre as perspectivas teóricas de Alain Ehrenberg, que considera o aumento na incidência da depressão na contemporaneidade como resultante de mudanças na moralidade e do consequente surgimento de novos imperativos para guiar nossas existências, e de Frank Furedi, que acredita que a cultura contemporânea tende a patologizar comportamentos antes considerados normais e propagar discursos nos quais o indivíduo é visto como frágil e emocionalmente deficitário, é possível compreender o

fenômeno da depressão na sociedade contemporânea como produção tanto das novas exigências sociais sobre as pessoas quanto dos ideais e crenças da cultura terapêutica. Nesse sentido, a classificação da depressão é produtora de subjetividades, fator que, aliado a difusão de novas tecnologias de comunicação, incrementa a interação e o contato entre indivíduos classificados como depressivos, permitindo que os mesmos possam ser considerados formadores de opinião sa respeito desse transtorno mental.

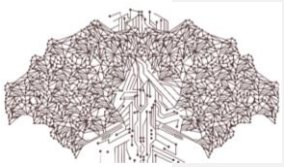
Nos testemunhos analisados, podemos notar, então, que existe um modo de ser depressivo caracterizado pela automutilação, tentativa de suicídio, idealização da felicidade e do passado e a necessidade de identificação com outros indivíduos. O diagnóstico oferece uma narrativa em comum para os indivíduos classificados como depressivos, narrativa essa marcada por uma certa valorização do diagnosticado como alguém de força e coragem, por uma interpretação retrospectiva do passado para encontrar a origem da depressão, inclusive equiparando eventos díspares, por uma idealização da felicidade e por uma vontade de abolir a tristeza. A proliferação de discursos que associam esses elementos na Internet é capaz de moldar uma identidade sólida para esse grupo, gerando uma noção de pertencimento, e respondendo às questões que afligem tais jovens.

Assim como o fenômeno da histeria marcou a sociedade moderna, podendo a análise dessa doença nos revelar uma época repressora, misógina e calcada na disciplina, a depressão marca a contemporaneidade, de certo também revelando alguns traços destes tempos. Se na era da disciplina havia um conflito psíquico denominado neurose emergindo dos recantos do inconsciente e dos desejos proibidos em contraste com as normas sociais, na era contemporânea surge a figura do depressivo resultante tanto das liberdades, da democracia e da pluralidade quanto da ideia do indivíduo vulnerável, da valorização do papel de vítima e do sujeito neuroquímico.

Referências bibliográficas

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **DSM-V**. Arlington: APA, 2013.

AZIZE, R. L. Uma neuro–weltanschauung? Fisicalismo e subjetividade na divulgação de doenças e medicamentos do cérebro. **Mana**, vol.14, no.1, Rio de Janeiro, 2008.



BARNETT, B. K. **Dosed:** The Medication Generation Grows Up. Boston: Beacon Press, 2012. E-book.

BIRMAN, J. Muitas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade. In: FREIRE FILHO, J. (org.). **Ser Feliz Hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010. E-book.

DELEUZE, G. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 2008.

EHRENBERG, A. **La Fatigue d'être soi:** Dépression et société. Paris: Odile Jacob poches, 2000.

_____. Les changements de la relation normal-pathologique. À propos de la souffrance psychique et de la santé mentale. **Esprit**, Paris, 2004, p. 133-156.

FOUCAULT, M. **Os anormais:** Curso no Collège de France (1974-1975). São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. **História da sexualidade 1** – A vontade de saber. 13ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

FUREDI, F. **Therapy Culture** – Cultivating vulnerability in an uncertain age. Abingdon: Routledge, 2004. E-book.

HACKING, I. Ontologia histórica. São Paulo: Editora Unisinos, 2009

_____. Making up people. **London Review of Books**, London, vol. 28, no. 16, p. 23-26, 2006.

_____. Lost in the forest. **London Review of Books**, vol. 35, no. 15, p. 7-8, London, 2013.

HORWITZ, A.; WAKEFIELD, J. **The loss of sadness**: How Psychiatry Transformed Normal Sorrow into Depressive Disorder. Nova York: Oxford University Press, 2007.

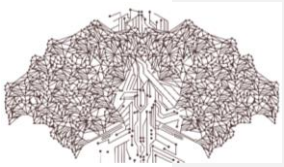
NIETZSCHE, F. **Genealogia da moral**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2013.

PINHEIRO, B. **Depressão, testemunho e internet: a subjetividade adolescente perpassada pela doença mental**. 2016. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Orientador: Paulo Roberto Gibaldi Vaz.

RADSTONE, S. **Cultures of Confession/Cultures of Testimony**: Turning the Subject Inside Out. In: Jo Gill (orgs.). Modern Confessional Writing – New Critical Essays. Abingdon: Routledge, 2006.

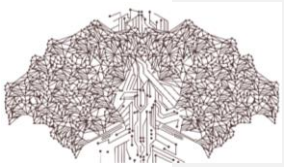
ROSE, N. Disorders Without Borders? The Expanding Scope of Psychiatric Practice. **BioSocieties**, no. 1, p. 465-484, 2006.

VAZ, P. A vida feliz das vítimas. In: FREIRE FILHO, J. (org.). **Ser Feliz Hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010, v. 1, n.p. (E-book).



_____. Do normal ao consumidor: conceito de doença e medicamento na contemporaneidade. **Ágora** (PPGTP/UFRJ), v. 18, p. 51-68, 2015.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O PUBLICO, O PRIVADO E A CIBERCULTURA: PARADOXOS EM PERSPECTIVAS[1]

Beatriz Lima de Oliveira[2]; Luca Rocha Lima[3]; Rafaela Leite Bigão[4]; Rosilene Moraes Alves Marcelino[5]

RESUMO

Neste artigo abordamos a temática da vigilância por meio da internet das coisas, atendo-nos principalmente às redes sociais e seu uso, tendo o trabalho o objetivo de contribuir para uma reflexão e uma conscientização dos desdobramentos dos dados que são tornados públicos nas redes sociais.

Tratando desta reflexão é perceptível que é difícil achar um controle entre as mídias sociais e até que ponto contribuímos para nossa própria vigilância, tornando nossa vida pública e privada. Assim o nosso trabalho pretende colocar em debate certos aspectos para colocarmos à distância o senso comum sobre o assunto.

Palavras-chave: vigilância; cibercultura; mídias sociais; internet das coisas;

INTRODUÇÃO

O artigo tem como temática principal a abordagem da vigilância por meio da *internet das coisas*, considerando a seguinte questão problema: "em que medida se dá a exposição dos sujeitos em meio ao uso das redes sociais?" A partir dessa problemática o objetivo é colocar em pauta o paradoxo entre a sociedade da vigilância e a privacidade daqueles envolvidos na *cibercultura*. O

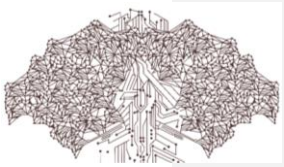
1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 8: Privacidade, vigilância, controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Estudante do 1º semestre de graduação do curso de Ciências Sociais e do Consumo pelaESPM-SP. E-mail: beatriz.oliveira@acad.espm.br

3 . Estudante do 1º semestre de graduação do curso de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: luca.rochalima@hotmail.com

4 . Estudante do 1º semestre de graduação do curso de Ciências Sociais e do Consumo pela ESPM-SP. E-mail: rafaela.toide@hotmail.com

5 . Pesquisadora e professora da ESPM-SP. É Doutoranda em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP). Orientadora deste artigo. E-mail: Rosilene@espm.br e Rosilene.marcelino@outlook.com



conteúdo deste artigo será fundamentado em *1984*, de George Orwell (1949), Michel Foucault (2009), Fernanda Bruno (2013) e Pierre Lévy (2003). Por fim, o trabalho contribui para que haja uma reflexão e uma conscientização dos desdobramentos dos dados que são tornados públicos nas redes sociais.

Para iniciar o artigo há uma contextualização e conceituação sobre como foi representada a vigilância. Michel Foucault, autor fundamental por meio de sua obra *Vigiar e Punir*, publicado originalmente em 1975, analisa o conceito de vigilância e controle na Idade Moderna. Para efeito didático, será feita uma relação entre a vigilância e o livro *1984*, na qual será melhor esclarecida a conceituação do sociólogo acerca de vigiar.

É colocado em pauta o paradoxo entre o que é determinado como público e o que é privado. Bauman faz mais uma observação sobre o assunto, em entrevista para o *The Guardian*, em 2011[6]:

> Tudo o que é privado agora é feito, potencialmente, em público –e está potencialmente disponível para o consumo público; e permanece disponível para a duração, até o fim do tempo, assim como a internet 'não pode ser feita para esquecer' nada uma vez que se está gravado em qualquer um dos seus inúmeros servidores. […] A escolha entre o público e o privado está saindo das mãos das pessoas, com a cooperação entusiasta das pessoas e os aplausos ensurdecedores', a partir dessa fala podemos perceber o quanto somos reféns das informações que são coletadas a nosso respeito. (BAUMAN, 2011)

A opacidade entre o que é público e o que é privado se deve principalmente à popularização da internet. Para melhor esclarecimento sobre a questão, no decorrer do artigo também serão abordadas as conceituações de *internet das coisas*, *cibercultura* e *ciberespaço*.

Um artigo de Denize Correa Araújo (2006) faz uma comparação entre as definições de Francisco Rudiger e André Lemos sobre *cibercultura*. Nele, a pesquisadora chega à conclusão de que a *cibercultura* é uma junção entre a sociedade, a tecnologia e a cultura em que nos encontramos em determinado momento; ou seja, para existir *cibercultura* é necessário um contexto do mundo físico para ser passado para o virtual. Logo, é possível presumir que os espaço

6 Informação retirada do link: https://jornalggn.com.br/blog/marcelo-soares-souza/o-que-zygmunt-bauman-tinha-a-nos-dizer-sobre-redes-sociais-e-o-mundo-conectado (data de acesso: 07/11/2017)

virtual e físico estão cada vez mais associados. Devido a esta associação se dá um terceiro tópico neste artigo: como a vigilância e a *internet das coisas* se convergem.

Este momento forma as redes sociais, que servem como uma segunda realidade ao indivíduo, uma realidade virtual, que o ajuda a lidar com problemas do mundo físico. Todavia, há uma problematização causada a partir disto, sendo esta a maior motivação para a elaboração deste artigo e abordada com os autores Tomás d'Aquino e Mario Vargas Llosa mais a frente, mostrando a conexão entre vigilância e a internet.

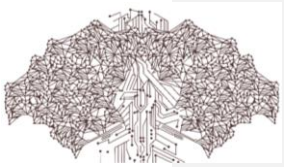
Dado algum instante, o escape do ser humano virou seu vício, e o mundo virtual passou a se confundir com o mundo real. Tal acontecimento causou a vigilância disfarçada pelo ócio. Assim, as redes sociais acabaram se tornando uma ferramenta fundamental para o controle do outro, seja por parte das massas ou por seus governos.

INTRODUÇÃO À VIGILÂNCIA

Publicado em 1949, pelo inglês George Orwell, a realidade vivida no livro *1984* não parece tão distante dos dias atuais. Na obra, o autor descreve a sociedade de um Estado totalitário, regida pelo Partido. No mundo de Orwell, o Partido, personificado pelo *Big Brother, O Grande Irmão*, tudo vê, tudo ouve e tudo sabe, controlando até mesmo os pensamentos dos indivíduos.

O futuro imaginado pelo autor se passa no Império Britânico, rebatizado de Oceania, após o fim de uma guerra de escala global, e tem cartazes espalhados pelas ruas com a imagem do ditador *Grande Irmão* e o slogan *O Grande Irmão está de olho em você*. Como? Através das tele telas, grandes televisores posicionados não apenas em lugares públicos, como nos lares de todos os cidadãos, cada passo da população. A ditadura amparada em hipervigilância estatal pressuposta por George Orwell foi o que deu origem ao nome do *reality show* criado décadas mais tarde, o *Big Brother*, uma casa na qual indivíduos são monitorados por câmeras 24 horas por dia, durante meses. O programa é transmitido para todo um país e os participantes, assim como a sociedade em *1984*, estão a todo tempo sob vigilância.

Entretanto, não são apenas os *reality shows* que se aproximam da perspectiva retratada no livro. As tele telas estão presentes no dia-a-dia mais do que é imaginado. O ponto de partida para relacionar a obra com a sociedade atual de forma mais sutil é pensar nas câmeras de segurança, computadores, *smartphones* e a popularização das redes sociais. Em dias atuais, um aparelho que cabe na palma da mão pode ser um paradoxo quando tratando de transmissão de dados. No cotidiano, basta estar conectado para deixar rastros que entregam a identidade e intimidades.



A exposição na era da *internet das coisas*[7] (ou *IOT*) é, muitas vezes, voluntária – um clique para uma foto, um pensamento ou uma localização podem ser divulgados para toda uma rede que está fora do controle dos usuários que compartilham essas informações. A vigilância passa a ser algo onipresente e praticamente imperceptível, e os dados coletados podem ser utilizados para vários fins.

Empresas como o *Google* dispõe de sensores para "espionar o comportamento" e captar informações de seus usuários a todo o tempo. O *Google Search* permite o saber onde o internauta se encontra e o que ele busca; o navegador *Chrome* armazena tudo que o usuário faz enquanto navega na internet; o *Maps* identifica todo o itinerário de quem acessa o serviço, e o *AdWords* é a plataforma de publicidade da empresa, que permite que anúncios sejam exibidos baseados nas buscas feitas. O *portal Yahoo!* também captura aproximadamente 2.500 rotinas de seus usuários por mês e o *Facebook* tem em sua base dados pessoais de seus usuários, seus gostos e sabe até mesmo daquilo que você "não gostou", por exemplo – o que pode levar a uma comparação com as sociedades de controle, de Foucault.[8]

O filósofo Michel Foucault, *em Vigiar e Punir*, explica o *panóptico* como "o olho que tudo vê". A referência para o termo utilizado pelo autor é do projeto arquitetônico de uma prisão, do também filósofo e jurista Jeremy Bentham. O dispositivo permite que os guardas vigiem os presos sem que sejam vistos dentro de prisões, manicômios, reformatórios. É neste contexto que Foucault (1987, p.176) estata: "E para se exercer, esse poder deve adquirir o instrumento para uma vigilância permanente, exaustiva, onipresente, capaz de tornar tudo visível, mas com a condição de se tornar ela mesma invisível".

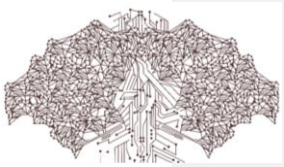
Nos dias atuais, o *panoptismo* ultrapassa as esferas de poder e pode ser aplicado à sociedade, atingindo o cotidiano de cada indivíduo. A vigilância, dessa forma, pode ser feita não apenas por empresas como *Google*, *Facebook* e *Yahoo!*, mas por qualquer cidadão que tenha acesso à internet e, consequentemente, à informação. Isso só se torna possível pela proliferação da *IOT*.

Essa vigilância, que, supostamente, deveria causar incômodo pela falta de liberdade, não perturba, e os indivíduos sentem-se à vontade para compartilhar *selfies*, rotinas e os detalhes sobre suas vidas. Diante disso, Bauman, em seu livro *Vigilância Líquida* (2012) reflete sobre a fluidez da segurança no mundo. Ao tratar sobre a "vigilância líquida", ele estata que a sociedade não apenas consente fazer parte do controle, como também contribui para ela, sem considerar os riscos de uma vida observada. A vigilância, para ele, se tornou liquefaz, podendo estar presente em todos os espaços.

A INTERNET DAS COISAS

7 Segundo o estudo CERP 2009 (*Cluster of European Research Projects on the Internet of Things*), a Internet das Coisas é definida como uma rede dinâmica global com uma autoconfiguração que ocorre por meio de "coisas" virtuais e reais, essas definidas por um padrão de comunicação que funciona por interfaces inteligentes e conectam as informações da rede.

8 Os dados presentes neste parágrafo foram retirados do link: https://www.cartacapital.com.br/blogs/outras-palavras/o-novo-estado-da-vigilancia-global (data de acesso: 06/11/2017)



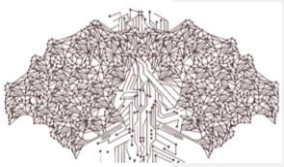
Com a popularização da internet, dos avanços tecnológicos e dos meios de comunicação, surge um novo espaço e um novo conjunto de integração social, com novas práticas e valores próprios, denominados *ciberespaço* e *cibercultura*, respectivamente. Tais inovações podem ser observadas a partir do comportamento de seus usuários. Há, entretanto, singularidades e padrões que também foram criados juntos com essas novidades, assim gerando dúvidas e desconfiança da massa, sobre os impactos das mesmas inovações. Para melhor entendimento, Levy conceitua os dois termos em questão:

> O ciberespaço (que também chamarei de 'rede') é o novo meio de comunicação que surge de interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo 'cibercultura', especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LEVY, 2003, p.17)

Desta maneira, o *ciberespaço* nada mais é que um novo meio de comunicação que surge a partir da globalização, enquanto a *cibercultura* trabalha com uma cultura própria, criada a partir deste espaço, trata-se da fruição dos sujeitos.

Quanto a esta cultura própria, é possível citar peculiaridades. Através de meios tecnológicos ela inseriu conceitos como a virtualização da informação, e toda a informação antes achada exclusivamente em livros e do conhecimento empírico de cada indivíduo agora passa a ser compartilhada no meio virtual, de fácil acesso para grande parte da população. Esse compartilhamento, entretanto, traz consequências, como a coleta e armazenamento de dados.

Com a popularização do *ciberespaço*, surgiu a demanda para que ele se expandisse, dando origem à *IOT*. Com um papel fundamental, a *IOT* surge para mudar o futuro das tecnologias. Isso acontece por ser uma rede que busca conectar milhares de informações que são atualizadas e complementadas a todo instante, assim há uma maior interação entre usuários e *hardwares.*

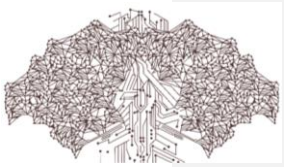


Diante disso, a *cibercultura* tornou-se um meio com informações ainda mais interligadas e relacionadas entre si, como demonstra Lucia Santaella no trecho "... vivemos um período de sincronização de todas as linguagens e de quase todas as mídias que já foram inventadas pelo ser humano." (SANTAELLA, 2010, p.78). Ou seja, a sociedade se mistura intrinsecamente com a *IOT* e a *cibercultura*, e, segundo Lévy em *Cibercultura* (2003, p.22), "é impossível separar o humano de seu ambiente material". Ainda a respeito da proximidade entre a tecnologia e as pessoas, ele estata: "As verdadeiras relações, portanto, não são criadas entre 'a' tecnologia (que seria da ordem da causa) e 'a' cultura (que sofreria os efeitos), mas sim entre um grande número de atores humanos que inventam, produzem, utilizam e interpretam de diferentes formas as técnicas." (LÉVY, 2003, p.23).

O mundo da *cibercultura* e das tecnologias com suas inovações, ferramentas e aplicativos estão ocupando o espaço de relacionamentos onde o contato físico se torna cada vez mais escasso, alterando os comportamentos de seus usuários e muitas vezes mantendo os as pessoas dentro de casa. Por conta do grande número de informações captadas e armazenadas em bancos de dados, surge a todo momento uma nova forma de vigilância, como afirma da Costa em seu artigo *Sociedade de Controle* (2004, p.164): "Vigiar passou a significar, sobretudo, interceptar, ouvir, interpretar.". Este controle disponibilizado aos usuários de tecnologias causa uma perturbação na privacidade dos indivíduos, gerando um grande problema e uma nova sociedade de controle "marcada pela interpenetração dos espaços, por sua suposta ausência de limites definidos (a rede) e pela instauração de um tempo contínuo no qual os indivíduos nunca conseguiriam terminar coisa nenhuma." (COSTA, 2004, p.161).

A INTERNET DAS COISAS E A VIGILÂNCIA

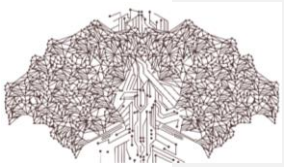
As redes sociais são um fenômeno de enorme alcance presente na vida de quase todos com um *smartphone* ao seu dispor. Com essa tecnologia em mãos, entretanto, é cada vez mais difícil controlá-la e usá-la de modo racional. Tal contexto é justificado por Vargas Llosa (2013) e a "civilização do espetáculo"1. O uso das redes sociais se evidencia pela busca por um espetáculo ou pela busca por um prazer momentâneo, facilitado pelas redes sociais, plataformas nas quais, assim como em *1984* ou no *panóptico* de Foucault, o indivíduo pode ver sem ser visto.



Llosa não é o único que pode se relacionar com esse excessivo consumo de informações, sem a absorção destas. Tomás de Aquino2, filósofo medieval, também trata sobre o assunto, justificando o hábito como um dos sete pecados capitais. O evento evidenciado atualmente pode se relacionar com a Preguiça, antes chamado de acídia. Esse pecado capital é caracterizado pela perda do eu em meio à distração. Tomás de Aquino pregava que todos teriam que se tornar aquilo que tinha a potência para ser, como uma semente - que ainda não é árvore, mas tem potência para sê-la; desviando-se de seu caminho para alcançar quem tem que ser, a pessoa cometerá a acídia. No mundo moderno as redes sociais são usadas para se distanciar de quem se deve ser. A rede social tira do indivíduo o ócio - o tempo de ficar consigo mesmo. É nesse tempo ócio que a pessoa reflete sobre si e sobre sua potência, porém ao ocupar esse tempo vigiando o alheio nas redes sociais se comete um dos sete pecados capitais, também chamais maços de vícios capitais, que cai muito bem ao pensar no uso contínuo dessa rede de fuga que se tornou a socialização *online*.

Tanto o pensamento de Llosa quanto o de Tomás de Aquino convergem na ideia de mostrar que a interação por meio da tecnologia causa vícios, ciclos dificilmente rompíveis e que quando muito fortes tendem a extinguir as fronteiras entre real e virtual. É nessa confusão de limites que se fortalecem questões acerca da vigilância.

Em ***Máquinas De Ver, Modos De Se****r: vigilância, tecnologia e subjetividade* (2013, p.18) Fernanda Bruno escreve: "...observação, conhecimento e intervenção. A observação pode ser efetuada de diferentes modos (visual, mecânico, eletrônico, digital) e implica a inspeção regular, sistemática e focalizada de indivíduos…". Em outras palavras, não há uma fórmula única para a vigilância. Uma dessas formas pode, sim, ser por meio virtual e no anonimato, ou seguir os princípios de Foucault (2009) como um modo de controle e algo físico. Entretanto, a vigilância não precisa ser física e muito menos explícita, como o *panóptico*: hoje ela está misturada e disfarçada de lazer. Ao publicar algo em qualquer meio digital a indivíduo abre mão da sua privacidade e torna pública a informação compartilhada, que passa a fazer parte de um banco de dados, que está disponível tanto pelo governo ou empresas quanto para cidadãos comuns, apenas por terem acesso à internet. A tecnologia, portanto, facilita para que a vigilância se torne popular a todos.



Entretanto esse fácil acesso fez com se tornasse uma questão de discussão a privacidade de alguém no meio digital. “Dada esta vasta quantidade de rastros pessoais cotidianamente produzida, o monitoramento desses dados vem se tornando uma rotina dos serviços, sites, redes sociais e plataformas de produção e compartilhamento de conteúdo na Internet.” (BRUNO, 2013, p. 31). Aos poucos, hackers começaram a publicar informações alheias, governos passaram a usar informações pessoais para benefício próprio, e empresas se favoreceram dos dados divulgados. Os indivíduos, também aos poucos, percebem a falta de segurança no mundo virtual, e problematizam a vigilância na *web*.

Tal problematização, entretanto, pode ser colocada em questão ao observar a contribuição que os próprios vigiados dão para serem vigiados. É possível ver essa relação entre observadores e observados no filme *Nerve* (2016), que trata do jogo fictício *Nerve*, em que as pessoas podem escolher ser jogadores ou observadores. Assim como nas redes sociais os observadores são anônimos e usam dos atos extremos e peculiares dos jogadores para se divertirem e obter o prazer momentâneo. Ainda em comum com a realidade, os jogadores têm como objetivo entreter sua plateia virtual com feitos espetaculares. O filme pode ser considerado uma crítica social ao hábito de estar sempre focado em ver um espetáculo nas telas e não olhar ao seu redor na vida real. Assim como os jogadores fazem de tudo para conseguir mais observadores, *os hard users*, termo usado para caracterizar quem é um usuário muito presente na rede, se expõem, mentem e podem até mesmo criar uma vida nova na internet para que consigam mais seguidores. A sociedade virou carente de atenção virtual e precisa cada vez mais se expor para poder chamar atenção do outro afim de se sentir realizado e satisfeito.

Levando em consideração este fato, é possível ver nele uma ligação com a auto sabotagem, como pode ser evidenciado no trecho “Num estrato mais superficial e explícito, há as informações pessoais e publicações que divulgamos voluntariamente na web (postagens em blogs, dados de perfil e conversações nas redes sociais).” (BRUNO, 2013, p.123). Ou seja, muitos dos dados que são usados para vigiar são fornecidos pelos próprios vigiados, e nas mídias sociais isso pode ser claramente evidenciado, por haver uma auto exposição, seja em busca de visibilidade ou apenas por número de *likes*.

Ainda, Fernanda Bruno alega que antes de pensar em outros invadindo a privacidade alheia, é importante que cada indivíduo saiba a sua responsabilidade quando divulgando informações consideradas pessoais, já que, ao entrarem em um servidor *online*, elas passam a ser, de uma maneira ou outra, públicas.

CONCLUSÃO:

Se assume então que, a tecnologia está presente em todos os lugares e possui um papel fundamental na vida das pessoas, pois há uma forte relação entre homem e máquina – seja por buscar a fuga de si mesmo ou por conceber o mundo virtual como mais fácil de se viver.

Por conta dessas angústias e preocupações, um novo mundo foi criado ao redor dessas inovações com suas características próprias. Esse mundo envolveu o *ciberespaço* como um todo, e o ampliou com ajuda da *internet das coisas* – ambos responsáveis por dar espaço para novos ideais e valores, que foram aos poucos atribuindo uma característica única a todos os seus usuários e os tornando reconhecíveis pela abundância de tecnologia que fazem questão de estarem envoltos.

Como muitas coisas, o estudo da vigilância ganhou uma nova imagem dentro da *cibercultura*, adquirindo particularidades como sua onipresença, dada por meio, principalmente, das redes sociais e da *internet das coisas*. Dessa forma, é dado mais poder à vigilância, alimentada pelos próprios usuários da rede, que expõe e consomem informações.

Logo, é visível que as pessoas são responsáveis também por sua autovigilância, por alimentarem as redes sociais com informações pessoais a todos os momentos. As consequências destas publicações são vistas na carência de privacidade, problema enfrentado no *ciberespaço*, mas que deixou de ser assustador, como ressaltado por Bauman (2012), para que a vida real possa continuar existindo na vida virtual.

REFERÊNCIAS



ANTUNES, Michele Nacif; SILVA, Cícera Henrique da; GUIMARAES, Maria Cristina Soares and RABACO, Marcelo Henrique Leoni. Disponível em: http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/2234/1806 (Data de acesso: 26/09/2017)

BRUNO, Fernanda. Máquinas De Ver, Modos De Ser: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BRUNO, Fernanda; Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. Disponível em: Revista FAMECO: mídia, ultura e tecnologia. 2008 disponível em: Ensaio da população geral.

CORREA, Denize. Estudos sobre Comunicação e Cibercultura no Brasil: Conceitos, Tendências e Clusters. Disponível em: http://www.redalyc.org/html/1995/199520728005/ (Data de acesso: 26/09/2017)

CORSO, Aline. Reflexões sobre Privacidade e Vigilância na Era dos Computadores Vestíveis.VIII Simpósio Nacional da ABCiber. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35860155/aline_corso_23_12.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1506642292&Signature=dT0Jm0Sonfr2wL3N1banDX%2FiCUw%3D&response-contentdisposition=inline%3B%20filename%3DReflexoes_sobre_privacidade_e_vigilancia.pdf (Data de acesso: 27/09/2017)

DA COSTA, Rogério. Sociedade de Controle. São Paulo: São Paulo em Perspectiva, 2004.

FABIO, André Cabette. 4 reflexões de Zygmunt Bauman, das redes sociais ao 'medo líquido'. Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/09/4-reflex%C3%B5es-de-Zygmunt-Bauman-das-redes-sociais-ao-%E2%80%98medo-l%C3%ADquido%E2%80%99 (Data de acesso: 26/09/2017)

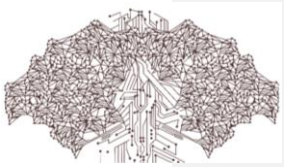
FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: nascimento da prisão; tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis, Vozes, 1987.

FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: nascimento da prisão; tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 2009.

JUNIOR, Alessandro. O que Zygmunt Bauman tinha a nos dizer sobre redes sociais e o mundo conectado. Disponível em: http://m.gizmodo.uol.com.br/zygmunt-bauman-morte-reflexoes/ (Data de acesso: 27/09/2017)

LAUAND, Jean. S. Tomás, de Aquino e os Pecados Capitais. Disponível em: http://www.hottopos.com/notand10/jean.htm (data de acesso: 07/11/2017).

LÉVY, Pierre. Cibercultura. Rio de Janeiro: 34, 2003.



LEMOS, André. A comunicação das coisas. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede Etiquetas de radio frequência em uniformes escolares na Bahia. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36911184/Andre_Lemos.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1506625320&Signature=FcSKhF88O9B2%2BEidYxAL%2BzWjOKo%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAndre_Lemos.pdf (Data de acesso: 28/09/2017)

Nerve: Um Jogo Sem Regras. Direção: SCHULMAN, Ariel Schulman, Henry Joost. Produção: KATAGAS, Anthony. Paris Filmes, 2016. Título original: Nerve.

SAINT-EXUPERY, Antoin. Internet of Things Strategic Research Roadmap. Disponível em: http://www.internet-of-thingsresearch.eu/pdf/IoT_Cluster_Strategic_Research_Agenda_2009.pdf (Data de acesso: 27/09/2017)

SANTAELLA, Lucia. Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2010.

VARGAS LLOSA, Mario; BENEDETTI, Ivone. A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

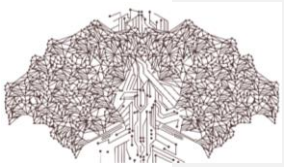
ORWELL, George. 1984. Tradução de Alexandre Hubner e Heloisa Jahn. São Paulo: Companhia das Letras: 2009.

BAUMAN, Zygmunt. Vigilância líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

CORSO, Aline. Reflexões sobre Privacidade e Vigilância na Era dos Computadores Vestíveis. 2014. Disponível em: https://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/aline_corso_23.pdf (Data de acesso: 27/09/2017)

ARAÚJO, Denize Correa. **Estudos sobre Comunicação e Cibercultura no Brasil**: Conceitos, Tendências e Clusters. 2006. Disponível em: http://www.redalyc.org/html/1995/199520728005/ (Data de acesso: 26/09/2017)

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O SABER FAZER NOS DISPOSITIVOS MÓVEIS: COGNIÇÃO, CONHECIMENTO E EXPERIÊNCIAS ATRAVÉS DOS *SMARTPHONES* [1]

Tatiana Cioni Couto[2]

Resumo

Este artigo faz parte de um projeto de pesquisa de doutorado que pretende analisar como a comunicação ubíqua pode ser incorporada ao ensino e às práticas do jornalismo. Nele serão discutidos os principais conceitos teóricos que envolvem o ensino-aprendizagem através dos dispositivos móveis no saber fazer jornalístico. Por isto, o artigo encaixa-se no eixo temático 19, por abordar as questões do ensino-aprendizagem em rede.
O objetivo principal deste artigo é discutir as bases teóricas de reflexão que permeiam a aprendizagem contemporânea dentro da Cibercultura, focando nos regimes de visualidade, cultura e educação. A relevância do trabalho apresentado é observar como é possível estimular a cognição em processos comunicacionais advindos ou decorrentes dos usos de dispositivos móveis na sala de aula. Este artigo possui questões inéditas de estudo por tratar da aprendizagem ubíqua no jornalismo e a intenção do pré-projeto pretende contribuir para que alunos de jornalismo aprendam diferentes práticas cognitivas aliados aos dispositivos móveis.
Ressalta-se que o jornalismo sofreu inúmeras mudanças com a entrada da Web 2.0, quando surgiram plataformas que permitiram autoria, cocriação, participação e convergência. Um dos modelos de jornalismo que mais se encaixa nesta descrição é o Jornalismo Longform, que se utiliza do hipertexto, da multimedialidade e da narrativa transmídia. Um exemplo é a reportagem da Folha de São Paulo chamada "A Batalha de Belo Monte", que virou um *hotsite* dividido em cinco capítulos, com 55 fotografias, 24 vídeos, 18 infográficos, 15 mil palavras e um game sobre a Belo Monte, hidrelétrica brasileira (LONGUI; WINKES, 2015).

Palavras-chave: aprendizagem ubíqua; dispositivos móveis; saber-fazer jornalístico.

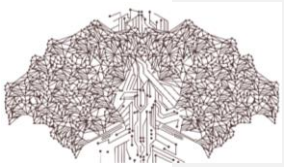
Introdução

Entende-se que, atualmente, os fenômenos da Cibercultura e da Web 2.0 atravessam o ensino do jornalismo. O avanço do uso do celular no cotidiano dos brasileiros, apontado pela Pesquisa Brasileira de Mídia 2015,[3] pode trazer novos desafios no ensino da Comunicação Social

1.Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação a distância online, métodos e processos de ensino-aprendizagem do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisadora e professora da Instituição de Ensino Superior da Faculdade Pinheiro Guimarães (Habilitação: Jornalismo). É Mestre em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF, 2015) E-mail: tatianaccouto@hotmail.com

3 A pesquisa realizou 18.312 entrevistas em todo Brasil e aponta o crescimento do uso da internet via celular, inclusive ultrapassando computadores e notebook. Disponível em: http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf. Acesso em: 20 jun. 2015.



e, por isso, questiona-se como criar conhecimentos e práticas no jornalismo por meio dos dispositivos móveis. Acredita-se que os professores universitários devem estar preparados para a realidade atual e se apropriar dos dispositivos móveis como meio de interagir com seus alunos e criar materiais pedagógicos interativos, multimídias e que explorem a imersão do corpo, seja no ciberespaço, na telepresença e/ou na interação do corpo carnal com sistemas interativos. Na ponta dos dedos, um aluno pode criar e editar um vídeo, redigir um texto, produzir, editar fotos e áudios e, inclusive, fazer uma reportagem ao vivo.

Destaca-se o conceito de comunicação ubíqua de Santaella (2007), que ressalta que quando o corpo está presente em dois lugares ao mesmo tempo, ele coexiste e está "sempre disponível" em diferentes lugares para tentar entender como as mídias sociais podem potencializar a experiência e a cognição. Entende-se que os aplicativos presentes no celular possuem portabilidade (mobilidade) e diversas funções que exigem operações perceptivas intensas. Ao mesmo tempo em que possui poder de distração, exige uma atenção que pode vir a gerar uma aprendizagem ubíqua (SANTAELLA, 2007).

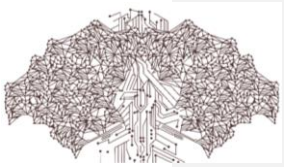
Este artigo faz parte de um projeto de pesquisa de doutorado que pretende analisar como a comunicação ubíqua pode ser incorporada ao ensino e às práticas do jornalismo.

Pretende-se apropriar do App-Learning (SANTOS; ROSSINI, 2016) para utilizar os espaços híbridos que estão no ciberespaço e nas mídias locativas. A intenção é adotar a comunicação ubíqua, o hipertexto, a hipermídia e os dispositivos móveis digitais para formar novas narrativas digitais no universo do jornalismo. Para isso, a pesquisadora adotará a pesquisa-formação (SANTOS, 2014), usando de táticas e estratégias no ensino de jornalismo, sendo, ao mesmo tempo, pesquisadora-docente e pesquisadora-discente.

O interesse do pré-projeto de tese surgiu após a observação pessoal, como docente, em sala de aula do curso de Jornalismo da Faculdade Pinheiro Guimarães, ao notar que os alunos entravam com os celulares e ficavam distraídos com alguns aplicativos. Após assistir a reportagem da TV Bandeirantes, veiculada em 17 de julho[4] de 2016, que mostrou como o celular pode ser aliado dos estudos na graduação, iniciou-se a pensar como utilizar as experiências imersivas para a aprendizagem universitária com foco na criação e na produção de elementos jornalísticos.

A escolha de estudar a cognição nos dispositivos móveis se deve ao fato de o aparelho contar com a portabilidade e poder ser acessado em movimento, possuindo potencial estético de imersão. Desse modo, a imersão dos corpos, o uso do celular como objeto mediador de

[4] Disponível em: http://noticias.band.uol.com.br/jornaldaband/videos/2016/06/17/15899636-celular-pode-ser-aliado-nos-estudos.html. Acesso em: 20 jun. 2016.



comunicação − que garante a onipresença da pessoa − e as interações que surgem nesse processo se influenciam e podem amplificar experiências, gerando, com isso, cognição.

Fundamentação Teórica

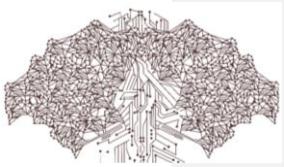
Certeau (1998) pontua que as práticas cotidianas incluem o falar, ler, circular, fazer compras ou preparar refeições. Nestes atos existem "maneiras de fazer", um conhecimento através de diferentes práticas enunciativas. De acordo com Certeau, a conversa, por exemplo, pode transformar a palavra, tornar lugares habitáveis perante descrições ou mesmo manipular "lugares comuns". Destaca-se a "estatização do saber" que pode acontecer através do corpo social, quando ele pode se educar através de próteses (como o celular), onde outros textos potencialmente podem ser inseridos e novas conversas serem articuladas e acrescentadas nas práticas pedagógicas.

Acredita-se que as práticas de narração em movimento e em dupla ubiquidade – quando o corpo está ao mesmo tempo em outro mundo (ciberespaço) e neste mundo – potencializam o "saber fazer", já que o sujeito circula narrativas. Certeau (1998) percebe que as maneiras de fazer trazem um espaço de jogo, onde se pode instaurar pluralidade e criatividade

> [...] maneiras de fazer criam um jogo mediante a estratificação de funcionamentos diferentes e interferentes. Assim as 'maneiras' de habitar (numa casa ou numa língua) próprias de sua Kabília Natal, o magrebino que mora em Paris ou Roubaix as insinua no sistema, que lhe é imposto na construção de um conjunto residencial popular ou no francês. Ele superimpõe, e por essa combinação, cria para si um espaço de jogo para maneiras de utilizar a ordem imposta do lugar ou da língua. Sem sair do lugar onde tem que viver e que lhe impões uma lei, ele aí instaura pluralidade e criatividade (CERTEAU, 1998, p. 93).

O ensino está inserido nas práticas enunciativas, pois possibilitam o circular da cultura, de uma "arte de fazer" com procedimentos e uma arte de dizer. A narrativização das práticas possibilita a experiência armazenada, a formação de memória, o inventário de um saber, a circulação do conhecimento.

Visto que a memória produz modificações do espaço (CERTEAU, 1998, p. 160), indaga-se como este lugar é praticado pelo sujeito em movimento e que tipo de experiências, percepções podem ser incorporados para o conhecimento.



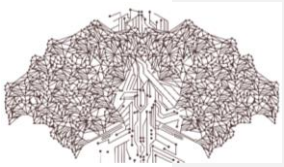
Neste pré-projeto de pesquisa privilegia-se o celular, como dispositivo móvel, por conter mobilidade ubíqua e poder ampliar a distribuição de conhecimento. Entendemos que o aplicativo Facebook ao vivo pode funcionar como rede educativa (SANTOS, 2014), uma vez que proporciona interação, produção de significado e sentido. Acredita-se como Santos, que o celular, mais especificamente o *smartphone*, potencializa práticas individuais e coletivas que circulam conteúdo através de várias mídias e linguagens.

> No smartphone tem no mesmo dispositivo convergência de interfaces e linguagens que permitem produzir, editar e compartilhar em rede textos, sons , imagens... que se tornam voláteis e viajam pelo mundo enquanto seus autores e interlocutores movimentam-se fisicamente com seus corpos pelo espaço urbano (SANTOS, 2014, p. 25).

Determinadas práticas culturais, no entanto, nos chamam atenção: quais seriam os espaços plurais de aprendizagem que se incorporam no *smartphone*? O que muda no cotidiano do professor com os usos do aparelho? Quais são as potencialidades dos aplicativos neste processo de aprendizagem? Tendo em vista o uso expressivo do celular por 85% dos jovens, como indica o Comitê Gestor de Internet (CGI), acredita-se que o aparelho é uma realidade no Ensino Superior e, por isto, não deve ser evitado por poder causar distração ou desatenção, e sim serem aproveitados os elementos contidos nele. A ideia é elaborar modelos pedagógicos que possam funcionar como uma rede sociotécnica, onde aluno e professor podem apropriar-se das características tanto móveis, como colaborativas e autorais dos aplicativos.

Santos (2014) pontua que os professores podem aproveitar da Web 2.0 para propagar discursos e debater conceitos em blogs, wiki podcasts e outros. Ainda acrescenta-se aplicativo Facebook ao vivo por acreditar que pode trazer a bidirecionalidade da emissão e recepção. De acordo com Santos (2014), o ciberespaço tem interterxtualidade, intratextualidade e multivocalidade, por conter ligações tanto dentro como fora do site e possuir muitos pontos de vista. Concorda-se com Santos (2014), que o celular potencializa a aprendizagem, mas não substitui a sala de aula. No entanto, para criar novas práticas pedagógicas, o professor pode se utilizar do aparelho para ser amplificador de repertórios culturais.

Lévy (1999) ressalta que o ciberespaço potencializa a transmissão e produção de conhecimento através de novas formas de acesso à informação e estilos de raciocínio e conhecimento. Pela ótica do autor, o ciberespaço é um local que reúne materiais, informações, seres humanos e programas. Neste local é possível guardar grande capacidade de memória (dados) que são digitalizados e transformados em hipertextos, hiperdocumentos, mundos virtuais.



Além disto, a informação está disponível em qualquer lugar, sem território fixo (desterritorializada), que pode ser acessada com um clique. A comunicação torna-se todos-todos, pois torna-se descentralizada, em fluxo em formato multimídia que permite diversos suportes, como texto, imagem e som.

Nesta perspectiva, o saber-fluxo encontra nas novas tecnologias modos de compartilhamento e circulação de conhecimentos. A World Wide Web (WWW) é um universo de informações que podem ser usados no ensino à distância ou presencial. Lévy (1999) lembra que até o ensino tradicional da sala de aula pode ter complementação pedagógica na internet. A aprendizagem coletiva, por sua vez, se faz presente nas práticas de cooperação entre professores e estudantes.

Segundo Lévy (1999), algumas destas práticas estão presentes nos campus virtuais, correios eletrônicos, jogos e comunidades virtuais que potencializam interações diversas, trocas de conhecimento, colaboração, criação e cocriação. A aprendizagem está ao alcance de todos a um clique. Ela está presente e onipresente, características da ubiquidade da informação, onde grupos podem estabelecer uma memória comum.

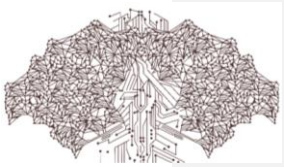
Lévy (1999) afirma que devemos saber lidar com este saber emergente, utilizando do saber flutuante, das aprendizagens coletivas e da inteligência coletiva na educação e formação. Cita as comunidades virtuais, como um exemplo de conhecimento construído em conjunto e que constrói uma "árvore do conhecimento", onde há multiplicidade de saberes.

A árvore do conhecimento é caracterizada por dispositivos que auxiliam nas trocas de saberes e demandas de competência, afirma Lévy (1999). Pensando no celular, como um dispositivo comunicacional, entende-se que há elementos de informação em aplicativos que podem auxiliar na comunicação todos-todos.

Silva (2010) pontua que uma sala de aula interativa é aquela onde professor e aluno constroem juntos o conhecimento. A bidirecionalidade e a multiplicidade de conexões típicas da internet permitem que o usuário possa escolher os caminhos da informação e também participar ativamente em rede.

Pelas perspectivas da educação, o professor passa a ser um contador de histórias, onde o aluno seja mais que um espectador, sendo atuante na criação e reprodução do conhecimento.

Silva (2010, p. 201) percebe que a sala de aula à distância baseia-se em um aprendizado baseado na interação, onde há participação-intervenção, bidirecionalidade-hibridação. Elementos, como o fórum, o chat e outras interfaces possibilitam o diálogo, colaboração, participação, potencialidade e cocriação. Vendo a pedagogia interativa, como multimodal, Silva (2010) pontua



que neste modelo o conhecimento é distribuído como uma árvore ou rizoma e o professor é um facilitador do processo de aprendizagem.

Ele pode construir o material pedagógico em hipertexto para possibilitar a criação coletiva, criar comunidades virtuais em torno de afinidades que promovam a partilha de conhecimento e utilizar de recursos e dispositivos que sejam interativos.

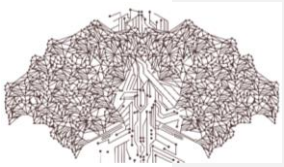
Nesta perspectiva, o professor pode utilizar-se do hipertexto para incorporar textos não sequências, permitir que o conteúdo seja modificável e que o aluno seja neste processo coautor e cocriador da mensagem. Para isto, o conhecimento não é mais centralizado e sim descentralizado em rede e territórios, com a possibilidade de diferentes interações e participações. De acordo com Silva (2010), a sala de aula pode possuir os três elementos tanto na modalidade presencial como à distância.

Silva (2010) atenta que a interatividade já existia antes do computador, no entanto, com as redes potencializa-se o acesso ao saber e com a hipermídia, o usuário controla e modifica dados. Silva (2010) ressalta três fundamentos da interatividade: o primeiro é a possibilidade de participação-intervenção do receptor, onde ele pode ter escolhas nas decisões e interferir ou construir a mensagem em ações, o segundo é que a emissão e recepção se interligam, já que o emissor é receptor e vice-versa, e o terceiro é uma rede aberta, não hierárquica, onde todos podem participar, colaborar e se associar em redes articulatórias.

Atenta-se que o aprendizado é fruto de uma ação e de uma experiência, como afirmam Maturana e Varela (1995, p. 68) "Todo fazer é conhecer e todo conhecer é fazer". De acordo com os autores, o conhecer está ligado à linguagem e uma produção de mundo. Para explicar esta ótica de Maturana e Varela, citamos um exemplo de conduta: como sabemos agir em determinadas situações? Alguém previamente nos explicou aquela situação já vivida. E ao agir, também incluímos nossa experiência de observação. A explicação é um fenômeno que envolve a descrição, uma "hipótese explicativa", dedução e observação de outros fenômenos.

Um ato cognitivo básico é o reconhecimento de um objeto como algo universal. Se vemos uma cadeira, sabemos distinguir tal objeto e dividimos ela somente em tipos de cadeiras. Já ao tentar explicar um fenômeno é necessária grande capacidade cognitiva e maior esforço para descrever tal observação.

Voltando à explicação da conduta, primeiro percebe-se uma diferença entre o animal social (a formiga, por exemplo) com o ser humano. De acordo com Maturana e Varela (1995), as condutas da formiga são realizadas através de um acoplamento químico, onde a secreção do inseto e o cheiro determinam quem é o responsável da colônia (a rainha) e no encontro com outras formigas será desenvolvido o funcionamento da colônia; como elas vão armazenar comida, qual



caminho que irão percorrer com o alimento, onde irão depositar, etc. Isto já constitui um tipo de conduta para as formigas, no entanto, em capacidade muito reduzida devido ao tamanho do sistema nervoso. Já o ser vivo tem a contínua produção de si mesmo em uma organização "autopoética", pois estão envoltos em uma rede interações. De modo que a conduta do ser humano é mutuamente desencadeada entre membros de uma unidade social e depende do acoplamento e do fenômeno social que está vinculado a esta unidade social.

A linguagem de gestos feito com as mãos é resultado da interação entre surdos e mudos que geram um idioma próprio e entendido entre eles. Entendendo que a linguagem de gestos ou falada (palavras) podem criar um sentido semântico para determinada ação, percebe-se que na linguagem há o conhecer, pois há descrição de fenômenos diversos do cotidiano do ser humano.

Neste aspecto, aquele que ensina precisa ter um ponto de partida de observação e um modo de explicar o fenômeno. O docente em comunicação pode observar que certas práticas do jornalismo combinam a ação à experiência, existem explicações de "como fazer" uma reportagem, realizar uma entrevista, criar um jornal, gravar um programa de rádio, montar um blog, etc. Os elementos desta explicação envolvem a interação do professor-aluno, do aluno-objeto, professor-objeto-aluno e aluno-professor.

Observa-se que o fazer jornalístico exige um "saber fazer" através destas interações complexas. Acredita-se que cada objeto (televisão, rádio, jornal, cinema, computador, celular) altera a ação e a experiência, por isto, podem criar novos regimes cognitivos.

Kastrup (1999) aponta que os seres vivos estão constantemente em processo de invenção, ou seja, atuam e reformulam condutas conforme experiências de vida. A cognição neste processo é ação. De acordo com Kastrup, ao lidar com uma situação, há uma resolução do problema apresentado. Isto seria o processo de invenção, quando o indivíduo age conforme interações e acoplamentos com o ambiente.

O surgimento do computador traz o problema do mecânico e do digital para dentro da realidade do homem, afirma Kastrup (1999). Neste contexto, a "resolução do problema" seria criar maneiras de viver na internet, como quando as pessoas se aproximam e criam as comunidades, instaurando ambientes coletivos. Com isto, os indivíduos aproveitariam do fluxo heterogêneo do hipertexto para estabelecer agenciamentos e uma construção democrática do saber.

Além disto, o vasto banco de dados disponível na internet potencializaria o devir da cognição, de modo que ela pudesse não ser cristalizada e sim estar sempre em construção e desconstrução: invenção e reinvenção de si e do mundo. De acordo com Kastrup (1999), os

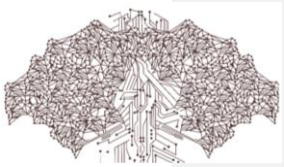
usuários são neste espaço consumidores e produtores de informação e podem participar da produção de um coletivo.

Kastrup (1999) ressalta que para existir aprendizagem, é necessária a busca do conhecer. A chamada "corporificação do conhecimento" envolve acoplamento do objeto com o sujeito. Como no caso de tocar uma flauta, não depende somente do conhecimento das regras do instrumento, precisa ser levado em conta também a relação entre o aprendiz e o simbólico (KASTRUP, 1999, pp. 149-150). Então neste caso, observa-se que não se aprende a tocar flauta pela técnica de repetição e sim pelo devir objeto, ambiente, corpo.

Percepções, habilidades e construções de competências podem ser potencializadas através do uso do celular, Santaella (2007) afirma que o aparelho traz a "cultura da mobilidade", quando o corpo está continuamente plugado e conectado. Usuários acessam diversas informações na palma da mão, sem precisar "entrar na internet". Isto geraria uma "hipermobilidade", ou seja, uma mobilidade física que está ligada virtualmente às redes. De acordo com Santaella, o celular incorpora os lugares móveis, através dos *gadgets***.** Entende-se que tais *gadgets* citados por Santaella (2007), são os aplicativos por permitirem ações segmentadas e personalizadas e, ao mesmo tempo, gerarem signos diversos. Como o celular tem a função de chamada telefônica, a pessoa está ali onde é chamada e ao mesmo tempo está em outros lugares, podendo o corpo ocupar dois lugares ao mesmo tempo (SANTAELLA, 2007, p. 236). Isto gera a sensação do indivíduo estar "sempre disponível" e coexistir em diferentes espaços (trabalho, casa, trânsito, lazer).

Santaella (2007, p. 239) percebe que com o celular, o indivíduo pode vivenciar diferentes realidades, tendo uma prótese personalizada (o objeto) colada ao corpo. Tal fato geraria experiências estéticas e ao mesmo tempo educativas, de modo que a hipermobilidade exigiria operações perceptivas intensas, entre elas: a atenção parcial contínua, a dispersão e a habilidade de manuseio do aparelho. Assim, Santaella (2007) percebe que o aparelho possui três formas de exploração estética.

Como há um modo de operar com a interface, conexão contínua com espaços públicos em movimento e o uso do celular para outras funções − não somente para executar ligações − como no caso dos jogos, ainda pontuamos mais algumas características percebidas do indivíduo ao estar imerso na tecnologia móvel, a partir dos conceitos da obra de Santaella de imersão no ciberespaço (SANTAELLA, 2007, p. 274): envolvimento do interator em dois lugares ao mesmo tempo (não mais na simulação, mas na representação do corpo e da disponibilidade do indivíduo); imersão por telepresença possível no Facebook ao vivo, imersão híbrida (interação do corpo carnal com outros sistemas interativos) e imersão do usuário pelo equipamento móvel. Santaella



ressalta que já o próprio elemento do hipertexto é interativo, já que o leitor faz a escolha de que forma irá agir (reativo ou passivo).

Alguns pontos característicos do hipertexto são fundamentais na cognição imersiva: concentração, atenção e compreensão da informação. Entendendo que o celular traz o movimento e uma dupla imersão (pelo corpo ocupar dois espaços ao mesmo tempo), acredita-se que o fato de estar continuamente presente na ubiquidade pode causar um novo tipo de imersão: a cognitiva contínua, onde o usuário está constantemente aprendendo e se reinventando.

Sodré (2012, p. 202) afirma que a rede eletrônica estabelece um ambiente favorável ao ensino à distância, já que o aluno não precisa mais se locomover para os encontros periódicos com os professores e que o espaço virtual traz a imersão, uma sensação de "estar lá" (telepresença e presença espacial), o sentimento de presença e a interatividade.

Por outro lado, Sodré (2012, p. 204) pontua que a ubiquidade do virtual pode gerar déficit cognitivo e dispersão no trabalho. Neste aspecto, ele lembra que o imediatismo e o presente contínuo podem se opor à experiência, por isto, é necessária uma reinvenção da educação a partir da redefinição do papel do docente. De acordo com Sodré, o ensino tem que assumir a linguagem do virtual: ser híbrido, assumir o nomadismo da rede, possuir muitos caminhos e explorar a imersão. Um exemplo disto é a quantidade de videogames que existem na educação com conteúdo informativo aliado a um "potencial estético"

Recordando que a imersão gera o "estar lá", e tal sensação causaria uma experiência, então há de se imaginar como criar o lá e o aqui pelo celular. Questiona-se como aproveitar do potencial estético, do nomadismo e da imersão para se estabelecer práticas pedagógicas no jornalismo.

Entende-se que um fenômeno deve ser estudado como resultante de vários elementos, sejam eles humanos ou não humanos, naturais ou sociais. É o que defendem os autores Cordeiro, Curado e Pedrosa (2014) que acreditam ser necessário observar as coisas, as pessoas e as práticas, no chamado "princípio da simetria generalizada". O princípio se baseia no fato de estudar a realidade não deve se restringir ao olhar externo, já que um acontecimento deve ser interpretado e observado. Por isto, os objetos aparecem como coisas que podem interferir na realidade, conforme a ação humana. Os autores Cordeiro, Curado e Pedrosa (2014, p. 152) citam diretamente Latour (2012) ao dizer que um ator pode ser tanto pessoa ou objeto "cuja incidência modifique um estado de coisas".

Neste aspecto retornamos ao celular e seus aplicativos, como objeto, que ao ser utilizado interferem nos acontecimentos. Entendemos, que eles podem ser utilizados para a proximidade

de relações, mas também na circulação de conteúdo. Assim, a associação objeto-pessoa cria agenciamentos e, portanto potencializa transformações em um contexto determinado.

Recorta-se o Facebook ao vivo, pelos seguintes motivos. O primeiro é porque entende-se que a combinação de aplicativos e mídias sociais trabalha com a convergência e multimídia. O segundo é que atualmente é a mídia social mais utilizada segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2015) . Santos e Rossini (2016) pontuam o Facebook como um software social, produto da Web 2.0 que possibilitou a comunicação síncrona e assíncrona na internet.

As autoras ressaltam que é a maior rede social do mundo com 1.15 bilhões de usuários, permitindo a comunicação com múltiplos recursos de imagem, som e texto, bem como o uso da interface através dos celulares.

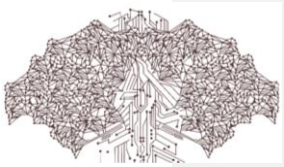
Santos e Rossini (2016) ressaltam que o Facebook se tornou um espaço plural de aprendizagem, possuindo o potencial do modelo da educação aberta, onde é possível compartilhar, colaborar, criar e participar. A criação de comunidades virtuais como o REA – Brasil (recursos educacionais abertos) reúnem membros de diferentes lugares do Brasil para conversas, autorias e compartilhamentos, criando conhecimento colaborativo e participativo.

Para abordar as questões da cultura da participação, da convergência e das redes sociais, abordaremos especificamente os autores Shirky (2011), Jenkins (2009) e Recuero (2012). Shirky (2011) por abordar como o compartilhamento de pensamentos, expressões e ações com os outros geram uma cultura da participação, onde agregações de pessoas online e conversas podem construir conhecimentos e construções de valores, como no caso das comunidades virtuais. De acordo com Shirky (2011), se há muita informação estocada e compartilhada, pode haver um excedente cognitivo que pode ser usado por outros grupos que estão em rede. Um exemplo seria uma causa social, onde as pessoas tem que estar engajadas em torno de um objetivo comum de arrecadar dinheiro para colaborar com uma causa específica. Neste caso, a geração do valor público irá depender do envolvimento dos usuários e está ligado às questões de pertencimento. O Facebook é uma destas mídias que, por reunir comunidades virtuais, pode trazer esta experiência de pertencimento.

Jenkins (2009) por dialogar diretamente com Lévy (2000) ao abordar a inteligência coletiva e como ela pode ser construída em comunidades de afiliações voluntárias, temporárias e táticas.

De acordo com Jenkins (2009, p. 88),

> O que consolida uma inteligência coletiva não é a posse do conhecimento que é relativamente estática -, mas o processo social de aquisição de



> conhecimento – que é dinâmico e participativo – continuamente testando e confirmando os laços sociais do grupo social.

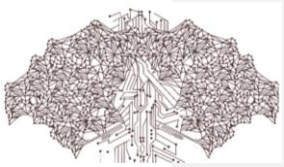
Jenkins (2009) exemplifica como os consumidores de marca se unem e conseguem se mobilizar em torno de um produto. Neste processo, há interação, conexões sociais de longo período e envolvimento.

Recuero (2012) por abordar os formatos de conversa na internet: a síncrona e a assíncrona. A primeira tem imediatismo e compartilhamento, como no caso do bate-papo, em que o ator quer conversar com outro ator e o contato pode ser finalizado assim que o intuito for alcançado; a segunda se estende no tempo e não depende de uma resposta imediata, como no caso de um fórum de discussão, no qual a conversa pode ser retomada a qualquer momento. Nesse caso, os atores têm o mesmo objetivo: discutir um assunto em comum. Em qualquer uma das conversas, as representações dos atores podem ficar expostas e, portanto, públicas, podendo ser acessadas constantemente.

A conversa em rede assume um caráter de difusão e circulação de mensagem, assim como a participação dos usuários e o uso de múltiplas plataformas com ferramentas diferentes, como as *hashtags* (ferramentas contextuais) e os *emoticons* (caracteres do teclado correspondentes às expressões faciais). Assim, de acordo com Recuero (2012), as conversas podem gerar capital social cognitivo em ações conjuntas do grupo: conhecimento pode ser gerado entre os membros de um grupo e as informações resultantes podem circular nas redes. Por exemplo, uma comunidade virtual, de acordo com Recuero (2012) pode ter laços sociais mais estreitos e, por isto, podem discutir mais determinadas informações. Deste modo, o capital social depende do tipo de conexão que o grupo estabelece.

Considerações Finais

Este artigo teve como função somente discutir as bases teóricas de reflexão que permeiam a aprendizagem contemporânea dentro da Cibercultura, focando nos regimes de visualidade, cultura e educação. Existem muitos questionamentos nele, já que é baseado em um projeto de doutorado. Nenhuma pesquisa-formação foi realizada até o momento, mas acredita-se no potencial de aprendizado oriundo dos dispositivos móveis na sala de aula no jornalismo. Destaca-se que inúmeras emissoras de televisão e sites de notícia já se utilizam do Live Facebook. As produções feitas no Facebook (*Live*) permitem uma série de procedimentos jornalísticos feitos ao vivo, a exemplo de cobertura de evento, reportagens e entrevistas.



Referências bibliográficas

ALVES, Nilda. Cultura e cotidiano na escola. **Revista de Educação**, n. 23, maio.-ago. 2003.

_____. Decifrando o pergaminho – o cotidiano das escolas nas lógicas das redes cotidianas. In: OLIVEIRA, Inês Barbosa de; ALVES, Nilda. **Pesquisa no/do cotidiano das escolas – sobre redes de saberes**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 13-38.

_____. Redes urbanas de conhecimento e tecnologias na escola. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXVIII., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/UERJ, 5 a 9 de setembro de 2005.

ARDOINO, Jaques. Abordagem multirefferencial (plural) das situações educativas e formativas. In: BARBOSA, Joaquim Gonçalves (Org.). **Multirreferencialidade nas ciências e na educação.** São Paulo: USFcar, 1998. p. 24-41.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015:** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: SECOM, 2014.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: as artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2014.

CORDEIRO, Mariana Prioli; CURADO, Jacy; PEDROSA Claudia. Pesquisando redes heterogêneas: contribuições da teoria ator-rede. In: SPINK, Mary Jane et al. (Org.). **A produção de informação na pesquisa social**: compartilhando ferramentas. 1. ed. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2014.

FERNANDES, A. H.; BATISTA, L. . Audiovisual e aprendizagens contemporâneas por jovens youtubers. Educação e Cultura Contemporânea (Online), v. 13, p. 1-15, 2016.

FERNANDES, A. H.; DINIZ, L. A. . **Cibercultura e redes sociais - O acesso e a conexão definem as práticas das juventudes?.** Revista Passagens, v. 7, p. 1-12, 2016.

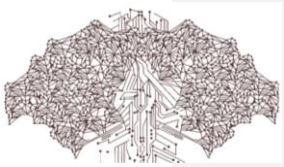
KASTRUP, Virginia. **A invenção de si e do mundo:** Uma introdução do tempo e do coletivo no estudo de cognição. São Paulo: Papirus, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LONGUI, Raquel Ritter; WINQUES, Kérley Winques. O lugar do longform no jornalismo online. Qualidade *versus* quantidade e algumas considerações sobre o consumo. Compós, 2015. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-3c242f70-9168-4dfd-ba4c-0b444ac7347b_2852.pdf.



MATURANA, Humberto R.; VARELA, Francisco G. **A árvore do conhecimento**: as bases biológicas do conhecimento humano. Campinas: Ed. Psy II, 1995.

OLIVEIRA, Inês Barbosa de. Certeau e as artes de fazer: as noções de uso, tática e trajetória na pesquisa em educação. In: OLIVEIRA, Inês Barbosa de; ALVES, Nilda. **Pesquisa no/do cotidiano das escolas – sobre redes de saberes**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 39-54.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e as redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paullus, 2007.

SANTOS, Edméa. **Pesquisa-formação na Cibercultura**. Portugal: Whitebooks, 2014.

SANTOS, Edméa; MADDALENA, Tannia Lucia; ROSSINI, Tatiana Stofela Sodré. Diário hipertextual on-line de pesquisa. In: **APP-Learning:** experiências de pesquisa e formação. Salvador: UFBA, 2016. p. 93-108.

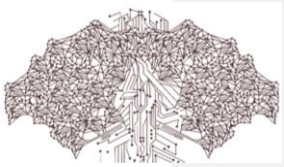
SANTOS, Edméa; ROSSINI, Tatiana. Facebook and education: post, like &share. In: PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa; CHAGAS, Alexandre (Org). **REA-Brasil community on Facebook:** an activism, authorship, shares and concerns space. Campina Grande: Eduepb, 2016.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação:** criatividade e generosidade no mundo conectado. Trad. Celina Porto Carrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Marcos. **Sala de aula interativa**. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a educação**: diversidade, descolonização e redes. Petrópolis: Vozes, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O SIGNO TRÁGICO EM GOD OF WAR II[1]

Levy Henrique Bittencourt Neto[2]

O objetivo desse trabalho é compreender, sob a perspectiva da semiótica e fenomenologia de C.S. Peirce, como o signo trágico se corporifica no *game God of War II*,. Foram escolhidas as teorias sobre o período trágico grego, de autores como Albin Lesky, Jean-Pierre Vernant, Pierre Vidal-Naquet e Friedrich Nietzsche. Dada a onipresença dos *games* na vida cotidiana, eles são fenômenos culturais muito relevantes, ainda que tenham surgido apenas poucas décadas atrás. Espera-se que com esse trabalho se desenvolva uma metodologia de análise semiótica e filosófica dos jogos digitais.

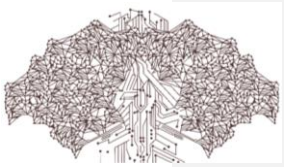
Quando se fala em C.S. Peirce o que vem à mente dos estudiosos é a semiótica, ou lógica, a ciência que se propõe a estudar os signos. De fato, a semiótica "está justo no coração do sistema filosófico de Peirce" (Santaella, 1992, p. 23), mas não se pode esquecer que essa disciplina é apenas um dos pilares de sua catedral filosófica. A própria doutrina dos signos, assim como toda a sua obra, é fundamentada nas descobertas de outra disciplina - a fenomenologia.

Em um dos primeiros ensaios de C.S. Peirce, publicado em 1868, chamado "sobre uma nova lista de categorias", foi postulado[3] a existência de apenas três elementos fundamentais, que viriam a ser, no futuro, a primeiridade, a secundidade e a terceiridade. Por dezoito anos, essa descoberta fora posta de lado, mas "as pesquisas indutivas, que Peirce realizou nas várias áreas das ciências, foram lhe trazendo, ao longo dos anos, confirmações empíricas para as categorias". (SANTAELLA, 1994, p.1 15). Desde o início, portanto, Peirce entendeu a importância de um pensamento livre das amarras das disciplinas tradicionais. Aqui cabe um aviso: a obra de Peirce ainda é fragmentária, suas

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 11: Games e processos de aprendizagem em contextos digitais, realidades aumentadas, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestre e Doutorando em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (PUC-SP). Bolsista da CAPES. E-mail: nikolai.streisky@gmail.com.

[3] Ver o ensaio original em http://www.peirce.org/writings/p32.html ou em CP 1.545 – 559.



teorias não foram escritas em ordem cronológica. Mas graças às categorias fenomenológicas, sua arquitetura do conhecimento adquire uma concisão impressionante.

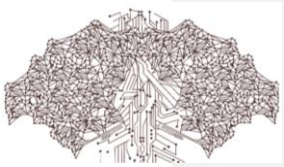
A fenomenologia é a disciplina que estuda e descreve os fenômenos na sua forma mais geral. Peirce considera o fenômeno como "o total coletivo de tudo aquilo que está de alguma forma ou sentido apresentando-se a mente, a propósito daquilo ser correspondente a algo real ou não" (CP 1.284)[4]. Todo e qualquer fenômeno é composto de três categorias irredutíveis e onipresentes: a primeiridade, a secundidade e a terceiridade.

De acordo com Peirce (CP 8.329), "as ideias típicas de primeiridade são as qualidades de sentimento, ou meras aparições, [...] independentemente da forma como elas são percebidas ou lembradas". A primeiridade envolve qualidade, acaso, espontaneidade, originalidade - um instante decisivo, único, sem conexão com o passado ou futuro, ou com qualquer outra coisa além de si mesmo. Ela é a categoria da potencialidade infinita, não corporificada, e por isso extremamente fugidia e de difícil abordagem.

A secundidade é a categoria fenomenológica do embate, existência, dualidade, ação-reação, matéria, determinação, reação. Ela "está vinculada às relações que mantém dentro do universo da experiência, sendo estas relações puro fato bruto. Uma experiência privada de objetivo é ação e reação, esforço e resistência". (PEIRCE *apud* PIRES, 2008, p.1 56). Peirce (1975, p.138) usa como exemplo de secundidade uma pedra caindo. "A queda efetiva da pedra diz respeito simplesmente à pedra e à Terra, naquele instante. Tal é o que se denomina *reação.* E tal é a *existência,* modo de ser daquilo que reage com outras coisas". O filósofo (PEIRCE, 1975, p. 140) também considera secundidade qualquer relação diádica que não envolva um terceiro.

A terceiridade é a categoria da mediação entre o primeiro e o segundo (palavras relativas às outras categorias), tempo, conceitos, generalizações e pensamentos. "Através da generalização do fato bruto, ela proporciona a representação das circunstâncias em que

[4] CP indica *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*; o primeiro número corresponde ao volume e o segundo, ao parágrafo.



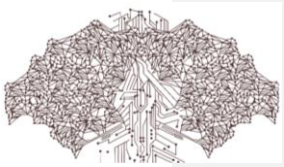
poderão vir a ser. Irá procurar estabelecer as leis gerais que determinarão a conduta autocontrolada para sua efetivação". (PIRES, 2008, p.157). Qualquer conceito, cognição, lei ou hábito é um terceiro. Esse texto, as regras gramaticais e o alfabeto são alguns exemplos da terceiridade em funcionamento. É justamente nessa categoria fenomenológica que o pensamento peirceano se diferencia das demais correntes semióticas e semiológicas. Na verdade, essa é a *grande diferença* entre Peirce e as diversas correntes filosóficas de caráter dual.

> Para mim, que durante quarenta anos examinei a questão de todos os pontos de vista que pude descobrir, a insuficiência da secundidade para abranger tudo que vai por nosso espírito é tão evidente que quase não sei como principiar para persuadir disso qualquer pessoa que ainda não esteja convencida [...]. Se tomarmos qualquer relação triádica ordinária, nela sempre divisaremos um elemento *mental* (PEIRCE, 1975, p.140).

Tanto a classificação dos signos quanto a classificação das ciências obedecem as regras de organização das categorias fenomenológicas. A chave do entendimento de todas as teorias peirceanas – não só a semiótica - são as categorias fenomenológicas. Outro aspecto marcante da teoria peirceana é que "quanto mais abstrata é a ciência, mais ela é capaz de fornecer princípios para as menos abstratas" (SANTAELLA, 1994, p. 112). Assim, a fenomenologia fornece as bases para as ciências normativas – estética, ética e lógica, ou semiótica[5]. O mesmo vale para os diversos tipos e classes de signo. Assim, um tipo de signo mais abstrato oferecerá as bases para a compreensão de um menos abstrato, por exemplo, como os signos de primeiridade, que são mais abstratos que os de secundidade e assim por diante.

A semiótica, ou lógica, é a teoria pela qual C.S. Peirce ficou mais conhecido. Um signo (ou representamen) é aquilo que "representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino *interpretante* do primeiro signo"

[5] A semiótica é dividia em três ramos: 1- Gramática especulativa; 2 – Lógica crítica; 3 – Metodêutica. Por enquanto, trabalhar-se-á apenas com o primeiro ramo da semiótica, justamente o mais conhecido, que diz respeito às classificações dos signos.



(PEIRCE, 2003, p.46). O representamen é determinado por algo diverso de si, denominado seu objeto. Lucia Santaella usa uma bela metáfora para afirmar que o signo é "a matéria-prima de que o pensamento e o raciocínio são feitos". (SANTAELLA, 2004, p.189). Peirce (2003) afirma que existem nove tipos de signos, divididos de acordo com as categorias fenomenológicas, em três tricotomias: o signo em relação à ele mesmo [primeiridade]; em relação ao objeto dinâmico [secundidade]; e em relação ao interpretante final [terceiridade]. Com esse suporte, pretende-se mapear os signos da narrativa de *God of War II*, assim como verificar a adequação das teorias sobre a tragédia grega aplicadas ao jogo.

	Primeiridade	**Secundidade**	**Terceiridade**
	Signo	*Objeto*	*Interpretante*
Primeiridade	Qualissigno	Ícone	Rema
Secundidade	Sinsigno	Índice	Dicente
Terceiridade	Legissigno	Símbolo	Argumento

Se ele for uma qualidade, será um qualissigno, isto é, "funciona como signo por intermédio de uma primeiridade da qualidade, qualidade como tal, possibilidade abstraída de qualquer relação empírica espaço-temporal da qualidade com qualquer outra coisa". (SANTAELLA, 2000, p.99). Nessa tricotomia, o qualissigno é um signo de primeiridade. Apesar dele só atuar como signo quando é corporificado em algum existente, "essa corporificação nada tem a ver com seu caráter de como signo". (PEIRCE, 2003, p.52).

Se ele for um existente, será um sinsigno. Segundo Santaella (2000, p. 100), o prefixo *sin* sugere "a ideia de um único, singular, aqui e agora. Peirce também se refere ao sinsigno como um objeto da experiência direta. Assim, qualquer coisa que compele nossa atenção é, na sua insistência, um segundo em relação à atenção compelida". Por seu caráter existencial, um sinsigno é um signo de secundidade, que envolve um ou vários

qualissignos, “mas estes qualissignos são de um tipo particular e só constituem um signo quando realmente se corporificam”. (PEIRCE, 2003, p. 52).

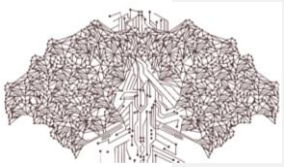
O legissigno é um signo de lei, hábito, generalização e tempo. “Todo o signo convencional é um legissigno (porém a recíproca não é verdadeira). [...] Todo o legissigno significa através de um caso de sua aplicação, que pode ser denominado *réplica*”. (PEIRCE, 2003, p. 52). A réplica é um sinsigno especial, que corporifica a lei num caso particular. É o legissigno que dá significado a ocorrências singulares que se conformam numa regra ou lei geral. Portanto, o legissigno requer sinsignos para seu devido funcionamento. Por seu caráter geral, um legisigno é um signo de terceiridade.

A segunda tricotomia se refere ao signo em relação ao seu objeto dinâmico, podendo ser um ícone, índice ou símbolo. Um ícone é um signo se “ele se assemelhar ao seu objeto e se a qualidade ou caráter, no qual essa semelhança está fundada, pertencer ao próprio signo, quer seu objeto exista ou não”. (SANTAELLA, 2000, p. 110). O ícone é um tipo de signo de primeiridade.

O índice é um tipo de signo de existência real, que aponta, *indica* algo para alguma coisa. Segundo Lucia Santaella (2000, p.123) se houver uma “ligação de fato, dinâmica, por mais rudimentar que seja, aí haverá traço de indexicalidade. Esse traço significa que é a conexão física entre signo e objeto que dá capacidade para o índice agir como signo, independente de ser interpretado ou não”. O índice é um signo de secundidade pura, pois faz parte da tricotomia do objeto dinâmico e ocupa a posição de secundidade no interior dessa tricotomia.

O símbolo é um signo convencional, que gera um interpretante de acordo com padrões gerais pré-estabelecidos. Dessa forma, o símbolo é

> apenas uma mediação, um meio geral para o desenvolvimento de um interpretante. Ele constitui um signo pelo fato de que será usado e interpretado como tal. É no interpretante que reside sua razão de ser signo. Seu caráter está na sua generalidade e sua função é crescer nos interpretantes que gerará (SANTAELLA, 2000, p.132).



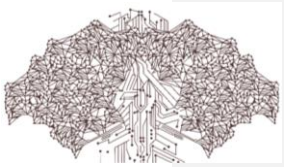
A última tricotomia corresponde ao signo em relação ao interpretante final. O rema "é um signo que é interpretado por seu interpretante final como representando alguma qualidade que poderia estar corporificado em algum objeto possivelmente existente". (SANTAELLA, 2000, p. 144). Em outras palavras, o efeito gerado, isto é, o rema, será de um tipo possível, não necessariamente corporificado, que poderia representar alguma classe de objeto.

O dicente é um signo que representa, para o interpretante, uma existência real. Assim, ele é um signo que deverá "ser interpretado pelo seu interpretante final como propondo e veiculando alguma informação sobre um existente, em contraposição ao ícone, por exemplo, do qual só se pode derivar informação". (PEIRCE *apud* SANTAELLA, 2000, p. 146).

Por fim, o argumento é tipo de signo que deverá gerar um efeito como uma "lei, regra reguladora, ou princípio guia. [...] Isto é, a lei segundo a qual 'a passagem de todo o conjunto das premissas para as conclusões tende a ser verdadeira' (2.203)". (SANTAELLA, 2000, p.147). Assim, o argumento deverá gerar um efeito que, para seu interpretante, se conforma a um princípio guia.

A tragédia grega

Prometeu:
Mas, que digo? Não sei antecipadamente
todo o futuro? Dor nenhuma, ou desventura
cairá sobre mim sem que eu tenha previsto.
Temos de suportar com o coração impávido
a sorte que nos é imposta e admitir
a impossibilidade de fazermos frente
à força irresistível da fatalidade
(ÉSQUILO, 1998, p.20-21).



A tragédia grega foi um fenômeno de curta duração na península Ática: surgiu no fim do século VI e, pouco mais de cem anos depois, desapareceu. "O veio trágico tinha se esgotado e, quando no século IV, na Poética, procura estabelecer-lhe a teoria, Aristóteles não mais compreende o homem trágico que, por assim dizer, se tornara estranho para ele" (VERNANT e VIDAL-NAQUET, 1999, p.7).

Na introdução da peça *Heracles,* escrita por Eurípides, Wilamowitz (*apud* LESKY, 2001, p.36) formula a seguinte definição histórica da tragédia Ática: "peça completa da lenda heroica, trabalhada literalmente em estilo elevado, para a representação por meio de um coro ático de cidadãos e dois ou três atores, e destinada a ser representada no santuário de Dionísio, como parte do serviço religioso público".

A tragédia grega é uma obra de arte, sem dúvida, mas o papel que ela desempenhava na organização urbana era muito mais amplo. Deve-se percebê-la como uma "instituição social que, pela fundação dos concursos trágicos, a cidade coloca ao lado de seus órgãos políticos e judiciários" (VERNANT e VIDAL-NAQUET, 1999, p.10). Os concursos trágicos consistiam num período de festividades cívico-religiosas, em que os poetas apresentavam suas obras de arte em público. Aos cidadãos, cabia escolher quem era o melhor poeta daquele ano.

> Gênero literário original, possuidor de regras e características próprias, a tragédia instaura, no sistema das festas públicas da cidade, um novo tipo de espetáculo; além disso, como forma de expressão específica, traduz aspectos da experiência humana até então desapercebidos; marca uma etapa na formação do homem interior, do homem como sujeito responsável. Gênero trágico, representação trágica, homem trágico: sob esses três aspectos, o fenômeno aparece com caracteres irredutíveis (VERNANT e VIDAL-NAQUET, 1999, p.10).

Dessa forma, percebe-se que a tragédia não pode ser interpretada apenas como um gênero literário, ou um evento de ordem cívica e religiosa. Trata-se então de um signo mais complexo, pois abrange tanto os aspectos culturais e espirituais ditos anteriormente,

como também é uma nova forma de perceber, compreender e viver o mundo, como afirma Bruno Snell (2001, p.104-105):

> Ter-se-á então de entender a realidade como algo que só possa ser representado no drama? A tragédia ocupou-se, muito menos do que a poesia primitiva, com os acontecimentos representados, fossem eles verdadeiros ou falsos, ao passo que se ocupou a fundo com os homens que aparecem agora sob um aspecto totalmente diferente.

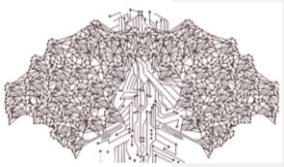
O conflito entre forças opostas – igualmente válidas e justificáveis sob o ponto de vista de cada uma - é um dos aspectos centrais da tragédia. "Aqui já se fixa o aspecto da ambiguidade que nos parece caracterizar o gênero trágico". (VERNANT e VIDAL-NAQUET,1999, p.12). Não se trata apenas da ambiguidade no conteúdo da tragédia, mas também da língua, do humano, do mundo e dos deuses. De acordo com Bruno Snell (2001, p.103-104):

> Se em relação à tragédia alguém pergunta: o que se representa aqui é verdade?-, não se poderá responder: não. – Então é pura mentira? – Não: também não! – O critério da verdade e da mentira, que se podia usar para a [poesia] épica, perde toda serventia. Revela-se aqui uma nova relação com a realidade.

Na tragédia, um equilíbrio efêmero pode se formar, quando uma das forças em ação suplanta a outra. Entretanto, esse estado logo se desfaz, e um novo conflito se desdobra. Ora a supremacia de uma força, ora de outra, sem alcançar um fim definitivo. Nessa medida, a tragédia está intimamente ligada ao devir[6] de Heráclito, pois

> O Devir único e eterno, a inconsistência total de todo o real, que somente age e flui incessantemente, sem alguma vez ser, é, como

[6] Notem que tanto o devir grego, quanto a semiótica e a fenomenologia de Peirce – e até mesmo a noção de mídias fractais de McLuhan e Manovich – partilham de uma mesma ontologia da realidade.



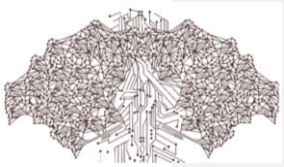
> Heráclito ensina, uma ideia terrível e atordoadora. [...] O vulgo, é verdade, julga reconhecer algo de rígido, acabado, constante; na realidade, em cada instante, a luz e a sombra, o doce e o amargo estão juntos e ligados um ao outro como dois lutadores, dos quais, ora a um, ora a outro cabe a supremacia. [...] Todo o devir nas ce do conflito dos contrários; as qualidades definidas que nos parecem duradouras só exprimem a superioridade momentânea de um dos lutadores, mas não põe termo à guerra: a luta persiste pela eternidade fora (NIETZSCHE, 1995, p.42).

E justamente nesse precário equilíbrio de forças é que a tragédia grega, e a concepção trágica do mundo, puderam florescer como Jean-Pierre Vernant e Pierre Vidal-Naquet (1999, p.20) sintetizam:

Mas o que a mensagem trágica comunica, quando compreendida, é precisamente que, nas palavras trocadas pelos humanos, existem zonas de opacidade e de incomunicabilidade. No próprio momento em que vê os protagonistas aderirem exclusivamente a um sentido e, nessa cegueira, dilacerarem-se ou perderem-se, o espectador deve compreender que realmente há dois ou mais sentidos possíveis. A linguagem se torna transparente para ele, e a mensagem trágica comunicável somente na medida em que se descobre a ambiguidade das palavras, dos valores, do homem, na medida em que reconhece o universo como conflitual e em que, abandonando as certezas antigas, abrindo-se a uma visão problemática do mundo [...] ele próprio se torna consciência trágica.

Apolo e Dionísio: a dicotomia trágica segundo Friedrich Nietzsche

Percebe-se que o signo trágico possuí um forte aspecto de secundidade, repleto de oposições, conflitos, forças antagônicas. Esse dualismo ambíguo da tragédia leva-nos diretamente a um importante conceito formulado por Friedrich Nietzsche (2007), o das categorias estéticas do apolíneo e dionisíaco. E por que elas são importantes? Por dois



motivos principais: "o continuo desenvolvimento da arte está ligado à duplicidade do *apolíneo* e do *dionisíaco* [...]; tanto a obra de arte dionisíaca quanto a apolínea geraram a tragédia ática" (NIETZSCHE, 2007, p.24).

Para Nietzsche, o aspecto apolíneo se caracteriza pela luminosidade, retidão, serenidade no agir, clareza no pensar, moderação e tranquilidade. "Apolo [...] exige dos seus a medida e, para poder observá-la, o autoconhecimento. E assim corre, ao lado da necessidade estética da beleza, a exigência do 'Conhece-te a ti mesmo' e 'Nada em demasia'[7]" (NIETZSCHE, 2007, p.37). Já o aspecto dionisíaco é o extremo oposto. Dionísio é o deus das trevas, dos excessos de prazer, mas também de dor, é a natureza selvagem e extática, sem limites ou pudores. Essa é a "essência do *dionisíaco*, que é trazido a nós [...] pela analogia da *embriaguez*". (NIETZSCHE, 2007, p.27).

O antagonismo dual Apolíneo – Dionisíaco pertence à categoria fenomenológica da secundidade. O embate entre as duas forças gera, ora um aspecto predominante, ora outro. Mas é necessário lembrar que se está tratando de categorias estéticas complexas, e se fosse possível medir a quantidade de "apolíneos" ou "dionisíacos" numa determinada obra de arte, a menor diferença na gradação entre cada uma dessas forças geraria uma obra de arte com características únicas. Infinitas possibilidades, combinações inesperadas, transformações, uma tendência ao futuro incerto. Em outras palavras, o resultado do embate entre Apolo e Dionísio é a terceiridade do fenômeno trágico.

Nietzsche não foi o único que percebeu a importância das categorias estéticas do apolíneo e dionisíaco para desvendar não só a tragédia grega, mas como a própria sociedade Ática, também Albin Lesky (2001, p.35) chega a uma conclusão semelhante: "Tanto a aspiração à mais elevada iluminação do espírito quanto o consumir-se no fogo das paixões radicam profundamente no caráter grego". Essa tensão entre Apolo – Dionísio é fundamental "para toda a criação artística dos gregos e para o mistério da arte helênica, [pois] está profundamente arraigada na história da formação do povo grego, na heterogeneidade dos elementos que nele se encontram reunidos". (LESKY, 2001, p.35).

[7] Conforme a nota 40, do O n*ascimento da tragédia* (p.146): "Inscrições do templo de Apolo, em Delfos".

Portanto, a afirmação de Nietzsche como sendo o primeiro filósofo trágico não é vazia: toda a sua filosofia está baseada nas ideias de conflito e devir. "Tudo o que sucede, todo movimento, todo devir, considerados como fixação de graus e de forças, — como uma luta..." (NIETZSCHE, 1995, p.64). E na tragédia, a maior contradição de todas é a dualidade Vontade X Destino, que pode ser expressa muito bem na filosofia de Nietzsche através da ideia de *Vontade de Potência.*

O que se está representando no palco é um acontecimento de épocas primordiais, como nos poemas de Homero? Ou alegorias para ensinar boas histórias à juventude, como desejava Ésquilo[8]? Houve um rompimento da tragédia com os mitos arcaicos, sem dúvida, e com isso se criou uma nova forma de relação com esses mitos, que não foram completamente negados. Dessacralizados, sim, mas ainda presentes nas penas dos poetas trágicos e nos ensinamentos dos filósofos, nem que seja como metáfora. De acordo com Pierre Grimal (*apud* BRANDÃO, 2007a, p. 14) o mito se transformou numa reserva do pensamento ocidental "e acabou por viver uma vida própria, a meio caminho entre a razão e a fé... Até os filósofos, quando o raciocínio atingiu o seu limite, recorreram a ele como a um modo de conhecimento capaz de comunicar o incognoscível".

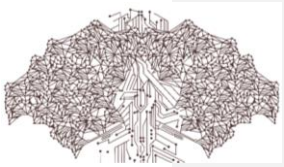
Com o suporte das teorias sobre o trágico e a semiótica de Peirce, pretende-se analisar os signos presentes no jogo de videogame *God of War II*, e também de que forma esses signos se relacionam com as teorias sobre a tragédia grega. A seguir, será feita uma análise semiótica, utilizando os 9 tipos de signo.

God of War II: A violência titânica, o Ciclo, o *Fatum* e o Pai

Corifeu: os poderes de Zeus, então, cedem aos delas?

Prometeu: Nem ele mesmo pode fugir ao Destino.

[8] Ésquilo (*apud* BRANDÃO, 2007b, p.27): "Se para crianças o educador modelo é o professor, para os jovens o são os poetas. Temos o dever imperioso de dizer somente coisas honestas".



Corifeu: O destino de Zeus não é ser sempre o rei?

Prometeu: Não me interrogues quanto a isto; não insistas.

Corifeu: Então encobres este segredo divino?

(ÉSQUILO, 1998, p.37-38).

Em *God of War I* Kratos segue por um caminho apolíneo, de ascese em direção ao Olimpo, onde finalmente se torna o deus da guerra. Mesmo assim, os deuses disseram ser impossível apagar as memórias dos atos hediondos de Kratos, e isso passa a consumi-lo cada vez mais.

A dor cede lugar à raiva e ao ressentimento, e assim como seu meio-irmão Ares, passa a atacar as cidades gregas. Atena avisa que ele está provocando a ira do Olimpo com suas ações bélicas. Kratos ignora os avisos de sua deusa guardiã – além de ser sua meia irmã - e parte para acabar com as próprias mãos uma de suas muitas campanhas militares.

Entretanto, sua empreitada não fora bem sucedida. Ludibriado por Zeus, o espartano perde seus poderes divinos. Mesmo em seus últimos momentos, Kratos não se curva a Zeus, "os deuses são patéticos e insignificantes, e o seu reinado é fraco". Vendo que seu filho não aceitaria sua autoridade, Zeus o mata com a Lâmina do Olimpo, a arma que acabou com a Grande Guerra entre os deuses e titãs, a chamada titanomaquia.

Sendo mandado ao Hades, Kratos está prestes a padecer no reino dos mortos, quando a titânida Gaia intervém. E assim começa a jornada de Kratos em *God of War II*, ressuscitado através das forças titânicas, ele tentará mudar o Destino (as Moiras) e derrotar Zeus.

Zeus, Poseidon e Hades são as três grandes divindades do panteão grego e participam do combate em *God of War II*. Cada um é senhor absoluto em seus domínios - Zeus nos céus, Poseidon no mar e Hades no mundo subterrâneo. É bem conhecida a imagem de Poseidon e seu tridente, governando os mares do mundo. Segundo Brandão (2007a, p. 137), Poseidon é uma divindade amadurecida pelas "lutas que travou, e sempre as perdeu, com seus irmãos imortais e com o próprio Zeus. O deus do mar, na *Ilíada*, tem

como característica fundamental a prudência. [...] Apesar de prudente e submisso a Zeus, é incrivelmente rancoroso com os mortais".

Hades é o deus do submundo grego, para onde todas as almas dos mortais, exceto algumas raras exceções, passam a eternidade. Não é de se espantar que "Hades era tão temido, que não o nomeavam por medo de lhe excitar a cólera. Normalmente é invocado por meio de eufemismos, sendo o mais comum *Plutão*, 'o rico'" (BRANDÃO, 2007a, p.311). Durante a titanomaquia, o deus do reino dos mortos ganhou um elmo dos Gigantes, que lhe conferia invisibilidade. Assim como Zeus ganhara os raios, e Poseidon o tridente.

Logo no começo de *God of War II*, Zeus faz uma referência clara ao ciclo dos Urânidas, do qual tanto ele quanto Kratos fazem parte. "Você nunca reinará no Olimpo. O ciclo acaba aqui", diz o Pai dos deuses nos últimos momentos de Kratos, e logo após crava sua poderosa espada no ventre do filho. Zeus pensa que ganhou, pois as *Moîras* haviam lhe garantido a vitória, e o fim do ciclo de parricídio, a terrível maldição lançada por Urano aos seus descendentes. "Impessoal e inflexível, a *Moîra* é a projeção de uma *lei* que nem mesmo os deuses podem transgredir, sem colocar em perigo a ordem universal" (BRANDÃO, 2007a, p.230). São três as *Moîras*, cada uma com uma função específica. Lakhesis, que em sentido lato quer dizer *sorteadora*. "A tarefa de Lakhésis é enrolar o fio da vida e sortear o nome de quem deve morrer" (ibid., 2007a, p.231). Átropos é a que não volta atrás, pois sua função é cortar o fio da vida (ibid., 2007). Por fim, Cloto é a fiadeira, "a que segura o fuso e vai puxando o fio da vida" (ibid., 2007a, p.231).

Se as *Moîras* são a projeção de uma *lei universal*, maior que os homens e os deuses, pode-se dizer que elas são réplicas dessa lei, desse legissigno – o *fatum* a que todos os existentes estão condenados a se submeter. Poder-se-ia pensar que elas próprias são o argumento (legissigno simbólico argumentativo), mas o próprio jogo e a mitologia não condizem com essa leitura. Elas são as agentes desse argumento, réplicas de um legissigno, então são sinsignos indiciais dicentes. A *lei universal*, como já foi dito, é a Vontade de Potência.

Desta maneira, lei universal, a qual até os deuses são incapazes de fazer frente, já fora determinada na castração de Urano, como se tem frisado bastante. Então, a tentativa

de parar Kratos não só fora em vão, como acabou por impulsioná-lo a cumprir o seu destino. As *Moîras*, quando derrotadas, deixaram de ser as réplicas da vontade de potência. *Kratos se torna a réplica desse legissigno, que se impõe como a única e verdadeira lei*, pois a lei e o tempo de Zeus já não operam mais. Todos os agentes dessa tragédia representam seu papel, *mesmo quando pensam estar na direção oposta*. Vernant e Vidal-Naquet (1999, p.28) afirmam que:

> O herói confronta-se com uma necessidade superior que se impõe a ele, que o dirige, mas, por um movimento próprio de seu caráter, ele se apropria dessa necessidade, tornando-a sua a ponto de querer, até desejar apaixonadamente aquilo que, num outro sentido, é constrangido a fazer. Com isso se reintroduz, no seio da decisão "necessária", essa margem de livre escolha sem a qual parece que a responsabilidade de seus atos não pode ser imputada ao sujeito.

É na complexa relação entre destino e vontade que em *God of War* se realizará o efeito trágico. Tomando como base o que Vernant e Vidal-Naquet disseram acima, conclui-se que Kratos não teria assassinado sua família se ele não tivesse sucumbido a *hýbris antes* de seu pacto com Ares. A violência bélica e o orgulho fazem parte do caráter de Kratos, e Ares explorou isso, mesmo sem saber ao certo as consequências de seus atos.

O estratagema de Zeus, por outro lado, foi muito apropriado, pois envolvia vitória, orgulho, violência – também a *hýbris*, mas num aspecto de prepotência, e não só mera violência física. Quando Kratos grita ao Olimpo que não precisa da ajuda dos deuses, ele próprio padece após o ato, pois seus poderes haviam sido drenados por Zeus. Os mesmos qualissignos que fizeram Kratos quase enlouquecer (a loucura seria um rema desses qualissignos da culpa), geram outro rema em *God of War II* – a raiva pelos deuses olímpicos e suas leis. Mas o próprio Kratos não percebe que ele próprio também realiza o mesmo papel ancestral dos caçulas urânidas: matar o pai. Logo, ele susbtitui Zeus, e as *Moîras*, como réplica da Vontade de Potência.

Não por acaso, Kratos é um signo icônico do mortal insolente, o herege que nunca se dobra aos deuses. Seria a luta de Kratos contra o Destino secundidade? Sim, e mesmo

considerando que Kratos não estivesse de fato realizando o Destino dos Urânidas, isso ainda seria um fenômeno de secundidade, mais especificamente, um sinsigno do tipo comum. Enquanto que no primeiro caso seria um sinsigno (indicial dicente) do tipo especial, ou seja, uma réplica de um legisigno.

Peirce (CP 3.337) faz uma leitura semelhante a respeito das categorias fenomenológicas:

> Por terceiro, quero dizer o meio ou conexão entre o primeiro e o último absolutos. O início é o primeiro, o segundo, final, o terceiro, o meio. O fim é o segundo, o terceiro são os meios [para se obter esse fim]. O fio da vida é um terceiro; o destino que corta-o, o seu segundo. [...]Continuidade representa Terceiridade quase à perfeição. Moderação [...] é uma espécie de Terceiridade. O grau positivo de um adjetivo é um primeiro, superlativos são segundos, comparativos são terceiros. [...] A ação é segundo, mas a conduta é terceiro. Lei como força ativa é segundo, mas a ordem e a legislação é um terceiro.

E se talvez Kratos estiver fadado a matar seu pai? Talvez as circunstâncias o levarão a cometer o parricídio – o *último*, considerando que Kratos é o filho mais novo de Zeus, e ele próprio não tem mais filhos. As *Moîras* não perceberam que agora havia outra força, uma réplica do legissigno Vontade de Potência, um sinsigno distinto do exercido pelas fiandeiras. Kratos pode ser entendido como uma nova era: a dos seres humanos, que não mais estão submetidos aos deuses. Entretanto, continua submetido ao *fatum*, à vontade de potência, assim como os próprios deuses:

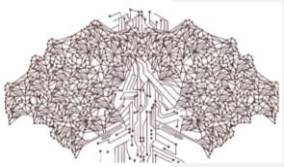
> Também os deuses eram submetidos à necessidade [do *fatum*, do destino]: este é um credo da mais rara sabedoria. Ver sua existência, tal como ela é inelutavelmente, em um espelho transfigurador e proteger-se contra a medusa – essa foi a genial estratégia da "Vontade" helênica para poder viver (NIETZSCHE, 2010, p.16).

Neste aspecto, o encontro de Kratos e Prometeu é emblemático, pois o titã cativo *sabe* o que o *fatum* reserva a Zeus e a todos os outros (ÉSQUILO, 1998). Mas saber o resultado do destino, especialmente, de seu *próprio* destino é avassalador. "Prometeu: [...] Mas, que digo? Não sei antecipadamente / todo o futuro? Dor nenhuma, ou desventura / cairá sobre mim sem que eu tenha previsto". (ÉSQUILO, 2008, p.20-21).

É vastamente conhecida a lenda de Prometeu, o titã que roubou o fogo divino e entregou aos humanos. Como pena pelo sacrilégio de entregar um dom divino aos mortais, Prometeu tinha o fígado devorado por uma águia todos os dias, a noite ele se regenerava, e o suplício duraria para sempre. Entretanto, esse fogo divino pode ser entendido de uma maneira mais ampla, como Ésquilo (1998, p. 21) escreveu na sua tragédia *Prometeu Acorrentado*:

Prometeu: Em certa ocasião apanhei e guardei
Na cavidade de uma árvore a semente
do fogo roubado por mim para entregar
à estirpe humana, a fim de servir-lhe de mestre
das artes numerosas, dos meios capazes
de fazê-la chegar a elevados fins.
Agora, acorrentado sob céu aberto,
Pago a penalidade pela afronta a Zeus!

Prometeu *sabia* o resultado de suas maquinações contra o pai dos deuses. Como um herói trágico, ele aceita seu *fado* de *salvador da humanidade*, nem que para isso tenha que sofrer um suplício terrível, que só acabará com sua própria morte. O titã condenado *também sabe* da maldição dos urânidas, e que na sua frente está o filho de Zeus, *"mais forte que o pai"*, exatamente como previsto na tragédia *Prometeu Acorrentado.* O mundo ainda gira em torno da castração de Uranos e a maldição de sua linhagem – e as *Erínias* só estarão calmas quando *todos* tiverem pago seu quinhão de dor e sofrimento. O próprio Kratos, instrumento da vontade de potência, não está imune ao sofrimento. Todas as suas



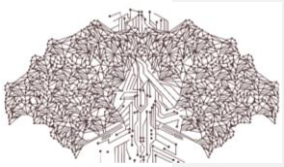
ações, da *hýbris* militar, do pacto com Ares, do assassinato de sua família, o levaram ao seu fado: matar o seu pai.

Lembrando o que foi dito acerca dos Urânidas: Urano é primeiridade, pois é a pura liberdade, continuamente se renovando, o jorro da criação, o início; Crono está ligado à secundidade pelo seu papel de "cortador", a força bruta que encerra a criação desordenada do Pai; Zeus é a terceiridade, que através de artifícios intelectuais, planeja seus atos, pondera o futuro, determina hábitos de conduta (como a proibição dos deuses se enfrentarem em *God of War I*).

Em *God of War I*, Kratos trilhava um caminho apolíneo, em busca do esquecimento e paz de espírito. Recebendo graças do Olimpo, como poderes e armas, ascendeu ao *status* de deus da guerra, ao matar Ares. Segundo Friedrich Nietzsche (2010, p. 16) "aquele luminoso mundo olímpico só veio a dominar porque o tenebroso poder da *Moîra*, que destina Aquiles a morrer cedo e Édipo a um pavoroso matrimônio, deveria ser ocultado pelas figuras brilhantes de Zeus, Apolo, Hermes, etc". As figuras luminosas dos olímpicos são o signo simbólico da *Díke* grega, a Justiça, em oposição a *hýbris*. É justamente para superar a *hýbris* que Kratos ascende ao Olimpo.

Em *God of War II*, ocorre o inverso, a queda do alto, simbolicamente a queda que a todo o momento ronda a vida de Kratos, a queda do suicídio impedido pelos deuses, o assassinato de sua família – a queda é o símbolo de sua derrota. Mas desta vez, nas entranhas do Tártaro, em frente ao poderoso Atlas, Kratos ascende não mais como uma potência olímpica, mas sim titânica. De certa forma, ligada a *hýbris*, mas de natureza diferente, pois aqui já se entra no domínio do dionisíaco. "A inteira *desmedida* da natureza se revelava ao mesmo tempo em prazer, em sofrimento e em conhecimento" (NIETZSCHE, 2010, p.23). A dor em conhecer a verdade e o mundo é muito característica dos trágicos, como já foi dito anteriormente.

Alçado à potência titânica, ao dionisíaco, Kratos tenta derrubar o castelo de ordem erguido por Zeus. Assim, culpado e inocente pelas atrocidades que cometera?; alçado ao *status* de deus e de potência titânica?; agente independente ou réplica da maldição dos Urânidas? Apolíneo e Dionisíaco, Kratos, assim como a tragédia, veste essas duas máscaras *simultaneamente*.



Referências bibliográficas

BRANDÃO, Junito de Souza. **Mitologia Grega, vol. I.** 19 ed. Petrópolis: Vozes, 2007a.

_____. **Mitologia Grega, vol. II.** 16 ed. Petrópolis: Vozes, 2007b.

ÉSQUILO. Prometeu Acorrentado. In: ÉSQUILO, SÓFOCLES, EURÍPIDES. **A Tragédia Grega, vol. 6.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

LESKY, Albin. **A tragédia grega**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

NIETZSCHE, Friedrich. **A filosofia na idade trágica dos gregos.** Lisboa: Edições 70, 1995.

_____. **A visão dionisíaca do mundo,** e outros textos da juventude**.** São Paulo: Martins Fontes, 2010.

_____. **O nascimento da tragédia:** ou helenismo e pessimismo**.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PEIRCE, C.S. **Semiótica.** São Paulo: Perspectiva, 1977.

_____. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

_____. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Electronic Edition reproducing Vols. I-VI [Ed. Hartshorne, C. et Weiss, P., Cambridge: Harvard University, 1931-1935], Vols. VII-VIII [Ed. Burks, A. W., Cambridge: Harvard University, 1958]. Charlottesville, Intelex Corporation, 1994.

PIRES, J. de B. Vida e obra de Charles Sanders Peirce e as bases para o estudo da linguagem fotográfica. **Revista Discursos Fotográficos**, Londrina, v.4, n.4, p.145-160, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **A assinatura das coisas:** Peirce e a literatura. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

_____. **A teoria Geral dos Signos**. São Paulo: Pioneira, 2000.

_____. **Estética:** de Platão a Peirce. 2.ed. São Paulo: Experimento, 1994.

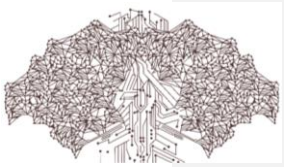
_____. **O método anticartesiano de C. S. Peirce.** São Paulo: Editora UNESP, 2004.

SNELL, Bruno. **A Cultura Grega e as Origens do Pensamento Europeu.** São Paulo: Perspectiva, 2001.

VERNANT, Jean Pierre. **Mito e pensamento entre os gregos.** 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

VERNANT, Jean Pierre; VIDAL-NAQUET, Pierre. **Mito e tragédia na Grécia antiga I e II.** São Paulo: Perspectiva, 1999.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



O UNIVERSO CONECTIVO DO TWITTER: ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO DA NOTÍCIA EM 140 CARACTERES [1]

Liliane Oliveira[2]; Soraya Ferreira[3]

Resumo

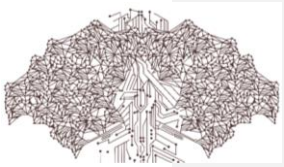
O fenômeno emergente da convergência midiática está modificando a relação já estabelecida entre o público e o jornalismo. Novas formas de se fazer e "consumir" os produtos jornalísticos estão surgindo e diante desse contexto, de intensas mudanças no cenário comunicacional proporcionadas pelo advento da internet e pelo fenômeno da convergência das mídias, pretende-se identificar como se dá o engajamento e participação dos interagentes no jornalismo online do twitter. Buscamos entender essa transição em diferentes frentes jornalísticas. Por meio do monitoramento dos perfis dos Jornalistas livres (@j_livres) e do Jornal O Globo (@JornalOGlobo), e com o aporte teórico necessário, o objetivo é investigar se existe a preocupação em promover o engajamento do público e de que maneira as diferentes frentes de jornalismo, tradicional e independente, realizam esse processo.

Palavras-chave: engajamento; engajamento digital; notícia; twitter.

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade na Mesa Coordenada: LINGUAGENS EXPANDIDAS NO UNIVERSO CONECTIVO, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é Mestranda do PPGCOM-UFJF. Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas (UFJF) e do Grupo de Pesquisa Redes, Ambientes Imersivos e Linguagens (Cnpq). E-mail: lilianeoliveiras19@gmail.com

[3] . Pesquisadora é professora Universidade Federal de Juiz De Fora - UFJF. Pós-Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Tecnologia da Inteligência e Design Digital- TIDD. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação Conexões Expandidas (UFJF). Email: sovferreira@gmail.com



Introdução

O campo da comunicação com um todo vive um importante momento de transição. A cultura digital e a convergência dos meios propiciaram um novo ecossistema midiático conectivo (DI FELICE, 2012), onde o papel do sujeito e sua relação com o meio está se reconfigurando. As fontes de informação estão por todas as partes e ao alcance da mão, o conteúdo transita por diferentes dispositivos e meios, em uma linguagem pluricódiga, os vínculos pré-estabelecidos entre produtores e consumidores de conteúdo estão sendo reestruturados, e novos vínculos estão sendo propostos, por meio de novas técnicas e principalmente novas tecnologias.

Como toda mudança a convergência midiática trouxe consigo, muitas inovações principalmente no que diz respeito aos meios e tecnologias da comunicação. O alcance e os desdobramentos dessa transição que se iniciou em meio ao grande desenvolvimento digital ocorrido na década de 80, porém, ainda não são completamente conhecidos; como indica Henry Jenkins (2009).

> A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final (JENKINS, 2009, p.43).

Esse fenômeno está revolucionando a forma de "consumir" o jornalismo como também de produzir, difundir e armazenar. As transformações tecnológicas propiciaram também a desconstrução do tempo e do espaço na comunicação. O espaço físico se divide com o *ciberespaço*[4] e o *feedback* é instantâneo, devido a interação

[4] Para Lévy (1999) "[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso." (p. 92)

propiciada pela ubiquidade, que segundo Santaella (2013) é configurada pela comunicação móvel "quando a continuidade temporal do vínculo comunicacional é assimilada a uma plurilocalização instantânea" (pag.19).

Outra mudança significativa percebida se dá pelo fato do, até então, chamado "usuário das redes" ou "internauta", que era comparado ao espectador da TV, ter se transformado no "interator" e no "interagente" dependendo de cada atuação na rede. Sendo que o "interator" é caracterizado por Murray (2003) como uma espécie de audiência ativa e participante no processo de produção, divulgação e agenciamento de conteúdo, que em muito se difere do "usuário", pela passividade que lhe era característica. Já o termo "interagente" foi proposto por Primo (2003) com o intuito de substituir os termos "usuário" e "receptor" que, segundo o autor não abrangem a ideia de interação em sua totalidade.

> Enfim, tanto "receptor" e "usuário" são termos infelizes no estudo da interação. A proposta que aqui se defende é abandonar-se esses termos que denotam idéias limitadas sobre o processo interativo. Isto posto, este trabalho preferirá adotar o termo interagente, que emana a idéia de interação, ou seja, a ação (ou relação) que acontece entre os participantes. Interagente, pois, é aquele que age com outro. (PRIMO, 2003, p. 8)

Dessa forma podemos diferenciá-los pela forma de participação, enquanto o interator participa ativamente da produção e agenciamento de conteúdo online, muito percebido na cultura de fãs, o interagente se caracteriza pela participação a estímulos que o ciberespaço oferece, tais como, curtir, comentar, compartilhar, seguir e interagir com determinada página, site, perfil ou blog. Para essa pesquisa adotaremos o termo interagente, já que o mesmo contempla a análise em sua totalidade.

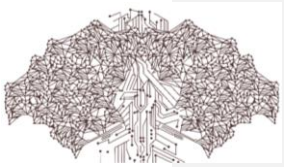
Nesse contexto antigas teorias estão dando lugar às novas, e a "profecia" feita por McLuhan na década de 60 sobre a aldeia global está se cumprindo. Para acompanhar tantas mudanças e esse público em movimento constante entre as diversas mídias, os grandes conglomerados de comunicação estão passando por uma reconfiguração estética e de conteúdo para se adaptar ao novo fazer jornalístico.

Associado a esse processo de adaptação dos grandes veículos de comunicação processo construtivo da convergência, foi possível identificar conteúdos que ao invés de se reconfigurarem para esse cenário digital, já "nasceram" nessa realidade e estão conquistando cada vez mais espaço no cotidiano dos interagentes e interatores, nas redes sociais. Conteúdos, gerados por jornalistas, ou não, e disseminados nos meios digitais de forma participativa e integrada ao seu público. E nesse aspecto houve o surgimento de novas frentes de jornalismo que produzem conteúdo exclusivamente digital, mais conhecidas como: mídias independentes.

Breve contexto das inciativas de Jornalismo Independente no Brasil

No Brasil as principais iniciativas de jornalismo independente e ativismo praticadas com o aporte das redes, embora não sejam tão recentes, ganharam visibilidade durante as manifestações que aconteceram em junho de 2013, quando encontros marcados pelo *facebook* levaram milhares de brasileiros às ruas para protestos que aconteceram em todo o país. Nessa ocasião o ciberespaço foi fundamental para que as manifestações não só virtuais, mas também as reais, acontecessem, além de contribuir diretamente para o surgimento/divulgação das iniciativas de jornalismo independente do país. Esse movimento culminou em uma mudança significativa na forma com que as ações de jornalismo independente brasileiro passaram a configurar as redes sociais e o espaço virtual, como principal meio de veiculação de seus conteúdos.

Esse movimento se configurou motivado, também, pelo grande número de demissões das redações e emissoras, além, da falta de identificação dos profissionais em relação ao posicionamento editorial dos grandes veículos. As pesquisadoras Ramos e Spinelli (2015), destacam que as demissões foram um motivador para que muitos desses



profissionais passassem a integrar inciativas independentes. As autoras apresentam ainda alguns dados referentes a essa realidade.

> No Brasil, em pouco mais de três anos (2012 a junho de 2015), foram contabilizadas pelo menos 1084 demissões de jornalistas em cerca de 50 redações, incluindo as principais empresas de comunicação, a grande maioria por cortes de custos, de acordo com levantamento feito pelo Volt - agência de jornalismo de banco de dados (SPAGNUOLO, 2015). A Editora Abril foi a que mais demitiu: 163 jornalistas em diversas redações. O Grupo Estado e o Grupo Folha ficaram empatados em segundo lugar no ranking das demissões em redações, com pelo menos 65 jornalistas dispensados. Na sequência vêm o Grupo RBS (54), o portal Terra (50) e o jornal Valor Econômico (50). (p. 115)

Diante desse contexto, as autoras destacam ainda que as demissões e a dificuldade financeira podem causar o "declínio do jornalismo tradicional", e que alternativas como a integração de redações e a sobrecarga de profissionais multitarefas pode gerar o "empacotamento das notícias, ou seja o reaproveitamento de conteúdo inicialmente produzido para um meio em outros meios, o que coloca em risco a credibilidade e a qualidade do jornalismo" (2015, p. 115).

A partir do ano de 2013 as inciativas de jornalismo independente do país ficaram muito mais evidentes e passaram a integrar o cotidiano dos brasileiros por meio das redes sociais. Um levantamento recente realizado pela Agência Pública[5], realizada entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016, revelou que o Brasil tem 79[6] organizações

[5] "Pioneira do Brasil, a Agência Pública – fundada em 2011 – aposta num modelo de jornalismo sem fins lucrativos para manter a independência. Nossa missão é produzir reportagens de fôlego pautadas pelo interesse público, sobre as grandes questões do país do ponto de vista da população – visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos. Funcionamos como uma agência: todas as nossas reportagens são livremente reproduzidas por uma rede de mais de 60 veículos, sob a licença creative commons. Entre nossos republicadores estão os maiores portais de notícias do Brasil". (PÚBLICA, Quem somos, online).

[6] Esse total considera apenas as organizações selecionadas pela Agência **Pública que atendem aos critérios de: ter nascido em rede, fruto de projetos coletivos e não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas.** O Mapa do Jornalismo Independente é uma ferramenta viva e participativa, que permite aos leitores incluir novos veículos independentes que não necessariamente atendem aos critérios pré-estabelecidos.

de jornalismo independente ativas, distribuídas em 12 estados e no Distrito Federal. Desse total, "32 têm caráter comercial e 47 são sem fins lucrativos. Dos 57 veículos que possuem alguma forma de financiamento, 35 mencionaram fontes de renda variadas e 22, somente uma. As 22 outras organizações ainda não contam com financiamento".

A pesquisa aponta que a inciativa mais antiga do país é datada do ano de 1996, é o site *Scream and Yell* especializado em jornalismo musical, isso mostra que apesar de se tornarem populares recentemente esse movimento não é novo, o gráfico a seguir ilustra o surgimento de tais iniciativas e confirma que elas aumentaram consideravelmente a partir do ano de 2013.

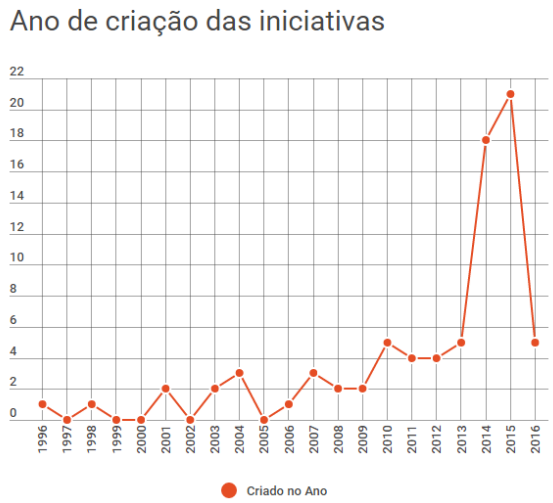


Gráfico 1: Ano de criação das iniciativas. Reprodução da página da Agência Pública disponível em: http://apublica.org/2016/11/o-que-descobrimos-com-o-mapa-do-jornalismo-independente/

Com relação ao meio de divulgação do conteúdo produzido de forma independente, o levantamento demonstra que o ciberespaço é o principal destino desse material. Um total de 59 organizações utilizam sites próprios com principal meio de divulgação, o *facebook* é a principal ferramenta mais utilizada por 13 veículos de jornalismo independente, os demais divulgam em outras plataformas como blogs, *twitter*,

youtube e até newsletters semanais. No gráfico abaixo está a relação completa das plataformas de divulgação.

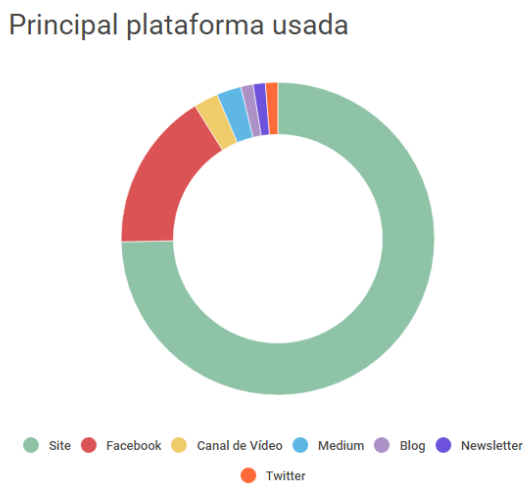


Gráfico 2: Principal plataforma usada. Reprodução da página da Agência Pública disponível em: http://apublica.org/2016/11/o-que-descobrimos-com-o-mapa-do-jornalismo-independente/

Embora a principal forma de divulgação da maioria das organizações independentes sejam os próprios sites, o número de pessoas que utilizam as redes sociais como fonte de informação no Brasil cresceu. O último levantamento do Reuters Institute News Digital 2017 aponta que o Brasil é um dos países onde o consumo de notícia pelas redes sociais mais cresceu entre os 26 países analisados, o estudo revelou que atualmente 72% dos brasileiros acessam notícias pelas redes, apesar da queda provocada pelo intenso compartilhamento de *Fake News* disseminadas nas redes.

Com tantas transformações não foi somente a forma de veiculação das notícias que mudou, mas também a construção e apresentação da notícia no ciberespaço. A notícia também teve que se adaptar e ganhou um novo formato, principalmente quando veiculada nas redes sociais. Sua construção também mudou, se antes a mesma notícia era exposta nos jornais até o dia seguinte, atualmente ela pode ser atualizada com novas

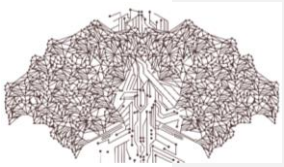
informações e desfechos a qualquer momento nos sites e redes sociais. O interagente participa e interage com a construção da notícia de diversas maneiras: curtindo, comentando, compartilhando, e até contribuindo com informações e imagens de determinado acontecimento.

O processo de ressignificação que a notícia sofre nessa transição entre os meios analógicos e digitais é construído por estratégias midiáticas para cativar esse público diferenciado que surgiu com as novas tecnologias, e no caso das mídias tradicionais, sem deixar de lado o público já conquistado anteriormente à digitalização. Enquanto que, por outro lado, as mídias digitais que já foram criadas nesse novo contexto tecnológico também têm suas estratégias para cativar esse público cada vez mais exigente. Essa interseção entre conteúdos que são construídos exclusivamente para o meio digital, e os conteúdos que se reconfiguram para se adaptar a ele, e as estratégias de engajamento desse público nas redes sociais é o que nos interessa.

A construção da notícia e o engajamento transmídia no ciberespaço

O fluxo da notícia criada especificamente para o ambiente imersivo da internet é outro, e o alcance desse conteúdo é potencializado pelas possibilidades que o meio oferece, e não mais se limita às páginas dos jornais e nem ao tempo cronometrado da TV. A notícia criada pelos veículos tradicionais que se adapta para o ciberespaço também tem alterações de fluxo significativas que dão outra estética para esse conteúdo para que se torne interativo e adquira uma fruição mais líquida, principalmente quando é veiculada pelas redes sociais.

Esse processo de ressignificação da notícia para atender às necessidades dos meios digitais e, das redes sociais, acontece de maneira oposta ao da construção "tradicional" utilizada até então. A notícia ressignificada pelas redes passa a ser (re)construída de forma colaborativa e participativa a partir do momento que é interpretada pelo interagente. O contexto de "cultura participativa" proposto por Henry Jenkins (2009) se torna um ponto focal para entender esse processo, uma vez que destaca



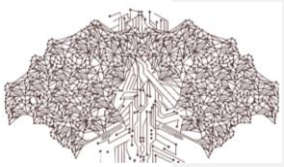
o esfacelamento das barreiras entre o polo de emissão e o polo de recepção de conteúdo como principal característica da "cultura participativa".

> A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (2009, pag.4)

De forma complementar a esse pensamento, Pierre Lèvy (2002) trata de outro conceito fundamental para o entendimento desse processo, o da "inteligência coletiva", que nesse caso, podemos associar com o fato de que cada interagente tem seu papel dentro da rede de forma que pode contribuir e participar na construção de novos saberes. Para tanto, o autor reafirma a valorização dessa competência midiática em tempo real.

> É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. Acrescentemos à nossa definição este complemento indispensável: a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas, e não o culto de comunidade fetichizadas ou hipostasiadas. (2002, pag. 28-29)

Dessa maneira podemos perceber que o ciberespaço proporciona uma experiência mais imersiva e diferenciada das mídias tradicionais, justamente por permitir que o interagente possa curtir uma notícia em sua rede social, expor sua opinião ou até contribuição em um comentário, marcar um amigo a quem essa notícia possa interessar, compartilhar esse conteúdo com seus amigos transportando-o para outro ambiente para que um outro público tenha acesso. A notícia passa a se apropriar do espaço virtual e a partir da fácil circulação de sua mensagem abrange um maior número de pessoas.



Além da nova forma de se construir a notícia no ambiente imersivo das redes, outro ponto fundamental é o novo fluxo comunicacional possibilitado pela narrativa transmidiática criada na internet. A nova fruição da notícia leva o interagente a experimentar diferentes caminhos que vão muito além de um texto correlacionado à temática da notícia. Nesse caso se destacam as produções realizadas por veículos independentes, uma vez que essas esse fazer jornalístico deu à luz ao que Castells (2006) chama de "libertação" da comunicação das amarras criadas pela sociedade, pelo mercado e pelas instituições governamentais.

Atualmente quando se trata das narrativas digitais alguns termos se confundem ou são utilizados muitas vezes como sinônimos erroneamente, é o caso de: multimídia, crossmídia, transmídia. O conceito de multimídia é antigo e é caracterizado pela comunicação multiplataforma onde um conteúco circula, é propagado, por diferentes mídias. De acordo com Negroponte (2002, p. 74) "pensar em multimídia implica se ter noção do movimento fluido de um meio para o outro, dizendo a mesma coisa de maneiras diversas, invocando um ou outro dos sentidos humanos". A narrativa multimídia é realizada em várias mídias não é necessariamente convergente.

Com registros desde a década de 90 o termo *cross-media*, ou "mídia cruzada", traduzindo do inglês, era muito utilizado na publicidade e no *marketing* expressa "possibilidade de uma mesma campanha, empresa ou produto utilizar simultaneamente diferentes tipos de mídia: impressa, TV, rádio e Internet" (LUSVARGHI, 2007, p. 2). Na crossmedia há uma difusão de conteúdo em diversos meios, esse conteúdo não necessariamente deve ser o mesmo, na maioria das vezes o conteúdo divulgado entre as mídias é complementar e se adapta às especificidades de cada meio e ao objetivo da campanha ou reportagem a que se destina com pequenas diferenciações sem perder sua essência inicial.

No caso das narrativas transmídia a princípio eram mais abordadas no ambiente do entretenimento e da cibercultura (Jenkins, 2009), porém em seguida o conceito se expandiu e passou a ser utilizado também nas análises do jornalismo digital como podemos perceber em Souza e Mielniczuk (2009), Pernisa (2010), Souza (2011), Diniz (2011), Renó e Flores (2012), Scolari (2013), Alzamora e Tárcia (2012) e Martins

(2012). Fica evidente a atenção dispensada na tentativa de compreender as adaptações que o jornalismo passou e ainda está passando para se adequar às características do meio digital, principalmente após o advento da convergência midiática. Dessa forma a mesma narrativa transmídia englobaria muitas histórias, muitas mídias e circularia em diversos meios. Moloney (2014) sintetiza a diferença entre cada termo: "Multimídia = uma história, muitas formas, um canal. Crossmídia = uma história, muitos canais. Transmídia = um mundo da história, muitas histórias, muitas formas, muitos canais " (p.1)[7] (Tradução Nossa)

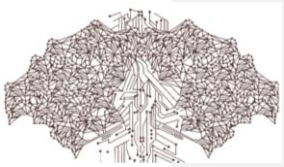
Com todas essas transformações na construção do jornalismo e da notícia uma das preocupações presentes é a questão da audiência no ambiente digital. Por ser um espaço cheio de possibilidades e caminhos, fica cada vez mais difícil "merecer" o tempo e atenção dos interagentes. Nesse ponto as estratégias transmídia associadas à notícia contribuem para manter o engajamento e fidelização do seu público na rede.

O termo engajamento até então estava muito ligado à relação de consumidores com suas marcas preferidas, porém, a partir do momento em que conteúdos são gerados para o ciberespaço e alocados em páginas podemos associá-las às marcas que passam a levar em consideração a opinião e interesse de seu público.

Segundo o Relatório de Engajamento Digital do Consumidor o termo engajamento digital poderia ser definido como interações que visam o fortalecimento das relações emocionais, psicológicas e físicas entre os consumidores e a marca, o produto ou a empresa. Para o instituto de pesquisas americano Forrester Research existem diferentes níveis de engajamento digital (HAVEN; VITTAL, 2008) que podem ser estabelecidos com os interagentes, sendo eles: o envolvimento, a interação, a intimidade e a influência.

Recuero (2013) afirma ainda que o engajamento "é uma decorrência do envolvimento das pessoas entre si e com a marca como *persona*. É a construção de laços

[7] Original: "Multimedia = One story, many forms, one channel. Crossmedia = One story, many channels. Transmedia = One storyworld, many stories, many forms, many channels." (MOLONEY,2014,p.1)



mais fortes, de capital social naquele espaço e naquela rede", nesse caso a relevância maior está na qualidade das interações e nos laços criados a partir delas. Os autores Jenkins, Green e Ford (2014) sugerem o termo "engajamento transmídia" ao qual atribuem às estratégias transmídia como principal forma de promover o engajamento do público no atual contexto de convergência de mídias.

> O desafio é reconhecer as novas energias que motivam as estratégias transmídia à medida que as indústrias de mídia passam de um modelo baseado em hora marcada para um modelo baseado em engajamento, mas adequado para um cenário de mídia propagável, sem recusar as lições que podem ser aprendidas e os modelos de décadas atrás que ainda podem ser úteis. (2014, p. 173)

A partir desse contexto de "engajamento transmídia" podemos perceber que a construção da notícia no ciberespaço e realizada por meio dos recursos transmidáticos que a rede permite e esse processo está intrinsecamente relacionado com a relação que será estabelecida com os interagentes, ou seja, funcionam como estratégias de engajamento desse público. Para compreender como esse processo se dá na prática, sob as perspectivas do jornalismo tradicional e independente, vamos analisar as semelhanças e diferenças de apresentação da notícia e das estratégias de engajamento aplicadas pelos perfis do jornal O Globo, e dos Jornalistas Livres, na rede social *twitter*.

Estratégias de engajamento dos perfis @JornalOGlobo e @j_livres no *Twitter*

Para observar na prática as estratégias de engajamento utilizadas por duas frentes de jornalismo distintas no universo do *twitter*, por meio de pesquisa exploratória, foram selecionados dois perfis para compor uma breve análise empírica dessa pesquisa, o perfil do *Jornal O Globo* como representante da grande mídia tradicional e o perfil do grupo *Jornalistas Livres* representado a mídia independente.

O perfil do Jornal O Globo no *twitter*, ou simplesmente @JornalOGlobo, está ativo desde julho do ano de 2009 e possui atualmente 4,83 mi de seguidores na rede. Em

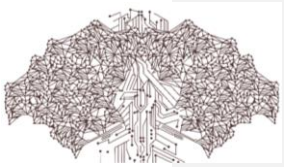
contrapartida o perfil a rede de coletivos dos Jornalistas Livres, ou @j_livres, têm 152 mil, sendo que tem conta ativa no *twitter* desde março de 2015.

Os perfis foram monitorados durante pelo período de 18 a 25 de setembro de 2016, o período foi selecionado aleatoriamente. Nesse processo foi utilizada a plataforma de monitoramento e análise de mídias sociais Opsocial, que nos permite filtrar todo o conteúdo relacionado aos termos de monitoramento atribuídos a cada perfil na rede social *twitter*. Para essa análise, vamos relacionar às estratégias tramídiáticas realizadas pelas páginas aos resultados encontrados pelo monitoramento, dessa maneira será possível observar como cada página conduz esse relacionamento com os interagentes.

Durante o monitoramento foi possível perceber que há uma grande diferença na relação com o público estabelecida pelas duas páginas, e que a notícia é apresentada de formas, também, muito distintas. O primeiro fator a ser levado em consideração foi o alcance das páginas dentro da rede, pois a partir do alcance podemos dimensionar, em números, a abrangência dos conteúdos gerados pelos dois perfis. Nesse quesito, podemos observar também o envolvimento entre a página e os interagentes, segundo o instituto Forrester Research esse é o primeiro nível do engajamento digital.

A começar pelo número de postagens realizadas por cada perfil no período, o @JornalOGlobo postou 336 vezes, enquanto o @j_livres ofertou conteúdo aos seguidores 63 vezes. Porém, surpreendentemente o segundo perfil demonstrou um maior envolvimento dos interagentes na página, uma vez que foi mais mencionado na rede social do que o perfil do @JornalOGlobo. Nesse caso, o número de menções está diretamente relacionado à quantidade de vezes que a página foi citada na rede, seja em comentários, *retweets* ou marcações.

Mesmo com um número de postagens muito maior a página do Jornal O Globo foi menos citada por seus seguidores, o que revela também que o primeiro e o segundo nível do engajamento digital que são o envolvimento e a interação não foram tão efetivos, comparado ao perfil dos Jornalista Livres. A página dos Jornalistas Livres com menos seguidores e postagens conseguiu um alcance em menções maior, o que mostra que seu público é mais ativo na rede e interage com o conteúdo da página mesmo que seja reduzido. A tabela a seguir demonstra o alcance das páginas no período.



@JornalOGlobo	
Alcance da página	4,83 mi
Número de posts	336
Número de menções	1322

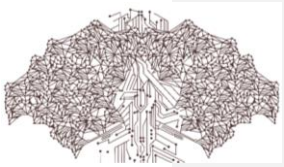
@j_livres	
Alcance da página	152 mil
Número de posts	63
Número de menções	2584

Tabela 2: Alcance do @j_livres no *Twitter*

Tabela 1: Alcance @JornalOGlobo no *Twitter*

Com relação aos recursos transmídias utilizados pelas páginas o resultado também foi muito diferente, e talvez esse resultado possa justificar a diferença do alcance entre os dois perfis. Por meio do monitoramento foi possível perceber que o perfil do Jornal O Globo funciona como um repositório do site oficial do site do jornal, há uma remediação de conteúdo, e consequentemente todas as notícias - sem exceção - veiculadas no *twitter* levam o interagente para o site do Jornal O Globo (http://oglobo.globo.com/). Um detalhe importante é que o site que tem o acesso limitado para não assinantes, o que limita consideravelmente a experiência imersiva do interagente que acessa o perfil, e consequentemente prejudica a página na questão do engajamento.

Esse comportamento está associado a ideia de audiência que acaba sendo fundamental para o interesse comercial mercadológico dos grandes conglomerados de comunicação. Além do direcionamento unilateral do conteúdo, outro aspecto que ainda é limitado no perfil, é a fraca utilização de recursos multimídia nas postagens, basicamente

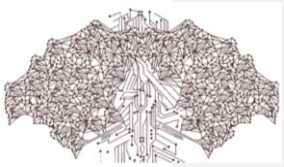


o Globo utiliza somente texto, limitado aos 140 caracteres da plataforma, e foto com link que direciona para a matéria no site. Das 336 postagens somente em duas postagens foi utilizado um recurso diferente, o GIF animado, as duas eram referentes à temática entretenimento e retratavam o assunto da separação entre Brad Pitt e Angelina Jolie.

Em contrapartida, a página dos Jornalistas Livres constrói a notícia no *twitter* de maneira mais completa, utilizando diferentes recursos midiáticos, e não demonstra a mesma preocupação em manter o interagente "preso" em seu site, uma vez que seus posts direcionam para o site próprio, para outros sites, para outras redes sociais, além de *retweetarem* conteúdos de outros perfis e conteúdos enviados por colaboradores. Essa liberdade proporcionada ao visitante do perfil se dá justamente pelo fato de não haver compromisso mercadológico envolvido.

Foi possível observar também que o perfil não tem um "padrão" para seus posts e utiliza diversos recursos multimídia em suas postagens, durante o monitoramento foram utilizados, fotos, vídeos, memes e charges. O fato de o perfil disponibilizar diversas recursos para contextualizar a notícia demonstra que aquele conteúdo foi produzido exclusivamente para aquele ambiente e utiliza toda a potencialidade dele para estimular a interatividade, o que e faz com que o engajamento dos interagentes seja maior, como demonstra o número de menções já citado.

Comparando os resultados podemos perceber que ao utilizar os recursos transmídia que o *twitter* oferece os Jornalistas Livres conseguem ter um engajamento maior, mesmo tendo menos seguidores e postagens foi mais citado/lembrado pelos seus interagentes no período, e isso só foi possível devido ao envolvimento e interação que a página proporciona a eles que mesmo estando livres no universo do *twitter* volta a página para manter esse contato, o que caracteriza o terceiro nível de engajamento digital segundo o instituto *Forrester Research*, a intimidade, que está diretamente ligada ao sentimento que mantêm pela página. Desse modo, o modelo padronizado e limitador encontrado no perfil do Jornal O Globo acaba desestimulando seu interagente, que já prevê o que vai encontrar na página.



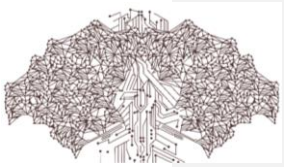
Considerações finais

No cenário de constantes mudanças proporcionado pela convergência midiática a pesquisa procurou identificar as estratégias utilizadas pelas páginas do Jornal O Globo e dos Jornalistas Livres no *twitter* para manter/gerar o engajamento de seus interagentes, e como eram aplicadas em diferentes frentes de jornalismo (tradicional e independente). Diante do resultado exposto podemos perceber que há diferenças significativas na construção/apresentação da notícia entre os dois perfis analisados.

A principal estratégia utilizada por ambas as páginas é a forma com que apresentam a notícia ao interagente. Embora tenham os mesmos 140 caracteres e os mesmos recursos a sua disposição, os dois perfis se diferenciam bastante quando se utilizam deles. De um modo geral, ficou claro que número de seguidores e de postagens não quer dizer muita coisa quando o assunto é o engajamento digital.

Foi possível observar que o perfil do Jornal O Globo, mesmo tendo esses números maiores, não alcançou o mesmo número de menções que o perfil dos Jornalistas Livres, o que significa que a forma padronizada com que o @JornalOGlobo apresenta o conteúdo, embora tenha sido pensada para "prender" o interagente não é eficaz para gerar interação no *twitter*. Em contrapartida, a estratégia usada pelo @j_livres de oferecer o conteúdo de maneira ampla e utilizando todos os recursos transmidiáticos que a plataforma oferece, consegue esse retorno dos interagentes e por isso um engajamento mais eficaz.

Tais observações mostram que o perfil do jornal O Globo está inserido no ambiente digital, porém ainda carrega características muito marcantes dos meios analógicos, o fato de padronizar seus *tweets* e fazer da página um repositório de notícias do site oficial carrega muito do pensamento mercadológico da grande mídia e acaba repetindo o mesmo conteúdo em diferentes mídias e prejudicando o engajamento digital. Enquanto o perfil dos Jornalistas Livres demonstrou confiança em deixar o público livre para circular por diferentes ambientes no ciberespaço, embora que ainda não esteja gerando conteúdo com intensidade.



A intensidade de postagens também pode ser um fator que prejudicou o engajamento digital da página do jornal O Globo, já que com tantos conteúdos o interagente talvez não tenha o tempo necessário para acompanhar e interagir com tantas postagens. Nenhuma das duas páginas analisadas utilizou de alcançou o engajamento transmídia na divulgação de notícias, embora a página dos Jornalistas Livres tenha utilizado de forma mais efetiva os recursos transmídia que a plataforma do *twitter* oferece.

Outra observação importante é que fluxo da notícia não foi limitado aos 140 caracteres da rede, porém sofreu outras limitações inerentes ao veículo em si, como foi o caso do perfil do Jornal o Globo. Mas de uma maneira geral as duas inciativas de jornalismo no *twitter* estão em período de transição e adaptação, nesses casos não existem delimitações bem definidas ou permanentes.

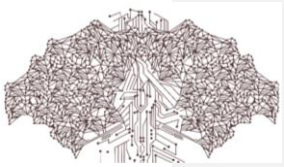
REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane C.; TÁRCIA, Lorena. **A narrativa jornalística transmidiática**: considerações sobre o prefixo trans. In: LONGHI, Raquel; D'ANDRÉA, Carlos (org.). Jornalismo Convergente – reflexões, apropriações, experiências. Florianópolis: Insular, 2012

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (orgs). **A sociedade em rede:** do conhecimento à ação política. Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2006.

CSCAPE; ECONSULTANCY. **4º Relatório de Engajamento do Consumidor**. 2010, Tradução: Foreplay. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/mbamktdigital/4-relatrio-anual-de-engajamento-digital-do-consumidor>. Acesso em 27/12/16.

DI FELICE, Massimo. Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social. **Revista USP**, São Paulo, n. 92, p. 6-19, 2011-2012.



DINIZ, Talita R. **(In) conclusões sobre a narrativa transmídia no jornalismo:** sobre o que pode ser e o que se deseja. In: Intercom, Maceió, 2011. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0833-1.pdf>. Acesso em: agosto de 2017.

HAVEN, Brian; VITTAL, Suresh. **Measuring engagement.** Segundo documento da série Measuring Customer Engagement, ForresterResearch, 2008. Disponível em: <https://www.forrester.com/report/Measuring+Engagement/-/E-RES44421>. Acesso em: 25/12/2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph,

2009. 428 p

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão:** criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora ALEPH, 2014, 408 p.

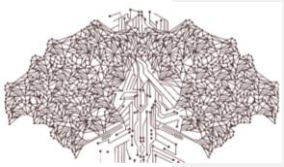
LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Inteligência coletiva.** Para uma antropologia do ciberespaço. 5ª edição ed. Loyola [S.l.] p. 212. 2002.

MARTINS, Elaide. Telejornalismo na era digital: aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel. **Brazilian Journalism Research**, SBPJor, v. 8, n. 2, 2012, p. 97-117. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/434>. Acesso em outubro de 2017.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem** (Understanding Media).12ª ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

MEMÓRIA GLOBO. **A História do jornal O GLOBO desde a sua fundação.** Disponível em: <http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-eacute-lanccedilado-9196292>. Acesso em: 06 de novembro de 2016.



MOLONEY, Kevin.2014. **Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name?** In: Transmedia Journalism. Disponível em: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/>. Acesso em outubro de 2017.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck:** o futuro da narrativa no ciberespaço; tradução Elissa Khoury Dather, Marcelo Fernandez Cuzziol. – São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. 231 p.

NEWMAN, Nic, Reuters Institute. **Overview and Key Findings of the 2016 Report.** Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016/overview-key-findings-2016/#sharetab-0>. Acesso em: 10 de novembro de 2016.

PERNISA JR, Carlos. Jornalismo Transmidiático ou Multimídia? In: **Revista Interin**: v.10, n.02, 1 – 10, 2010. Disponível em: <http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/35/28>. Acesso em agosto de 2017

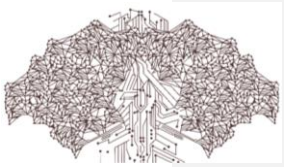
PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? Da interface potencial à escrita coletiva. **Fronteiras**: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003. Disponível em: <http://interacao2008.pbworks.com/f/quao_interativo_hipertexto.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2017.

PÚBLICA. **O mapa do jornalismo independente**. Disponível em: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em: 03 de outubro de 2016.

PÚBLICA. **Quem somos**. Disponível em: http://apublica.org/quem-somos/. Acesso em: 03 de outubro de 2016.

PÚBLICA. **O que descobrimos com o mapa do jornalismo independente.** Disponível em: <http://apublica.org/2016/11/o-que-descobrimos-com-o-mapa-do-jornalismo-independente/>. Acesso em: 30 de novembro de 2016.

RAMOS, Daniela O; SPINELLI, Egle. Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina. **Revista Extraprensa** – USP – 2015. Disponível em:



<http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/104463/107438>. Acesso em 20/11/2016.

RECUERO, Raquel. **Engajamento x Audiência no Facebook:** uma breve discussão. Pelotas: 2013. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/03/engajamento-x-audiencia-no-facebook.html>. Acesso em 22/11/2016.

RENÓ, Denis P. FLORES, Jesús. **Periodismo Transmedia** - Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madri: Fragua, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua:** repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Ed. Paulus, 2013.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais:** a cognição conectiva do *Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010. 137 p.

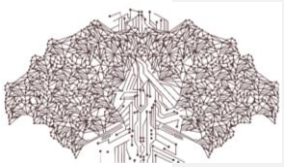
SCOLARI, Carlos A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. Disponível em: < http://migre.me/qY4sc>. Acesso em setembro de 2017.

SOUZA, Maurício D. MIELNICZUK, Luciana. **Aspectos da narrativa transmidiática no jornalismo da revista Época.** In. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO,São Paulo. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/jordi/wp-content/uploads/2016/05/Aspectos-da-narrativa-transmidi%C3%A1tica-no-jornalismo-da-revista-%C3%89poca.pdf>. 2009. Acesso em setembro de 2017.

TWITTER. **Perfil @JornalOGlobo**. Disponível em:

<https://twitter.com/jornaloglobo?lang=pt.> Acesso em 06 de novembro de 2016.

TWITTER. **Perfil @j_livres.** Disponível em: <https://twitter.com/j_livres?lang=pt> Acesso em: 06 de novembro de 2016.



O USO DE ALGORITMOS NA MÍDIA PROGRAMÁTICA[1]

João Gabriel Danezi Morisso[2]

Introdução

A propaganda e a veiculação de mídia em ambiente digital estão em constante evolução e cada vez mais o ecossistema de empresas que atuam neste segmento aumenta na mesma velocidade. Na web 1.0, cada website era responsável por comercializar e publicar seus próprios anúncios em *banners* digitais. Este movimento se dava em função de uma transposição da lógica dos modelos de publicidade atrelados à mídia impressa ou tradicional. Ou seja, acreditava-se que expor a marca num formato que se assemelha-se a um "*outdoor* digital" seria suficiente e eficaz. No entanto, este modelo acabava resultando em navegações poluídas de imagens e *banners* que nem sempre eram de interesse do visitante que utilizava aquele *website*.

Dos anos 90 para os anos 2000, a transformação se acentua com o desenvolvimento da tecnologia e dos processos interativos, especialmente os potencializados pelas redes sociais. Esse desenvolvimento gera novas ferramentas e novas mídias, fato que dá início à pulverização da verba publicitária. A web – e seus resultados sobre os processos produtivos e criativos –, se configurou talvez como a principal transformação da atualidade. Na publicidade ela vai chegar entre o fim dos anos 1990 e o começo dos anos 2000, ainda sofrendo todas suas limitações (CARVALHO et al, 2015, p. 8).

Com a evolução tecnológica dos mecanismos de troca de informação entre *websites* e empresas é possível hoje trabalhar com *targets* (alvos) específicos de audiência para que anunciantes entreguem suas mensagens direcionadas não apenas pelas clássicas divisões demográficas, mas também utilizando-se do comportamento do usuário e informações em tempo real, como a temperatura da cidade onde o usuário está e qual hora do dia ele está navegando pela internet. Este formato mais recente utilizado para definição dos elementos que serão exibidos ao consumidor é chamada de mídia

programática. Além de permitir a utilização de diferentes e novos critérios na hora de estabelecer qual anúncio é mais relevante, esse tipo de ferramenta também permite a exibição dos materiais

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temátivo 02: Big data, ciência de dados, dados abertos, algoritmos; do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Acadêmico do curso em Gestão da Comunicação digital- Lato Sensu do Digicorp (ECA-USP). E-mail: joao.morisso@gmail.com.br

em uma quantidade maior de sites e agiliza o processo, facilitando o trabalho de publicitários e profissionais de mídia.

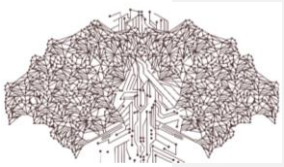
> Adicionalmente uma revolução na mídia está afetando a indústria: compra programática é a nova onda no planejamento de mídia. A propaganda online é gerenciada automaticamente: alguns softwares/plataformas navegam no inventário de espaços publicitários online e otimizam o planejamento e a efetividade e o investimento. O inventário disponível e leiloado dependendo dos espaços ainda não comercializados (TESTORI, 2014, p. 11).[3]

Apesar dos benefícios, este sistema não surge isento de problemas e questões passíveis de análise. Em função da automatização dos processos, alguns anúncios acabam sendo exibidos em sites ou redes que apresentam conteúdos que não estão de acordo com a empresa que está anunciando ou ainda, representam grupos extremistas, de pirataria ou
material pornográfico. Este aspecto da automatização da publicidade é o que pretendemos discutir neste artigo. Para isso, inicialmente, explicamos do que se trata e como funciona a mídia programática. Em seguida, destrinchamos um pouco mais alguns aspectos relacionados à automatização dos processos e ao uso de algoritmos. Por último, trazemos exemplos de casos recentes enfrentados por empresas e sites que acabaram demandando a atenção e até mesmo a ação de profissionais com relação a eles. Assim, esperamos contribuir para este debate buscando um olhar mais atento às ações e soluções propostas pelo mercado.

Mídia programática

É no cruzamento de dados sobre o usuário para a definição de quais anúncios serão exibidos e onde eles serão apresentados é que encontramos a primeira base pela

[3] Trecho original "An additional revolution in media is affecting the industry: programmatic buying is a new wave in media planning. Web advertising space is managed automatically; some software/platforms surf the inventory of web adv spaces to optimize the media planning/effectiveness and investment. The available inventory may be auctioned depending on available (or not yet sold) space." Tradução do autor.



qual funcionam os anúncios segmentados via mídia programática. De uma forma geral, é possível definir mídia programática como a compra e venda de espaços publicitários online de maneira automatizada e dentro disso, existem diversas maneiras de efetuar essa compra e venda.

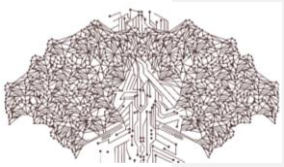
Segundo Rosa (2016), o termo se opõe ao que conhecíamos tradicionalmente no mercado publicitário como venda direta, onde o departamento de mídia da agência era responsável pela definição de todas as etapas da venda, envolvendo o que era escolhido pelo anunciante, a divisão do investimento, os formatos, onde eles seriam inseridos e como apareceriam para o usuário, além da mensuração dos resultados posteriores.

> As plataformas e as empresas de análises são os novos agentes do mercado publicitário que serão explorados no próximo tópico deste capítulo, mas que previamente podem ser divididos em três níveis principais: os que atuam assessorando anunciantes, o que atuam junto aos veículos e os que atuam como centralizadores do processo, funcionando para ambos os lados (ROSA, 2016, p. 34).

Esse processo é possível graças a uma interligação de plataformas e de encadeamento de fluxos de informação com algoritmos de analises e classificação complexos que são executadas em frações de milésimos de Segundo. Junto a base tecnológica há também uma série de predefinições que são estabelecidas por anunciantes e veículos, as quais servem de parâmetro para as interações entre as plataformas que fazem parte da programática. Cada plataforma torna-se um agente no mercado de compra e venda de espaços publicitários. que podem ser separados por sua função: os que atuam assessorando anunciantes, o que atuam junto aos veículos e os que atuam mediando o processo de transação, funcionando para ambos os lados.

Os agentes que atuam junto aos anunciantes (*Demand Side*) os auxiliam a definir os *targets* que derivam das estratégias do planejamento para que a compra de mídia seja o mais adequada possível. Levando em consideração tanto os dados psico-demográficos dos usuários quanto as taxas de conversão necessárias para obter bons resultados nas suas campanhas. Além disso, esses agentes também atuam na definição do anunciante sobre o quanto ele está disposto a investir em cada impressão dos anúncios da sua campanha.

Os agentes que atuam junto aos veículos (*Supply Side*) são responsáveis por munir e capacitar no quesito de informação sobre quem os acessa, enriquecendo a análise de quem está



sendo sua audiência qual os valores mínimos que esse veículo está disposto a receber para cada impressão de mídia que ele tiver disponível em seu inventário.

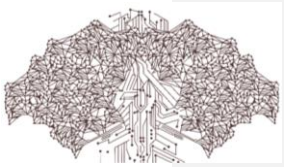
Por fim, os agentes que atuam como mediadores (*Ad exchange*) do processo de transação operam como uma plataforma na qual os anunciantes de um lado delimitam para quem, por quanto tempo e por qual investimento máximo está disponível para sua campanha e do outro lado os veículos definem quais espaços e por quais investimentos mínimos eles podem ser comprados do inventário disponível.

O processo então se repete para cada posição de mídia que deve ser preenchida em cada página visualizada na internet – dentro, claro, dos veículos que optam por estar inseridos nos inventários de mídia programática. Segundo Rosa (2016), alguns dos formatos mais utilizados pela mídia programática são: impressões de mídia online em formatos *display*, as mídias em redes sociais, os links patrocinados, os vídeos *pre-roll* e formatos *mobile*. "Segundo dados do eMarketer (2016c), inclusive, mais de dois terços do total das mídias display já é comercializado através de plataformas programáticas" (p. 41). Existem diversas modalidades desse processo como reserva de espaços, lances pré-pagos e espaços *premium*. Por definição o IAB coloca "uso de sistemas automatizados e processos de compra e venda de inventário em negociações por meio de leilões em tempo real" (IAB Brasil, 2016, p. 1) sem levar em consideração outras situações possíveis.

Portanto, mesmo com uma amplitude de modalidades de compra e venda que existem na mídia programática, vamos abordar o RTB (*Real-Time-Bidding*), leilão em tempo real de espaços disponíveis no *ad server* do SSP (*Supply Side Platform* - lado vendedor) que acontece no *Ad Exchange* baseado em informações detalhadas sobre as audiências.

A operação do RTB se faz mais clara quando utilizamos um exemplo: dois usuários visitam o mesmo site, porém um deles é um senhor aposentado que tem um histórico de visitas e comportamento relacionado a turismo internacional e cruzeiros, já o segundo usuário é uma jovem que foi identificada como praticante ou simpatizante de assuntos como *kickboxing* e pilates. Neste cenário, o RTB promete que o leilão em tempo real do espaço publicitário disponível neste website seja diferente para cada usuário e

cada um deles possa ser exposto a um anúncio que esteja mais relacionado com seus interesses pessoais. As informações de cada um dos visitantes são imputadas no servidor de *Ad Exchange* junto aos critérios do espaço disponível no SSP para que os lances sejam direcionados e o lance vencedor no DSP (*Demand Side Platform* - lado comprador) entregue o anúncio correto para o *Ad Server* do SSP, que por sua vez publica anúncios diferentes para cada visitante.

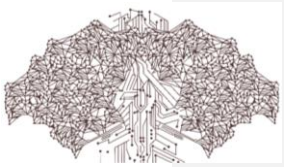


De acordo com a IAB (*Interactive Advertising Bureau*), o caminho entre o usuário carregar uma página que tenha em seu código um *request* de um anúncio para uma *Ad network* ou *Ad Exchange* e o anúncio aparecer na página já carregada deve ser de até 10 milissegundos. Nesse sistema quase que instantâneo, dados são a base que solidifica as decisões que são tomadas por máquinas e dispositivos munidos de regras e critérios para que as operações aconteçam.

> O marketing digital e a publicidade programática, sendo novos meios de comunicação são grandes forças que estão trabalhando no conflito e consequentemente utilizando indiretamente informações que são de cunho privado. Mesmo que essas informações ou rastros que são deixados pelos usuários não sejam compartilhados, organizações, através dos portadores desses sados podem ter vantagem para suas campanhas e anúncios. Google e Facebook, por exemplo são empresas portadoras dessa rede de banco de dados. A partir da solicitação das organizações, em forma de leilão (a empresa que pagar mais tem seu anúncio com mais intensidade direcionado para o consumidor), os anúncios são encaminhados para os usuários a partir do perfil de cliente que as mesmas organizações traçaram e a partir dos rastros e informações que são pesquisadas pelos usuários, esses clientes são selecionados e as campanhas e anúncios encaminhados para que cheguem aos consumidores (ZANETTI, 2017, p. 62).

Vale lembrar que todos estes processos apenas são possíveis devido a quantidade de dados disponíveis que usuários deixam registrados durante sua navegação e espalhados pela internet que também chamamos de Big Data.

> Todos sabemos que a internet mudou a maneira como os negócios operam, governos funcionam e pessoas vivem. Mas uma nova e menos visível tendência tecnológica é tão transformadora quanto "Big data". Big data inicia
>
> com o fato de que há muito mais informação flutuando nos dias de hoje do que antes, e está sendo posta em novos e extraordinários usos. Big data e internet são coisas distintas, no entanto a internet faz com que a coleta e compartilhamento de dados seja muito mais fácil. Big data é mais do que só comunicação: a ideia de que podemos aprender de um corpo maior de informações coisas que não seriam possíveis de compreender quando utilizava-se uma quantidade



> menor de informações (MAYER-SCHÖNBERGER; CUKIER, 2013, s/p).[4]

Algoritmos e regras automatizadas

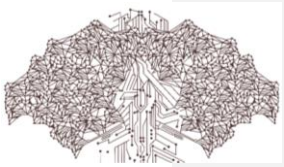
As regras e critérios a partir dos quais opera o sistema de mídia programática são definidos a partir de algoritmos. Sendo assim, cabe-nos aqui explicar um pouco mais sobre este conceito e seu funcionamento. A definição clássica indica que um algoritmo pode ser definido como um conjunto de regras finitas organizadas com o objetivo de resolver um problema específico ou executar alguma tarefa. No caso da tecnologia digital, dos computadores e da internet, os algoritmos são executados por máquinas, pois este conjunto de regras que os define foi escrito utilizando alguma linguagem de programação (CORMEN, 2014).

Além de serem escritos a partir de linguagens de programação, os algoritmos mais evoluídos também estão baseados no que chamamos de *machine learning*. Silveira (2017) explica que, no caso de um *software*, o programador é responsável por descrever no código todas as operações que serão executadas pelo algoritmo, mas no *machine learning*, as funções que serão executadas são definidas pelo próprio algoritmo. Nesse caso, como explica a autora, os algoritmos "têm capacidade de aprendizado à medida que

novos *inputs* vão sendo colocados no sistema. Assim, conforme os gostos e interações vão mudando, o algoritmo vai aprendendo e se adaptando para sempre exibir os conteúdos que considera mais adequado para o usuário" (p. 174).

Dentre os algoritmos presentes nas interações entre as plataformas de mídia programática estão os de classificação utilizados para catalogar que Cardoso (2012), explica o funcionamento

[4] Escrito por Mayer-Schönberger e Cukier para a revista Foreign Affairs. Trecho original "Everyone knows that the Internet has changed how businesses operate, governments function, and people live. But a new, less visible technological trend is just as transformative: “big data.” Big data starts with the fact that there is a lot more information floating around these days than ever before, and it is being put to extraordinary new uses. Big data is distinct from the Internet, although the Web makes it much easier to collect and share data. Big data is about more than just communication: the idea is that we can learn from a large body of information things that we could not comprehend when we used only smaller amounts." (acessado em 16 setembro 2017) Tradução do autor.



destes algoritmos de classificação, ou seja, aqueles que, por exemplo, tem a capacidade de construir perfis de audiência baseado em dados coletados.

> O objetivo dos algoritmos de classificação é prever o valor de uma determinada variável (dado o alvo ou objetivo). Se a variável-alvo for categórica, é um problema de classificação e, se for numérica, é um problema de regressão. Para cada registo no conjunto de dados, é determinado o valor da classe atributo. Assim, é construído o modelo baseado num conjunto de treino, sendo usado para prever novos dados. Estes algoritmos são construídos com um processo de duas fases. A primeira fase é a construção do modelo, em que, para cada amostra (ou registo, ou objeto, ou instância, ou exemplo), se assume que tem um valor para o atributo-alvo. O conjunto de amostras usado para a construção do modelo designa-se de conjunto de treino (CARDOSO, 2012, p. 5-6).

De forma menos técnica, o conjunto de treino é considerado um modelo de categoria que é aplicado em novos dados e por semelhança recebe o valor atribuído (classe atributo) tornando possível assim a classificação de novos dados com base nos modelos determinados pelos conjuntos modelo.

Os dados passiveis de classificação de audiência em grupos determinados pelos conjuntos modelo variam de: informações comportamentais do usuário; seu histórico de navegação, informações geográficas e de localização, demográficas; como sexo idade, rendimento, informações temporais; hora do dia, clima e temperatura, informações tecnográficas; como dispositivo, tamanho, sistema operacional.

Outros dados possíveis para modelar as regras dos anunciantes são: datas de inicio e fim das exibições, número máximo de impressões, dias da semana e horários, intervalos de tempo, geolocalização e clima, além de atrelar palavras-chave aos espaços e aos

anúncios para uma simples verificação de *tags* também possa desencadear o encontro entre demanda e disponibilidade.

Uma vez que os agrupamentos são feitos em construídos os conjuntos de treino que servem de modelo para categorização de novos dados, as regras e critérios estão delineadas para

que os algoritmos sejam executados em modo não supervisionado, ou seja, automatizados sem intervenção humana.

Em uma reflexão o agente automatizado perfeito supostamente eliminaria grande parte burocracia na compra e venda, parecia improvável que as empresas fossem criar agentes que prejudicassem tão seriamente a base de seus negócios. Era mais provável, observou Lanier, que os agentes tivessem dupla lealdade - seriam agentes subornáveis: "Não seria fácil dizer para quem eles trabalhariam." (PARISER, 2012, p. 27).

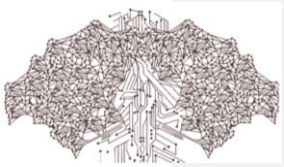
Problemas da automatização

Automatização é um processo que como o próprio nome diz, acontece sem intervenção humana e portanto é passível de erros, comportamentos inadequados, padrões discordantes, aberrações, contaminantes, anomalias e uma série de defeitos na operação como um todo. Dentre os erros possíveis este artigo limita-se a discutir apenas os que relacionam-se com os exemplos do objeto de estudo.

Observando o fluxo entre as plataformas agentes da mídia programática os *Ad Servers* de ambos os lados (DSP e SSP) conversam com o *Ad Exchange* e com as *Ad Networks* de maneira automatizada a partir de comandos, regras e códigos definidos com pouca transparência, os estrategistas digitais e responsáveis por marketing e propaganda online normalmente não possuem uma visão clara de como aquele anúncio foi parar naquele local. Existem análises de *tags* e *blacklists* nos servidores de *Ad Performance* para evitar problemas e fraudes, mas estas nem sempre são efetivas. A automatização traz consigo muitos benefícios, como anúncios direcionados por audiência, inventário multiplataforma entre dispositivos, visibilidade em tempo real, segmentação um-a-um, custo por performance apenas para listar as principais.

Apesar dos benefícios a leitura e manipulação de dados baseados em regras e critérios presentes na operação dos algoritmos deixa brechas para que ocorram padrões discordantes que não se encaixam no esperado, agindo de maneira errática com valores e ações que fogem da considerada normalidade.

Estes erros ou padrões discordantes também são denominados anomalias, que podem acontecer acidentalmente ou de maneira intencional que é o caso de fraudes.



> Fraude ainda é um problema. os de contexto. Toda indústria conversa sobre a luta contra fraudes mas isso não parece ter eliminado o problema. O ecossistema da programática é especialmente suscetível a práticas fraudulentas como a chamada "*url masking*" onde um veiculo lista o seu *website* no ad Exchange como se fosse outro, normalmente com melhor reputação. O anunciante não faz ideia onde aquele anúncio está sendo veiculado. (KANTROWITZ, 2015 s/p.).[5]

Em Lopes (2012), o autor categoriza as anomalias em três tipos que são chamados: anomalias pontuais, anomalias contextuais e anomalias coletivas. Esta divisão permite que seja possível nos aprofundar nas características responsáveis pelos comportamentos erráticos dos códigos. Quando uma operação é discordante de todo resto do sistema ela deve ser considerada uma anomalia pontual, quando os dados entre si são discordantes do resto a anomalia é coletiva. Porém o tipo de anomalia que encontramos em nosso objeto de estudo são do tipo contextual:

> Se um dado objeto for anômalo relativamente ao seu contexto e não relativamente a todo o universo de objetos, este é denominado uma anomalia contextual. Os problemas que atentam a este tipo de anomalias requerem a presença, no seu conjunto de dados, de atributos capazes de introduzir a noção de contexto, como por exemplo tempo, posição geográfica ou temperatura. Desta forma, os métodos de detecção tentam identificar anomalias recorrendo a atributos denominados comportamentais tendo em consideração os de contexto (LOPES, 2012 p. 20).

É possível perceber anomalias contextuais levando em consideração a semântica nesse engendramento de fatores. Uma palavra como "bomba" pode estar inserida em um contexto terrorista e violento ou relacionada a uma éclair também conhecida como bomba de chocolate. O

[5] Escrito por Alex Kantrowitz para a revista Ad Age. Trecho original *"Fraud is still a problem. All the industry talk about fighting fraud doesn't seem to have eliminated it. The programmatic ecosystem is especially susceptible to a fraudulent practice called "URL masking," where a publisher lists its website in the ad exchanges as another, usually more reputable, website entirely. The buyer has no idea where the ads are actually running*." (acessado em 16 janeiro 2018) Tradução do autor.

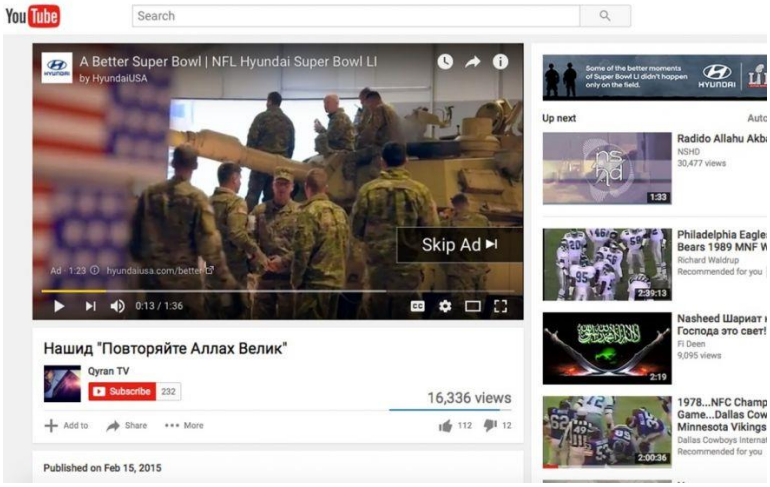
contexto faz toda diferença nessa interpretação porém, nem sempre os algoritmos conseguem ter a mesma clareza ao tomar decisões na compra de espaços e publicação de anúncios online.

Um dos exemplos que podemos citar aconteceu em uma notícia sobre um terrível derramamento de petróleo no golfo do méxico publicada no portal financeiro Marketwatch onde a automação de mídia inseriu um anúncio da Deloitte[6] um consultoria internacional que no titulo do anúncio relaciona seus serviços de consultoria com o sucesso de uma extração de petróleo com alta performance. Neste caso a palavra-chave petróleo tinha dois contextos, um negativo relacionado ao derramamento e outro positivo

relacionado a alta performance de uma extração com sucesso. Que provocou uma má inserção devido ao conflito contextual.

Outro exemplo de anomalia aconteceu no portal YahooNews em uma noticia sobre o primeiro ataque cardíaco desencadeado pelo consumo de café. Junto a noticia a automação da mídia programática inseriu um anúncio[7] de café da marca Folger's que em seu titulo trazia a frase "aproveite uma segunda xicara de café". Neste segundo exemplo a relação entre os malefícios do consumo de café e o anúncio oferecendo uma segunda xícara também produzem uma contradição contextual.

Mais recentemente anomalias contextuais envolvendo o Google por meio da plataforma YouTube foram encontradas como podem ser vistas na imagem a seguir.



[6] Fonte: https://static.businessinsider.com/image/4f91ac4feab8ea866e000009-400/image.jpg

[7] https://static.businessinsider.com/image/4f91ad00ecad04fd35000007-400/image.jpg

Imagem 01 - *printscreen* de um anúncio da Hyundai publicado no Youtube antes de um video Jihadista. Fonte: AdLand.tv

A jornalista Michele Castillo da CNBC descreveu o ocorrido em uma publicação online:

> Google está sob ataque após vários anúncios sendo veiculados ao lado de conteúdos ofensivos no reino unido – incluindo videos neonazistas e jihadistas – no Youtube e em outros websites que a sua rede serve anúncios. A revelação primeiramente reportada em fevereiro pelo jornal Times of London, levou a agência Havas a retirar todos anúncios da rede do google incluindo Youtube. Outras empresas como Johnson & Johnson, JPMorgan, AT&T e Verizon entre outras, também suspenderam ou encurtaram os anúncios pelo Google. (CASTILLO, 2017, s/p).[8]

Este caso provocou uma série de debates entre anunciantes e plataformas de mídia programática em relação aos conteúdos relacionados aos espaços disponíveis nos inventários de mídia. Os anunciantes exigiam uma maior transparência e segurança em relação aos locais disponibilizados. Diferente a anomalia contextual esses problemas tem relação com os critérios e regras que permitem a entrada desse tipo de espaço nos inventários.

A lógica de critérios mal desenhados para seleção de espaços para publicação de mídia automatizada não ocorreu apenas no gigante Google mas também em outros serviços de mídia programática como podemos observar no exemplo da imagem a seguir:

[8] Escrito pela repórter Michele Castillo da CNBC. Trecho original *" Google is under fire after several ads were seen running next to offensive content in the U.K. — including neo-Nazi and jihadist videos — on YouTube and other websites it serves ads on. The revelation, first reported in early February by The Times of London, led media buying agency Havas to pull all its YouTube and Google Digital Network ads in the U.K. Johnson & Johnson, JPMorgan, AT&T and Verizon, among others, have suspended or pulled advertising with Google as well.* (acessado em 20 dezembro 2017) Tradução do autor.

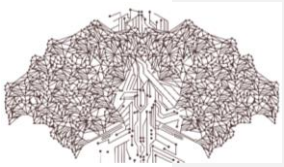


Imagem 02 - *printscreen* de um anúncio da IBM publicado no portal Jihadista Arrahmah.
Fonte: Financial Times

Um portal de noticias extremistas do Jihad trazia no espaço disponível de mídia um anúncio da IBM que falava sobre ter empatia com os clientes para oferecer produtos na hora mais adequada. Aqui fica claro que o anúncio está em local inadequado e que não apenas discorda como é totalmente contra a politica da IBM para seus usuários.

A partir dos exemplos exibidos observamos que o cenário de automação de compra e venda da mídia online, apesar dos benefícios, ainda enfrenta muitas dificuldades tecnológicas. Os algoritmos responsáveis pelas trocas e coletas de informação que definem decisões e negociações entre os *players* do ecossistema programático necessitam evoluir ainda mais. O *chief business officer* do Google Phillip Schindler faz um compromisso público em março deste ano no canal da empresa:

> Nós sabemos que anunciantes não querem seus anúncios ao lado de conteúdos que não estejam alinhados com seus valores. Portanto, começando hoje, nós estamos fortalecendo nossa posição com relação a conteúdos de



> ódio, ofensivos e depreciativo. Isso inclui remover anúncios mais efetivamente de conteúdos que estejam atacando ou assediando pessoas baseado em raça, religião, sexo ou categorias similares. Esta mudança vai nos permitir uma ação apropriada em uma gama maior de anúncios e websites (SCHINDLER, 2017, s/p).[9]

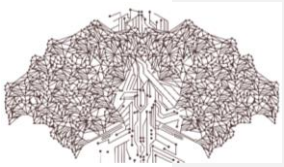
Diante deste cenário estrategistas digitais, profissionais de marketing digital, pesquisadores e comunicadores de mídias digitais devem estar atento ao poder que está sendo depositado em sistemas de automação de compra e venda de mídia. E também levar em consideração os possíveis resultados e crises que podem ser ocasionadas pelo mau funcionamento da tecnologia.

Considerações finais

Observamos aqui neste trabalho o caminho evolutivo da mídia online e como funciona a operação da compra e venda de espaços de publicidade na atualidade. A nova realidade proporcionada pelos métodos de negociação de mídia é sem dúvida cheia de benefícios tanto para os veículos quanto para os anunciantes e as capacidades são mais do que nunca vantajosas para todos os envolvidos.

> O mercado publicitário está, sob muitos aspectos, saturado. À medida que a mídia se difunde e a tecnologia avanças, a quantidade de canais e plataformas gerando informações, de modo contínuo, aumenta vertiginosamente. A necessidade de alcançar, fazer repercutir e obter uma reação do público-alvo, em um universo repleto de escolhas, tona cada vez mais complicada e minuciosa a tarefa de decidir onde alocar os orçamentos de publicidade (ABREU, 2017, p. 7).

[9] Escrito por Phillip Schindler para o blog do Google. Trecho original "We know advertisers don't want their ads next to content that doesn't align with their values. So starting today, we're taking a tougher stance on hateful, offensive and derogatory content. This includes removing ads more effectively from content that is attacking or harassing people based on their race, religion, gender or similar categories. This change will enable us to take action, where appropriate, on a larger set of ads and sites." https://www.blog.google/topics/ads/expanded-safeguards-for-advertisers/
(acessado em 17 setembro 2017) Tradução do autor.



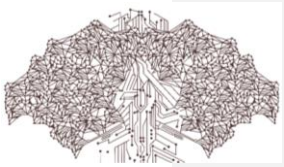
Junto as maravilhosas possibilidades trazidas pela tecnologia envolvida em todo o processo há a complexidade desse ecossistema de plataformas que precisam interagir em velocidades que humanos não conseguem interferir uma vez que o processo está em execução e neste ponto, apenas os códigos conseguem modelar a ação das máquinas.

> "Aplicações baseadas em matemática empoderando a economia de dados são baseadas em escolhas feitas por seres humanos falíveis. Algumas dessas decisões são sem dúvidas com a melhor das intenções, no entanto, muitos destes modelos carregam em seu código, preconceitos, enganos e um viés para estes sistemas que gradativamente gerenciam nossas vidas. Como deuses, estes modelos matemáticos são opacos, sua operação é invisível para todos exceto os cardeais em suas áreas: matemáticos e cientistas computacionais. Seus vereditos, mesmo quando errados ou nocivos, são imunes a disputas ou apelos. E tendem a punir pobres e oprimidos em nossa sociedade enquanto fazem dos ricos mais ricos ainda" (O'NEIL, 2016, p. 14-15).[10]

O problema ocorre quando há situações em que as máquinas tomam decisões inadequadas baseadas em dados desviantes e produzem anomalias e aberrações na operação. A velocidade com que a transação deve ocorrer é tão grande que não há maneira possível de supervisão humana durante o processo.

Resta aos profissionais envolvidos analisar os resultados e exigir regras mais claras, maior transparência de códigos e algoritmos. A partir da coleta de resultados desviantes é possível ajustar os blocos responsáveis pelo comportamento indevido da transação de mídia online. Mapear os tipos de erros e anomalias parece ser um dos caminhos para aprimorar a operação dos códigos.

[10] Escrito por Cathy O'neil. Trecho original "The math-powered applications powering the data economy were based on choices made by fallible human beings. Some of these choices were no doubt made with the best intentions. Nevertheless, many of these models encoded human prejudice, misunderstanding, and bias into the software systems that increasingly managed our lives. Like gods, these mathematical models were opaque, their workings invisible to all but the highest priests in their domain: mathematicians and computer scientists. Their verdicts, even when wrong or harmful, were beyond dispute or appeal. And they tended to punish the poor and the oppressed in our society, while making the rich richer." Tradução do autor.



A utilização de relatórios padrão de exibição de mídia e controle de espaços do inventário de mídia baseado também no conteúdo do veiculo indica uma outra forma de proteger anunciantes para não prejudicar sua marca associando-se a conteúdos indevidos. Alguns veículos considerados mais *premium* devem mais do que nunca adotar este tipo de medida para qualificar os espaços disponíveis em suas publicações e assim agregando mais dados sobre sua audiência e conseguindo cobrar mais caro pelos espaços uma vez que eles tenham uma posição elevada no *"brand safety score"* que atesta a qualidade e a segurança do ambiente de mídia disponibilizado nos inventários de custo mais elevado.

> "Neste momento, marqueteiros de veículos *premium* estão no meio de sua terceira onde de disrupção digital. Enquanto anunciantes estão se beneficiando da programática, veículos *premium* devem agir para garantir que eles não sejam rebaixados a meros fornecedores de espaços publicitários e não tenham que perder largos pedaços de sua verba. Para isso, veículos *premium* devem aprender de seus próprios marqueteiros de audiência quem são seus novos competidores. Eles precisam tornar seus dados disponíveis para segmentação inteligente e aprimorada, e comprar inventários externos de dados. Somente assim eles podem extrair o melhor profissionalismo dos websites de conteúdo e relações duradoras e verdadeiras com seus clientes para em última instância assegurar com sucesso as verbas de propaganda online e CPM`s (custo-por-mil) diferenciados" (MUNSTERMANN, 2016, p. 36).[11]

[11] Escrito por Holm Munstermann e Peter Wurtenberger. Trecho original "Right now, marketers of premium publishers are in the middle of their third digital disruption. While advertisers are benefiting from programmatic advertising, premium publishers must take action to ensure that they are not degraded to mere suppliers of ad space and do not have to lose large chunks of their contribution margins. To do this, premium publishers need to learn from the very audience marketers who represent their new competitors. They must make their data available for smart segmenting and enhancement, and buy external data and inventory. Only then can they make the most of their professional content sites and longlasting, trustful client relationships to ultimately successfully secure advertising budgets and premium CPMs." Tradução do autor.

Além é claro de melhorar as práticas, responsabilizar não apenas os códigos mas as empresas e plataformas por trás dos algoritmos que são utilizados durante os leilões. É necessário exigir uma maior transparência dos códigos mas também responsabilizar os criadores dos códigos baseado nos resultados alcançados por meio daquele algoritmo.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Giovanna; NICOLAU, Marcos. Big Data, publicidade e o consumidor dataficado: o caso da série House of Cards. Revista cultura midiática da universidade federal da Paraíba. Ano X n.18 jan-jun 2017.

CARDOSO, José Pedro Vieira. Publicidade baseada em Informação de Contexto. Trabalho de mestrado em Engenharia Informática e Computação. Faculdade de engenharia da universidade do Porto, julho de 2012

CARVALHO, Cristiane Mafacioli; CHRISTOFOLI, Márcia Pillon; BOMBARDELLI, Rita de Cássia Breier**. Novos Modelos e Novos Negócios na Prática do Mercado Publicitário.** Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015.

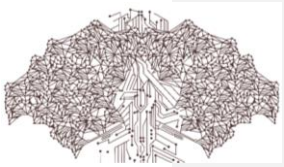
CORMEN, Thomas. Desmistificando Algoritmos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CASTILLO, Michele. Here's how it's possible for Google to sell ads next to offensive contente and not know about it. 2017. Disponível em: https://www.cnbc.com/2017/03/24/google-ad-scandal-how-companies-buy-youtube-and-google-display-ads.html. Acesso em: 20 Dezembro 2017.

IAB Brasil. Manual de mídia programática. Publicação traduzida da versão original IAB Europa 2015.

_____. Mídia programática e o desafio do consumidor multiconectado. [S.l.]: Iab Brasil, 2016. Disponível em: https://iabbrasil.com.br/midia-programatica-e-o-desafio-do-consumidor-multiconectado/. Acesso em 27 dez. 2017.

KANTROWITZ, Alex. 10 Things you need to know about programmatic buying. 2015. Disponível em: http://adage.com/article/print-edition/10-things-programmatic-buying/298811/ Acesso em: 16 Janeiro 2018.



LOPES, Eduardo Luís da Silva. Deteção de anomalias em modelos de publicidade pay-per-click. Dissertação de mestrado em Engenharia Informática apresentada na Universidade do Minho, Portugal, out. de 2012.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. The rise of big data:how it is changing the way we think about the world. 2013. Disponível em: https://www.foreignaffairs.com/articles/2013-04-03/rise-big-data. Acesso em: 16 Setembro 2017.

MUNSTERMANN, Holm; WURTENBERGER, Peter. Programmatic disruption for premium publishers. In: BUSCH, Oliver (org.). Programmatic Advertising: The successful transformation to automated, data-driven marketing in real-time. Suiça, editora Springer, 2016.

O'NEIL, Cathy. Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy. Nova Iorque, editora Crown, 2016.

PARISER, Eli. **O Filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** São Paulo: Zahar, 2012.

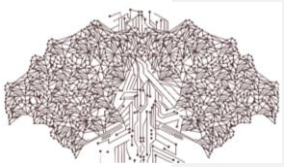
ROSA, Luccas Martins da. **Impactos do advento da comercialização programática de mídia digital no mercado publicitário brasileiro**. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.

SCHINDLER, Phillip. Expanded safeguards for advertisers. 2017. Disponível em: https://www.blog.google/topics/ads/expanded-safeguards-for-advertisers/. Acesso em: 17 Setembro 2017.

SILVEIRA, Stefanie C. da. Os algoritmos no fluxo de conteúdos: uma visão a partir da TAR. In: SAAD, E.; SILVEIRA, S. C. (org.). Tendências em Comunicação Digital - Volume 2. [recurso eletrônico] São Paulo : ECA/USP, 2017.

TESTORI, Matteo. **The Applications of Video Analytics in Media Planning, Trade and Shopper Marketing** In: DISTANTE C.; BATTIATO. S; CAVALARO. A (org.) Video Analytics for Audience Measurement. Stockholm, Sweden, 2014.

ZANETTI, Guilherme Orsato. **Conflitos entre publicidade e privacidade na internet.** Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo, 2017.



X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

O X DA QUESTÃO: UMA ANÁLISE DO GÊNERO FLUIDO NAS MÍDIAS SOCIAIS[1]

Soraia Herrador Costa Lima de Souza[2]

Introdução

Gênero e identidade são questões que atualmente vão além do binômio homem-mulher. Trata-se de um assunto complexo, que se encontra em aberto e que permeia a agenda pública. As mídias sociais digitais apenas potencializam este cenário complexo, uma vez que garantem aos usuários um ambiente em que eles podem atuar como produtores e consumidores de informação (prossumidores).

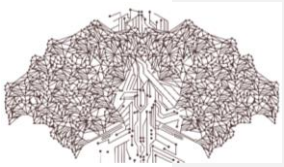
No entanto, essa mesma possibilidade de gerar informações leva a um problema vigente na sociedade atual: a pós-verdade. Em meio a tanta (des)informação, fake news e influenciadores digitais, poucos são os usuários que conseguem fazer distinção entre conhecimento disseminado e opiniões infundadas. Soma-se ainda a este cenário a apropriação das mídias sociais digitais como ferramentas de disseminação ideológica, servindo de plataformas de divulgação e conexão em movimentos sociais.

Para analisar e compreender tais perspectivas, este artigo visa conhecer, analisar e debater questões relacionadas aos discursos cultural e socialmente disseminados nas mídias digitais sociais, bem como a movimentos sociais que revelam representações específicas de identidade de gênero, de modo a revelar ou aprofundar perspectivas atuais sobre esta temática. Para tanto, foram objetos de estudo as mídias sociais cidadãs, a saber Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, durante um período de um ano (17 de outubro de 2016 a 17 de outubro de 2017). A pesquisa mostrou que as mídias sociais são plataformas válidas para a abordagem de conceitos que ainda não são bem compreendidos pela sociedade, como é a questão do gênero fluido.

O X da questão: gênero, identidade e pertencimento

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 07 – Desconstruindo gênero: pós-gênero, transgênero e gênero fluido, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Soraia Herrador Costa Lima de Souza é professora do Centro Universitário Senac-SP e do Centro Universitário Estácio de São Paulo. É Doutoranda em Ciências da Informação (USP) e participa dos Grupos de Pesquisa em Comunicação e Identidade: a questão do gênero nas mídias sociais (Senac-SP) e Gênero Fluido: em análise a comunicação e a identidade nas mídias sociais (Estácio). Bolsista Pesquisa Produtividade da Estácio São Paulo. E-mail: contato@soraialima.com.



Em um mundo em que a desterritorialidade e a globalização estão presentes de modo evidente no cotidiano, conceitos como gênero, cidadania e pertencimento tornam-se mais complexos em termos de formulação. Mesmo porque muitos indivíduos – principalmente membros da comunidade LGBTQI+ – não se sentem parte da sociedade, por não serem representados.

Esta não representatividade foi percebida em pesquisa realizada pelo buscador Google junto a usuários da mídia social YouTube[3]. Nela, foi constatada que 64% dos usuários entrevistados e que se identificavam como LGBT's comprariam mais de uma marca que inclui LGBT's em suas mensagens e anúncios. A mesma pesquisa mostrou que quatro em cada dez usuários LGBT's ainda não se sentem representados pelas marcas em seus anúncios. Ainda assim, para 60% dos respondentes as empresas estão se esforçando melhorar a representatividade LGBT em seus anúncios.

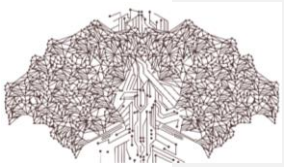
Embora esteja bastante atrelada ao mercado publicitário e a marcas, tal pesquisa mostra o que grande parte dos LGBTQI+ percebem em seu cotidiano ao irem a escolas, shoppings, restaurantes: eles não possuem representatividade. E este é o primeiro ponto que merece atenção neste artigo. Isso porque, de acordo com Hall (1997a, p.15), a representação é "parte essencial do processo pelo qual o sentido é produzido e trocado entre membros de uma cultura (...) envolve o uso da linguagem, de signos e imagens que respondem por ou representam coisas".

É por meio da linguagem que os sentidos são produzidos e a representação ocorre. Porque, para o autor, a representação precisa que linguagens comuns existam para permitir a tradução dos conceitos em sons, palavras ou imagens, de maneira que eles sejam utilizados para expressar sentidos e comunicar ideias, pensamentos a outras pessoas. Ao desenvolver linguagens comuns, permite-se que haja o compartilhamento de sentidos, uma vez que ao se interpretar o mundo de maneira similar, "somos capazes de construir uma cultura compartilhada de significados e também construir o mundo social que habitamos juntos" (HALL, 1997b, p.18).

É, portanto, a partir da percepção de representação que se pode sentir parte de algo, levando à noção de pertencimento, ou seja, sendo reconhecido o significado, algo de origem comum, de sentidos que são compartilhados com outros grupos ou indivíduos ou ideais, que o processo de identificação é construído (HALL, 2000, p.106).

---

5. [3] O'NEIL-HART, Celie. Pride year round: The benefits of LGBT-inclusive messaging in online video advertising. Junho, 2012. Disponível em: https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/lgbt-online-video-advertising-youtube/. Acesso em: 21 dez. 2017.



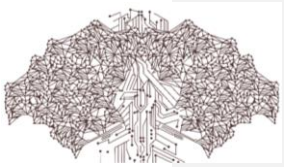
Woodward (2000, p.55) complementa os conceitos apresentados por Hall (1997ab, 2000) ao afirmar que a identidade está intimamente ligada à subjetividade: "[...] Nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade".

Canclini (1999) aborda igualmente o senso de pertencimento e de identidade dentro de uma sociedade conectada. Para o autor (1999, p.52), este senso deve ser "organizado cada vez menos por lealdades locais ou nacionais e mais pela participação em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores". Isso significa em um ritual de passagem daquele cidadão – enquanto representante da opinião pública – para um cidadão que almeja uma certa qualidade de vida. Ritual este que, inclusive, apresenta reflexos nos laços sociais e culturais instaurados, os quais são influenciados e moldados pelos meios de comunicação tradicionais. Atualmente, são estes meios que, com sua lógica vertical e anônima, diagramam os novos vínculos invisíveis das cidades (CANCLINI, 1999, p.102). Compreender-se-á com mais profundidade a importância do pertencimento, bem como da identidade e da representação no ambiente comunicacional no próximo intertítulo. Isso porque antes de entender como o ambiente comunicacional trabalha tais questões, é necessário elucidar como quais serão os conceitos referentes ao gênero que serão abordados no presente trabalho.

Neste artigo, a questão do gênero é analisada a partir dos conceitos de Butler (2017). Para ela, o ato de nomear um termo significa escolher certos requisitos em detrimento de outros, o que leva a graus diferentes de aceitação dos indivíduos. As palavras, sua construção e os objetos a que denominam são parte da estrutura social, estrutura que serve tanto para libertar os seres de suas repressões quanto para cerrá-los ainda mais nelas, pois a linguagem é o meio tradutor dos significados das vidas cotidianas.

No entanto, para apresentar os conceitos referentes à questão do gênero de acordo com Butler, torna-se necessário entender o contexto em que eles surgem. Trata-se do que Scott (1995) denomina de terceiro momento histórico de uso da categoria gênero, o qual consiste na ênfase da presença de pesquisadoras pós-estruturalistas francesas e anglo-americanas, no intuito de compreender a construção da identidade de gênero. É a partir dessas pesquisadoras que são apresentadas as teorias *queer*, ferramentas essenciais para o estudo das relações entre materialidade dos corpos e performatividade de gênero, tão presentes nas diferentes obras de Judith Butler.

Grossi (1998, p.8) traz igualmente relevância das pesquisadoras estadunidenses ao enfatizar que foram elas que passaram a utilizar a categoria *gender* para estudar as origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e mulheres. Tal posicionamento é



um divisor de águas, como explica Scott (1995, p.72). Para a autora, até então, o termo "gênero" também era utilizado para abordar o aspecto relacional das definições normativas da feminilidade. Assim, as pesquisadoras preocupadas com a produção de estudos sobre mulheres trabalhavam a questão de maneira estreita e separada, de modo a usar "gênero" para apresentar uma noção relacional dentro do vocabulário analítico.

Retomando o conceito de identidade/identificação dentro do contexto do gênero, tem-se algo ainda mais complexo. Isso porque a identidade de gênero é "algo um pouco mais complexa, porque remete à constituição do sentimento individual de identidade" (GROSSI, 1998, p.8). Ou seja, o sexo biológico não interfere no processo de identificação de gênero. Ora, se o gênero é uma categoria relacional que traz questões relativas a masculinidade e feminilidade, a identidade de gênero dentro deste contexto abrange a identificação com tais atributos, não estando diretamente relacionada igualmente à sexualidade. E aqui encontra-se um dos maiores desafios dentro do conceito de gênero fluído. Porque, sobretudo no Ocidente, a questão do gênero está atrelada à da sexualidade, o que acarreta problemas uma vez que o senso comum entende esta relação como uma regra. (GROSSI, 1998, p. 4)

Butler (2004, p.10), assim, compreende a identidade de gênero como uma estrutura performativa, relacionada diretamente à experiência corpórea. "Embora os cientistas sociais se refiram ao gênero como um 'fator' ou 'dimensão da análise', ele também é aplicado a pessoas reais como uma 'marca' de diferença biológica, linguística e/ ou cultural" (BUTLER, 2003, p.28). Tal marca linguística surge a partir dos discursos, já que a diferença sexual é percebida por meio deles, mas não são eles que a causam.

Outra teoria que surge neste terceiro momento histórico de uso da categoria gênero é a *queer*. Ao contrário da compreensão dos usuários de mídias sociais percebidas durante a análise dos conteúdos presentes no corpus de pesquisa do presente trabalho, o *queer* não é uma plataforma que defende a homossexualidade, mas sim significa uma recusa de valores morais violentos, os quais instituem e fazem valer a linha da abjeção, esta última que constitui uma fronteira entre os socialmente aceitos e aqueles que permanecem legados à humilhação e ao desprezo coletivo (MISKOLCI, 2013, p.25). Tal teoria, portanto, ultrapassa questões relativas à homossexualidade, abrangendo igualmente questões referentes a gênero e sexualidade. Butler (2000) aborda igualmente a relevância das teorias *queer* em seu trabalho explicado que elas abrangem indivíduos que não pertencem ao imperativo normativo da sociedade, de modo a contemplar aqueles que são excluídos do comportamento socialmente aceito, uma vez que essas regras criadas pela sociedade materializam exclusões. Dessa maneira, a teoria *queer* complementa "os estudos gays e lésbicos

com sua perspectiva feminista e que lida com o conceito de gênero, e também sofistica o feminismo, ampliando seu alcance para além das mulheres" (MISKOLCI, 2013, p.32).

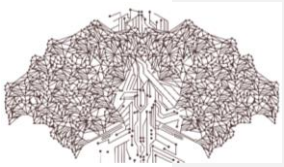
Referente à questão do gênero, Butler (2017) acredita que o uso e a aceitação do próprio conceito de sexo e sua denominação (macho e fêmea) delimita o ser humano e suas possibilidades. Para a autora, as divisões binárias do ser humano em gêneros e sexos acabam por funcionar como estrutura punitiva, especialmente àqueles marginalizados não enquadrados nos parâmetros essenciais de um sexo ou de outro, de um gênero ou outro. E é este paradoxo que mostra que a existência dos marginalizados reforça a identificação socialmente positiva dos "aceitos".

Tal identificação positiva é retomada em outro trabalho de Butler (2006). Nele, a autora aborda a questão do gênero como forma de regulação social, ou seja, "aquilo que constrói regularidades, mas é também, seguindo Foucault, um modo de disciplina e vigilância das formas modernas de poder" (BUTLER, 2006, p.271). Dessa maneira, retomando Foucault, Butler remete às estruturas normativas que disciplinam os indivíduos, sendo o gênero uma dessas estruturas. Nesse contexto, os sujeitos que de alguma forma não estão inseridos dentro da norma social vigente, passam a estar fora dos limites de inteligibilidade social, passando para a posição de abjeções (BUTLER, 2003). Eles, portanto, uma vez que estão na posição de abjetos, passam a não existir e serem considerados indivíduos não inteligíveis e cuja materialidade do corpo pode ser ameaçada ao ser considerada "estranha" (BUTLER, 2003).

Ao compreender os conceitos relacionados à questão do gênero, identidade/identificação e pertencimento, pode-se verificar a seguir como eles estão presentes dentro do contexto digital, mais precisamente das mídias sociais.

O ambiente digital: movimentos sociais e lugar de discurso

Para haver uma melhor compreensão de certos ambientes, não basta apenas uma definição sociodemográfica e espacial; é preciso haver também uma conceituação sociocomunicacional, uma vez que são esses veículos de comunicação, ao lado de outros vetores, que auxiliam na criação de vínculos entre os indivíduos, substituindo em parte a noção de território. No entanto, com a popularização da Internet, os usuários também passaram a produzir conteúdo, acarretando em uma ruptura na exclusividade informacional, que por um longo período pertenceu aos meios de comunicação tradicionais. Assim, o que vemos hoje, de novidade, é que a Internet interliga os indivíduos e os possibilita formar o seu próprio habitat de comunicação sem, para isso, ter de passar por qualquer mediação. É, de fato, um plano de antagonismo com os sistemas de comunicação que a antecederam. Esse antagonismo ocorre porque a colaboração crescente dos usuários na produção de conteúdos para sites públicos e comuns na Internet gera uma "nova audiência" em "novos meios de comunicação", que contêm conteúdos multimídia que



complementam, subvertem ou ainda divergem daqueles emitidos pelos veículos da mídia de massa (MALINI, 2008, p. 2).

Todavia, para que tal interação ocorra é preciso que a população brasileira esteja incluída digitalmente. Embora o número de brasileiros com acesso à Internet aumente a cada ano, ele ainda representa pouco mais de 50% do total da população (SECOM, 2015). Ademais, não é porque pesquisas apontam o crescimento dos brasileiros que acessam a *web* que isso necessariamente significa inclusão digital. É preciso considerar aspectos mais amplos, de modo a que esses usuários possam utilizar todo o potencial proporcionado pelo ciberespaço. Lemos (2005) sinaliza neste mesmo sentido:

> A inclusão deve ser pensada de forma complexa para abranger os capitais social, cultural, técnico e intelectual. Esses capitais devem estar em sinergia para o enriquecimento técnico, cultural, social e intelectual do indivíduo ou de um grupo. As TICs, principalmente a Internet, permitem que uma pessoa não seja apenas consumidora de informação. O que está em jogo com a cibercultura contemporânea é a "liberação do pólo da emissão" (emergência de websites pessoais, blogs, chats e fóruns os mais diversos, podcast, e outras formas de publicação eletrônica), a reconfiguração do universo midiático contemporâneo (novos formatos midiáticos) e a conectividade generalizada por meio de redes telemáticas(...). A inclusão digital não deve ser apenas um modelo de ensino técnico, onde alunos aprendem determinados softwares e como navegar na Internet. O modelo de inclusão deve compreender e estimular diversas formas de emissão de informação gerada a partir do modelo todos-todos contemporâneo, criando mecanismos para uma maior inserção social e cultural do indivíduo.

Ainda que nem todos os cidadãos brasileiros tenham acesso à Internet, ela tornou-se uma ferramenta relevante dentro do contexto de interações sociais e culturais. De acordo com Miskolci (2015, p.135), tanto as representações sociais quanto as tecnologias midiáticas estão intrinsicamente associadas dentro da sociedade contemporânea. Assim, as mídias digitais, tais como websites, blogs e as mídias sociais, tornam-se tecnologias materiais e discursivas, culturais e políticas, as quais viabilizam o desenvolvimento de representações sociais. São essas representações que facilitam a produção de pontes de identificação, uma vez que por meio delas há um reconhecimento recíproco entre os usuários (CARVALHO, 2015). As mídias digitais, dessa maneira, funcionam como ferramentas que possibilitam a autoidentificação e a aceitação de pessoas LGBTQI+, bem como um lugar de visibilidade e produção de discursos que nem sempre são possíveis no ambiente *off-line* (SABATINE, 2015).

É dentro deste contexto que vivemos atualmente, mas ainda são poucos os usuários que perceberam tal potencial do ambiente em rede. Cidadãos preocupados com aspectos democráticos

de seus países utilizaram as mídias sociais para articular movimentos políticos sociais que não ficaram restritos ao ambiente virtual, como foram os eventos conhecidos como a Primavera Árabe (2010) e Movimento M-15 (Espanha, 2011).

Quando se estabelece manifestações neste sentido, tem-se o que pode ser conceituado como redes cidadãs (CASTELLS, 2009). De acordo com este autor, há uma diferença entre os movimentos sociais que utilizam a Internet para trocas culturais daqueles que apresentam políticas insurgentes, cujo objetivo principal é a mudança política. Ambos apresentam atores e dinâmicas diferentes, mas com um ponto em comum: as possibilidades de autocomunicação das massas permitida pelas TIC's. Trata-se de um terreno novo, o qual se define pela possibilidade de intervir no espaço público por meio de redes de comunicação horizontais e multinodais, representando uma alternativa aos meios tradicionais de comunicação de massas e assegurando a liberdade de expressão.

O mesmo autor retoma em outra obra (CASTELLS, 2012) a questão dos movimentos sociais em rede, apresentando-os como uma nova espécie de movimento social, caracterizada pela ocupação do espaço urbano graças ao uso das tecnologias da comunicação, as quais permitem estender os sentimentos de indignação para romper o medo que paralisa os indivíduos e coordenar a ação coletiva. Tal ocupação do espaço urbano devido ao uso das tecnologias da comunicação configura um novo patamar dos movimentos sociais atuais. Trata-se de uma rede cidadã, na qual a democracia pode ser defendida, discutida, potencializada.

> A rede democrática é um modelo completamente horizontal e desterritorializado. [...] Um número indeterminado e potencialmente ilimitado de nós interconectados, comunica-se sem ponto central de controle [...]. Este modelo democrático é o que Deleuze e Guattari chamam de rizoma, uma estrutura de rede não-hierárquica e não centralizada. (NEGRI, 2006, p.320)

Este é o poder da autocomunicação e que permeia os movimentos sociais e que aos poucos é utilizado por movimentos que trazem diferentes aspectos relacionados à diversidade, abordando temas como homofobia, LGBTQI+, feminismo e a questão racial. Castells (2009) conceitua, caracteriza e diferencia os movimentos sociais que utilizam a Internet para trocas culturais daqueles que apresentam políticas insurgentes, cujo objetivo principal é a mudança política. Assim, esses usuários intervêm no espaço público através de redes de comunicação horizontais e multinodais, o que representa uma alternativa aos meios tradicionais de comunicação de massas, assegurando a liberdade de expressão. Por meio desses conceitos, o artigo pretende mostrar que as mídias sociais, consideradas como dispositivos de informação, não têm servido apenas para

construir ou coordenar a ação coletiva, mas, acima de tudo, servem para tecer um sentido e ações próprias de modo a criar uma dinâmica constituinte em um quadro de pensamento e estrutura social (LATOUR et al., 2012), o que inclui a questão da identidade e do gênero.

No Brasil, as mídias digitais geralmente são usadas como um lugar de acolhimento e compreensão (MISKOLCI, 2013, p.20). Isso porque esses sujeitos apropriam-se das mídias digitais para socializarem, gerando redes de sociabilidades seletivas, as quais se baseiam em interesses comuns e escolha das pessoas com as quais querem se relacionar. Sabatine (2015, p.113) vai ao encontro dessa mesma percepção ao identificar que a comunicação dentro do ambiente digital permite que os indivíduos tornem públicas as suas narrativas, bem como valores éticos e estéticos. Ainda segundo Sabatine (2015, p.123), este novo posicionamento comunicacional pode ser percebido por meio da profusão de discursos políticos presentes em diferentes mídias digitais e perpetuados por meio de comentários, vídeos, compartilhamento de conteúdos, os quais proporcionam novas interpretações e disputam um lugar com os discursos hegemônicos. Tais discursos, portanto, humanizam a questão dos abjetos trazendo à tona experiências, dores, sentimentos, além de preocupações diversas, bem como trazem denúncias e desenvolvem conexões a partir de um contexto político e ético.

É a partir desse arcabouço teórico que será estudada a questão do gênero fluido dentro das mídias sociais.

Gênero Fluído: um olhar a partir das mídias sociais

Este trabalho tem como objetivo analisar questões relacionadas aos discursos cultural e socialmente disseminados nas mídias digitais sociais, bem como a movimentos sociais que revelam representações específicas de identidade de gênero, de modo a revelar ou aprofundar perspectivas atuais sobre esta temática.

Para tanto, foram objetos de estudo as mídias sociais cidadãs, a saber Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, durante um período de um ano (17 de outubro de 2016 a 17 de outubro de 2017). Os dados foram coletados por meio da ferramenta Stilingue e analisados a partir dos conceitos apresentados. Ao todo foram coletadas 51.361 menções. Tendo em vista o volume de menções coletadas, o recorte envolveu não apenas o conceito chave (gênero fluido), mas também outros termos relacionados como “gênero fluido”, “gênero fluído”, “queer” e “não binário”. Este recorte resultou em uma amostra de 2.118 menções. Os termos mais utilizados podem ser vistos na imagem abaixo.

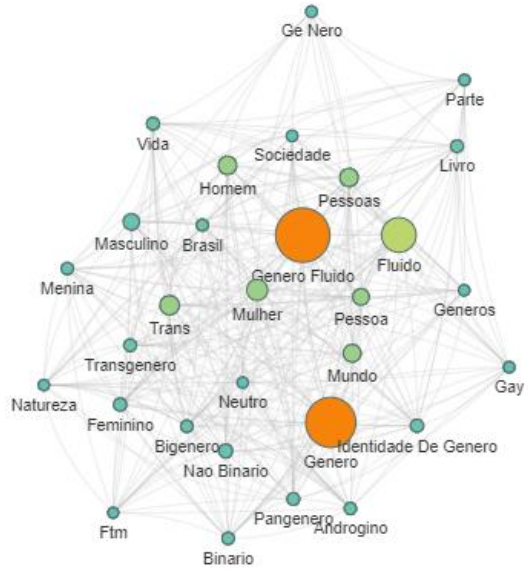


Figura 1 – Termos mais utilizados nas mídias sociais em relação ao gênero fluido. Fonte: Stilingue (2017)

O Twitter foi a mídia social mais utilizada (70%), sendo 1.474 menções da amostra coletada. Por ser a mais relevante, embora o artigo contenha também a análise de outras mídias sociais, seu conteúdo foi o mais analisado na pesquisa. Foram classificados e categorizados os termos mais utilizados, bem como os tipos de usuário, de acordo com o seu discurso, a saber: ódio/repúdio (11%, o que equivale a 132 menções); apoio (29%, 348 menções); neutro (61%, 739 menções). Cabe aqui sinalizar o que ficou compreendido como neutro: publicações que tinham como objetivo ensinar ao usuário o conceito de gênero fluido. Os nomes dos usuários, bem como os seus perfis não serão divulgados, uma vez que a pesquisa foi feita de maneira exploratória e não houve pedido de autorização para divulgação dos usuários. Assim, apenas os conteúdos serão transcritos para análise. Os termos mais utilizados nesta mídia social estão presentes na figura 2.

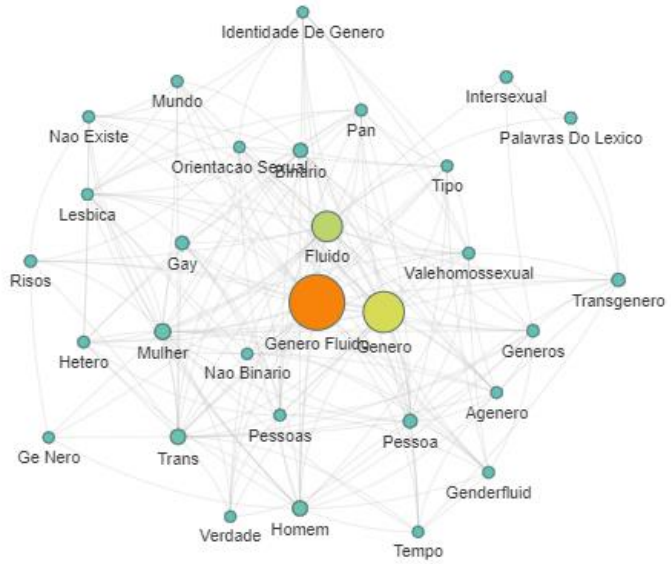
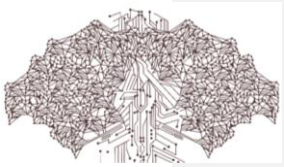


Figura 2 – Termos mais utilizados no Twitter em relação ao gênero fluido dentro do período analisado. Fonte: Stilingue (2017)

Referente aos tweets que continham termos classificados como sendo de ódio/repúdio tem-se:

> não tem mais isso de gênero eh tudo fluido
> alguem pelo amor de deus queima essa emissora nao aguento mais globo para (Usuário declaradamente homem cis. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).
>
> da nem mais pra ler aquela fanfic apresentador de rádio/cientista que vocês ja me metem um nao binario genero fluido no meio vao tomar no cu (Usuário declaradamente homem cis. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).
>
> Os advogados do Lula são negros e índios de gênero fluído, feministas, e na verdade são arquitetos desconstruídos. (Usuário declaradamente homem cis. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).

Esta amostra revela pontos que foram verificados ao longo das 132 menções analisadas. O primeiro aspecto a ser destacado releva a abordagem do tema pela emissora de TV Globo. No período estudado, a novela A Força do Querer, escrita por Glória Perez, estava no ar e contava a



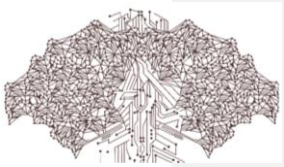
trajetória da personagem Ivana e a complexidade de sua transição de gênero para Ivan (ambos os personagens vividos pela atriz Carol Duarte). A emissora em questão não restringiu a discussão do assunto à trama da novela, levando o tema a outros programas de sua grade, o que provavelmente enfureceu o usuário em questão.

Segundo Leite Jr. (2001, p.559), entre os grupos sociais que mais causam repulsa, medo e ódio está o dos sujeitos que transitam entre os gêneros e/ou sexo, conhecidos como pessoas transexuais. Nesse contexto, tais pessoas trans, por não possuírem um referencial positivo na vida cotidiana, acabam por procurar nas mídias digitais representações que sirvam de fonte de identificação para a sua experiência.

A novela já acabou, mas ainda é possível verificar um discurso de ódio/repúdio semelhante em outras publicações da amostra. É o que mostra, por exemplo, o segundo tweet presente no trabalho. As mídias mais tradicionais – rádio, televisão, jornais e revistas – ao abordarem o tema em prol do interesse público – acabam sendo entendidas como veículos que querem impor uma agenda. Percebe-se, assim, uma negação do gênero fluido e da questão transgênera (neste caso em específico), uma vez que elas vão contra o discurso normativo de gênero vigente na sociedade brasileira.

A terceira e última publicação mostra outro problema relacionado ao gênero fluido: o discurso político. Quando se trata de ideologia de gênero e uma revisitação do conceito a partir dos estudos de Judith Butler, atrela-se a questão política ao discurso no intuito de desqualificar aquele que está falando. No caso específico apresentado neste trabalho, o tweet é uma resposta a uma publicação em que falam que o Presidente da Luiz Inácio Lula da Silva e a presidenta Dilma Rousseff foram vítimas dos órgãos de Justiça brasileiros porque a maioria dos magistrados são brancos e representam a maioria da população brasileira. A resposta do usuário desqualifica a questão por meio do apontamento de ausência de minorias dentro da própria equipe de advogados do presidente, o que explicita a falta de informação e o preconceito do usuário frente a problemática.

No entanto, nem só de ódio vivem os usuários. Conforme explicado anteriormente, neste trabalho utilizou-se a classificação de sentimentos “neutro” para classificar os posts que tinham como objetivo ensinar ao usuário o conceito de gênero fluido. Assim, esses usuários procuravam explicar o significado do termo, ainda que de forma incompleta ou distorcida, para que outros usuários passassem a compreender o tema. Da mesma forma, usuários faziam uso da plataforma para entender do que se trata o assunto.



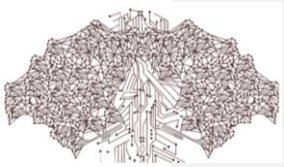
> Alguém cuja identidade de gênero e apresentação não se limita a apenas uma categoria de gênero fluido. Pessoas de gênero podem ter compreensões dinâmicas ou flutuantes do próprio gênero, mudando de um para outro de acordo com o que sentir melhor no momento. (Usuária declaradamente gênero fluido. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).
>
> O pessoal que entende de gênero pode me responder aqui uma coisinha? Quem é gênero fluído/genderfluid se limita ao gêneros binários? Se não, a pessoa pode transitar entre mais de dois gêneros? Por exemplo, homem, mulher e gênero neutro. (Usuário não definiu seu gênero. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).
>
> De uma forma bem resumida: A teoria queer eh uma teoria que diz que o gênero é fluído, uma construção social, então existem mais de dois gêneros (os binários - masculino e feminino). Pessoas pans são pessoas que concordam com essa teoria, então não sentem atração por + (Usuária declaradamente gênero fluido. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).

O primeiro tweet procura explicar de maneira simples o que é gênero fluido. No entanto, a simplificação levou a uma abordagem superficial, o que pode causar mais problemas do que explicar de fato o conceito. Outro ponto interessante é o uso da plataforma para adquirir conhecimento sobre o assunto, como mostra a segunda publicação da amostra. As pessoas têm interesse em saber mais sobre o conceito, seja porque ele está em evidência em uma novela, seja porque há estudiosos que vêm para o Brasil falar sobre o assunto.

Esta curiosidade pode ser percebida pelo Dossiê BrandLab elaborado pelo Google e divulgado em outubro de 2017. Intitulado A busca por diversidade no Brasil[4], o estudo revelou que houve um aumento de 123% nas buscas pelo termo transgênero entre 2015 e 2016, além de um crescimento de 260% nas pesquisas referentes a questões relacionadas à diversidade, como racismo, LGBTQ+, feminismo e homofobia, no segundo semestre de 2017. Assim, as dúvidas não estão restritas a uma mídia digital exclusiva. Perpassam o ambiente digital como um todo.

Já a terceira publicação revela algo presente em outros tweets da amostra: o excesso informacional. Alguns usuários imbuídos de boa vontade procuram contemplar o tema de maneira abrangente, mas sem qualquer embasamento. Misturam teoria e não se aprofundam em nada. Adotam um discurso educativo, sem apresentar algo formal. Algo semelhante é percebido nas publicações classificadas como positivas. O recorte para este trabalho pode ser visto abaixo.

[4] Google. Dossiê BrandLab – A busca pela diversidade no Brasil. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/dossie-brandlab-diversidade/>. Acesso em: 10 nov. 2017.



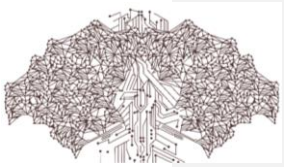
> me sinto um lixo quando chamo alguém que tem gênero fluido pelo seu pronome biológico meu deus sou um monstro (Usuário não definiu seu gênero. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).
>
> Seja você hétero, bi, gay, lésbica, pan, trans, gênero fluído, assexual, tenho algo pra lhe contar, você é perfeito do jeito que você é. (Usuária autodeclarada gênero fluido. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).
>
> A grande sacada do sexo seria que ao invés de proteger as crianças de do mal do gênero desconstruindo, fluido, ou "adverso" vocês a ensinassem que o ódio ao diferente não é necessário. (Usuária autodeclarada não definiu seu gênero. Tweet coletado por meio da ferramenta Stilingue).

Embora a apropriação do tema por jovens usuários tenha trazido a banalização do termo, a amostra de 348 publicações revelou que eles apoiam outros usuários, o que facilita o processo de identificação dos sujeitos. A primeira publicação, por exemplo, mostra o processo de desconstrução do discurso normativo do próprio usuário, no intuito de respeitar a questão do outro, o que sinaliza para um elevado grau de empatia. Esta mesma empatia é percebida no segundo tweet, no qual a usuária pretende por meio do seu discurso trabalhar a questão do respeito à diversidade. Por fim, temos a terceira publicação que abrange tanto o apoio ao conceito de gênero fluido, como igualmente aborda o conceito de ideologia de gênero. Este último é pauta recorrente dos meios de comunicação tradicionais e digitais devido à Base Nacional Comum Curricular feita pelo Ministério da Educação e que previa a contemplação do tema em escolas. No entanto, em dezembro de 2017 o assunto foi excluído da base, grande parte devido a desinformação sobre o tema e o envolvimento de movimentos religiosos que se mostraram contra a implementação do ensino da ideologia de gênero nas escolas. A usuária em questão explica que em vez de não falar sobre gênero e sexo (o que demonstra um conhecimento limitado sobre gênero), as pessoas poderiam ensinar sobre respeito à diversidade.

Considerações finais

O estudo ainda está em andamento como parte do projeto dos grupos de pesquisa dos quais fazemos parte. Os resultados parciais mostraram que as mídias sociais são plataformas válidas para a abordagem de conceitos que ainda não são bem compreendidos pela sociedade, como é a questão do gênero fluido.

Embora a Constituição Brasileira de 1988 defina o Brasil como um Estado laico, as questões religiosas acabam por interferir e disseminar entendimentos parciais do que se entende por *queergender* e gênero fluido. Outros aspectos como faixa etária e acesso a aparelhos culturais



tiveram igualmente relevância no posicionamento detectado dos usuários nas mídias sociais. Quanto mais velho o usuário e quanto menos envolvido em expressões artísticas, mais contundentes eram suas manifestações *online*, a exemplo do que ocorreu em setembro de 2017, na exposição do QueerMuseu em Porto Alegre (RS), e em outubro deste ano, na palestra de Judith Butler na capital paulista.

Ainda assim, há um movimento dentro das mídias sociais de apoio e circulação de informação, como forma de questionar o discurso normativo de gênero vigente no Brasil, e que não é mais ignorado. As amostras analisadas neste trabalho e o dossiê elaborado pelo Google (2017) sinalizam nesse sentido.

Palavras-chave: gênero fluido; queer; não-binário; mídias sociais.

Referências bibliográficas

BUECHLER, Steve. M. **Social Movements in Advanced Capitalism: The Political Economy and Cultural Construction of Social Activism**. S.l.: Oxford University Press, 2000.

BUTLER, Judith. **Undoing Gender**. New York: Routledge, 2004.

_____. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. **Corpos que pesam**: Sobre os limites discursivos do Sexo. In: LOURO, Guacira, Lopes. O Corpo Educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2007.

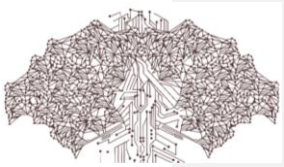
CARVALHO, Mário Felipe de Lima. Nossa esperança é ciborgue? Subalternidade, reconhecimento e "tretas" na internet. Palestra ministrada no III Seminário Internacional Gênero, Sexualidade e Mídia, no campus UNESP – Bauru, 2015.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignación y esperanza :los movimientos sociales en la era de Internet**. Madrid: Alianza, 2012.

_____. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza, 2009.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GROSSI, Miriam Pillar. **Identidade de gênero e sexualidade**. Antropologia em primeira mão. Florianópolis: UFSC, p.1-18, 1998.



_____. "Construção de si, gênero e sexualidade", in: HEILBORN, Maria Luiza. (org.). **Sexualidade: o olhar das ciências sociais**, IMS/UERJ. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1999, p. 40-59.

HALL, Stuart. "The work of representation". In: HALL, Stuart (org.) **Representation. Cultural representation and cultural signifying practices**. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997a.

_____. A centralidade da cultura. Educação & Realidade, Porto Alegre, n. 22, v. 2, Jul/Dez, 1997b.

HARDT, M; NEGRI, A. 2004. "Multitude, Nueva York, Penguin". In: Multitud: guerra y democracia en la era del Imperio. Barcelona: Debate.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social. Uma introdução à teoria do Ator-Rede**. São Paulo: EDUFBA e EDUSC, 2012.

LEITE JUNIOR, Jorge. Transitar para onde? Monstruosidade, (des)patologização, (in)segurança social e identidades transgêneras. **Revista Estudos Feministas**, ano 20, v.2, p. 559-568, 2011

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Loyola, 1998.

MALINI, Fabio. Modelos de colaboração nos meios sociais da internet: Uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1., 2008, Natal. **Anais**... Natal: Intercom, 2008. 1 CD ROM.

MISKOLCI, Richard. Do armário à discrição – regimes de visibilidade sexual das mídias de massa às digitais. In: **No emaranhado da rede**: gênero, sexualidade e mídia, desafios teóricos e metodológicos do presente/ PELÚCIO, Larissa; PAIT, Heloisa; SABATINE, Thiago (Orgs). São Paulo: Annablume Queer, 2015.

_____.. **Teoria Queer**: Um aprendizado pelas diferenças. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

_____. **Corpos elétricos**: do assujeitamento à estética da existência. Ensaio. Estudos Feministas, Florianópolis, 14(3): 272, setembro- dezembro/2006

SCOTT, Joan Wallach. **Gênero**: uma categoria útil de análise histórica. Educação & Realidade, v. 20, n.2, p.71-99, 1995.

SORJ, Bila. **A democracia inesperada: cidadania, direitos humanos e desigualdade social**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA; Tomaz Tadeu (org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2004, p. 7-72.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

OI MENINAS, TUDO BOM? BLOGUEIRAS E A TEORIA TRICKLE-DOWN [1]

Caroline C. BALTAZAR[2]; Claudomilson F. BRAGA[3]

RESUMO

Este artigo articula a teoria Trickle Down (McCracken, 2003) – o processo de imitação e diferenciação protagonizado por grupos sociais hierarquicamente distintos, que visam se apropriar de demarcadores sociais que representam o poder atribuído a cada grupo – com a realidade representada pelas blogueiras de moda. Nosso objetivo neste estudo foi verificar quais os vestígios desta teoria na relação entre as blogueiras de maquiagem Camila Coelho e Xana, Blogueirinha de Merda.

INTRODUÇÃO

A ascensão das blogueiras de maquiagem dentro da Internet tem sido pauta de discussões sobre consumo e identidade. Estas novas profissionais de conteúdo digital são responsáveis por tendências comportamentais que atravessam o espaço do virtual e são manifestados no real. As relações sociais que as permeiam são carregadas de valores simbólicos que trazem consigo as noções de pertença e as próprias relações de poder. Dada esta complexidade presente neste grupo social, nos propomos investigar suas peculiaridades.

Nosso estudo teve como base a teoria proposta por Simmel e revisitada por McCracken (2003), a Teoria *Trickle Down*, traduzida também como Teoria do Gotejamento ou Teoria da Lágrima. Esta abordagem teórica investiga as relações sociais, em especial as relações de poder, presentes entre os grupos superiores e inferiores. Através do movimento de imitação e distinção estes grupos são responsáveis pela manutenção da hierarquia econômica e social. McCracken (2003) apresenta que os grupos inferiores buscam imitar os grupos superiores "para se apropriar de seus distintivos de poder e de autoridade" (MCCRACKEN, 2003, p. 132). Esta imitação transcende o consumo de bens, e incluem nesta 'barganha' os valores intangíveis que estão impregnados nestes bens. Em resposta a esta 'ameaça' o grupo superior busca se distinguir para retomar seus demarcadores sociais e assim reestabelecer seu poder (MCCRACKEN, 2003).

---

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 20: Influenciadores, blogueiros, YouTubers do X Simpósio Nacional da ABCiber..

[2] . Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás. Email de contato: caroline.c.baltazar@gmail.com

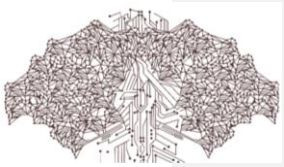
[3] . Professor Adjunto da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG. Doutor em Psicologia Social pela PUC Goiás. Estágio Pos-Doutoral em Psicologia Social pela UERJ. milsonprof@gmail.com

Nossa proposta neste trabalho foi analisar a manifestação da Teoria do Gotejamento nos conteúdos produzidos pelas blogueiras de maquiagem. Para traçarmos este paralelo comparamos o conteúdo de duas personalidades deste segmento: Camila Coelho do blog/canal Super Vaidosa e Bruno Matos que interpreta a Xana do canal Blogueirinha de Merda. A primeira é maquiadora profissional, reconhecida nacionalmente e internacionalmente. Camila nasceu em Minas Gerais, porém desde seus 14 anos mora fora do país. Atualmente sua residência 'oficial' é nos EUA. Seu canal começou em 18 de abril de 2011[4] tendo como foco os conteúdos relacionados à moda e maquiagem. Hoje ela é uma das referências nacionais neste segmento e participa de diversos eventos internacionais do ramo. Em contrapartida, Bruno Matos não é maquiador, mas sim um ator, que criou uma personagem para parodiar o estereótipo atribuído às 'blogueirinhas de maquiagem'. Ele interpreta uma blogueira de moda rica, esnobe e vegana, que satiriza as formas de conduta estereotipadas destas meninas. O primeiro vídeo de Bruno com sua personagem Xana foi feito em julho de 2016. Hoje, assim como as demais, a Blogueirinha de Merda mantém seus conteúdos sobre maquiagem, mas também traz conteúdos sobre moda e comportamento. A abordagem do ator é escrachada, ele incorpora uma menina 'pobre' que ostenta uma vida de luxo em Miami, quase como uma esquizofrenia identitária.

Para nossa pesquisa empírica escolhemos um vídeo de cada 'menina', que tinham a mesma temática: um tutorial da maquiagem da personagem Bibi Perigosa interpretada pela atriz Juliana Paes na novela A Força do Querer. Nossas análises foram feitas em dois passos: primeiro aplicamos em cada vídeo, decupando-o, a Análise Crítica de Discurso que investiga "[...]a dimensão da análise linguística, da análise do processo interacional e da análise de circunstâncias organizacionais e institucionais da sociedade" (MELO, 2009, p. 13); em seguida buscamos nestas análises individuais pontos em comum em ambos os vídeos. Em seguida montamos um quadro-resumo em que apresentamos os aspectos em comum e a qual categoria pertenciam (análise textual, análise da prática discursiva, análise da prática social). Com base nestes aspectos em comum, e de elementos que os diferenciam, buscamos aspectos que afirmavam ou refutavam a presença da Teoria *Trickle Down* na relação entre estas personagens, e seus respectivos grupos sociais.

DO CONSUMO à TEORIA *TRICKLE DOWN*

[4] Fonte: < http://camilacoelho.com/camila/>



A teoria do gotejamento, ou da lágrima, está diretamente relacionada com o consumo. Esta não é uma atividade que começou com a revolução industrial, tampouco apenas com o fim dos regimes feudais, ascensão da burguesia ou aristocracia. A prática do consumo por nós é praticada desde antes de Cristo, tanto para consumo próprio quanto para aqueles adquiridos através de troca. Todavia o consumo na modernidade tomou novas formas, e a partir de mudanças políticas, sociais e tecnológicas passou a ser compreendido através de uma ótica atualizada, a qual reconhece seu local de 'fala' e 'poder' dentro da sociedade.

O consumo tem duas grandes correntes teóricas que estudam o fenômeno. A primeira centraliza o consumo como "a cultura da sociedade pós-moderna" (BARBOSA, 2004, p. 11). Esta corrente possui grandes nomes como Baudrillard, Jameson e Bauman . Geralmente os estudiosos dessa linha aplicam ao consumo uma visão baseada em parâmetros morais e uma visão crítica e pessimista (BARBOSA, 2004). Estes teóricos divergem da outra corrente que é aplicada ao consumo, adepta por McCracken, Bourdieu e Campbell. Para estes pesquisadores "o consumo se conecta com outras esferas de experiências humanas" (BARBOSA, 2004, p. 11). Dessa forma o consumo é descentralizado, rompendo a relação de causalidade proposta pela primeira corrente, colocado, enfim, em diálogo com tantas diversas áreas – não tão reconhecidas pelo debate pós-moderno. O consumo é, portanto, uma forma de compreender a estrutura social, política e econômica da sociedade. Quando analisamos as formas de consumo, os bens consumidos e seus usos, percebemos que estes dialogam com a identidade dos indivíduos, a estrutura de classes econômicas, os agrupamentos que não são produto apenas de fatores financeiros, bem como os hábitos, relações interpessoais e intrapessoais, a cultura, etc.

Bourdieu (1983) e Baudrillard (1969) enxergam que através das estratégias de consumo temos estratégias de diferenciação (GAMBARO, 2012). O primeiro compreende que o *habitus*[5] é o responsável por influenciar aquilo consumido, ou seja, a prática de consumo de determinado grupo, "o habitus é uma dimensão de exteriorização do interiorizado e interiorização do mundo social como visão de mundo, um fruto da relação ser humano-história" (ARAÚJO; MELO, 2007, p. s/n). Sendo assim, a realidade e o contexto colaboram para aquilo que é tido como 'bens essenciais para o consumo'. Iniciando o diálogo com nosso objeto de estudo podemos separar dois grupos que tangem estas meninas: outras blogueiras e seus seguidores. Ambos fazem parte de um mesmo 'grupo', ainda com a diferença de um ser o provedor de conteúdo, enquanto o outro

[5] "[...] é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de sujeito transcendental na tradição idealista) o habitus, a héxis, indica a disposição incorporada, quase postural – [...] de agente em ação [...]" (BOURDIEU, 1989, p. 61)

– em sua maioria – ocupa o papel de consumidor de conteúdo. Portanto, temos dentro deste público práticas semelhantes de consumo – tanto informacional quanto material – uma vez que estes estão 'vinculados' por interesses e 'profissões' em comum. Trazendo o pensamento de Baudrillard (1969) para a discussão, observamos que o autor compreende a existência de dois grupos: os de pertença, que consomem como por direito; e os de referência, que atuam se diferenciando ou se igualando a determinado grupo (GAMBARO, 2012). O sociólogo vê no consumo uma forma de ascensão social, porém esta é ilusória, dada a dinamicidade e rotatividade dos bens que são produzidos e significados. Portanto, podemos traçar aqui duas observações: a primeira é a semelhança e a proximidade do pensamento do autor com os fundamentos básicos da Teoria *Trickle Down*; a segunda é a ascensão social que as próprias blogueiras – quando bem sucedidas – alcançam quando conseguem 'fincar' suas carreiras em públicos fidelizados, seja por reconhecimento do consumo material ou por fatores indenitários.

Sendo assim, temos o consumo como atividade milenar dentro da rotina humana, sendo impactado pelo grupo o qual os indivíduos pertencem. Ele é capaz de distinguir classes sociais, assim como grupos sociais, por exemplo, as blogueiras de maquiagem 'Classe A' e as blogueiras de maquiagem 'Classe C', ou seja, 'ricas e pobres'. Através de semelhanças, e principalmente o sentimento de pertença, os hábitos de consumo de determinados sujeitos se aproximam, reforçando assim os próprios laços sociais estabelecidos dentro do grupo, 'marcando' aqueles que são o que são, e diferenciados dos demais.

Com essa determinação e segregação de grupos sociais e classes sociais podemos iniciar nossa discussão sobre a Teoria *Trickle Down*. O pensamento da teoria do gotejamento só ganhou 'vida' quando o sistema da pátima[6] ruiu. Uma vez que a forma de segregar as classes sociais – através de mecanismos que permitiam a 'verificação' do status ao qual o indivíduo pertencia, o consumo deixou de ser constituído pela aquisição de um status hereditário e passou a ser alcançado a partir da aquisição de bens relacionados[7], ou simbolicamente atribuídos, às classes superiores (MCCRACKEN, 2003). Dessa forma, aquele que queria forjar seu status viu no

[6] Pátima é "uma propriedade física da cultura material" (MCCRACKEN, 2003, p. 54). Nesta perspectiva, a pátima se relaciona com o valor agregado durante os anos aos objetos, e que se transforma num valor simbólico, tornando-o assim cada vez mais valioso. A fim de ilustrar este aspecto podemos trazer, por exemplo, as relíquias de família, que são objetos presentes há gerações e que trazem consigo não apenas um valor comercial na peça, mas também o valor atrelado à sua idade, o prestígio da família e afins.

[7] Como dito por McCraken (2003, p. 55) "as pessoas transferiram-se da sociedade de relação face a face, nas quais o status de cada indivíduo era de conhecimento geral, para sociedades relativamente anônimas, nas quais o status precisava ser frequentemente ser inferido a partir das posses físicas individuais".

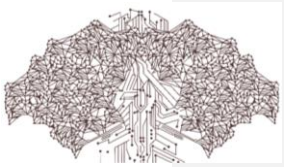
consumo destes bens, que agora não mais precisavam ser relíquias de família e ter seu valor proporcionado à sua 'idade', a possibilidade de pertencerem ao 'grupo dos ricos'. Esta nova configuração permitiu que os novos ricos, a burguesia em ascensão, conseguisse o prestígio que outrora foi atribuído apenas às famílias tradicionais e ricas há gerações. Esta 'nova' realidade para a época iniciou o processo de imitação. Aqueles que antes eram desmascarados por não possuírem os conhecimentos necessários, a linhagem adequada ou os bens valiosos o suficiente, puderam imitar as classes superiores, adquirindo os bens que estes agora consumiam. Sendo assim, o movimento social que surge com o fim da pátina foi reconhecido por Simmel como a Teoria do Gotejamento.

> A teoria sustenta que dois princípios conflitantes agem como espécie de engrenagem ou força motivadora para a inovação. Grupos sociais subordinados, seguindo o princípio da imitação, buscam estabelecer suas reivindicações por um novo status adotando o vestuário dos grupos superiores. Estes, seguindo o princípio da diferenciação, respondem adotando novas modas. [...] Deste modo, o grupo superior continuar a deter marcadores de status peculiares a si, preservando a diferença de status que pretende que tais marcadores signifiquem. (MCCRACKEN, 2003, p. 123)

Portanto, temos neste momento uma teoria que explica e dá pistas do movimento pertinente ao consumo e às tendências de moda. Salientamos que mesmo tendo sido desenvolvida e pensada dentro da moda, os vídeos e as blogueiras em questão se enquadram dentro destes aspectos, uma vez que o universo da maquiagem se constrói dentro do espaço da moda também.

Retomando a teoria, McCracken (2003) aponta fragilidades no pensamento de Simmel, e propõe assim uma 'complementação' àquilo o que já havia sido posto pelo sociólogo. Dentre suas contribuições, McCracken (2003) trás dois aspectos defasados na proposta de Simmel: primeiro a ausência da contextualização deste processo dentro da esfera social; e segundo a limitação do autor ao incluir apenas classes sociais como protagonistas deste fenômeno. No primeiro ponto o autor trás para a discussão a inclusão de aspectos e 'valores subtendidos' que são embutidos nos bens, que corroboram para a construção deste fenômeno. No segundo ponto o autor avança em sua visão e inclui os grupos sociais que não são divididos apenas na lógica das classes econômicas, mas também aqueles compostos por aspectos de gênero, por exemplo. Como consequência destas 'alterações' na compreensão teórica do fenômeno, as motivações e aquilo o que se almeja copiar é detectado, e, por consequência, é possível prever aquilo que será reforçado pelo grupo superior para garantir sua posição hegemônica.

> Estabelecemos que o processo de imitação é simbolicamente propositado e formulado não somente para efetivar uma identidade de vestuário com os superiores, mas também para se apropriar de seus distintivos de poder e



> autoridade. [...] Em outras palavras, uma teoria trickle-down que forneça um contexto cultural pode prever não somente que acontecerá uma mudança por parte dos superiores, mas também as propriedades simbólicas que o novo estilo buscará. Pode predizer não apenas o fato, mas também a direção da mudança (MCCRACKEN, 2003, p. 132)

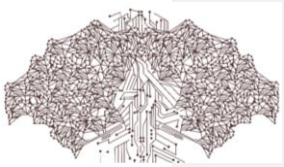
Trazendo para nosso estudo das blogueiras de maquiagem, temos um contexto de imitação presente não apenas na paródia presente por uma das personagens analisadas, mas também na imitação das seguidoras destas blogueiras que reproduzem as técnicas e o comportamento deste grupo superior. Portanto, a relação dessa teoria com nosso estudo perpassa três pontos presentes nos vídeos analisados. O primeiro ponto está no próprio recorte temático, uma vez que ambos os vídeos são 'makes inspiração' baseado na identidade visual – mais precisamente na maquiagem – de uma personagem de uma novela, a Bibi Perigosa. Personagem esta que estava presente, inclusive, no núcleo 'pobre' da novela, e foi interpretada por uma das atrizes mais bem sucedidas do país.

O segundo ponto é a própria sátira protagonizada pelo ator Bruno Mattos ao interpretar Xana. Sua personagem é uma imitação do conceito, ou do status, que envolve a classe das blogueiras de moda, beleza e comportamento. Uma vez que muitas possuem traços e comportamentos semelhantes, o que garante a elas a permanência neste grupo, variando em outros aspectos principalmente aqueles relacionados ao biótipo físico. E por fim, o terceiro momento da imitação é a própria reprodução das maquiagens pelas seguidoras destas blogueiras. Entretanto, como o processo não se resume apenas à imitação, a diferenciação reside nas mudanças das técnicas, tendências e produtos também utilizados pelas blogueiras e por consequência por aqueles que consomem estes conteúdos. Além das próprias reinvenções dentro das personalidades de cada blogueira, como estilo e conteúdos disseminados.

BLOGUEIRINHAS DE MAQUIAGEM: FILHAS DA REDE

Precedente à criação dos blogs temos a Internet, e antes dos blogueiros temos usuários e criadores que já participavam dela desde sua versão 1.0. Os blogs materializaram apenas uma das possibilidades oferecida pela rede e utilizada por uma sociedade que se comunica e se organiza da mesma forma. Não obstante desta realidade temos os pensamentos de autores como Castells (2003) e Levy (2010) , que se dedicaram a compreender esta nova realidade.

Os blogs conhecidos por ser assemelharem a diários online (ORIHUELA, 2007), dão liberdade para que o usuário produza conteúdos de acordo com seu interesse. Quando surgiram



gradativamente se tornaram fontes de informações 'puras', 'livres' da interferência do monopólio midiático[8]. Vemos nesta liberdade com os blogs, ainda na web 2.0, o pensamento de Castells (2003). Ao internauta foram dadas, metaforicamente, as chaves da prisão, ou seja, a possibilidade de criar. Um espaço virtual conectado que permite o fluxo de informações em uma quantidade nunca vista pelas mídias e veículos de informação, um ciberespaço[9] aos olhos de Levy (2010).

> O tipo de comunicação que prospera na Internet está relacionado à livre expressão em todas as suas formas, mais ou menos desejável, segundo o gosto de cada pessoa. É a transmissão de fonte aberta, a livre divulgação, a transmissão descentralizada, a interação fortuita, a comunicação propositada e a criação compartilhada que encontram sua expressão na Internet. (CASTELLS, 2003, p. 165)

Qualquer usuário com condições de compreender e escrever poderia criar um blog pessoal no qual exporia seus gostos, ideias e críticas[10]. A importância tanto desta rede social online quanto de seus usuários, ou 'atores-fontes', ainda deixa seus traços nos usuários da internet de 2018, herdeiros de pouco mais de 10 anos de carreira dos blogueiros. Estes sujeitos refletem o pensamento de Jenkins (2015) que discute em seu livro a cultura da convergência, apontando para esta convergência das mídias a partir dos meios de comunicação, da cultura participativa dos usuários e também da inteligência coletiva. Tanto as blogueiras[11] quanto os demais atores dessa rede representam em seu comportamento uma mudança cultural complexa que envolve tantos

8 "Os meios sociais restituem às pessoas o poder da comunicação pública, da circulação de informação e do estabelecimento de agendas que, em grande parte, havia sido, até o momento, administrado de forma exclusiva pelos meios tradicionais." (ORIHUELA, 2007, p. 8)

9 "[...] espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertizianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização." (LEVY, 2010, p. 94)

10 Levy (2010) fala desta realidade da aproximação por interesses e não mais por fatores geográficos proporcionada pela Internet quando se refere a alguns aspectos da cibercultura, ao afirmar que esta "é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comum [...]" (LEVY, 2010, p. 132).

11 Hoje o termo blogueira foi aposentado, substituído por um termo generalista que abriga todos os usuários da internet: influenciadores digitais. Esta adaptação se fez necessária uma vez que diariamente surgem novas redes sociais online que 'criam' novos usuários que são apelidados de acordo com o nome oficial da rede em questão, como os instagramers e os youtubers. Sendo assim esta palavra ainda está em voga, mesmo não dizendo tudo sobre o usuário, que hoje se encontra também no Facebook, Instagram. YouTube, Pinterest, dentre outras.

processos relacionais e tecnológicos que nos perdemos em meio à sua dinâmica e poder de 'interferência' na sociedade.

Ao recairmos nossos olhos às blogueiras de moda podemos identificar nelas alguns traços característicos das *It Girls*[12] . Todavia, sua origem está relacionada às redes sociais online e não em revistas sobre a alta sociedade. Outra característica que faz parte das 'blogueirinhas' são suas personalidades caricatas. A forma entusiasmada que apresentam seus conteúdos também compõe a construção destas 'personagens', o que, de certa forma, colabora para a sobrevivência do termo blogueira, não mais relacionada àquelas que possuem blogs, mas àquelas que possuem determinado tipo de comportamento e estilo de vida. Entretanto, quando deixamos de lado a sátira que permeia atualmente o termo 'blogueirinha', constatamos que estes usuários foram pioneiros em iniciar uma 'tendência' prometida pela própria Web, em especial a Web 2.0, que é a produção de conteúdo que parte também dos usuários.

Quando focamos no tipo de conteúdo produzido pelas blogueiras de maquiagem vemos que se trata de conteúdos que antes estavam presentes em programas de televisão, jornais e em revistas. Os tutoriais, as dicas e as indicações de cosméticos eram veiculados pelos principais meios de comunicação, e dessa forma recebiam influência direto das empresas que controlavam – e ainda controlam – estes veículos. Dessa forma além do conteúdo ter apenas os grandes grupos de comunicação como fonte, a diversidade ainda era escassa, uma vez que as pautas eram escolhidas a dedo por aqueles que comandavam os MCM[13]. Junto com essa popularização, de um conteúdo antes 'refém' das revistas e de seus editores, percebemos que o hábito de ler o material impresso diminuiu, tanto que algumas revistas hoje existem em sua versão eletrônica e são vendidas apenas por assinatura, e não mais em grandes tiragens.

Outra característica que é nata e muito bem quista pelos usuários da rede é a demassificação[14] dos conteúdos. Antes enquanto o passo-a-passo da maquiagem usada pela

[12] O termo it girl se refere aquelas meninas que ditam e personificam tendências. A tradução, ao pé da letra, pode ser entendida como a garota do momento. Outro termo popularmente aplicado é o 'famosinha', ou seja, a It Girl é aquela garota que dita tendências de moda e comportamento e possuí certa popularidade. Com a ascensão das redes sociais online as It Girls não são apenas as celebridades, mas podem ser também meninas que saíram do anonimato, seja por atributos físicos ou financeiros.

[13] Abreviação para Meios de Comunicação de Massa.

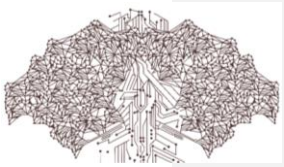
[14] Toffler (1999) afirma que os consumidores da terceira onda buscam conteúdos desmassificados, ou seja, este conteúdo ainda pode se assemelhar àqueles ofertados pelos monopólios de comunicação em forma, mas quando o conteúdo tem uma origem 'anônima' ou pessoal este tem maior credibilidade e

Britney em sua apresentação no Video Music Awards – premiação musical norte americana promovida pela MTV – era descrita nas páginas de uma revista – hoje temos maquiadoras falando sobre automaquiagem e ensinando técnicas que antes estavam disponíveis majoritariamente nas bancas e nos programas televisivos da tarde dedicado às donas de casa. Estas breves observações já nos remetem à teoria do gotejamento, quando podemos perceber que grupos sociais 'inferiores' passaram a imitar o grupo 'superior' – conhecido como meios de comunicação de massa – para adquirir, em muitos casos, a influência que antes estava na posse das revistas femininas. Esta discussão é retomada à frente, porém julgamos adequado ressaltar este aspecto neste momento.

Sendo assim, as blogueiras de maquiagem produzem um tipo de conteúdo que antes estava presente apenas nos MCM, entretanto esta não é a principal característica deste tipo de conteúdo, tão pouco o que mais nos interessa. Quando olhamos com uma visão mais crítica para estes personagens da Internet, podemos identificar nuances que permeiam os conteúdos produzidos por estes, desde elementos visuais aos ditos e escritos. Um olhar preliminar nos trás pistas sobre o que de fato é produzido e reproduzido por estas blogueiras. Em primeira instância temos a informação, a técnica ensinada através dos tutoriais, as maquiagens-inspiradas em personalidades famosas e a informação sobre os termos pertinentes a este universo. Num segundo momento temos um consumo que se torna 'material', aquele que vem do produto utilizado, do pincel específico, ou até mesmo o curso online ou presencial que estas meninas oferecem.

Em meio a este consumo informacional e material agregados à estes vídeos-tutoriais temos ao fundo o consumo da blogueira não apenas como 'outra usuária' mas como uma marca independente. Não apenas uma profissional se vende, mas seu comportamento e seu estilo de vida também. Para sua autopromoção muitas blogueiras seguem a 'cartilha', que contém alguns elementos supracitados desta 'classe' de pessoas. Em sua construção complexa, as blogueiras crescem individualmente enquanto marcas, mas também ocupam o espaço de usuárias produtoras de conteúdo independente e 'caseiro', sendo assim vemos dentro destas meninas parte da 'roda' do gotejamento. Dentro desta temática existem nichos específicos, e dentro das blogueiras de cada nicho ainda existem aquelas que são 'maiores' que as outras. Dessa forma, a própria distinção dentro dessa pequena parcela da sociedade é uma engrenagem para a teoria *Trickle Down*. Para explicar melhor estes aspectos apresentamos a seguir as análises dos vídeos de Camila Coelho e Xana.

confiança do consumidor. Dado o contexto das redes sociais online percebemos esta tendência no comportamento dos usuários da Internet.



ESCOLHAS METODOLÓGICAS DE ANÁLISE

Neste trabalho utilizamos duas técnicas de análises. A primeira é a aplicação da Análise de Discurso Crítica[15] de Fairclough em cada vídeo decupado, primeiro o protagonizado pela Camila Coelho e o segundo pela Blogueirinha de Merda. Em seguida buscamos nas análises individuais pontos em comuns que permitiram uma reflexão acerca da Teoria *Trickle Down* e consumo. Esta estratégia foi necessária uma vez que uma análise comparativa só era possível quando analisado cada vídeo individualmente a partir de uma mesma perspectiva, neste caso a Análise de Discurso Crítica, que busca também identificar as relações de poder[16] presentes no objeto de estudo.

Esta escolha metodológica foi desenvolvida simultaneamente ao recorte aplicado à nossa amostra, após eleito o universo de análise. Definido que Camila e Xana seriam as blogueiras estudadas, mapeamos os vídeos postados em seus canais. Escolhemos os vídeos postados na YouTube por nos interessarmos apenas em seus discursos, e não nas interações com seus seguidores. Por isso não se fez necessário recorrer às postagens nas outras redes sociais online das blogueiras em questão.

Uma vez que definimos as blogueiras e a mídia digital para coletarmos o material analisados, iniciamos então o recorte para a amostra. Nossos critérios foram dois: vídeos de mesma temática; e vídeos que retratam – num primeiro momento – vestígios da Teoria do Gotejamento. Dessa forma buscamos nos bancos de dados dos próprios canais um vídeo que

15 "A ACD é uma forma de ciência social crítica, projetada para mostrar problemas enfrentados pelas pessoas em razão das formas particulares de vida social, fornecendo recursos para que se chegue a uma solução.[...] Na condição de ciência social crítica, a ACD tem objetivos emancipatórios e focaliza os chamados "perdedores" dentro de certas formas de vida social – os pobres, os excluídos socialmente, aqueles que estão sujeitos a relações opressivas de raça e sexo, e assim por diante. Mas isso não nos dá uma um conjunto de problemas sociais claramente definidos e incontroversos. Os assuntos problemáticos e que requerem mudança são inerentemente controversos e contestáveis, e a ACD estará inevitavelmente envolvida em debates e controvérsias sociais quando enfatizar certas características da vida social como problema." (FAIRCLOUGH; MELO, 2012, p. 312)

16 "As redes de práticas são sustentadas por relações sociais de poder17, e as articulações entre práticas estão ligadas a lutas hegemônicas. Desse modo, permanências de articulações entre práticas são compreendidas como efeito de poder sobre redes de práticas, e tensões pela transformação dessas articulações são vistas como lutas hegemônicas. Dado o caráter inerentemente aberto das práticas sociais, toda hegemonia é um equilíbrio instável, e a ADC como prática teórica emancipatória trabalha nas brechas ou aberturas existentes em toda relação de dominação" (RAMALHO; RESENDE, 2004, p. 196)

obedecesse a estes critérios[17]. Salientamos que não incluímos em nosso recorte aspectos como visualizações, quantidade de comentários, likes ou deslikes, posto que nosso recorte teve embasamento temático e não necessitou de dados quantificados para definir ou elencar a relevância dos vídeos. Ao fim desta lista de critérios encontramos em ambos os canais um vídeo de 'maquiagem inspiração' baseado em uma mesma personagem da novela das nove da rede Globo. Este vídeo obedeceu aos critérios uma vez que é de mesma temática e nos remete à Teoria da Lágrima quando percebemos que um grupo inferior busca num grupo superior – neste caso uma atriz global – aspectos para imitar e de alguma forma se apropriar de algum valor pertencente ao grupo superior.

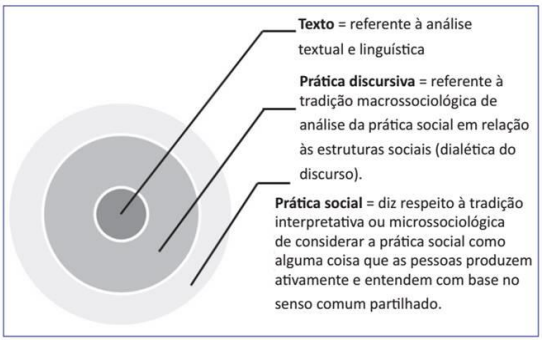
Como definido e apresentado anteriormente, dentro do percurso metodológico que construiu esta investigação escolhemos como técnica de análise a Análise do Discurso Crítica, ou Análise Crítica do Discurso – que para alguns estudiosos se aproxima mais de uma teoria do que um método em si, porém, neste trabalho a utilizamos enquanto método de análise. Optamos por utilizar a visão de Fairclough e Melo (2012) que compreende esta metodologia a partir de um tripé: o texto; a prática discursiva e a prática social. Sendo assim, uma vez que para o autor o discurso é uma prática social, esta técnica de análise se sustenta nestes três aspectos fundantes, no qual o texto, ou a linguagem, se posiciona como 'elo' entre as práticas sociais e discursivas.

> A conexão entre o texto e a prática social é vista como mediada pela prática discursiva: de um lado, os processos de produção e interpretação são formados pela natureza da prática social, ajudando também a formá-la e, por outro lado, o processo de produção forma (e deixa vestígios) no texto, e o processo interpretativo opera sobre 'pistas' no texto. (FAIRCLOUGH *apud* RAMALHO; RESENDE, 2004, p. 187)

Como apresentado no quadro a seguir (figura 1), temos os elementos que estruturam os três aspectos fundamentais da ADC. Sendo assim, uma vez que nos propomos a utilizar este método de análise, construímos nossas análises com base neste quadro e seus elementos, buscando nos vídeos decupados semelhanças entre si.

Figura 1: Quadro adaptado proposto por Fairclough para a realização da ADC.

[17] Vídeo coletado do canal de Camila Coelho: https://www.youtube.com/watch?v=gYC7B2mXjg4&t=18s Vídeo coletado do canal da Blogueirinha de Merda: https://www.youtube.com/watch?v=bNkpxmWzVmo&t=18s.



Fonte: Adaptação Silva e Gonçalves (2017, p. 9)

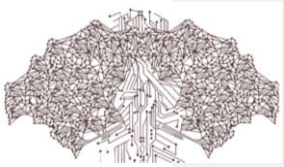
Figura 2: Categorias analíticas propostas no modelo tridimensional

TEXTO	PRÁTICA DISCURSIVA	PRÁTICA SOCIAL
vocabulário gramática coesão estrutura textu- al	produção distribuição consumo contexto força coerência intertextualidade	**ideologia** sentidos pressuposições metáforas **hegemonia** orientações econômicas, políticas,culturais, ideológicas

Fonte: Ramalho e Resende (2004, p. 188)

Na figura 3, temos o primeiro elemento que compõe a ADC é a análise textual, composta pelo vocabulário, gramática, coesão e análise textual. Cada um destes elementos permite a compreensão do texto, dentro do texto e pelo texto. Essa etapa inicia o estudo sistemático uma vez que recorre à 'fonte palpável' as primeiras impressões espelhadas no próprio texto escrito, neste caso transcrito e decupado. No segundo elemento deste tripé temos a prática discursiva. Esta etapa tem como componentes a produção, distribuição, consumo, contexto, força, coerência, intertextualidade. É fundamental discriminarmos que a prática discursiva é a mediadora entre o texto e a prática social (Resende; Ramalho, 2004). Sobre a análise da prática social Resende e Ramalho (2004, p. 189) afirmam que "a análise da prática social se dá pelo texto. É através dele que se exploram as estruturas de dominação, as operações de ideologia e as relações sociais." Portanto, recorremos aos dois aspectos fundamentais da prática social para dialogarmos com a linguagem e, por consequência, o discurso: a ideologia e a hegemonia.

Nossa análise foi feita com base nestes três aspectos, entretanto para este trabalho, uma vez que existe um limite de paginação, optamos por não apresentar detalhadamente a análise individual de cada vídeo. Por isso optamos por apresentar os pontos em comum e a qual categoria



pertencem num formato de um quadro-resumo. Salientamos que esta adaptação não comprometeu a análise dos vídeos individualmente, sendo feita em sua totalidade e rigor como exigido pelo método.

DISCUSSÃO E ANÁLISE

Dada a particularidade de nossa estratégia metodológica para a análise, apresentamos o quadro-síntese com os pontos em comum entre ambos os vídeos, de Camila e de Xana, e em seguida faremos as inferências. Este quadro foi ordenado de tal modo que começamos com as observações feitas a partir da análise textual, em seguida apresentamos os pontos em comum da análise da prática discursiva e por fim aquilo que foi comum a ambos os vídeos presentes na análise da prática social.

Quadro 1: Aspectos em comum encontrados na ADC aplicada nos dois vídeos, de Camila Coelho e Xana.

CATEGORIA	ASPECTOS
Análise Textual - Vocabulário	Linguagem informal;
Análise Textual - Coesão	Termos específicos deste universo (técnicas e produtos); A conversa tem a estrutura de uma conversa entre amigos.
Análise Textual - Estrutura Textual	Padronização da estrutura narrativa; É explicitado o relacionamento das blogueiras com as marcas e produtos.
Análise Textual - Gramática	Uso de diminutivos; Conectivos (‘então’, ‘né’).
Análise Prática Discursiva – Produção e Distribuição	Produzido no YouTube/Internet.
Análise Prática Discursiva – Consumo	Estimula três tipos de consumo: informacional (técnicas); material (produtos e marcas); comportamento (estilo de vida, postura, valores).
Análise Prática Discursiva – Contexto	Popularização de conteúdos sobre maquiagem e da profissão de blogueira.
Análise Prática Discursiva – Intertextualidade	Dialogam com a personagem Bibi Perigosa
Análise Prática Social	-

Fonte: elaborado pelos autores

Olhando para este quadro percebemos que as semelhanças entre ambas as blogueiras residem majoritariamente na análise textual, ou seja, em suas falas. Quando partimos para a análise da prática discursiva temos 5 categorias em comum, e, por fim, na análise da prática social não temos nenhuma característica similar presente em ambas as análises. Esta 'diminuição de categorias' dá indícios da particularidade de cada vídeo. Como explicado, Xana, a Blogueirinha de Merda, é a princípio[18] uma personagem criada por Bruno. Seu intuito e seu conteúdo não tem a mesma finalidade que o conteúdo de Camila. Enquanto a primeira tem sua origem baseada em uma sátira a um grupo de pessoas que é estereotipado como fútil, rico, feminino – demais – e infantilizado[19], a segunda apresenta, neste vídeo, um conteúdo sério sobre automaquiagem, assim como faria em um curso profissionalizante, tendo, talvez, alterações na informalidade e pessoalidade presente em sua fala. Mesmo fazendo uso de uma fala próxima, a intencionalidade de ambas se apresenta distinta, e por isso os demais elementos, principalmente os relacionados à prática social, que é onde texto e discurso se envolvem resultando nas ideologias e relações sociais e de poder (RESENDE; RAMALHO, 2004).

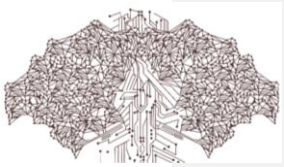
Quando nos atentamos à análise textual vemos que a Blogueirinha de Merda se apropriou[20] do vocabulário e da narrativa utilizada por Camila. Ambas fazem uso da coloquialidade para se aproximarem do seu público, uma característica comum dentro das relações estabelecidas entre os usuários da internet, que mesmo com a distância geográfica ainda se sentem 'confortáveis' para estabelecer um contato mais pessoal com pessoas que não fazem parte de seu grupo social 'real'.

Outra característica que as aproxima é o suporte que usam para divulgar seus conteúdos. Ambas surgiram dentro da Internet, sendo este seu local de trabalho primário. Mesmo Camila sendo de uma classe econômica superior, mais abastada quando comparada à real situação de

[18] Atualmente, quando exploramos os conteúdos mais recentes do canal e dos perfis pessoais de Xana – interpretada por Bruno – vemos que o estilo de vida de blogueira não está reduzido apenas aos vídeos de maquiagem. Recentemente a personagem gravou uma minissérie em seu canal parodiando a novela mexicana Maria Do Bairro, além de participar como repórter em eventos que é convidada, tanto para seu canal quanto para outros canais do YouTube. Percebemos que outrora o que era apenas uma personagem pode estar se transformando em uma blogueira, porém com uma imagem e identidade bem peculiar: a de falsa ostentação.

[19] Quando utilizamos o termo 'infantilizado' ele não se relaciona diretamente ao conteúdo, ou seja às maquiagens em si, mas está se referindo à postura de 'meninas' das blogueiras, através da linguagem oral e gestual.

[20] O termo 'apropriou' é colocado intencionalmente, uma vez que Camila é blogueira desde 2011 e por representar o grupo superior, o qual é o responsável por promover tendências e em seguida executar o movimento de diferenciação dos grupos inferiores.

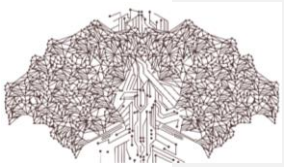


Xana, vemos que a Internet é o ponto em comum entre ambas. Quando olhamos para suas ferramentas nos alude à noção de acesso e cooperação, que é uma característica da própria criação colaborativa da rede (CASTELLS, 2003). Sendo assim, quando olhamos para este estudo e aplicamos o princípio da Teoria do Gotejamento percebemos que por ocuparem um mesmo 'espaço' e por terem acesso à mesma 'ferramenta' este é o ponto de encontro destes grupos hierarquicamente distintos. Mesmo fazendo usos distintos, a Internet, neste caso, é o principal denominador comum destes atores em questão. Dessa forma, assim como Camila fez uso do YouTube para criar um conteúdo que antes era acessível apenas através dos MCM – iniciando o 'rompimento' dessa dependência de conteúdos massivos[21] – Xana o fez também. Utilizando como base elementos indenitários tanto do conteúdo quanto de quem o profere, a Blogueirinha de Merda iniciou o processo de imitação, como dito por McCracken (2003, p. 123) "grupos sociais subordinados, seguindo o princípio da imitação, buscam estabelecer suas reivindicações por um novo status adotando o vestuário dos grupos superiores".

Esse processo de imitação no qual estamos focando, entre Camila e Xana, não é o único presente neste caso. Quando retornamos ao tema de ambos os vídeos vimos que ambas as blogueiras reproduzem uma maquiagem de uma personagem de uma novela, que é interpretada por uma das maiores atrizes brasileiras. Uma observação interessante é que enquanto Camila focou seu vídeo em falar da Juliana Paes e seu relacionamento com ela, Xana – que não conhece a atriz – buscou retratar a personagem Bibi bandida, a Bibi perigosa.

Um terceiro aspecto presente em ambos os casos é o estímulo a três tipos de consumo. Durante a ADC aplicada aos vídeos separamos estas diferenças em: consumo informacional, relacionado ao conhecimento da maquiagem com foco nas técnicas; consumo material, que é o dos produtos e marcas utilizadas pelas meninas; e por último um consumo do estilo de vida, ou seja, do comportamento, hábitos e valores. O primeiro tipo de consumo por nós elencado se aproxima do segundo, uma vez que informação também pode ser um bem, inclusive Toffler (1999) afirma que a informação é a matéria-prima da terceira onda, ou seja, deste momento no qual vivemos em que a tecnologia ferrenhamente tem sido introduzida em nossas práticas sociais e vice-versa. Esse tipo de consumo nos remete brevemente à noção de capital cultural proposto

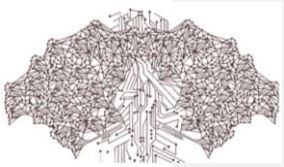
[21] Esta característica de produtores é entendida por Toffler (1999) como o conceito do prossumidor, que exerce dois papéis, o de produtor e consumidor. Terra (2010) cunhou o conceito do usuário-mídia, para se referir a estes produtores e consumidores de conteúdo que 'habitam' a Internet. Ambos os autores compreendem que o usuário não depende mais exclusivamente dos MCM para ter acesso às informações, existem outras fontes que permitem e promovem o conhecimento, sendo uma delas o usuário da Internet, em nosso caso as blogueiras.



por Bourdieu (1983). Este conhecimento agregado, adquirido, se relaciona com o *habitus* do indivíduo, sendo assim, produto também deste. Aplicando este conhecimento às blogueiras estudadas neste trabalho, o conhecimento seria um ponto em comum entre ambas, todavia percebemos que Xana não possui o conhecimento técnico na área. Ao vermos o vídeo temos a sensação de que se trata de alguém que está reproduzindo aquilo o que aprendeu na Internet com tutorial de terceiros. Sendo assim, o próprio conhecimento técnico que é apresentado em seu vídeo é baseado naquilo o que aparentemente Xana teria aprendido com as blogueiras pioneiras, tal como Camila Coelho.

O segundo tipo de consumo identificado é o classificado como 'material', ou seja, dos produtos e marcas presentes em ambos os casos. No vídeo de Camila os produtos que ela utilizou são, para nós, importados. Marcas de luxo como Dior, MAC, Caudali, Laura Marcier e Make Up Forever que foram utilizadas pela blogueira, são respeitadas dentro do mercado de maquiagem, mas este valor repercute em seu valor comercial. Esta realidade econômica reforça a premissa de que são produtos elitizados, e que apenas pessoas com um alto poder aquisitivo teriam condições de adquirir tais produtos. Essa possibilidade revela duas realidades distintas. A primeira é que mesmo sendo produtos caros é sabido que estes são adquiridos apenas por quem tem condições de incluir tais produtos e marcas em sua lista de compras sem comprometer outros gastos. Entretanto, uma vez que o consumo não está atrelado apenas à saciedade das necessidades, mas também inclui em seu processo aspectos como o desejo e a necessidade de ostentar para se apropriar do valor simbólico de determinado bem ou serviço[22], sabemos que a aquisição destes produtos é possível, mesmo comprometendo a renda do indivíduo. Neste aspecto, quando aplicamos novamente àquilo o que é proposto pela Teoria *Trickle Down* vemos que, através do consumo 'material', valores simbólicos podem ser o verdadeiro objetivo dos grupos inferiores, como frisado por McCracken (2003, p.131) ao afirmar que este tipo de atitude "constituiu-se em uma atividade propositada, motivada pela apreciação dos compromissos simbólicos de um estilo de se vestir e das vantagens simbólicas implícitas no outro estilo". Em busca do status, daquilo que estes produtos e marcas representam, o indivíduo utiliza produtos visando imitar aquilo que é utilizado pelo grupo superior, detentor de direitos. É importante frisarmos que o consumo da

[22] Barbosa 2004 apresenta em sua obra o pensamento de Featherstone relativo ao modo de consumo, e, para o autor é entendido que "no interior da cultura do consumidor persiste uma economia de pretígio, na qual mercadorias escassas e/ou bens posicionais (mercadorias cujo prestígio se deve à imposição de uma escassez artificial da oferta) requerem investimentos em tempo, dinheiro e conhecimento para serem utilizados apropriadamente e de forma que seus usuários consigam transferir as propriedades simbólicas atribuídas às mercadorias para si mesmos, enquanto categorias de pessoas" (BARBOSA, 2004, p. 41)



informação e da técnica é fundamental, uma vez que não basta utilizar tais produtos, é necessário utilizá-los adequadamente, seguindo as tendências, que podem estar presentes na caracterização de uma personagem de uma novela.

O terceiro e ultimo tipo de consumo está relacionado ao consumo comportamental, do estilo de vida destas blogueiras. Xana existe desde 2016, enquanto Camila Coelho está atuando desde 2011, sendo assim vemos – dada às semelhanças presentes na origem/vida de ambas – que a primeira se inspira em Camila, e também nas blogueiras pioneiras neste segmento. Esta imitação é refletida na fala. A Blogueirinha de Merda busca na fala se aproximar de Camila – e do grupo que esta representa – tanto que expressões, gírias e bordões são comum a ambas como as frases que abrem os vídeos "Oi meus amores" (Camila) e "Oi meninas" (Xana). Avançamos na análise e estendemos esta imitação para também os seguidores destes conteúdos, que buscam no consumo ofertado pelos vídeos construir suas identidades e manifestar através de seus comportamentos quem são e a qual 'tribo' pertencem. Barbosa (2004) explica que Campbell vê esta possibilidade no consumo uma vez que "nossos *selves* são definidos pelos nossos gostos e preferencias pessoais e o consumo funciona, neste contexto, como uma avenida de conhecimento e reconhecimento do que sou" (BARBOSA, 2004, p. 50). Sendo assim, o sentimento de pertencimento proporcionado pelo consumo do estilo de vida de uma blogueira pode ser a matéria prima da identidade daqueles que julgam este 'produto' adequado para a construção do 'eu'. Quando retomamos o pensamento de Featherstone temos que este comportamento também é carregado de valor simbólico, não apenas a conduta, mas o que o grupo social 'blogueiras' representa dentro das relações sociais estabelecidas hoje em nossa sociedade. McCracken (2003, p. 144) afirma que o consumo quando aplicado no sentido de deslocamento do significado dos objetos tem como objetivo "tomar posse de uma pequena parte concreta do estilo de vida ao qual aspiram". Isto nos dá pistas do que pode vir a ser um dos interesses de apropriação que visam as blogueiras 'pobres' ao imitarem – dentro de sua realidade, ou não – as blogueiras 'ricas', com carreiras 'sólidas' dentro deste nicho de mercado.

Ao recairmos nossos olhares para este estudo específico, buscando traços da Teoria do Gotejamento nestes objetos estudados, temos que existe, consistentemente, o processo de apropriação através da imitação do grupo superior, representado por Camila, por parte do grupo inferior, protagonizado por Xana. Embora seja um caso em que envolve a paródia como carro-chefe do trabalho de Bruno ao dar vida a uma falsa blogueira rica, que apenas em sua fala

consegue se comportar como tal, enquanto os produtos que usa[23], o local onde grava e a câmera que usa são produtos populares, além da linguagem de baixo calão[24], se distancia do grupo elitizado representado por Camila.

CONSIDERAÇÕES

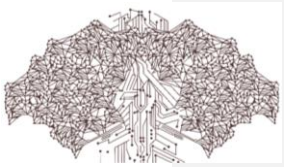
Neste artigo nos propomos a investigar os vestígios da Teoria do Gotejamento presente entre as blogueiras de maquiagem. Nosso foco principal esteve relacionado com a relação protagonizada entre blogueiras, todavia, como percebido em nossa análise, expandimos nossos comentários para também os seguidores de Camila e Xana. Estes comentários foram pertinentes por darem força àquilo o que buscamos analisar: a relação social estabelecida entre grupos superiores e inferiores.

Quando olhamos os vídeos analisados e contextualizamos dentro da realidade à qual estão inseridos e todos os demais sujeitos e aspectos que os tangem, conseguimos compreender a importância deste estudo. Uma vez que maquiagem – enquanto taxada como um assunto 'frívolo' – é dialogado diretamente com o consumo e a construção e busca de uma identidade, assim como proposto pela Teoria *Trickle Down*. As blogueiras dentro de sua própria categoria estão em 'patamares' diferenciados, não apenas pela segmentação de nichos, mas por aspectos pessoais que são essenciais para a construção de um personagem e de um público específico de interesse. Ser blogueira, ainda que seja tido como 'fútil' se tornou uma profissão, assim como os demais produtores de conteúdo digital independente. Se antes a revista Claúdia e a Rede Globo eram as responsáveis por gerar conteúdo sobre beleza, hoje temos novas fontes e novos 'provedores de informação'.

As blogueiras no geral, sem distingui-las 'economicamente', já foram o grupo inferior, que buscou imitar o que os MCM outrora faziam. Portanto, temos aqui a 'reaplicação' da Teoria da Lágrima. Este movimento dos grupos sociais de ascenderem socialmente através da busca dos valores agregados aos grupos superiores não pode ser datado e limitado, pelo contrário, o movimento de distinção dá continuidade ao sistema. Todavia, dentro dos grupos sociais, sejam

[23] Dentre as diferenças e peculiaridades entre Camila e Xana, temos os produtos que realmente são utilizados pela segunda. Enquanto no vídeo ela afirma usar uma paleta de sombra da Make Up Forever ela mostra que o produto na realidade é da Fenzza, uma marca popular.

[24] Enquanto Camila mostra polidez na fala, Xana usa palavras que remetem ao sexo e palavras ofensiva, além de mostrar uma postura agressiva, distante daquilo o que é idealizado para uma blogueira.



superiores ou inferiores, existem subgrupos que estão subjulgados à mesma ordem hierárquica, o que resulta na busca por valores de grupos pertencentes ao mesmo 'macro-segmento', por assim dizer.

REFERENCIAS

ARAÚJO, Eliany Alvarenga de.; MELO, Ana Virgínia Chaves de. Capital informacional e construção do poder simbólico: uma proposta epistemológica a partir de Pierre Bourdieu. **ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO– ENANCIB**, Bahia, Salvador, 2007. Disponível em : http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/GT1--030.pdf. Acesso em 4 jan 2018.

BARBOSA, Lívia. Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos; Lisboa: Edições 70, 1969.

BOURDIEU, Pierre. **Gostos de classe e estilos de vida**. Em: ORTIZ, Renato (org). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983. pag. 82-121

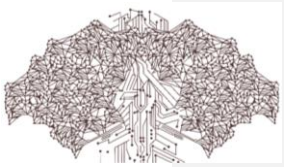
BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 15. Ed. Rio de Janeiro : Bertrand Brasil, 1989.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet:** reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

FAIRCLOUGH, Norman; DE MELO, Iran Ferreira. Análise crítica do discurso como método em pesquisa social científica. **Linha d'Água**, v. 25, n. 2, p. 307-329, 2012. Disponível em: http://www.journals.usp.br/linhadagua/article/download/47728/51460. Acesso em 2 jan 2018.

GAMBARO, Daniel. **Bourdieu, Baudrillard e Bauman:** O Consumo Como Estratégia de Distinção. Novos Olhares, São Paulo, p. 19-26, jun 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/51444>. Acesso em: 04 jan. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=3xsFCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=cultura+da+converg%C3%AAncia+hen



ry+jenkins&ots=vYkm5SAXqa&sig=ciICUcVSMr4ZPpdi5aw2y4ZQM_8#v=onepage&q=cultura%20da%20converg%C3%AAncia%20henry%20jenkins&f=false. Acesso em 03 jan 2018.

LEVY, Pierre. **Cibercultra**. Trad: COSTA, Carlos Irineu. São Paulo: Editora 34. 3ª ed. 2010.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo:** novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

ORIHUELA, José Luis. Blogs e blogosfera: e meio e a comunidade. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, Jose Luis; ORIHUELA, Jose Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

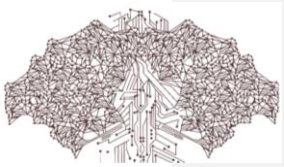
RAMALHO, Viviane ; RESENDE, Viviane de M. **Análise de discurso crítica, do modelo tridimensional à articulação entre práticas:** Implicações teórico-metodológicas. 2004. Disponível em < http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/0501/11%20art%209.pdf>. Acesso em: 05 jan 2018.

SILVA, Everton Rodrigues da; GONCALVES, Carlos Alberto. Possibilidades de incorporação da análise crítica do discurso de Norman Fairclough no estudo das organizações. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 1-20, mar. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512017000100002&lng=pt&nrm=iso>. . Acesso em: 05 jan. 2018.

TERRA, Carolina Frazon. **Usuário-mídia:** a relação entre a comunicação organizacional e o conteúdo gerado pelo internauta nas mídias sociais. 2010. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-02062011-151144/pt-br.php. Acesso em: 12 jan 2018.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



OI, QUER TC? A SOBREVIVÊNCIA DO BATE-PAPO UOL NA ERA DOS APLICATIVOS[1]

Lucas Bragança[2]

Resumo: Presente desde os primórdios da internet no Brasil, o bate-papo UOL encontra-se ainda em funcionamento, tendo completado em 2016, 20 anos de existência. Em um ambiente hiperconectado onde os smartphones funcionam como extensões corpóreas e permeiam nossa rotina com aplicativos que visam suprir todas as nossas necessidades, porque usuários continuam usando essa ferramenta? Essa é a pergunta a ser respondida neste trabalho. A partir da imersão nesses universos, da interação com os usuários, além de um olhar sobre a ferramenta e sua interface, e de questões socioculturais percebemos a familiaridade com a ferramenta, o anonimato, a tradição e a pluralidade de salas são as principais razões as quais os usuários ainda habitam esse ambiente.

Palavras-chave: bate-papo UOL; sexualidade; sociabilidade; aplicativos.

Introdução

Conhecido por ser um ambiente próprio para conhecer pessoas e arranjar uma pegação, o bate-papo UOL é uma página pertencente ao portal Universo Online - conhecido pela sigla UOL - empresa brasileira de conteúdo, produtos e serviços de internet do conglomerado Grupo Folha.

O UOL surgiu em 1996 como um provedor de internet, no contexto em que os provedores constituíam um serviço que tinha como função principal conectar um computador à rede[3]. Como decorrência da privatização da internet, o UOL, como outros provedores, se estabeleceu como um portal de comunicação, diversificando sua área de atuação agregando outros serviços e produtos (CASTELLS, 2001, p. 15). É nesse contexto que surge o bate-papo da UOL.

Com as incessantes transformações tecnológicas que popularizaram outras ferramentas comunicacionais online, como o Orkut, o MSN Messenger e, posteriormente, os smartphones e seus aplicativos de mensagens, o bate-papo UOL, ferramenta criada dentro de uma lógica baseada

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 9 - Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando em Comunicação e Territorialidades na Linha de Estéticas e Linguagens Comunicacionais pela Universidade Federal do Espírito Santo. Graduado em Comunicação Social pela mesma instituição. Bolsista da Capes. E-mail: [lucasbragancafonseca@gmail.com]

[3] É nesse período que ocorria a venda e distribuição de CDs de conexão de internet por empresas como UOL e IG.

em concepções de sociabilidade virtuais ultrapassadas, deveria ter seguido o fluxo do ostracismo, tal qual ocorre com a maioria das ferramentas que vão ficando aquém das transformações tecnológicas e sociais.

No entanto, o que se percebe é que ainda hoje o site é usado por milhares de brasileiros diariamente. Segundo dados do próprio UOL[4], o bate-papo tem cerca de 100 mil frequentadores diários e 5 milhões de usuários únicos utilizam a ferramenta mensalmente, sendo apenas 1 milhão pelo aplicativo, o que o coloca em um processo curioso: mesmo existindo uma ferramenta mais atual e com mais mobilidade, seu uso ainda se dá primordialmente por meio dos computadores.

Além disso, segundo dados do Alexa[5], em 2015 o portal UOL era o 4º site mais acessado no Brasil atrás apenas do Google, Facebook, e YouTube respectivamente. A posição da UOL a coloca a frente, por exemplo de sites como Globo, Yahoo, Twitter, Wikipedia, etc. No ranking mundial, a página ocupa a 101ª posição.

O interesse pela a pesquisa se deu pelo fato da maior parte dos estudos no campo da cibercultura se preocuparem com os objetos mais atuais, deixando de lado algumas temáticas que se encontram deslocadas no contexto evolutivo da web que podem fornecer indícios e gerar questionamentos acerca de alguns determinismos teóricos pregados na contemporaneidade. É preciso, portanto, não focar os estudos apenas no que há de novo, mas no movimento realizado por objetos que vão se atualizando, se ressignificando e mantendo suas dinâmicas em uma lógica diferente das quais foram concebidos.

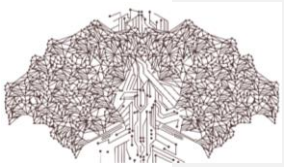
Nessa perspectiva, o bate-papo UOL se apresenta como ferramenta que data os primórdios da internet no Brasil e que consegue ainda se manter relevante em um ambiente em que as novas práticas de sociabilidades digitais se encontram ainda mais atreladas a instantaneidade e a mobilidade.

Durante a pesquisa notamos uma quantidade grande de pessoas utilizando o serviço, o mínimo de usuários simultaneamente online que vimos foi na manhã de 30/12/17 em que os usuários eram cerca de 30 mil, com pico de 170 mil no sábado 17/11/17 a noite.

> [...] de acordo com a UOL, no final da década de 1990 eram cerca de 30 mil participantes simultaneamente, com picos de 1,5 milhão de

[4] Fonte: [http://bit.ly/2fuM0Aj].

[5] Fonte: [http://bit.ly/2ChLGhx].



> visitas diárias. Em maio de 2017, a participação simultânea é o dobro disso, com picos de visitas de mais de 2,5 milhões (KLEINA, 2017).

Como e por quais motivos o bate-papo UOL continua sendo utilizado em um ambiente hiperconectado em que possibilidades de sociabilidade mais atuais se apresentam em constância aos indivíduos conectados? O que há de particular na comunicação promovida nas salas de bate-papo? Quais seriam as vantagens desse ambiente para que os indivíduos utilizem a ferramenta que pode ser entendida como ultrapassada dentro das novas práticas de sociabilidade e inovação tecnológica? Aliás, estariam essas práticas ultrapassadas? Essas são os questionamentos que movem o estudo.

Metodologia

Para responder as perguntas que o trabalho suscita nos valeremos, além de uma revisão bibliográfica, da etnografia virtual como metodologia. O método será o "*insider*", caracterizado por Polivanov (2013, p.64) como um tipo de pesquisa em que o pesquisador está inserido no objeto estudado, indo além apenas da observação das dinâmicas.

Muito poderíamos especular acerca dos motivos que levam os usuários a ainda fazerem uso do bate-papo. No entanto, a forma mais direta de obter respostas aos questionamentos levantados é perguntando diretamente aos usuários.

Com isso em mente, decidimos imergir no ambiente do bate-papo e interagir com os usuários. Escolhemos deixar claro nossa posição como pesquisadores a partir do uso do *nickname*[6] "PESQUISADOR". Dado ao fato dos *nicknames* serem variados e, muitas vezes, serem representativos das profissões dos usuários, foi recorrente, durante a pesquisa, respostas atravessadas quando as pessoas entendiam que nossa presença ali era realmente com a finalidade de pesquisa. Exemplo disso é o que ocorreu na sala Cidades – Fortaleza (3):

> *(22:15:18) Pass discreto 30 reservadamente para PESQUISADOR: Ativo?*
> *(22:18:07) PESQUISADOR para Pass discreto 30: Opa! Eu to aqui realmente fazendo um trabalho de pesquisa. Você se importa em responder uma pergunta? É coisa simples.*
> *(22:19:04) Pass discreto 30 reservadamente para PESQUISADOR: Eu quero H ATIVO n responder merda de pesquisa*

[6] *Nickname* ou *nick* é a palavra utilizada para se referir ao apelido utilizado por usuários.

Inicialmente a pesquisa foi pensada a ser aplicada nas salas *Cidades* com enfoque nas salas de Vitória - ES. No entanto, notamos, através da incursão aleatória na sala Ateus, que as dinâmicas variam muito de sala para sala. Dessa maneira, a escolha das salas foi feita de forma aleatória utilizando uma ferramenta própria do bate-papo UOL, a "máquina caça-níquel[7]".

A incursão em salas de interesses variados possibilitou que nossas respostas fossem mais plurais e representativas das motivações dos usuários. Totalizamos, na pesquisa, a entrada em 73 salas, durante o período que foi de 8 de novembro de 2017 a 31 de dezembro do mesmo ano, as tivermos contato com 52 usuários.

Nas primeiras incursões nas salas de bate-papo optamos por utilizar, em modo público, um texto pré-determinado que dizia: "ALGUÉM SE IMPORTARIA EM ME RESPONDER O MOTIVO DE UTILIZAR O BATE-PAPO UOL?". Rapidamente notamos que os textos não personalizados e em caixa alta se assemelhavam aos textos colocados incessantemente por bots[8] e, portanto, eram estruturalmente ignorados pelos usuários. Além disso, o texto poderia transparecer um tom pouco amigável e alguns usuários poderiam interpretá-lo como com certo tom de julgamento.

Assim, modificamos a abordagem, enviando mensagens reservadas para cada um dos usuários, fazendo uso de seus *nicknames* para personalizar o diálogo. Desse modo o texto base de abordagem foi "(nome do usuário) você se importaria em responder uma pergunta? É pra uma pesquisa que estou desenvolvendo". Se a resposta fosse positiva, eu enviava a pergunta "Porque você usa o bate-papo UOL?". Na sequência, a depender da resposta, visto que uma pergunta aberta suscita respostas que fogem do escopo proposto, perguntávamos: "E porque o bate-papo UOL e não outras ferramentas de comunicação, como os aplicativos para celular?".

Mesmo sendo esse o objetivo central da pesquisa, quando percebíamos uma genuína receptividade e interesse no usuário, decidíamos continuar o diálogo como forma de entender

[7] A máquina caça-níquel nada mais é que uma versão digital das máquinas caça-níquel utilizada nos cassinos. Ela escolhe aleatoriamente uma sala para você entrar. Pode ser vista na página inicial do bate-papo: [https://batepapo.uol.com.br/].

[8] Segundo Wooley e Howard (2017, p.2), a palavra bot é uma abreviação da palavra robot (robô em português), uma palavra que em sua etimologia tcheca significa trabalho forçado ou escravo. Consistem em ser um programa ou código que desempenha tarefas dentro de um determinado espaço.

mais profundamente os motivos que levam as pessoas a utilizarem a plataforma. Assim, o tipo de entrevista empregado, poderia ser caracterizado como semi-estruturada[9].

Indo além na pesquisa de campo, fizemos uma análise das características tecnológicas e estéticas da plataforma como forma de cartografar a ambiência desses espaços e colaborar na identificação de fatores que suscitem seu uso. Dessa forma, para que se compreenda como essa ferramenta vem sobrevivendo as mudanças tecnosociais da contemporaneidade o trabalho se debruçou sobre aspectos técnicos, suas características que justifiquem seu atual uso, bem como sobre as práticas de sociabilidades da dimensão interativa perpassadas por esse ambiente.

Espaço Social, Territórios e Sociedade Digital

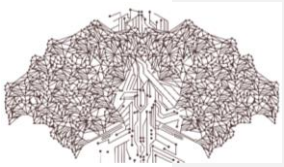
Partirmos da compreensão de que estamos, na contemporaneidade, vivendo em um espaço social efetivado dentro de uma lógica de uma cidade-ciborgue[10] (LEMOS, 2004), de transformações tecnológicas incessantes que consequentemente refletem e transformam as concepções não apenas societárias, mas também identitárias, sexuais e comportamentais dos indivíduos nos aproximando do que Haraway (2000) caracteriza como indivíduos ciborguianos. Estamos, assim, compondo parte de nossa existência mediada por ambientes e vivências envoltos pela tecnologia e nossas subjetividades são cada vez mais exteriorizadas telematicamente. Para muito além de uma visão tecnicista, as cibercidades:

> [...] são frutos das novas relações criadas no espaço virtual que permitem a troca de conhecimento entre os cidadãos, valorizando os aspectos sociais, culturais, intelectual e técnico de uma determinada sociedade. (NORONHA; TAVARES, 2012, p.4)

Nesse modelo sociocultural, há uma fusão entre espaços físicos e virtuais, especialmente a partir do uso de dispositivos móveis que permitiram a qualquer cidadão habitar ambos territórios simultaneamente (FONTES; GOMES, 2013), criando novas sociabilidades e conviviabilidades a partir de fluxos comunicacionais remotos.

[9] Para Manzini (1990/1991, p.154) a entrevista semi-estruturada possui um roteiro com perguntas básicas, mas que permitam serem "complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista". O autor coloca que esse método de pesquisa permite que informações emerjam de maneira mais livre e espontânea.

[10] Cidades digitais, cibercidades, cidade-ciborgue, cidades inteligentes, são alguns dos nomes dados as cidades que se transformaram a partir da expansão tecnológica de informação e comunicação. André Lemos (2004, p.2) compreende esses territórios como “cidades nas quais a infraestrutura de telecomunicações e tecnologias digitais já são uma realidade”.



> As peculiaridades da comunicação mediada pela internet permitem o estabelecimento de ambientes de interação muitos-muitos, que são compostos por representações visuais e/ou textuais visíveis e acessíveis em meio às quais acontecem as práticas sociais. São sistemas multiusuário online como games (por exemplo, World of Warcraft), ambientes de conversação (como os canais do IRC) e serviços de rede social (como o Orkut e o Facebook), que se configuram como espaços sociais [...]. (FRAGOSO, REBS, BARTH, 2011, p.215).

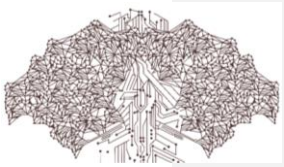
Dentro desse contexto, no que tange ao objeto, a grande questão é que o bate-papo UOL não perpassa grande parte dessas lógicas ciborguianas, resistindo às intempéries de uma sociedade em que a comunicação é, em geral, mediada por extensões corpóreas tecnológicas, ou seja, os smartphones. Prova disso é que, mesmo tendo adequado sua ferramenta ao universo comunicacional mais atualizado, lançando em 2014 um aplicativo para celular, apenas 1/5 dos acessos às salas são realizados pelos smartphones[11], dado que se opõe à primazia contemporânea de práticas comunicacionais móveis.

Os espaços digitais, como os chats, acabam se tornando lugares em que indivíduos que fujam das marcações morais e culturais da sociedade (mas não apenas eles) acabam encontrando seus pares. Assim, o espaço do bate-papo é habitado por indivíduos com os mais diversos interesses: comunidade LGBT, pessoas que fujam do padrão estético social, adúlteros e todos são, em geral, englobados pelas possibilidades do chat.

> Além de oferecer os suportes para a criação, organização e compartilhamento desses lugares-territórios virtuais, a internet também potencializa a diversificação das interações e, com isso, a multiplicação das identidades e identificações culturais. Ou seja, a facilitação das interações sociais pela Internet potencializou as "múltiplas 'tribos' a que cada um pode pertencer [e que] revelariam múltiplas territorialidades, efêmeras, que assumiríamos ao longo de nosso cotidiano" (Haesbaert, 2007: 226). Nesse processo, as vinculações identitárias individuais e coletivas transpõem-se para as representações online (ou seja, para os lugares-territórios virtuais), potencializando a experiência multiterritorial ao ampliar a gama de territórios dos quais o sujeito pode fazer parte tanto material quanto simbolicamente (FRAGOSO, REBS, BARTH, 2011, p.215-216)

Esse território permite que esses indivíduos em desacordo social se sintam ali mais livres para buscarem seus desejos, já que se encontram "descorporificados" e "desubjetivados". Em suas

[11] Fonte: [http://bit.ly/2fuM0Aj]



incursões ao ambiente dos bate-papos Miskolci (2012, p. 304) percebeu, por exemplo, que: "há marcante presença de homens que não têm sociabilidade gay na vida cotidiana, como os comprometidos com mulheres".

É claro que, como falado, as identidades ali encontradas são plurais, sendo, portanto, comum o encontro de pessoas que estejam ali cordialmente com a finalidade de conversar com outra pessoa e estabelecer as mais diversas formas de relações afetivas.

O bate-papo UOL

Presente no imaginário de quem experienciou a internet no fim dos anos 1990, o bate-papo UOL se mantém ativo e disponível até os dias atuais. Pedir pra "tc" (teclar) com alguém era o suficiente para que uma conversa se iniciasse no privado, longe dos olhos dos outros participantes da sala.

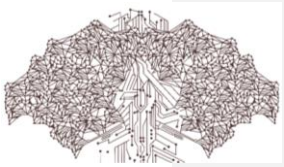
Seus contemporâneos, MSN Messenger, Orkut, Fotolog, mIRC, ICQ, mIRC foram extintos, incorporados ou modificados, enquanto o bate-papo segue em curso com o mesmo propósito e configurações muito similares ao momento de sua concepção.

Durante muitos anos, o bate-papo promovia chatas com convidados, salas especiais que traziam personalidades para conversar com o público. Como coloca Ricardo Fotios, atual gestor da marca:

> Em 1997, a possibilidade de falar diretamente com um ídolo não era simples. Poucos artistas tinham sites e redes sociais não eram uma tecnologia disponível. Então pensamos que o Bate-Papo poderia ser uma importante ponte entre o anônimo e o famoso (KLEINA, 2017).

O cerne do bate-papo é simples: um espaço que engloba "salas" em que os usuários entram de acordo com seus interesses. As temáticas dessas salas são variadas, indo de fetiches sexuais até questões religiosas, perpassando assuntos variados, como música, filosofia, futebol, etc. As mais acessadas, certamente são as salas de conteúdo sexual, bem como as salas "Cidades", sempre com grande número de usuários. Sobre isso, Fragoso, Rebs e Barth (2011, p. 216) falam que:

> [...] a existência desses tipos de lugares virtuais [...] funcionam como verdadeiras recriações de lugares geográficos, exemplificados pelas salas de chat relacionadas a cidades e países (por exemplo, Porto Alegre e Argentina) ou até mesmo designando um movimento migratório



> (como as salas Brasileiros no Exterior, Dekasseguis, Brasileiros na Europa, observadas por Barth [2009]).

A lógica do chat até hoje permanece intacta. Não há criação de perfis ou qualquer tipo de vínculo com a página, basta escolher a sala, um *nick* representativo e se aventurar. Isso, é claro, se você não esbarrar com uma sala cheia, já que o bate-papo restringe a 30 o número de participantes "gratuitos", permitindo apenas aos assinantes da UOL que entrem nessas salas quando os participantes chegam nessa quantidade.

A dinâmica do bate-papo, portanto, é mais próxima ao anonimato que seus correlatos aplicativos, pois, sem criação de contas, perfis ou qualquer ligação fixa entre a página e a pessoa, muitos indivíduos se sentem mais livres para se expressarem (positiva e negativamente), além de criarem personagens e alteregos. Nessa perspectiva, como aponta Kleain (2017):

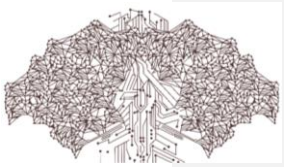
> A UOL nega que o chat seja rival de redes sociais e mensageiros por vários motivos, inclusive privacidade. A empresa garante que não coleta dados de navegação nem envia e-mails aos usuários. A companhia coloca comando na mão dos participantes, que podem até denunciar comportamentos inadequados.

Percepções pelas interações

Quando respondiam ao questionamento feito acerca das motivações que levavam as pessoas a usarem as salas de bate-papo, muitas delas colocavam suas motivações pessoais, como encontrar pessoas, conversar, procurar um namorado, etc. Essas respostas, apontaram para o fato de que a maior parte das pessoas não utiliza o bate-papo por razões tecnológicas, mas por motivações pessoais.

> *(08:56:54) casada.sincera reservadamente para PESQUISADOR: por que gosto*
> *(08:58:18) casada.sincera reservadamente para PESQUISADOR: ainda tem pessoas boas aqui*
>
> *(08:57:54) Nara reservadamente para PESQUISADOR: Pra conversar, passar o tempo, esperar o sono chegar e talvez conhecer alguém legal*
>
> *(09:22:58) catpower s2 felipe para PESQUISADOR: eu encontrei meu melhor truta aqui*
> *(09:23:02) catpower s2 felipe para PESQUISADOR:Felipe*
>
> *(10:08:22) TonyFelizAnoRJ reservadamente para PESQUISADOR: primeiramente gostaria amizade Quem sabe namoro sério*

Para conseguirmos entender se os usuários viam alguma vantagem do bate-papo UOL em relação as outras formas de sociabilidades digitais era preciso, então, direcioná-los. Assim,



questionávamos: “Mas pq o bate-papo especificamente? Pq não outras ferramentas?”. As respostas foram tão plurais que impossibilitaram uma categorização (e, portanto, o desenvolvimento de pesquisa com base qualitativa) não abarcaria as questões da maneira assertiva. Discorreremos, então, sobre algumas questões que mais chamaram atenção, bem como algumas respostas recorrentes.

Na sala Namoro Virtual (6), por exemplo, o usuário “TonyFelizAnoNovoRJ”, tal qual o usuário “servo Deus” na sala Petencostais e “CARLA MG 60” da sala Cidades – Belo Horizonte (4), ressaltaram o caráter gratuito da ferramenta:

> (*10:10:02)TonyFelizAnoRJ reservadamente para PESQUISADOR:por que outros aplicativos tem coisa que você para ser popular ser mais visito tem que pagar.*
>
> *(10:22:40)servo Deus reservadamente para PESQUISADOR:porque paga uai*
>
> *(15:40:42)CARLA MG 60 reservadamente para PESQUISADOR:é uma forma de conversar gratuita*

Tal afirmação pode mostrar certo desconhecimento sobre o universo dos aplicativos, visto que a maior parte deles é gratuito, com apenas algumas funcionalidades pagas. O próprio bate-papo UOL também é limitador em certo aspecto quando limita a 30 o número de usuários gratuitos nas salas. No entanto, diferente de vários aplicativos de relacionamento remotos, ele também dá a possibilidade o usuário entrar em várias salas simultaneamente, além do dinamismo constante de entra e sai em salas, colocando a cada minuto os usuários com novas possibilidades de contato.

No território dos aplicativos de relacionamento, o Tinder em sua versão gratuita, por exemplo, limita o número de curtidas, enquanto o Grindr limita o número de pessoas exibidas, aumentando essa quantidade perante uma assinatura mensal. Ambos não fornecem saídas como o bate-papo UOL, estando o usuário dependente de pagamento para obter mais curtidas ou visualizar mais pessoas.

A memória, o hábito e a tradição foram outros pontos muito recorrente nos entrevistados:

> *(10:21:58) DANILO reservadamente para PESQUISADOR: acho que to mais acostumado usar aqui*
>
> *(22:02:04) Rubi Sp reservadamente para PESQUISADOR: eu porque frequento a sala espirita desde 2010, tenho amigos lá.*
>
> *(15:12:27) SPOCK reservadamente para PESQUISADOR: entro desde adolescente*

Conforme Raquel Melo (2017, p.83) percebeu em sua pesquisa, "os mais velhos citaram frequentemente e demonstraram apego a referências como, por exemplo, o bate-papo UOL". Os relatos colhidos pela autora são ilustrativos da relação que usuários criaram com esses ambientes:

> Comecei no chat do UOL. Uma época que nem tinha computador em casa, então eu ia numa *lan house, cybercafé*. (...) Era super engraçado porque era numa época que não tinha celular, então eu ia nesse *cybercafé* e a gente ficava lá no *chat* e não tinha e-mails, não tinha essas contas gratuitas de e-mail, então tinha o e-mail do lugar, então era [risos] muito engraçado porque aí você *tava* lá conversando com o cara e falava: "manda sua foto". E ele mandava a foto *pro* e-mail do *cybercafé*. Então, tipo: "Oh! Mandei fulano mandar a foto, na hora que chegar você me avisa". (...) E, tipo, você olhou a foto do cara, se gostou, eu saía correndo *pra* ir pra casa pro cara me ligar, era maior aventura. Era conexão no *cybercafé*, mas a continuidade dessa conexão era no telefone de casa. (Molly, 34, branca, heterossexual, jornalista) (MELO, 2017, p.83 - grifos da autora)

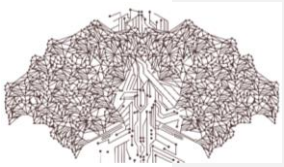
Notamos que quase todas as salas eram "silenciosas", ou seja, o chat, apesar de cheio de usuários, não mostrava nenhuma interação entre os mesmos. Isso ocorre por conta da função "conversar reservadamente". O ambiente, apesar de efervescente de trocas, não transparece as dinâmicas ocorridas simultaneamente.

A privacidade é o principal ideal da *netiqueta*[12] (LEMOS, 2004b) do bate-papo. Essa *netiqueta* foi desenvolvida por dois motivos. O primeiro é relativo ao anonimato e o segundo é pelo fato da pessoa querer interagir com várias pessoas ao mesmo tempo, comportamento que pode ser malvisto por outros usuários, mesmo sendo uma prática comum. Assim, percebemos que sempre que algum usuário respondia um questionamento "para todos", o interlocutor prontamente pedia para que se respondesse no "reservado".

Isso aponta para outro ponto levantado pelos entrevistados, percebida, por exemplo, nos depoimentos dos usuários "Taxista livre" da sala Mais de 70 anos (5) e "Pau Grosso" na sala 40 a 50 anos (13) e "DIAMANTENEGRO" da sala Românticos (3):

> *(08:57:33) Pau Grosso para PESQUISADOR: pra comer casadas*
> *(08:57:33) Pau Grosso para PESQUISADOR: só aqui eu encontro mulheres casadas safadas*
>
> *(15:39:53)Taxista livre reservadamente para PESQUISADOR:esse é mais discreto*

[12] Netiqueta é um neologismo que funde as palavras internet e etiqueta. Trata, portanto, do conjunto de normas de conduta sociais presentes em cada contexto da web.



(15:40:08) Taxista livre reservadamente para PESQUISADOR:quase não deixar rastro

(21:56:10)DIAMANTENEGRO reservadamente para PESQUISADOR:1- PELO ANONIMATO- 2= PELA INTERATIVIDADE- 3= PELO FATO DE PODER FALAR COM VÁRIAS PESSOAS S DE VÁRIAS CIDADES- 4= AS PESSOAS GOSTAM DO CHAT

Essa preocupação com o anonimato e a discrição, especialmente nos usuários em busca de sexo, acabam por ser o principal causador do silêncio. O que costuma quebrar a estagnação da sala, além do entra e sai dos participantes são os bots[13]. Eles estão presentes em praticamente todas as salas do bate-papo e se restringem a fazer divulgação de sites, geralmente de conteúdo pornográfico, conforme observado na pesquisa:

(18:21:13) tessalia para SAGITARIO rj: Ola, conheça o maior site de encontros de sexo do Brasil, pessoas reais da sua cidade procurando sexo, faça seu perfil GRATIS, e add amigos, add favoritos, fale no chat individual com a pessoa que te interessou, mande mensagem, veja vídeos e fotos, veja pessoas na webcam ou se exiba na webcam, ganhe dinheiro recebendo presente de admiradores.. resumindo é uma rede social para sexo brasileiro 100% anonima acesse WWVW.PAPOQUENTE.COM(PONTO) BR

(21:43:45) Puta19CAM para Todos: Estou de calcinha, quer ver minha xaninha? -> www.puta19.cf

(20:56:51) gostosa21cam para Todos: to mostrando minha rosinha na cam agora: www.novinha.cf

(10:58:13)casadinha para Viktor: Ola Amigos, gostaria de apresentar uma nova rede social, onde voce pode ver fotos, vídeos, marcar encontros, ver os usuários na webcam, chat e muito mais.. cadastro grátis.. veja em WWVW.PAPOQUENTE.COM(PONTO) BR

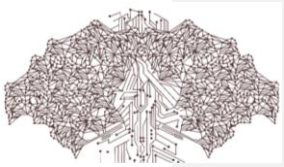
Rafael Russo (2011) em um depoimento colocado em seu blog "Escreve assim"[14] sobre uma incursão nas salas de bate-papo UOL em 2011 coloca que:

> O mais impressionante eram os spams automáticos (links não patrocinados) que ainda existiam, não me conformei em saber que nos tempos atuais todas essas coisas chatas ainda sobreviveram ao tempo, atravessando na cara larga o monitoramento de quem fornece o serviço destas salas de bate papo. Uma pena…

Há, no bate-papo uma área chamada "Salas criadas por usuários" que apresenta duas opções: "Temas adultos" e "Temas livres". Em temas adultos, no dia 11 de dezembro de 2017, haviam 85 salas que totalizavam 2.549 participantes, onde, com exceção da sala "Adoradores 666

[13] Como forma de tentar impedir esses bots, o bate-papo UOL faz a verificação "não sou um robô", uma janela que você deve clicar e que, vez ou outra, pede para que você encontre algo específico em uma imagem, como os carros ou placas em uma vida.

[14] Disponível em: [http://bit.ly/2DTwOTU].



SP (28 participantes)", todas eram de cunho sexual[15], enquanto haviam apenas 2 salas na área de temática livre: "Damas e sons" e "Música" que continham, juntas, 4 pessoas.

Dessa forma, percebe-se que mesmo o conteúdo do bate-papo sendo plural, há uma predominância do caráter sexual. A liberdade sexual e livre expressão dos desejos acaba virando não apenas uma característica do dispositivo, mas também uma das bandeiras defendidas pela empresa.

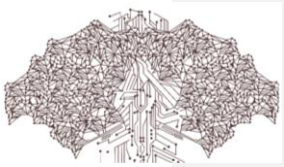
Conforme nos fala Fotios (KLEINA, 2017), o bate-papo UOL não tem "contra os relacionamentos sexuais, virtuais ou não. Amor e sexo livres e consensuais são bandeiras do bate-papo UOL desde sua inauguração". Para Russo (2011) nas salas de bate-papo: "[...] as pessoas (maioria) sempre estavam em busca de sexo, por ex. fulano entra na sala dizendo 'Mostro P. na Cam', me add no MSN".

Isso causa, inclusive, uma reapropriação dos espaços que desloca o sentido original de muitas salas. As salas Cidades, criadas com o propósito de ser um espaço para que conterrâneos pudessem conversas, acaba se tornando um ambiente voltado para a busca de sexo com base na localidade.

Mesmo em salas religiosas, por exemplo, a sala Adventistas, criada com propósito de discussões religiosas e de criar um ambiente para que os seguidores dessa religião pudessem se encontrar, grande parte dos usuários estavam também em busca de sexo. Exemplos disso eram os usuários "22cm de pica" e "Volumecalçasocial". O fato não passou despercebido por um usuário:

> *(10:25:30) POLÍCIA CHRISTIANO entra na sala...*
> *(10:25:59) POLÍCIA CHRISTIANO para Todos: ORDEM NESTA SALA!*
> *(10:26:10) POLÍCIA CHRISTIANO para Todos: PORCOS NOJENTOS FORA!*
> *(10:26:33) POLÍCIA CHRISTIANO para Todos: FORNICADORES FORA!*
> *(10:26:42) POLÍCIA CHRISTIANO para Todos: ADÚLTEROS FORA!*
> *(10:27:09) POLÍCIA CHRISTIANO para Todos: SODOMITAS FORA!*

[15] Alguns exemplos de sala e seu respectivo número de participantes são: BANHEIRO MASCULINO (38), HETERO curte CU H (43), SEXFONE HxH (38), M QUER SER BANCADA(39), NEGÃO X CASADAS (35), CORNOS SP (39), Heteros Punheteiros 42, Casadas Escondidas (32), PAU PEQUENO HXH (42), HeteroDeixaMamarSP (43), DOM VS subs HXH (38), mulher come homem (33), AFEMINADOS PRINCESA (31), PORCOES NUS SUADOS (30), PIRANHA DE SHORTINHO (35), BOKETEIRAS ASSUMIDAS (33), PARCERIA DE HET RJ (35), FUTEBOL&PUNHETA (33), Amamentaçao Adulta (31), DADY&FILHO+18 SP (33), M quer escravo (19), MULHERES PORQUINHAS (31), Puta de Pastor Evang (32), CAVALA KER NERD (19).



Na sala Italiano, feita para que as pessoas conversem em italiano, todos conversavam em português e haviam muitas mulheres em busca parceiros estrangeiros:

> *(09:07:35) Myrella gostosa para PESQUISADOR: Quero um marido gringo*
> *(09:08:17) PESQUISADOR reservadamente para Myrella gostosa: Mas pq procurar aqui?*
> *(09:09:56) Myrella gostosa para PESQUISADOR: porque aqui tem como eu escolher preto branco sarara Moreno tesouro com negão*

Pouco antes do diálogo acima com a usuária "Myrella gostosa", o usuário "gumercindo" havia revelado outra peculiaridade desses ambientes. Ao responder a pergunta usual, ele fala:

> *(09:06:34) gumercindo para PESQUISADOR: eu sou troll*[16]
> *(09:07:07) PESQUISADOR reservadamente para gumercindo: serio? poderia me falar mais sobre isso?*
> *(09:07:51) gumercindo para PESQUISADOR: eu sinto prazer em enxer o çako das peçoa*
> *(09:09:06) gumercindo para PESQUISADOR: essa entrevista n é remunerada ñ*
> *(09:09:36) PESQUISADOR reservadamente para gumercindo: haha infelizmente n*
> *(09:09:42) gumercindo para PESQUISADOR: kkk*

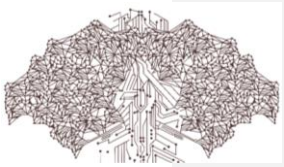
Essa foi uma recorrência durante a pesquisa de campo. Em muitas salas, mas com maior intensidade nas religiosas, há a presença de trolls que falam, grande parte, em modo público como forma de provocar mais pessoas e criar maiores engajamentos. Durante minha interação com "Myrella gostosa", "gumercindo" interveio:

> *(09:10:29) gumercindo para PESQUISADOR: o mirelão ñ gosta de japa que eu sei*

Uma particularidade foi suscitada a partir da entrevista com a usuária "Rubi Sp" na sala Ateus:

> *(22:02:04) Rubi Sp reservadamente para PESQUISADOR: eu frequento a sala espirita*
> *(22:02:18) Rubi Sp reservadamente para PESQUISADOR: e hoje vim falar com uma amiga*
> *(22:02:31) Rubi Sp reservadamente para PESQUISADOR: mas ela não veio ainda*
> *(22:02:46) Rubi Sp reservadamente para PESQUISADOR: mas gosto de fazer amizades*
> *(22:09:06) PESQUISADOR reservadamente para Rubi Sp: Uma dúvida: se você frequenta a sala espirita, pq esta agora na sala dos ateus?*
> *(22:09:28) Rubi Sp reservadamente para PESQUISADOR: vim falar com uma amiga que frequenta aqui*

[16] O troll é aquele usuário de internet que gosta de provocar, criticar e falar mal, porém, nem sempre cometendo condutas consideradas criminosas, o termo "troll" é derivado da expressão: "trolling for suckers" (lançando a isca para idiotas) e seu objetivo é desestabilizar e desencorajar a vítima, através de uma falta de etiqueta social e críticas ininterruptas. O troll costuma entrar em discussões nos fóruns e redes sociais para escolher uma vítima para importunar com argumentos absurdos ou contrários, unicamente para irritar e provocar discussões (FERRO, 2015, p.8)



(22:19:07) PESQUISADOR reservadamente para Rubi Sp: você mantem contato com esses amigos das salas de bate papo fora daqui?
(22:19:28) Rubi Sp reservadamente para PESQUISADOR: sim há mais de 8 anos

Mesmo com as ferramentas sociabilidade mais usuais contemporaneamente, como o Facebook ou o Twitter, usuários ainda se encontram nas salas de bate-papo. Ou seja, para um grupo de pessoas, as salas não funcionam apenas como forma de conhecer mais pessoas, mas também de manter contato com quem se conhece, tendo, inclusive, seus territórios e bolhas já definidas, como aponta as respostas de "Rubi Sp".

Percepções da interface

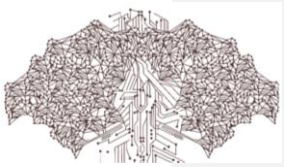
Pesquisas que se concentram no estudo da interface são, em geral, rapidamente engolidas pelas incessantes transformações tecnológicas que modificam a lógica e a estética das ambiências digitais. No entanto, no que tange ao bate-papo UOL, a preocupação com essa perspectiva pode fornecer informações que colaborem com o entendimento do uso da ferramenta.

Steve Johnson (1997, p.24) define interface como "a palavra se refere a softwares que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra". Tal entendimento nos coloca em uma situação relacional tanto com questões estéticas, quanto técnicas que vão facilitar ou dificultar a utilização da ferramenta pelos usuários.

Conforme Barth (2012, p. 168):

> Com o início da interface gráfica, ou área gráfica da internet, com Tim Berners Lee (CASTELLS, 2010), chats começam a fazer parte do cotidiano dos usuários web e, mesmo que os programas não apresentem opções de recursos e estejam defasados em relação ao surgimento de outros recursos de conversação, resistem e continuam a encher de significado a vida de pessoas que utilizam esse tipo de serviço, realizado por meio de um navegador web.

A página do chat do UOL, especificamente, é composta por pouca informação e muitos dos seus recursos, como o bloqueio de membros do chat, o uso de webcam, marcação de favorito, função de áudio e de envio de emojis são feitas através do uso de ícones. As opções de rolagem automática e de conversa reservada se mantiveram da mesma forma, ou seja, através de uma caixa clicável.



O que se incorporou foram as abas “avisos” e “minhas salas”, implementadas quando o chat passou a permitir que os usuários estivessem em mais de uma sala simultaneamente. Antes, o usuário que quisesse realizar tal ação deveria abrir outras janelas de navegador. O que o chat UOL fez, então, foi se apropriar da prática de uso dos usuários e incorporá-las como uma função própria da ferramenta.

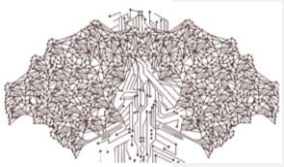
Além disso, há atualmente uma pequena caixa publicitária. Nela encontramos apenas duas mensagens que se substituem em fluxo contínuo. Uma intenta em vender o UOL Scan, o antivírus da empresa, já a outra trata da mensagem: "Pornografia infantil é crime! Denuncie e ajude a combater", onde é possível clicar na palavra “denuncie” para ir para a área de denúncias do bate-papo.

Essas tímidas incorporações vão ao encontro do que Ricardo Fotios (KLEAIN, 2017) coloca como a ideia principal do bate-papo UOL de “continuar sendo relevante na vida dos internautas brasileiros, manter as características tecnológicas vencedoras e evoluir no sentido de não se distanciar da realidade dos recursos atuais”.

Em uma busca por versões anteriores do bate-papo UOL, conseguimos imagens de duas delas[17]. Notamos, através das imagens que as funções da página e sua estrutura pouco se modificaram ao longo dos anos. Em um comparativo com a ferramenta nos moldes atuais, percebemos uma linearidade no design da plataforma, pouco ousando ao longo das décadas na transoformação de seu layout. Como aponta o depoimento de Rafael Russo em sua incursão em 2011 (15 anos após o lançamento da ferramenta):

> Primeiro imaginei como estariam as salas de chats online atualmente, cheias de recursos legais, maior interatividade e coisas afins. Então resgatei meu antigo nick de 10 anos atrás e escolhi uma sala de chat. Tudo, exatamente tudo, estava a mesma coisa de praticamente 10 anos atrás. Nicks péssimos como "Gatinha", "Gato Carente", "Casado 45cm", "Advogato" ainda reinavam absoluto. Sem falar dos mesmos menus e opções, só que agora muito mais bonitos do que eram anteriormente. Funcionalidades, novos recursos e outras novidades não existiam ali. Era como parar no tempo e garimpar alguma coisa nova para me entreter.

[17] Versão 1: [http://bit.ly/2Ce5Xoh]; versão 2 [http://bit.ly/2DulUnl]; versão 3 [http://bit.ly/2Ci9CyS]. Note que na versão 1 o sistema operacional era o Windows 95, na versão 2, o Windows XP, lançado em 2001 e na versão 3 era o Windows 7, lançado em 2009.



O mantenimento do layout e da maior parte das funções da página acabam tornando o ambiente sempre familiar aos usuários. Não tendo sido necessária um reaprendizado por parte dos usuários durante as mudanças de layout. Com isso, o bate-papo UOL permance como uma ferramenta amigável e de fácil manuseio.

Conclusão

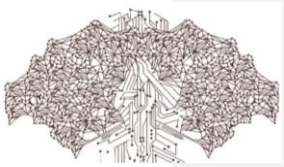
Por mais fatores que possam ter sido levantados durante as entrevistas, percebemos como fator principal para o atual sucesso do bate-papo, algo que não chegou a aparecer diretamente, mas que ficou evidente durante a pesquisa: o grande atrativo das salas de bate-papo são a pluralidade de suas temáticas. Elas não somente são abrangentes unindo, em um mesmo espaço, diversos universos, inclusive universos destoantes, como sexo e religião, como são mais plurais que os próprios aplicativos de relacionamento para celular.

Além disso, os usuários quando online no bate-papo estão dispostos a conversar[18], sendo, portanto, fácil o início de um diálogo com outro participante. Diferente de outros aplicativos, como o Happn e o Tinder em que as temporalidades são diferentes. Neles, um usuário pode ter acessado o aplicativo horas antes e aparecer como disponível para o outro usuário. Esses aplicativos, em geral, não estão focados em uma interação necessariamente em tempo real. Mesmo aplicativos de geolocalização que utilizam o tempo como um dos fatores na hora de ranquear os usuários que irão aparecer (no grid do Grindr, por exemplo), podem exibir usuários que não estão online no momento.

Como visto, há, não apenas um mantenimento da plataforma em número de usuários, mas um crescimento contínuo ao longo dos anos. A explicação, segundo Ricardo Fotios (KLEINA, 2017), atual gestor da marca, está no fato de, apesar de haver mais opções de navegação, o número de brasileiros online cresceu.

Além disso, Fotios (KLEINA, 2017), entende haver também motivos técnicos e comportamentais para isso. Técnico por conta de sua fácil usabilidade e por ter bom desempenho de funcionamento em computadores pouco potentes. No que tange as questões sociais e

[18] Salvo casos em que os usuários se comportam de maneira voyerista.



comportamentais, o gestor da marca (KLEINA, 2017) aponta dois motivos principais para o sucesso do bate-papo:

> 1) O lado lúdico de se fantasiar não com roupas, mas com apelidos, e viver experiências de relacionamentos diversos em ambiente estável e conhecido; 2) A possibilidade de ultrapassar barreiras de preconceitos e dogmas sociais ao encontrar pessoas que pensam a vida de forma parecida.

Acrescentamos aqui a questão do anonimato, da não necessidade de criação de perfis fixos, permitindo que muitos indivíduos se sintam livres a se expressarem livremente e de criarem alteregos[19]. Uma mensagem realizada de modo público na sala Fortaleza (3) no dia 30/12/17 relativa a essa questão ilustra o fato:

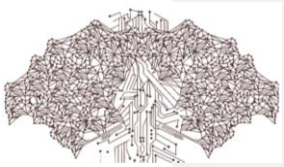
(09:21:30) catpower s2 felipe para Todos: feliz ano novo
(09:21:34) catpower s2 felipe para Todos: pessoas novas
(09:21:58) catpower s2 felipe para Todos: aqui ngm existe msm

Um ponto importante, é que as conversas permeadas pelos chats (e por outros dispositivos):

> subvertem conceitos e narrativas cientificas, religiosas e socioculturais sobre corpo, identidade, privacidade, sexualidade, gênero e sexo. Afinal, quando um jovem - que se identifica como heterossexual - conversa com outros homens heterossexuais em salas de bate-papo para entender como uma mulher se excita e, de quebra, excita-se; quando uma lésbica se recusa a definir seu gênero no cotidiano e nos apps; quando um gay se monta e se exibe para desconhecidos pela webcam [...] todos, ao menos enquanto conectados digitalmente, reconfigurariam taxonomias e ordens sociossexuais que lhes foram ensinadas como estanques (MELO, 2017, p.132).

Em um mundo conectado e cada vez mais visual, a prática de busca por prazer sexual mediado por um ambiente pautado, principalmente, no texto, é quase um contrasenso. A facilidade de se entender plataforma, mantida sempre nos mesmos padrões, a incorporação em um só lugar de diversas opções de interação, como envio de texto, imagens, videoconferência em tempo real, além das múltiplas opções de sala, bem como a preservação das identidades fazem com que o bate-papo seja, não apenas uma ferramenta em uso, mas mais complexa que os aplicativos para celular.

[19] Essa percepção também se confirma no trabalho de Raquel Melo (2017).



Referências Bibliográficas

BARTH, Daiani. UOL CHAT: rotinas empíricas e significações. **Comunicologia**. Brasília, 2013. Disponivel em: [http://bit.ly/2zEsghD].

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. Internet e sociedade em rede. em Dênis de Moraes (org.), **Por uma outra comunicação:** mídias, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2005.

FERRO, Carlos A. C. **Ciberbullyng: Do Troll ao Criminoso**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Tiradentes. Disponível em: [http://bit.ly/2CkZckG].

FONTES, Gabriela; GOMES, Icléia. Comunicação e a Reconfiguração de Práticas Sociais. Londrina: **Revista Informação** v. 18, n. 2, 2013. Disponível em: [http://bit.ly/2vS6jLt].

FRAGOSO, Suely; REBS, Rebeca Recuero; BARTH, Daiani. Territorialidades virtuais: Identidade, posse e pertencimento em ambientes multiusuário. **Revista Matrizes** v. 5, n. 1, 2011. Disponível em: [http://bit.ly/2Ds6hN7].

HARAWAY, Donna. Manifesto Ciborgue. Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. em **Antropologia do Ciborgue**. As vertigens do pós-humano. (org, Tomaz Tadeu). Belo Horizonte: Autêntica editora, 2000.

HAESBAERT, Rogério Costa. **Da desterritorialização à multirritorialidade**. In: Congresso de Geógrafos da América Latina, 5. São Paulo. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina, São Paulo: USP, 2005. Disponível em: [http://bit.ly/2Eae03I].

JOHNSON, Steve. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LEMOS, André. **Cidade-Ciborgue**: a cidade na cibercultura. São Paulo: Revista Galáxia, n.8, 2004a. Disponível em: [http://bit.ly/2wYF0iM].

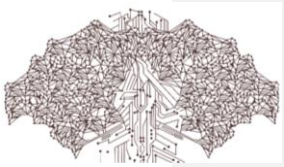
_____. **Ciberespaço e Tecnologias Móveis**: processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura. Anais do XV Congresso Anual dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Compós 2006. Disponível em: [http://bit.ly/2whuuCx].

_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004b.

MANZINI, Eduardo José. **A entrevista na pesquisa social**. Didática: São Paulo, 1990/1991.

MELO, Raquel. **Sentires sexuais em ambiências digitais**. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: [http://bit.ly/2Cj9bqq].

MISKOLCI, Richard. Machos e Brothers: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas criadas on-line. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 21(1): 424, Janeiro-Abril/2013. Disponível em: [http://bit.ly/2hu8Moz].

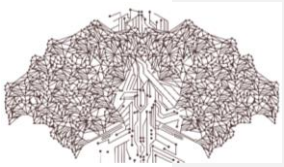


NOGUEIRA, Gilmaro. **Caças e pegações online**: subversões e reiterações de gênero e sexualidades. 2010. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Instituto de Humanidades e Artes, Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em: [http://bit.ly/2wRVpUR].

POLIVANOV, Beatriz. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. **Revista Esferas** ano 2, nº3, Julho-Dezembro, 2013. Disponível em: [http://bit.ly/2xvmhMt].

WOOLEY, Sammue; HOWARD, Philip. Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents – Introduction. **International Jounal of Communication**, v.10, 2016. Disponível em: [http://bit.ly/2A8aROB].

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



OLGA ESPORTE CLUBE NO FACEBOOK: O CIBERFEMINISMO E AS NOVAS PERSPECTIVAS DE COBERTURA ESPORTIVA A PARTIR DAS OLIMPÍADAS DO RIO 2016[1]

Carolina Bortoleto Firmino[2]; Mauro de Souza Ventura[3]

Resumo
A luta feminista é uma realidade cada vez mais disseminada com o advento das tecnologias de informação e comunicação, capazes de impulsionar de maneira eficiente ideias ou argumentos a favor de uma causa. Nesse contexto, surgem ressignificações para o ciberfeminismo, com conteúdos desenvolvidos por mulheres, para mulheres e sobre mulheres, veiculados em blogs e redes sociais, em especial a partir de 2015, com maior participação delas em plataformas como Twitter e Facebook. Entre as temáticas abordadas estão violência, aborto e sexualidade. Em contrapartida, a representação feminina no esporte sempre apareceu como tema pouco explorado, ficando refém do que é noticiado nos grandes portais de audiência masculina. Em 2016, ano das Olimpíadas do Rio de Janeiro, algo diferente aconteceu: blogs feministas nacionais proporcionaram ao público outro olhar sobre os Jogos, mantendo o caráter ativista, mas agora em um novo campo, o que podemos classificar como uma cobertura pioneira dentro do jornalismo esportivo. Neste artigo, analisaremos o conteúdo das três publicações de maior engajamento na página Olga Esporte Clube no Facebook, que esteve inserida nesse contexto de propor novo recorte para a participação das mulheres durante a última edição dos Jogos Olímpicos, além de comparar as mudanças na audiência em suas redes sociais antes e durante o evento.

Palavras-chave: esporte; gênero; mulheres; ciberfeminismo; redes sociais.

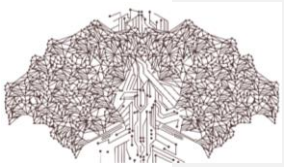
1. Introdução

Para Recuero (2009) cada laço estabelecido no ciberespaço é um canal de trânsito de informações entre sujeitos e coletivos. Dessa forma, as redes sociais surgem como mídia emergente, resultado de dinâmicas coletivas dos atores na difusão de informações no espaço digital. Assim, quando refletimos sobre a busca da mulher por reconhecimento como personagem

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Doutoranda e mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. Contato: carolina.bfirmino@gmail.com

3 . Mestre em Jornalismo e Editoração pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – USP. Doutor em Letras (Teoria Literária e Literatura Comparada) pela FFLCH – USP e professor do programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista – UNESP Contato: mauroventura@faac.unesp.br

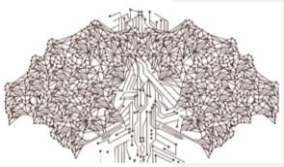


ativo dentro da sociedade, enxergamos novas possibilidades de luta. Nesse contexto, trazemos para a discussão o projeto *Olga Esporte Clube*, que é desenvolvido pela ONG feminista *Think Olga* com a missão de transformar o interesse de mulheres pela prática esportiva por meio da informação.

De acordo com o manifesto do OEC, o machismo é a principal causa para essa relação deteriorada, que reforça estereótipos de atividade física como instrumento de controle de peso e culto ao corpo. O projeto alerta para a busca da socialização, do crescimento pessoal, da relação harmônica entre o corpo e a natureza, da inteligência emocional e do exercício da coragem. Define-se o esporte como uma forma de empoderamento feminino. "Ao movimentarmos nossos corpos, fazemos as pazes com ele. Ao superarmos nossos limites, fortalecemos nossa autonomia. Ao entrarmos no jogo, nos encontramos como irmãs", coloca o texto de apresentação. Além de manterem um domínio vinculado à ONG *Think Olga* com publicações inseridas nessa proposta durante as Olimpíadas de 2016, o *Olga Esporte Clube* possui uma conta no Twitter, no Instagram e uma página no Facebook – esta última protagonizou discursos empoderados e análises críticas sobre a situação da mulher no esporte. O objetivo principal deste trabalho, a partir da análise das publicações feitas no período que ocorreram os Jogos Olímpicos, é buscar características que demonstrem uma quebra de paradigmas nos padrões hegemônicos da cobertura esportiva em função do empoderamento através do ciberfeminismo.

O Facebook foi um dos potencializadores dessa cobertura pioneira porque abriu espaço para novas perspectivas de informação e reflexão, seja para a mulher atleta, para o público feminino consumidor de esporte que passou a reconhecer suas necessidades e demandas dentro desse conteúdo, e para as jornalistas inseridas nesse contexto de ressignificação da prática esportiva para mulheres. A linguagem utilizada nas páginas que se dedicaram à cobertura das Olimpíadas e os temas publicados tinham a preocupação de levantar algumas questões presentes nessa relação tão envolta a estereótipos: por que elas ainda gostam e praticam menos que os homens? Podemos dar outro sentido para a expressão "lute como uma menina"? Como a menstruação e a gravidez podem ser transformadas em vantagem para as atletas? Por que a ginástica artística é só para mulheres? E ainda: é possível observar os efeitos dessa atuação feminina nas redes, cada vez mais organizada, sobre o conteúdo esportivo? Que tipos de mudanças podem ocorrer com o aumento da influência do discurso feminista nas redes e de políticas públicas que têm como missão a participação da mulher no esporte?

Desde o final de 2015, a ONG está presente das redes sociais, mas foi só a partir das Olimpíadas do Rio 2016 que a iniciativa ganhou força. Com a representatividade da



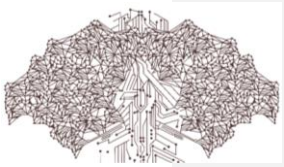
mulher no esporte, em sua maioria, relacionada ao controle de peso e culto ao corpo, as novas possibilidades de cobertura evento olímpico surgiram como um marco no que diz respeito ao monitoramento de conteúdos, com uma fiscalização certeira do chamado "jornalismo tarado". Os grandes portais esportivos se depararam com espectadoras atentas e cada vez mais atuantes nas redes, e assim tiveram que repensar o enquadramento que sempre teve por essência objetificar as atletas em detrimento de seu desempenho técnico. Somaram-se às discussões centrais propostas pelo projeto *Olga Esporte Clube* as dificuldades relacionadas ao racismo, à homossexualidade e à violência simbólica contra mulher.

Com debates a respeito dos problemas citados postos em âmbito nacional e permitindo a participação do público envolvido, consideramos que, pela primeira vez, o ciclo de abordagens normativas, perpetuadas através dos anos em grandes portais brasileiros de esporte, encontrou pela frente uma concorrência totalmente diferente do que se viu na cobertura das edições anteriores dos Jogos Olímpicos.

2. Marco teórico

A participação da mulher em Olimpíadas tomou forma gradativamente – e a passos lentos – sendo firmada apenas a partir da década de 80. Na época, a norueguesa Pirjo Haggman e a venezuelana Flor Isava-Fonseca foram as primeiras mulheres a ocuparem uma posição dentro do Comitê Olímpico Internacional (COI), 75 anos após a sua fundação. E muito além do papel feminino nos bastidores do maior evento esportivo mundial, a participação delas nas diversas modalidades de competição também é constantemente comprometida pelo discurso conservador dos grandes meios. Se olharmos para funções técnicas, então, a representatividade é ainda mais escassa, quem predomina são os "homens de frente".

Desde a década de 90 – e com muito mais força nos anos 2000 – o ciberfeminismo encontrou nas tecnologias de informação e comunicação uma possibilidade de contestar essa forma de distribuição de poder, que se perpetua não só no esporte. As plataformas oferecidas pela Web 2.0 permitiram que suas usuárias trocassem informações, se apoiassem e se fizessem compreender.

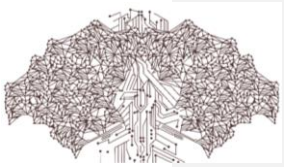


Segundo José van Dijck (2013) e seus estudos acerca da cultura de conectividade, tudo que é colocado na Internet em um status de "domínio público" – em especial nas redes sociais – passa a ganhar um valor formal, muito além dos hábitos inicialmente disseminados por essas tecnologias de comunicação e informação, como postar fotos para os amigos, ter uma conversa informal etc. As interações sociais passaram a ter efeitos mais duradouros e de maior alcance, dando ainda mais possibilidades à militância feminista e se igualando aos conteúdos de portais já consolidados como fonte de informação desde sua versão impressa.

De forma a considerar essa perspectiva de participação, não podemos ignorar as demandas de observação que o campo possibilita. Recuero (2011) determina que um olhar social para tais redes permite estudar "a criação das estruturas sociais; suas dinâmicas, tais como a criação de capital social e sua manutenção (...) as funções das estruturas e, mesmo, a diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos".

Conceitos e discussões pouco pautados pela grande mídia ganharam amplo espaço de debate, a considerar o caráter democrático – para alguns autores mais otimistas –, coletivo e de rápida difusão desse ambiente. Segundo Recuero (2012) um dos efeitos mais relevantes do surgimento das redes sociais no espaço online é, justamente, o da difusão de informações, ativado por ações de cada nó na rede que vai encaminhar determinadas informações a suas conexões. Assim, quando refletimos sobre a contínua jornada da mulher para se posicionar como ser ativo e participante nas diversas esferas da sociedade, entendemos que esse meio comum a múltiplas manifestações de opinião pode significar uma nova possibilidade de luta. Não quer dizer que as mulheres não se articulavam antes, mas agora encontraram um canal mais eficaz e seguro para exercer o ativismo feminino, muito além do discurso reproduzido pelos grandes meios de comunicação. Se para Recuero (2012) cada laço estabelecido no ciberespaço é um canal de trânsito de informações entre sujeitos e coletivos, as redes sociais surgem como mídia emergente, resultado de dinâmicas coletivas dos atores na difusão de informações no espaço digital.

É nesse espaço digital e com as novas tecnologias da comunicação que movimentos sociais possibilitaram redimensionar e ampliar suas demandas, como no caso do feminismo. A completar, no chamado ciberfeminismo social, por sua vez, Miguel (2002) considera a tríade informação-interpretação-comunicação como a chave para transformar nossas próprias condições de vida e imprimir a ela um novo sentido, por isso a necessidade de se perguntar: como essas novas tecnologias têm modificado a realidade de mulheres que estão em luta para abandonar um longo passado de opressão?

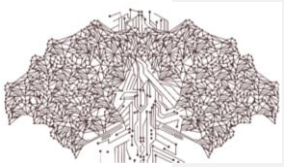


> Não vivemos em uma sociedade em que pertencer a certo gênero – feminino ou masculino – seja irrelevante. Na verdade e apesar dos avanços notáveis das mulheres em algumas partes do mundo, para muitos outros ainda é dramaticamente verdadeira a máxima 'sexo é destino'. No meio desta situação, testemunhamos o início de uma nova era, a era da informação. À velocidade da vertigem, e entre outras mudanças igualmente significativas, se constitui a comunidade virtual interligada por um novo meio de comunicação: internet. Informação-interpretação-comunicação é a tríade pela qual é possível transformar nossas próprias condições de vida e imprimir significado para a elas. (MIGUEL, 2012: p.1)

Nesse contexto, desde 2015 – com o boom de blogs feministas – e com a aproximação das Olimpíadas do Rio em 2016, o cenário passou a ficar favorável às discussões sobre o espaço da mulher no esporte nas mídias, a contestar as relações de poder (em que o homem atleta possui mais destaque que a mulher atleta) que conhecemos. Durante o evento (que aconteceu entre os dias 5 e 22 de agosto de 2016), foi possível levantar questões sobre a igualdade de gêneros no esporte, que abordavam temas como apoio financeiro para equipes, desenvolvimento do esporte no país, profissionalização do futebol feminino, regras para atletas transexuais, entre outros. E o principal: se atentar parar manifestações de machismo presentes na mídia e contestá-las em tempo real, tamanha a interatividade presente no processo de comunicação consolidado nas redes sociais digitais, algo capaz de impulsionar mudanças no campo das ideias e, por que não, da prática.

> Os atores da mudança social são capazes de exercer influência decisiva utilizando mecanismos de construção do poder que correspondem às formas e aos processos do poder na sociedade em rede. Envolvendo-se na produção de mensagens nos meios de comunicação de massa e desenvolvendo redes autônomas de comunicação horizontal, os cidadãos da era da informação tornam-se capazes de inventar novos programas para as suas vidas com as matérias-primas de seu sofrimento, suas lágrimas, seus sonhos suas esperanças. Elaboram seus projetos compartilhando sua experiência. Subvertem a prática da comunicação tal como usualmente se dá, ocupando o veículo e criando a mensagem. Superam a impotência de seu desespero solitário colocando em redes seu desejo. Lutam contra poderes constituídos identificando as redes que os constituem. (CASTELLS, 2012: p.18)

Segundo Castells (2012), "os movimentos sociais são produtores de novos valores e objetivos em torno dos quais as instituições da sociedade se transformaram a fim de representar esses valores criando novas normas para organizar a vida social". Podemos dizer, então, que acompanhamos, em 2016, um avanço no posicionamento de

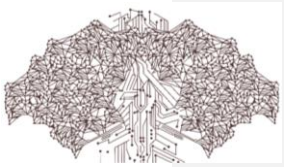


atletas, espectadoras, acadêmicas e jornalistas em relação às últimas competições olímpicas, fazendo da internet um espaço importante para a causa: durante as Olimpíadas, Joanna Maranhão usou o Facebook para expor seu descontentamento com casos de racismo, homofobia e machismo no país, além de atentar para as dificuldades que é viver do esporte de competição no Brasil; um tuíte expôs a diferença do valor da premiação entre os dois principais campeonatos de vôlei no mundo (a Liga Mundial, masculina e o Grand Prix, feminino) e rendeu diversas discussões sobre a necessidade de equiparar investimentos; o próprio caso da atleta Ingrid Oliveira, que foi exposta por ter pedido à sua parceira de quarto – e dupla nos saltos ornamentais – que a deixasse sozinha com outro atleta, o que teria prejudicado o desempenho de ambas, recebeu um contraponto à altura, com a matéria da revista *AzMina* "Ingrid Oliveira, atleta dos saltos ornamentais faz sexo – e sua mãe também".

Um exemplo de que as mulheres estiveram no centro das discussões dos Jogos Olímpicos do Rio (2016) foi o destaque dado à equipe feminina de futebol em toda a cobertura do evento. Jornais, revistas, canais de televisão, blogs e, principalmente, as redes sociais digitais, foram tomados de comparações com o time masculino, a sugerir que as jogadoras apresentavam um "futebol de ouro", ao contrário dos rapazes. No entanto, outras problemáticas vieram à tona, como a ausência de campeonatos regulares no país, a disparidade entre o estilo de vida das estrelas de ambas as seleções, as diferenças técnicas e até mesmo a dificuldade de profissionais do jornalismo esportivo em falar sobre as duas modalidades sem discursos machistas.

As opiniões e preconceitos de jornalistas reconhecidos no meio, como Milton Neves, Rica Perrone e Arnaldo Cezar Coelho, foram fortemente combatidos por mulheres comprometidas com esporte. Por outro lado, com crescimento do ativismo feminino dentro e fora da internet combinado à necessidade de valorizar a mulher em campos em que ela ainda se encontra marginalizada e no processo de ocupação de seu espaço de direito, torna-se essencial compreender os efeitos de uma nova proposta de cobertura nas redes. Assim, identificar as potencialidades desse conteúdo que tenta abandonar estereótipos reproduzidos até então é contribuir na busca pelo empoderamento.

3. Problema e questões de pesquisa

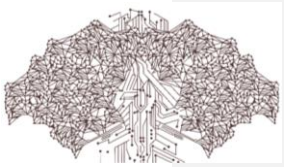


O debate a respeito da participação feminina no contexto esportivo não se esgota tamanha a vantagem masculina – no que diz respeito à representatividade, incentivo, espaço e educação – sobre as mulheres inseridas no contexto da prática esportiva. Um alerta para a violência simbólica – e muitas vezes direta – presente nessa relação, que se esconde atrás da violência cultural e estrutural que naturaliza a posição de inferioridade feminina dentro do esporte. Violência essa que reforça padrões e regras pré-estabelecidas perpetuadas pela mídia e pelo próprio discurso de que homens são melhores atletas e estão mais aptos a se desenvolver no campo esportivo do que as mulheres.

Gill (1994) aponta que desde antes do nascimento nosso mundo é pautado por relações de gênero. Com os direitos civis e os movimentos de mulheres nas décadas de 1960 e 1970 nos Estados Unidos, mulheres ganharam um novo espaço no esporte, e agora constituem cerca de um terço entre colégios, faculdades e atletas olímpicos nos Estados Unidos. Ela alerta, porém, que um terço não é metade, ou seja, não foi atingido patamar igualitário. "As mulheres realmente perderam um lugar. As mulheres não se tornaram treinadoras, administradores, escritores esportivos ou personal de medicina esportiva em números significativos" (tradução nossa, p. 4, GILL, 1994). Além disso, a ideia de que mulheres são inferiores aos homens foi construída ao longo dos tempos e envolve todo o processo de criação das identidades. Como qualquer outra identidade (étnica, profissional, racial, religiosa, política) as sexuais são historicamente construídas. "A ideia de que somos originalmente divididos em dois sexos começou a ganhar força no século XVIII. Antes disso, a medicina considerava que havia apenas um sexo, o masculino, e a mulher era a representante inferior desse sexo" (p. 38, KNIJNIK; Souza, 2007).

A questão do gênero no contexto esportivo passa pela hierarquia social que determina que o esporte feminino não é tão bom quanto o masculino, pela objetificação do corpo da mulher e seu papel biológico de reprodutora, pelas oscilações emocionais atribuídas apenas a elas, entre outros fatores. Não há incentivo à prática esportiva durante a idade escolar – enquanto os meninos brincam de bola, as meninas brincam de boneca –, falta investimento em seleções femininas e sobram patrocínios milionários nas seleções masculinas da mesma modalidade, os salários são diferentes, há desconfiança em relação à qualidade e técnica da atleta, assédio, e rótulos que minimizam títulos e medalhas. É como se a mulher estivesse sob o constante estado de dominação masculina, conceituado por Bourdieu (2012), ainda que esteja a desenvolver arduamente mecanismos de reação contra essa violência estrutural e simbólica.

A partir desse cenário, o ciberfeminismo encontrou nas mídias sociais digitais uma possibilidade de contestar tal forma de distribuição de poder que se perpetua não só no esporte.



As plataformas oferecidas pela Web 2.0 permitiram que suas usuárias trocassem informações, se apoiassem e se fizessem compreender. Os últimos dois anos ficaram marcados pelos efeitos dessas interações sociais e tudo indica que deve se consagrar como um período histórico para o movimento feminista. Além da série de denúncias de assédio feita por atrizes de Hollywood, que culminaram em ações algumas efetivas da indústria do cinema, mulheres estão determinadas a disputar com os homens um lugar de importância nos espaços públicos que até então eram dominados por eles. Estão se movimentando para mudar as velhas regras.

4. Objeto

No caso do esporte, vimos que a movimentação nas redes sociais digitais ganhou mais destaque a partir de 2016, com os Jogos Olímpicos do Rio (2016), que ficaram marcados não só pela diversidade de informações e de uma contra-cobertura que não seguia os moldes da grande mídia, mas pela interação do público com a notícia. É nesse grupo que se encaixa o citado *Olga Esporte Clube*, vinculado à ONG *Think Olga*, que contava com site, página no Facebook, perfil no Twitter, no Instagram e grupo online para reunir mulheres interessadas em se unir a outras mulheres a fim de encontrar motivação e segurança para a prática de qualquer modalidade esportiva. *Olga Esporte Clube* é descrito pelas responsáveis como uma campanha "cujo objetivo é transformar a relação das mulheres com o movimento e as libertar das pressões sociais que as afastam do mundo esportivo".

A iniciativa surgiu junto a uma pesquisa online sobre a relação da mulher com o esporte e encontrou algumas respostas, seja para o distanciamento com a essência da prática esportiva ou com a identificação com o esporte como um todo. Os resultados[4] divulgados no site apontaram que, na infância, 69% das entrevistadas praticavam esportes por diversão. A partir dos 18 anos, 53% acha outra motivação: o emagrecimento. Quase 25% das mulheres afirmam que já foram vítimas de preconceito ao tentarem se exercitar de alguma forma. Uma em cada quatro. E esse número fica ainda mais alto nas periferias (29%). O racismo também ficou explícito no estudo. A tenista Maria Sharapova (branca), por exemplo, tem menos títulos que Serena Williams (negra), mas ganha quase o dobro em patrocínio.

Com a realidade divulgada pela pesquisa, o propósito da campanha passou a ser de transformação, de mostrar que o esporte pode estar ligado diretamente ao prazer, de maneira a criar imagem *good vibes* do esporte para mulheres, aproximar mulheres à

[4] Disponível no link: http://thinkolga.com/2016/06/14/olga-esporte-e-tocha-feminista-viemos-para-ficar/

prática esportiva, criar conteúdo fácil de relacionar, quebrar a ideia de busca pelo corpo perfeito, unir mulheres para jogar juntas e empoderar e encorajar as mulheres à prática de esportes[5]. No entanto, apesar de hoje contar com mais de seis mil curtidas – número que só foi aumentando desde agosto de 2016 –, o projeto foi perdendo a força e não conta com atualizações em suas redes sociais digitais desde o segundo semestre de 2017, mesmo com alguma interação no grupo o Facebook.

5. Metodologia e análise

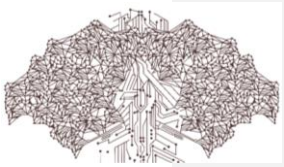
Durante o período de competições olímpicas, a campanha *Olga Esporte Clube* cumpriu seu papel de mídia alternativa aos meios hegemônicos e fez a sua cobertura do evento. Coletando apenas as publicações do Facebook que traziam o link de uma matéria ou análises a respeito de fatos ocorridos durante as Olimpíadas (5 a 22 de agosto) – não incluímos as lives ou a divulgação de horários de jogos – contabilizamos 19 postagens. Essa coleta foi realizada durante todo o evento olímpico, diariamente, por volta das 22h, possibilitando uma padronização no conteúdo obtido. Na análise qualitativa, iremos observar a como a mensagem das publicações se adequou ao objetivo do projeto, e a partir daí elencar características da cobertura. Para isso, escolhemos os três posts de maior destaque (utilizando como métrica a soma da quantidade de reações, compartilhamentos e comentários), sejam eles estruturados em texto + foto, texto + link ou texto + vídeo.

Outras informações[6] relevantes a respeito da cobertura serão expostas nos quadros no tópico 5.1, com um comparativo entre os dados de todas as redes sociais da campanha (Facebook, Twitter e Instagram) antes (julho) das Olimpíadas do Rio 2016 e ao final (agosto), a fim de mostrar como o evento olímpico no país combinado à necessidade de oferecer representatividade à mulher impulsionou essas novas perspectivas dentro do jornalismo esportivo.

5.1. Comparativos: Twitter, Facebook e Instagram

[5] Informações oficiais da campanha.

[6] Idem a nota 5.



Nos quadros 1, 2 e 3 é possível observar a mudança ocorrida na audiência e nos dados de acessos nas redes sociais da campanha antes e durante as Olimpíadas.

Quadro 1: Facebook

Período	Julho/2016	Agosto/2016
Fãs no período	378	1.594
Total de compartilhamentos	89	969
Total de interações	x	11.539
Alcance total dos posts	32.427	429.101
Total de comentários	87	403
Comentários respondidos	6	14

Ao final dos Jogos Olímpicos, a taxa de engajamento da página era de 299,7% e de engajamento dos posts era de 2,6%. O post que teve o maior número de comentários foi sobre as irmãs Serena e Venus Williams, do dia 15 de agosto.

Quadro 2: Twitter

Período	Julho/2016	Agosto/2016
Total de tweets	12	390
Novos seguidores	18	50
Retweets	13	297
Mentions	4	37
Replies	4	109

O total de seguidores da página ao final de agosto era de 317. Apesar de os números do Facebook terem sido mais expressivos que os do Twitter, as impressões somaram 80,5 mil no mês; em julho, foi de 6.742. O tweet de mais destaque tinha o seguinte título: “Valerie Garnier, técnica da seleção francesa de basquete feminino, de salto porque sim”.

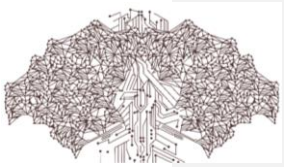
Quadro 3: Instagram

Período	Julho/2016	Agosto/2016
Novos seguidores	x	347
Posts publicados	8	54
Total de likes em posts	377	3.784
Total de comentários em posts	10	86
Total de vídeos views	1.389 (8 vídeos)	359 (3 vídeos)
Taxa de engajamento	62%	385%

Segundo dados fornecidos pela equipe do projeto, o objetivo de aumentar a base de fãs do canal em todas as plataformas – Facebook, Twitter e Instagram – foi cumprido, conforme demonstra os quadros 1, 2 e 3. Antes de dar continuidade às análises das publicações de maior destaque na página Olga Esporte Clube no Facebook, é válido destacar que, apesar de decidirmos não considerar as lives como postagens a serem analisadas, elas tiveram grande repercussão: a primeira foi uma conversa com Izzy Cerullo, atleta de Rugby da seleção brasileira que falou sobre os desafios da modalidade e seu histórico pedido de casamento a uma companheira de time. A transmissão foi realizada no dia 10 de agosto de 2016 e obteve um alcance de 163.346 pessoas. A outra live de destaque foi uma entrevista com Amanda Nunes, lutadora de MMA e atual campeã na categoria peso-galo à época. A live aconteceu no dia 4 de agosto de 2016 e obteve um alcance de 22.110 pessoas.

No Twitter, os três tweets de maior engajamento tiveram a seguinte ordem: o primeiro trazia o link de uma reportagem sobre Valerie Gamer, técnica da seleção francesa de basquete feminino que se manteve de salto alto em quadra, durante os jogos (579 impressões e taxa total de engajamento de 69[7]). o segundo falou sobre a Simone Blies, atleta norte-americana da ginástica olímpica que se destacou e foi porta-bandeira da delegação dos Estados Unidos na cerimônia de encerramento (625 impressões e taxa

[7] A taxa de engajamento do Twitter é representada pela soma de media engagements, likes, retweets, detail expands e replies.



total de engajamento de 61); o terceiro tweet trazia uma foto da brasileira Mayara Aguiar, que foi medalha de bronze no judô (1.171 impressões e taxa total de engajamento de 48).

No Instagram, as três publicações de destaque foram: em 18 de agosto de 2016, uma foto com nota quente sobre a dupla do vôlei de praia Agatha e Barbara, que havia perdido para as alemãs Walkenhorstd e Ludwig, mas receberam emocionadas suas medalhas de prata (174 likes e quatro comentários); em 19 de agosto de 2016, outra foto com nota quente, dessa vez sobre a campanha da seleção brasileira de futebol feminino, evidenciando a falta de incentivo à modalidade e o quarto lugar obtido pela equipe (175 likes e um comentário); em 8 de agosto de 2016, uma fotomontagem com nota quente a respeito da judoca Rafaela Silva, a primeira atleta brasileira a ganhar medalha de ouro para o Brasil na competição, enfatizando o fato de ela ser uma mulher negra e periférica (125 likes e seis comentários).

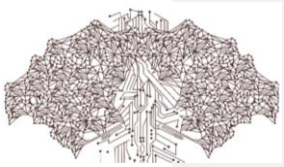
5.2. Análise dos destaques

Neste tópico do artigo, iremos analisar brevemente as três publicações que tiveram maior engajamento na página do Facebook, a descrever considerações quantitativas e qualitativas sobre elas. Consideramos a taxa de engajamento como a soma das interações, ou seja: reações, compartilhamentos e comentários. Como apontado no tópico 5, excluímos as transmissões ao vivo deste ranking, selecionando apenas as postagens de conteúdo textual. Depois do momento de observação do material coletado, definimos as três publicações[8] de maior engajamento (em ordem decrescente) conforme o indicado no quadro 4:

Quadro 4: Publicações de maior engajamento

Data	Tipo + descrição	Texto da publicação

[8] Todos os trechos foram retirados transcritos de forma literal da página Olga Esporte Clube no Facebook



15/08/2016	Foto + texto, diálogo entre repórter e tenista Andy Murray	Repórter: Você foi a primeira pessoa a ganhar duas medalhas olímpicas no tênis. Isso é extraordinário! Andy Murray: Acho que Serena e Venus ganharam quatro cada uma. Esta é a resposta que o tenista Andy Murray deu para um repórter que esqueceu que o tênis feminino também é um esporte.
08/08/2016	Link + texto, a judoca Rafaela Silva ganha a primeira medalha de ouro da competição	A primeira medalha de ouro do Brasil nessas Olimpíadas é de uma mulher negra e periférica que, para derrotar a mongol Sumiya Dorjsuren, atual líder do ranking mundial, precisou derrotar primeiro o racismo e a depressão. Hoje, Rafaela Silva é muito mais do que uma vantagem no quadro de medalhas, ela é representatividade feminina no esporte!
19/08/2016	Foto + texto, campanha da seleção brasileira de futebol feminino	Sem incentivo, sem estrutura, com salários baixos e muita, muita garra, somos a quarta melhor seleção olímpica, à frente de países que têm ligas de futebol dedicadas a times femininos. OBRIGADA por tudo e PARABÉNS pela campanha, meninas! E a OEC deixa aqui a reflexão: não era pra ser tão difícil e suado para uma #SeleçãoFeminina tão brilhante!

Partindo da análise quantitativa das publicações apresentadas no quadro, que estão em ordem decrescente quanto à taxa de engajamento, temos os seguintes números: o post do dia 15 de agosto, referente às irmãs Willians, possui 314 reações (248 curtidas e demais interações), 151 compartilhamentos e 15 comentários; o post do dia 8 de agosto, referente à vitória da judoca Rafaela Silva, possui 197 reações (156 curtidas e 42 amei), 43 compartilhamentos e apenas um comentário; o post do dia 19 de agosto, referente à campanha da seleção brasileira de futebol feminino, possui 119 reações (101 curtidas e 20 amei), 40 compartilhamentos e nenhum comentário. Percebemos que, apesar de haver tipos diferentes de postagem (foto + texto ou link + texto), não há indícios de que o formato tenha influenciado na taxa de engajamento. Podemos determinar, a partir dos

dados apresentados no tópico 5.1, que os resultados de tais publicações contribuíram para o objetivo de aumentar o acesso às redes sociais do projeto.

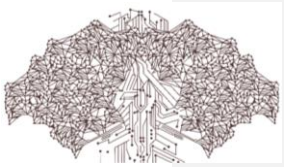
Para observar qualitativamente o conteúdo do texto das postagens, vamos considerar os objetivos da campanha citados no tópico 5: criar imagem *good vibes* do esporte para mulheres, aproximar mulheres à prática esportiva, criar conteúdo fácil de relacionar, quebrar a ideia de busca pelo corpo perfeito, unir mulheres para jogar juntas e empoderar e encorajar as mulheres à prática de esportes. A publicação de maior destaque na página durante o período analisado levanta a questão do reconhecimento dentro da prática esportiva. O trecho é a reprodução de uma entrevista que, por si só, carrega a mensagem de aproximação da mulher à prática esportiva, assim como de empoderamento. A imagem traz as irmãs Williams em gesto de comemoração com o desenho de medalhas penduradas no pescoço. Do total de 15 comentários, temos 10 feitos por mulheres e os outros cinco por homens, todos positivos em relação ao post. Apesar de não conter um link de reportagem, o conteúdo conseguiu atingir uma quantidade representativa de público para a página.

No segundo texto, a publicação fala de "representatividade feminina" e descreve o perfil da judoca Rafaela Silva, cumprindo com ideia de encorajar mulheres à pratica de esportes. Usa os termos "negra e periférica", a completar com "racismo" e "depressão", comprovando a ideia de que a atleta estava representando mulheres que encontravam dificuldades semelhantes. O único comentário é feminino e confere o status de heroína a Rafaela. Aqui, a publicação também acompanha os objetivos iniciais de criar conteúdo fácil de relacionar e aproximar mulheres que vivem o mesmo contexto.

O terceiro e último texto de destaque começa listando todas as dificuldades que o futebol feminino como modalidade encontrou nas Olimpíadas do Rio de Janeiro 2016. A OEC também propõe uma reflexão sobre os problemas de incentivo, estrutura ou preconceitos com a prática em si. No entanto, mesmo trazendo seriedade nas contestações que faz, sugere um diálogo com a equipe de futebol, cumprimentando pela campanha nos Jogos, destacando as palavras "parabéns" e "obrigada". Interessante também o uso de "obrigada" no feminino, reafirmando o propósito de ser uma página de mulheres falando com mulheres.

6. Considerações finais

Este artigo teve entre os principais objetivos discorrer sobre de que forma a apropriação da Internet e de todos os seus recursos, somada às necessidades de empoderar mulheres em campos predominantemente masculinos, como é o esporte, tornou-se uma



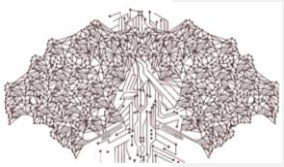
ferramenta de informação em prol da transformação social. O movimento feminista, assim como outros grupos que lutam por direitos, se organizou para atuar neste momento de democratização – ainda que superficial sob alguns aspectos – das redes sociais digitais, com diversas campanhas começando no Twitter ou no Facebook e, posteriormente, transpondo suas demandas para as ruas – um caminho inverso ao que víamos até pouco tempo. Presenciamos acontecimentos que marcaram a história do movimento no país e no mundo, a exemplo da Marcha das Vadias (2014), do ato Mulheres contra Cunha (2015) e das Marcha das Mulheres contra Trump, os três com ampla atuação online.

No Brasil, o ano de 2016 ficou marcado pelo grande evento que foi as Olimpíadas do Rio de Janeiro. Com os olhos de todo o mundo voltados para as mulheres-atletas que atuaram no Brasil, projetos como o Olga Esporte Clube foram alavancados e surgiram como alternativa aos grandes meios que faziam a cobertura dos Jogos. A partir do monitoramento da página da campanha no Facebook e acesso a dados oficiais de seus perfis em outras plataformas, foi possível perceber que, além da necessidade de criar novos canais de conteúdo esportivo que fugissem do padrão heteronormativo, existia também um público pronto para consumir essas informações – como diagnosticamos a partir dos crescentes números de audiência desde o início das Olimpíadas. Na análise das três publicações de maior engajamento – mesmo com uma amostra reduzida – também identificamos a sustentação da proposta de aproximar mulheres da prática esportiva, encorajá-las a se envolver nesse contexto e a criar identificação com aquelas que fazem do esporte uma profissão.

7. Referências bibliográficas

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança** - movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2012.



MIGUEL, A. y Boix, M. **Los géneros de la red: los ciberfeminismos.** Disponível em: http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf. Acesso em 16 de dez.

FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Gill, D.L. (1994). A feminist perspective on sport psychology practice. The Sport Psychologist, 8, 411-426.Disponível em: https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/D_Gill_Feminist_1994.pdf. Acesso em: 19 de dez de 2017.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue. **Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX**. In: HARAWAY, D.; KUNZRU, H.; TADEU, T. Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica, 1985, p. 33-118.

KNIJNIK. J. D.; SOUZA, J. S. S. de. **Diferentes e desiguais: relações de gênero na mídia esportiva brasileira**. In:SIMÕES, A. C.; KNIJNIK, J. D. (Org.). O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero e desempenho, 2004. p. 191-212.

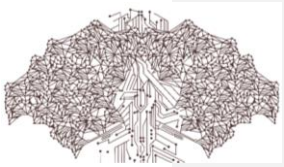
RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.
_____. **A rede é a mensagem:** Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). Lo que Mcluhan no previó. 1ed.Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205. Disponível em: http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf. Acesso: 05/10/2016

_____. **Discutindo Análise de Conteúdo como Método:** O #DiadaConsciênciaNegra no Twitter. Cadernos de Estudos Linguísticos (UNICAMP), v. 56, p. 281-309, 2015. Disponível em: http://revistas.iel.unicamp.br/index.php/cel/article/view/4334/5010. Acesso: 5 de dez de 2016.

_____. **Contribuições da Análise de Redes Sociais para o Estudo das Redes Sociais na Internet:** O caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalabocaDilma. - Revista Fronteiras (Online), v. 16, p. 1, 2014. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.01/4191. Acesso 5 de dez de 2016.

VAN DIJCK, J. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Nova York: Oxford University Press, 2013.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ORGANIZAÇÃO E CIBERATIVISMO: APONTAMENTOS PARA UM DEBATE[1]

Raul Nunes[2]

Introdução

A questão da organização apresenta-se com frequência nas discussões sobre conflitos que envolvem interesses coletivos. Organização parece ser um elemento central para a efetividade e durabilidade de ações coletivas. Mais do que isso, há quem argumente que organizações são parte constitutiva da democracia. Organizações e organizar-se, aliás, distinguem-se enquanto substantivo e verbo.

Em um primeiro sentido, organização como verbo pode ser entendida como a preparação para a ação coletiva, ou seja, para a ação orquestrada por mais de um indivíduo na busca por objetivos comuns. Como substantivo, organização parece ser uma cristalização no tempo dessa preparação para a ação, demandando atividades cada vez mais complexas. É necessário haver organizações para organizar-se? Esse é o primeiro de muitos questionamentos que se põem para a reflexão sobre as transformações da ação coletiva na era da informação.

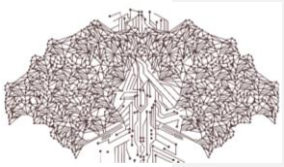
Esse artigo tem como propósito, portanto, tornar mais nítido o debate sobre organização, começando com um panorama das posições clássicas sobre o assunto e apontando para o surgimento do campo de estudos organizacionais. Depois, o texto se concentrará sobre tópicos contemporâneos relativos à organização, salientando o papel do ciberativismo. Finalmente, será feita uma proposta de análise sobre organização que dê conta, dentre outras coisas, de investigações sobre o ciberativismo.

Debates clássicos sobre organização

Em seu *A democracia na América*, publicado em 1835, Alexis de Tocqueville traça um panorama do sistema político estadunidense, explicando suas características e seu funcionamento. Dentre os direitos presentes na sociedade dos EUA, o autor destaca como crucial o direito de associação. Para ele, esse direito seria uma importação inglesa, que sempre esteve presente nos Estados Unidos e que consiste numa liberdade fundamental:

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Raul Nunes é doutorando e mestre em Sociologia pelo IESP-UERJ. E-mail: raulnunescis@gmail.com



> Depois da liberdade de agir só, a mais natural ao homem é a de conjugar seus esforços com os esforços de seus semelhantes e agir em comum. O direito de associação parece-me, pois, quase tão inalienável por sua natureza quanto a liberdade individual. (TOCQUEVILLE, 2005, p. 224).

Como no restante de sua obra, Tocqueville compreende os direitos em seu funcionamento concreto, isto é, atenta para o modo pelo qual os diversos elementos de um determinado sistema político interagem entre si, produzindo uma realidade política específica. Além disso, o autor avalia aspectos positivos e negativos de cada sistema, diagnosticando disfuncionalidades. Desta maneira, entende Tocqueville, o direito de associação também exerceria uma função específica na sociedade estadunidense:

> Em nosso tempo, a liberdade de associação tornou-se uma garantia necessária contra a tirania da maioria. Nos Estados Unidos, quando uma vez um partido se torna dominante, todo o poder público passa para as suas mãos; seus amigos particulares ocupam todos os empregos e dispõem de todas as forças organizadas. Como os homens mais distintos do partido contrário não podem atravessar a barreira que os separa do poder, é preciso que possam se estabelecer fora; é preciso que a minoria oponha sua força moral inteira ao poderio material que a oprime. Opõe-se, pois, um perigo a um perigo mais temível. (TOCQUEVILLE, 2005, p. 223).

Uma das maiores preocupações de Tocqueville em relação aos sistemas políticos em geral e em relação à democracia nos Estados Unidos em particular, a tirania da maioria consiste na onipotência das maiorias (em qualquer âmbito) que torna as minorias incapazes de se defender. Nesse sentido, seriam necessários mecanismos específicos para balancear a distribuição de poderes, impedindo sua concentração total numa maioria. A liberdade de associação funcionaria, pois, como um contrapeso a tal possibilidade de tirania. Com efeito, para Tocqueville não haveria estado social em que as associações seriam mais necessárias do que os democráticos, uma vez que nas aristocracias os corpos secundários funcionariam como associações naturais.

Vale ressaltar ainda que o autor acredita na possibilidade legal de formar associações como forma de evitar a existência de sociedades secretas de conspiradores. De todo modo, cabe pontuar que as virtudes de que fala Tocqueville restringem-se às associações pacíficas e internamente democráticas. Aqui, "associação" aproxima-se ao que se entende por "organização" em muitos aspectos, embora haja diferenciações a serem exploradas.

Publicado em 1902, *Que fazer?* é um livro escrito por Vladimir Lênin com posicionamentos e propostas acerca da constituição de um movimento para a revolução proletária. Em primeiro lugar, Lênin diferencia as organizações econômicas das organizações revolucionárias. As

primeiras seriam voltadas apenas a questões trabalhistas imediatas, como reivindicações de aumentos salariais. As últimas, ao contrário, teriam como fim a revolução proletária. Forte e centralizado, o partido deveria agir como vanguarda (intelectual), organizando a classe trabalhadora. Dentre suas funções estaria a agitação, o apoio a protestos, a direção e o esclarecimento de movimentos espontâneos, bem como a função basilar de provimento de táticas para a ação revolucionária.

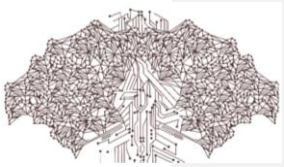
Rosa Luxemburgo, também preocupada com a organização para a revolução proletária, publicou em 1904 *Questões organizacionais da social-democracia russa*, em que tece duras críticas à visão leninista. A autora se contrapõe aos princípios organizacionais de obediência e separação que diz serem evocados por Lênin:

> O estabelecimento da centralização na social-democracia sobre esses dois princípios – a cega subordinação, até nos menores detalhes, da atividade de todas as organizações partidárias a um poder central, que sozinho pensa, cria e decide por todos, assim como a rigorosa separação entre o núcleo organizado do partido e o meio revolucionário que o cerca, tal como é defendido por Lenin – parece-nos uma transposição mecânica dos princípios organizativos do movimento blanquista de círculos de conspiradores para o movimento social-democrata das massas operárias. (LUXEMBURGO, 2009, p. 40-41).

Critica, pois, o que avalia como subordinação mecânica e obediência cega, insistindo que o partido não deve ser separado entre pessoas conscientes e as massas populares (não conscientes). Luxemburgo julga que a organização se dá a partir da própria luta de classes em seu curso concreto. Destarte, seu argumento principal é de que o contexto histórico sempre deve ser considerado na reflexão sobre formas de organização, ou seja, a lógica do processo histórico vem antes da lógica da ação humana: cada contexto demanda um modo particular de organização. A autora aponta, por exemplo, para greves gerais espontâneas, o que apresentaria possibilidades de ação fora de organismos centralizados.

Como proposta, Luxemburgo entende que a função do partido é a de coordenação e unificação. Para isso deve-se ponderar qual a forma de luta adequada a cada situação e ter em mente que cada estágio é passageiro e que a busca por atingir o objetivo final da luta de classes produzirá aumento progressivo da tensão revolucionária.

"Não se concebe a democracia sem organização" (MICHELS, 1982, p. 15). É assim que Robert Michels abre seu *Sociologia dos partidos políticos*, de 1914. Em certos aspectos Michels retoma a concepção tocquevilliana de que as associações (organizações) atuam como contrapeso da minoria à maioria. Especificamente, Michels se refere ao partido proletário, isto é, a união e



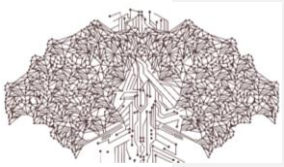
sincronia das forças trabalhadoras convertendo-se no único organismo capaz de se contrapor à força do patronato.

Tendo esse fato como ponto de partida, o autor envereda então para a análise da contradição imanente à sua afirmação inicial: embora as organizações sejam centrais para a democracia, existem tendências oligárquicas subjacentes à organização. Essa contradição se traduz internamente na organização como a relação entre os chefes e as massas. Primeiramente, Michels demonstra a impossibilidade das massas governarem por si só, sem a necessidade de intermediários. Daí em diante segue por descrever as características psicológicas e operacionais da relação chefe/massa, a princípio no sentido da massa para com o chefe e depois do chefe para com a massa (incluídas as relações entre os chefes).

"A organização conduz ao poder. Mas o poder é conservador o tempo todo" (MICHELS, 1982, p. 219). Michels assevera que o interesse do partido consiste em arregimentar o maior número possível de membros e de eleitores, por quaisquer meios possíveis. Na procura por esses objetivos, o partido acaba por adotar os mesmos princípios do Estado, quais sejam: autoridade e disciplina. Converte-se assim num governo em miniatura – quando a organização deixa de ser meio para se tornar fim. O autor postula então os dois pilares da lei de ferro das oligarquias, sendo o primeiro o de que:

> é uma lei social inelutável que qualquer órgão da coletividade, nascido da divisão do trabalho, cria para si, logo que estiver consolidado, um interesse especial, um interesse que existe dentro de si e para si. Mas interesses especiais não podem existir no seio do organismo coletivo sem estarem imediatamente em oposição com o interesse geral. Mais do que isso: camadas sociais desempenhando funções diferentes tendem a se isolar, a se outorgar órgãos aptos a defender seus interesses particulares e a se transformar finalmente em classes distintas. (MICHELS, 1982, p. 234).

"O princípio segundo o qual uma classe dominante se substitui fatalmente por uma outra, e a lei que deduzimos dele, a saber que a oligarquia é como a forma preestabelecida da vida em comum dos grandes agregados sociais" (MICHELS, 1982, p. 235) representa o segundo pilar da lei de ferro das oligarquias. Retomando as reflexões de Mosca e Pareto, Michels assinala que "sempre surge necessariamente no seio das massas, uma nova minoria organizada que se eleva à posição de uma classe dirigente" (MICHELS, 1982, p. 234). Nesse ínterim o autor diverge enormemente do marxismo, uma vez que entende que o partido socialista não se diferencia fundamentalmente dos partidos burgueses no longo prazo, tendendo todos os partidos (e demais organizações) à oligarquização, por motivos técnicos e psicológicos.

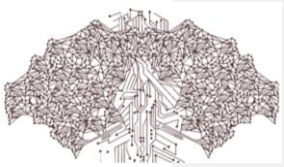


Em 1965 foi a vez de Mancur Olson publicar *A lógica da ação coletiva*, um mergulho na teoria econômica com vistas a explicar por que os indivíduos formam grupos e como os grupos funcionam. O autor rejeita a ideia de que indivíduos com o mesmo interesse sempre atuarão conjuntamente como se fossem um único indivíduo em busca desse interesse. Pelo contrário, Olson afirma que em geral os indivíduos não atuarão conjuntamente, a menos que o grupo seja pequeno ou que haja coerção. Neste sentido, põe-se distante de autores que entendem a formação de grupos como uma predisposição instintiva do ser humano.

O interesse do grupo não equivale ao interesse somado dos indivíduos como se fosse um só, antes consiste num agregado de interesses individuais auto-referenciados. O que ocorre é que o interesse comum ao grupo pode entrar em contradição com o interesse do indivíduo. Assim, o indivíduo só participará de ações coletivas quando não puder prover sozinho um bem coletivo e obtiver incentivos para tal (redução de custos de participação e outros ganhos). Quando se satisfaz um interesse comum é porque um bem público foi provido para aquele grupo (ninguém do grupo é excluído do usufruto do bem). O que explica a organização, portanto, é que a maioria das ações levadas a cabo por grupos de indivíduos é feita através de organizações e estas têm como objetivo primordial a busca pelos interesses comuns de seus membros. Organização confirma-se, então, como a união de indivíduos na busca para atingir bens públicos (aqueles bens que cumprem os princípios da não-exclusão e da não-rivalidade).

Faz-se necessário ressaltar que Olson analisa a ação coletiva a partir do interesse individual, tomando como pressuposto que cada indivíduo procurará sempre (ou quase sempre) maximizar seus ganhos e reduzir seus custos, inclusive no que concerne à formação de grupos. Desta maneira, a organização como o concerto de ações individuais tornadas coletivas apresenta características distintas a depender, dentre outros fatores, de seu tamanho e de sua estrutura de incentivos.

No primeiro sentido, grupos pequenos favorecem a participação generalizada. Por outro lado, quanto maior for o grupo, menos incentivos os indivíduos terão para participar, abrindo espaço para o surgimento de caroneiros – aqueles que se aproveitam das conquistas da ação coletiva sem em nada contribuírem para seu sucesso. No segundo sentido, os grupos são tidos como inclusivos quando a entrada de novos membros é desejada, uma vez que os custos de participação serão divididos entre os membros enquanto os ganhos serão mantidos equânimes para todos. Os grupos são tidos como exclusivos quando a entrada de novos membros é repelida, haja vista que a entrada destes acarretaria em ganhos cada vez menores para os antigos membros. Ainda sobre os custos da participação, Olson afirma:



> Quando não há organização de um grupo pré-existente e quando os custos diretos dos recursos de um bem coletivo que ele quer são maiores do que qualquer indivíduo isolado poderia lucrativamente arcar, custos adicionais devem ser incorridos para obter um acordo sobre como o fardo será dividido e para coordenar ou organizar o esforço para obter o bem coletivo. Esses são custos de comunicação entre membros do grupo, os custos de qualquer barganha entre eles e os custos de criar, recrutar e manter qualquer organização formal de grupo (OLSON, 1971, p. 47, tradução nossa)[3].

O que o autor aponta é que em grupos pequenos tais que um único indivíduo sinta a necessidade de conquistar um bem a ponto de por si só arcar com os custos de participação a organização não é necessária. Esta se faz necessária quando o grupo aumenta e se torna imprescindível a agregação de mais membros e/ou a coordenação da ação entre muitos indivíduos.

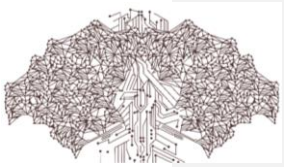
Até aqui os autores e autora discorreram sobre a importância das organizações, bem como suas implicações sociais e políticas. A princípio parte de teorizações mais gerais, no século XX as organizações passaram a ser o objeto central de muitos estudos. É o que será exposto a seguir.

Estudos organizacionais e movimentos sociais

Os estudos organizacionais começaram a ganhar corpo efetivamente como consequência da Segunda Guerra Mundial e a subsequente migração de acadêmicos europeus para os EUA (MARCH, 2007). Publicado em 1965, o *Handbook of Organizations* de Rand McNally descrevia um campo variado de instituições e princípios gerais. Tragado pelo ambiente de consolidação das ciências sociais e de matematização de diversas disciplinas, o campo dos estudos organizacionais assumiu "o esforço de tornar mais científicos os estudos do pós-guerra acerca do comportamento humano e das instituições" (MARCH, 2007, p. 13, tradução nossa)[4]. Na Europa esse processo foi mais demorado, e o campo só foi forjado de fato a partir dos anos 1970, a tempo de sofrer o impacto dos protestos das décadas anteriores. Nesse sentido, aqueles e aquelas que na Europa teorizavam sobre organizações apresentavam-se mais céticos em relação à ciência, às empresas e, sobretudo, aos métodos quantitativos. Como descreve March:

3 "When there is no pre-existing organization of a group, and when the direct resource costs of a collective good it wants are more than any single individual could profitably bear, additional costs must be incurred to obtain an agreement about how the burden will be shared and to coordinate or organize the effort to obtain the collective good. These are the costs of communication among group members, the costs of any bargaining among them, and the costs of creating, staffing, and maintaining any formal group organization".

4 "the effort to make postwar studies of human behavior and institutions more scientific".



> Os efeitos do primeiro período são encontrados particularmente em coisas tais quais: pesquisa quantitativa sobre difusão institucional em populações de organizações, demografia organizacional, tomada de decisão, processamento de informação, redes, aprendizagem, evolução e estruturas comparativas. Os efeitos do segundo período são vistos particularmente em coisas como: pesquisa qualitativa sobre cultura, gênero, entendimento, construção social e poder. (MARCH, 2007, p. 14, tradução nossa)[5].

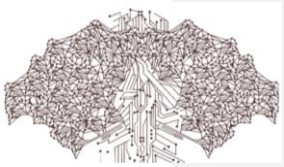
Finalmente, a queda da União Soviética em 1991 teve duas implicações para os estudos organizacionais. Por um lado, teóricos oposicionistas tornaram-se completamente céticos, abdicando de qualquer busca pela verdade. Por outro, e de modo mais contundente, o triunfo do capitalismo converteu o funcionamento competitivo do mercado no modelo analítico para o campo de estudos, que adotou como temas de pesquisa "lideranças, fusões e aquisições, terceirizações e empreendedorismo" (MARCH, 2007, p. 15, tradução nossa)[6]. Com isso os estudos organizacionais encontraram lugar cativo nas escolas de administração.

Klaus Weber e Brayden King (2014) apresentam os encontros e desencontros entre a teorização sobre movimentos sociais e os estudos organizacionais. Ambos os campos teóricos surgiram em torno dos anos 1950 e 1960, tendo o primeiro se originado a partir do estudo sobre comportamento coletivo, tendo como objeto movimentos sociais, multidões, rebeliões e gangues, e o segundo sendo legatário das reflexões weberianas acerca da burocracia e da dominação racional-legal. Os dois campos teriam em comum a busca por compreender a ação coletiva, sobretudo como o comportamento individual se transforma quando encontra a coletividade. Todavia, apontam os autores:

> os dois campos emergentes focavam em duas formas diferentes de transformação. A teoria dos movimentos sociais evoluiu de um subcampo que via a ação coletiva como irracional, espontânea, emocional e emergente (Blumer, 1957; Smelser, 1963; Turner & Killian, 1957); enquanto a teoria organizacional estava focada, em grande medida, na busca racional de objetivos coletivos dentro das paredes da burocracia (Crozier, 1964; Gouldner, 1954; Weber, 1947). Além disso, as primeiras pesquisas sobre ação coletiva viam o comportamento espontâneo das multidões como perturbador da ordem social, enquanto teóricos da organização viam organizações formais

5 "The first period's effects are found particularly in such things as quantitative research on institutional diffusion in populations of organizations, organizational demography, decision making, information processing, networks, learning, evolution and comparative structures. The second period's effects are seen particularly in such things as qualitative research on culture, gender, sense-making, social construction and power".

6 "Leadership, mergers and acquisitions, outsourcing and entrepreneurship".



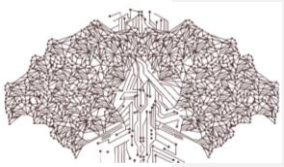
> como fontes de dominação social e estabilidade. Aos olhos dos sociólogos da época, movimentos sociais eram tipicamente efêmeros, desviantes e potencialmente destrutivos (Couch, 1968). Organizações formais, em contraste, eram propositadamente organizadas, indutoras de estabilidade e funcionais. (WEBER; KING, 2014, p. 488, tradução nossa)[7].

Nos anos 1970 surgiriam novas teorias dos movimentos sociais em resposta a uma série de movimentos que emergiram na década anterior, tais quais o movimento pelos direitos civis nos EUA e maio de 1968 na França. Deixando de lado as teorias marxistas e do comportamento coletivo, essas novas teorias formariam três famílias: a da mobilização de recursos, a do processo político e a dos novos movimentos sociais. A primeira teria como foco os aspectos organizacionais, a segunda os aspectos políticos e a última os aspectos culturais dos movimentos sociais.

Nesse que parecia o momento ideal para o casamento definitivo entre os dois campos, os estudos organizacionais distanciaram-se mais uma vez, direcionando-se aos fenômenos externos às organizações, com foco no ambiente organizacional (população, campos e redes). O reencontro viria somente na década de 1990, com os estudos organizacionais voltando-se à investigação dos determinantes políticos e microssociais das mudanças organizacionais e culturais e com as teorias dos movimentos sociais continuando a se beneficiar das teorias organizacionais e agregando ferramentas da nova teoria institucional, da análise de redes e da ecologia populacional. Assim, Weber e King entendem que os estudos organizacionais podem herdar das teorias dos movimentos sociais uma compreensão mais dinâmica da realidade, abarcando processos de mudança e processos mais informais. Acentuam ainda que:

> A pesquisa em movimentos sociais fornece uma metáfora geral para que se estudem as dinâmicas organizacionais como processos semelhantes aos dos movimentos e uma série de micromecanismos, tais quais enquadramento, identidade coletiva e mobilização para a ação, que podem ser combinados com as teorias existentes das organizações (Walker, 2012). De fato, Campbell (2005) argumentou que a nível dos mecanismos para a ação coletiva, teóricos

7 "the two emerging fields focused on rather different forms of transformation. Social movement theory evolved from a subfield that saw collective action as irrational, spontaneous, emotional, and emergent (Blumer, 1957; Smelser, 1963; Turner & Killian, 1957); whereas organizational theory was largely focused on the rational pursuit of collective goals within the walls of bureaucracy (Crozier, 1964; Gouldner, 1954; Weber, 1947). Moreover, early collective action research saw spontaneous crowd behaviour as disruptive of social order, while organization theorists saw formal organizations as sources of social domination and stability. To the eyes of sociologists at the time, social movements were typically ephemeral, deviant, and potentially destructive (Couch, 1968). Formal organizations, in contrast, were purposefully organized, stability-inducing, and functional".



> dos movimentos sociais e da organização já empregam muitos conceitos paralelos que podem ser integrados futuramente, nomeadamente oportunidades, enquadramento, difusão, tradução, bricolagem, redes e liderança. (WEBER; KING, 2014, p. 496, tradução nossa)[8].

Precursores na utilização de aportes dos estudos organizacionais para a análise de movimentos sociais, John D. McCarthy e Mayer N. Zald já nos anos 1970 propunham a teoria da mobilização de recursos como contraponto às abordagens de comportamento coletivo e de privações relativas, que faziam uma ligação direta entre condição social e disposição para participar. Como pontuam os autores:

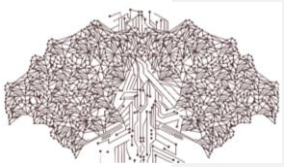
> A perspectiva da mobilização de recursos adota como um de seus problemas subjacentes o desafio de Olson (1965): uma vez que movimentos sociais provêm bens coletivos, poucos indivíduos irão "por conta própria" arcar com os custos de trabalhar para obtê-los. Explicar o comportamento coletivo requer atenção detalhada para a seleção dos incentivos, estruturas de mecanismos de redução de custos e benefícios de carreira que conduzem o comportamento coletivo. (MCCARTHY; ZALD, 1977, p. 1216, tradução nossa)[9].

Concordando com as teorias anteriores, McCarthy e Zald definem movimento social como "um conjunto de opiniões e crenças numa população que representa preferências pela mudança de alguns elementos da estrutura social e/ou distribuição de recompensas na sociedade" (MCCARTHY; ZALD, 1977, p. 1217-1218, tradução nossa)[10]. Entretanto, os autores propõem que os movimentos sociais sejam considerados como esses conjuntos amplos de opiniões e crenças, enquanto que os agrupamentos formais e/ou complexos formados para atingir os objetivos desses movimentos devem ser entendidos como organizações de movimentos sociais.

8 "Social movement research provides an overall metaphor for studying organizational dynamics as 'movement-like' processes, and a set of micro-mechanisms, such as framing, collective identity, and action mobilization that can be combined with existing theories of organizations (Walker, 2012). In fact, Campbell (2005) has argued that at the level of mechanisms for collective action, social movement and organization theorists already employ many parallel concepts that can be integrated further, namely opportunity, framing, diffusion, translation, bricolage, networks, and leadership".

9 "The resource mobilization perspective adopts as one of its underlying problems Olson's (1965) challenge: since social movements deliver collective goods, few individuals will "on their own" bear the costs of working to obtain them. Explaining collective behavior requires detailed attention to the selection of incentives, cost-reducing mechanisms structures, and career benefits that lead collective behavior".

10 "A social movement is a set of opinions and beliefs in a population which represents preferences for changing some elements of the social structure and/or reward distribution in a society".



O conjunto de organizações de movimentos sociais que busca atingir os objetivos amplos de um mesmo movimento social constitui uma indústria de movimentos sociais, ao passo que a soma dessas indústrias constitui o setor de movimentos sociais de uma sociedade.

Organizações de movimentos sociais têm como função procurar atingir os objetivos dos movimentos sociais. Todavia, estas atuam como qualquer outra organização e assim que formadas comportam-se como se a sobrevivência da organização fosse seu objetivo principal. Logo, incentivos seletivos devem ser considerados para a análise, uma vez que as organizações precisam mobilizar (angariar e empregar) recursos para manter sua existência. Estes recursos podem ser: legitimidade, dinheiro, instalações e trabalho. Como preconizam os autores, os recursos precedem a ação coletiva (uma vez que a incitam e sustentam).

Deste modo, as organizações têm total preocupação com as relações estabelecidas pelos indivíduos com estas. A formação de estruturas federativas ou a manutenção de membros isolados passa a ser uma questão quando essas organizações crescem e se complexificam. O estatuto de filiação compreende pelo menos quatro classificações: adeptos[11] (os que simpatizam com as causas do movimento), integrantes[12] (aqueles que efetivamente concretizam a organização e a ação coletiva), público espectador (que não é contrário, nem favorável ao movimento) e os oponentes. A meta das organizações seria transformar adeptos em integrantes e, eventualmente, o público espectador em adepto.

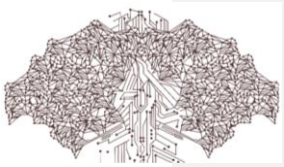
Ainda, a membresia pode ser observada pela divisão elite/massa, que se faz ver na quantidade de recursos que cada um dispõe (sendo capaz de mobilizá-los mais rapidamente). Outra divisão importante é entre beneficiários potenciais e adeptos/integrantes conscientes. No primeiro caso, a filiação ao movimento dar-se-ia por um interesse direto, em que a mudança social pretendida corresponderia a um ganho direto para o indivíduo e seu grupo. No segundo, a filiação seria motivada pela crença em princípios amplos ou até mesmo na esperança de benefícios indiretos, como, por exemplo, a melhoria da sociedade como um todo. Finalmente, autoridades costumam ser oponentes aos movimentos, embora os casos concretos devam ser analisados.

Ciberativismo e a organização no século XXI

A virada do século XX para o XXI trouxe consigo uma série de mudanças que impactaram e continuam a impactar a vida social ao redor do mundo. Dentre elas, o surgimento da internet deu novo significado à relação entre seres humanos e tecnologia, reverberando nas formas de

11 No original “adherents”.

12 No original “constituent”.



comunicação entre as pessoas. Haja vista que a comunicação constitui-se na interação social elementar, compreendê-la é passo inescapável para entender a sociedade. Especialmente no tema aqui abordado, o da organização, os processos comunicacionais tornam-se parte crucial da análise da coordenação da ação.

Deste modo, para compreender a organização no presente momento é preciso ter em mente quais as implicações do ciberativismo tanto para as organizações formais quanto para os processos organizativos. O ciberativismo pode ser definido como a utilização de novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC) por movimentos sociais ou para ações coletivas (ALCÂNTARA, 2014). Essa definição ampla abarca diversos graus de usos das NTIC, a depender principalmente do grau de centralidade dessas tecnologias para os movimentos sociais e ações coletivas em questão.

Embora haja algum acordo no que concerne à importância de se levar em conta a internet para a compreensão da ação coletiva na sociedade em rede, há divergências abissais quanto aos efeitos do ciberativismo para a organização. Essas cizânias dizem respeito não só a concepções de mundo distintas, mas aludem também a distintas concepções sobre o que são organizações e processos organizativos. Como em geral os debates atuais sobre o assunto guardam relações muito próximas como as posições elencadas nas seções anteriores, serão considerados aqui apenas três argumentos, escolhidos por suas avaliações sobre o caráter positivo, negativo ou neutro da influência do ciberativismo sobre a ação coletiva contemporânea.

Manuel Castells é um dos maiores pensadores a propor reflexões sobre a internet, tendo dedicado diversas obras ao tema. Seu enfoque resta nas relações entre comunicação e poder e como estas reelaboram as relações sociais. Castells denomina o período contemporâneo de “era da informação” (título de sua trilogia), uma vez que conhecimento e informação são utilizados para gerar mais dispositivos de geração de conhecimento e processamento de informação, num ciclo constante de desenvolvimento (CASTELLS, 2010). São, portanto, tecnologias que agem sobre informação.

Além disso, o autor acredita estar diante da sociedade em rede, uma vez que flexibilidade e integração caracterizariam as formas de organização dos sistemas e grupos sociais que utilizam essas tecnologias. A possibilidade de conectar e desconectar organizações e pessoas numa velocidade nunca antes vista tornaria as relações entre indivíduos e grupos mais maleáveis e mais poderosas, uma vez que o poder passaria a ser mais facilmente compartilhado (comutado), em vez de cedido. A dissolução de instituições sociais e limites espaço-temporais levaria ainda à reação de identidades coletivas, tanto progressistas quanto conservadoras.

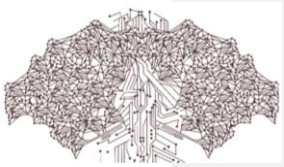
O poder da identidade foi a abertura para Castells discorrer sobre variadas espécies de movimentos sociais existentes no fim do século XX, tais as quais milícias patriotas estadunidenses, o culto apocalíptico Aum Shinrikyo no Japão, a pan-islamista Al-Qaeda, os Zapatistas no México e o movimento antiglobalização em Seattle, todos usuários das novas tecnologias da informação e comunicação e com caráter contestatório à globalização. Todavia, foi somente após a onda global de protestos massivos pós-2010 (Primavera Árabe, Indignados na Espanha, Ocuppy Wall Street etc.) que Castells trouxe para o centro de sua análise os movimentos sociais e sua relação com a internet.

O ponto de partida para o autor é entender que as NTIC criaram um novo marco para a comunicação, alterando o paradigma de um único ator emissor de informação para uma massa de receptores passivos. A auto-comunicação de massas seria um processo comunicativo de interação de muitos com muitos, em que qualquer um pode emitir ou receber informação através de redes horizontais (CASTELLS, 2015). Uma vez que o objetivo dos movimentos sociais seria a transformação de injustiças em justiça, "quanto mais rápidos e mais interativos os processos comunicativos forem, mais provável se torna a formação de um processo de ação coletiva, alicerçado na indignação, impulsionado pelo entusiasmo e motivado pela esperança" (CASTELLS, 2015, p. 15, tradução nossa)[13].

Nesse sentido, Castells aponta para o caráter espontâneo e viral dos movimentos analisados, iniciados por atos de indignação e com rápida atração de multidões. Central para sua existência foi a utilização da internet, tanto para a divulgação das ações quanto para o debate público. Somado isso à ocupação de espaços públicos, criou-se um ambiente híbrido entre o online e offline, marcado pelo debate horizontal e pela tomada de decisões de forma descentralizada, sem participação proeminente de organizações.

Wolfang Streeck (2006) acredita que o capitalismo tenha chegado a seu fim. O capitalismo teria triunfado ao longo dos últimos séculos por sua combinação com algum nível de democracia, isto é, algum contraponto que impediria a mercantilização total das mercadorias fictícias. Tendo corroído as bases para seu próprio controle, o capitalismo deixaria agora seu "moinho satânico" utilizar à exaustão o dinheiro, o trabalho e a terra. Nessa vitória pírrica, ao dinamitar seus mecanismos reguladores, o capitalismo teria também destruído sua capacidade de reconfiguração, exatamente o que lhe proporcionou sobrevida após sucessivas crises. Por que então o capitalismo é ainda vigente?

13 "The faster and more interactive the process of communication is, the more likely the formation of a process of collective action becomes, rooted in outrage, propelled by enthusiasm and motivated by hope".



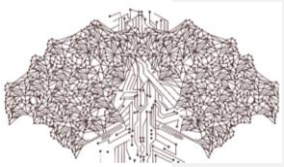
O autor argumenta que o que existe hoje é um interregno, em que o velho morreu, mas o novo não pode ainda nascer. O capitalismo sobrexiste como um conjunto de relações sociais, calcadas em modos de vida e imaginários, incapazes de encontrar contraponto pela via da política. Nessa fase produtiva, em vez de produção padronizada em larga escala o que impera é a produção individualizada, com vistas a assentar-se sobre identidades específicas, de maneira que novas necessidades são sempre criadas para estimular o consumo. Parte desse funcionamento seria assegurado pela internet:

> A diferenciação de produtos em particular, tornada possível pela nova tecnologia de produção, bem como os novos métodos de propaganda, especialmente na nova mídia dita "social", produz um tipo de integração social que dá margem para um senso combinado de singularidade individual e identidade coletiva numa comunidade de consumidores, unidos no consumo de mercadorias individualizadas continuamente atualizadas. (STREECK, 2006, p. 45, tradução nossa)[14].

> Firmas, políticos e celebridades de todo tipo aprenderam rapidamente a usar as mídias sociais para customizar comunidades imaginadas de "seguidores": prontos para receber mensagens pseudo-pessoais a qualquer hora do dia. Na política, a esperança é empregar a nova tecnologia para compensar a crescente atrofia das organizações partidárias tradicionais. Ao mesmo tempo, isso representa uma personalização adicional da política; há de chegar o tempo que Angela Merkel informará instantaneamente a seus "seguidores" o quanto ela gostou da performance de ópera à qual acabou de assistir. (STREECK, 2006, p. 103, tradução nossa)[15].

Além da propagação de uma cultura consumista, Streeck chama atenção para o perigo de a infraestrutura da internet ser detida por mega corporações. Fato é que para Streeck a ação coletiva estaria absolutamente comprometida no tempo presente, o que o faz desacreditar das possibilidades ensejadas pelas NTIC. O ataque neoliberal no sentido da desregulamentação do trabalho, do desempoderamento dos sindicatos e do

14 "Product differentiation in particular, made possible by new production technology as well as new methods of advertisement, especially in the new, allegedly 'social', media, produces a kind of social integration that allows for a combined sense of individual singularity and collective identity in a community of customers, united in the consumption of continuously upgraded individualized commodities".
15 "Firms, politicians and celebrities of every sort have quickly learned to use social media to customize imagined communities of 'followers: ready to receive pseudo-personal messages at any time of the day. In politics, the hope is to deploy the new technology to compensate for the increasing atrophy of traditional party organizations. At the same time, it represents a further personalization of politics; the time is coming when Angela Merkel will instantly inform her 'followers'· how much she enjoyed the opera performance she has just attended".



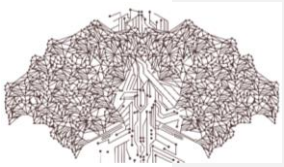
insulamento do poder de decisão fora dos governos levou a uma queda brusca no número de greves nos Estados Unidos e na Europa, atrofiando chances de mudança social.

W. Lance Bennett e Alexandra Segerberg (2013), em seu livro sobre a organização da ação política contenciosa na era digital, acreditam estar diante do surgimento de uma nova forma de organização, diferente da já tão estudada ação coletiva. Por um lado, os efeitos perversos do capitalismo global (em sua faceta neoliberal) provocaria o aumento do risco, baixa mobilidade e redução das escolhas políticas, fazendo com que principalmente a juventude esteja desacreditada do sistema político e das organizações formais (sindicatos, partidos, igrejas, dentre outros). Esses indivíduos têm motivos suficientes para participar de ações coletivas (e o fazem), mas não aderem a organizações. Por outro lado, as NTIC tornaram a comunicação mais fácil e rápida, estando ao alcance de todos.

O pano de fundo seria então a existência de um público altamente individualizado que elabora discursos cotidianos ancorados em estilos de vida e compartilhados com suas redes sociais. Essas pessoas estariam predispostas a se engajar em ações conectivas, ou seja, usar de enquadramentos de ação altamente inclusivos e facilmente personalizáveis para a construção de redes digitalmente possibilitadas. Os autores argumentam que esse tipo de ação consegue cumprir os três requisitos mínimos da organização: 1) alocar e prover recursos; 2) ser responsiva para com eventos imediatos; 3) elaborar respostas adaptativas de longo prazo.

Bennett e Segerberg formularam três tipos ideais de ações que utilizam mídias digitais: 1) ação coletiva organizacionalmente mediada (bastante formal, calcada em enquadramentos coletivos e tendo na internet apenas um meio para diminuir custos do engajamento e da propaganda); 2) ação conectiva organizacionalmente possibilitada (possui laços mais fracos, valores amplos e a internet compõe parte rotineira da ação, através de ações personalizáveis); 3) ação conectiva possibilitada pela multidão (a própria plataforma digital serve para organização e as pessoas mobilizam suas redes pessoais).

Na parte empírica da pesquisa, o autor e autora voltam seus esforços para a observação de casos dos tipos 2 e 3 acima mencionados. A conclusão a que chegam é que ambos são capazes de instituir pautas na agenda pública, ou seja, produzem resultados. Cada um, entretanto, tem poderes e fraquezas específicos. As ações conectivas de tipo 2 são melhores quando se trata de manter o foco em uma única pauta/objetivo ao longo do tempo. As ações de tipo 3 conseguem mais habilmente espalhar sua mensagem se adaptar.



Pode-se dizer então que enquanto Castells apresenta uma visão positiva do ciberativismo, Streeck o vê de forma negativa ou ineficaz e Bennett e Segerberg têm uma concepção mais nuançada, considerando-o tão poderoso quanto as outras formas de ação coletiva, sendo apenas diferentes. Na verdade, Castells e Streeck parecem concordar no que concerne à realidade da flexibilidade fornecida pela rede, ao passo que este último concorda com Bennett e Segerberg no ponto da existência de um individualismo crescente, bem como o enfraquecimento das organizações formais. Estes últimos, entretanto, são cautelosos ao categorizar as variadas formas de uso da internet para a ação política contenciosa.

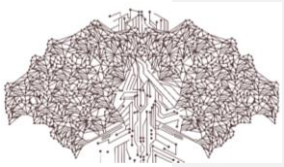
Organização e ciberativismo: esquematizando o debate

Bimber, Flanagin e Stohl (2005) consideram que a teorização sobre a ação coletiva precisa ser repensada, dando centralidade à passagem do privado para o público para que se possa compreender as novas facetas da ação coletiva. Creem que alterações que tornam a relação público/privado mais esponjosa – como as facilidades interativas trazidas pelas NTIC – contribuem para o empreendimento de ações coletivas. Alcântara (2014), por sua vez, sugere que para entender o ciberativismo para além do fetiche da novidade é preciso resgatar a dimensão comunicativa dos movimentos sociais. Destarte, a autora assinala a centralidade das dinâmicas comunicativas dentro e fora das organizações – na comunicação entre seus membros e destes com sua base – e como forma de externalização de posições e reivindicações dos movimentos.

Dentre as práticas comunicativas internas estariam reuniões, memorandos, formulários de despesa e seminários de treinamento (ALCÂNTARA, 2014). A autora relembra que Lênin "concebeu três principais instrumentos que facilitariam e fortaleceriam a relação entre teoria revolucionária e a prática do movimento operário, os quais são: a agitação, a propaganda e o jornal" (ALCÂNTARA, 2014, p. 62). A agitação corresponderia ao chamado para intervenção na prática, enquanto que a propaganda serviria à disseminação de ideias revolucionárias. O jornal teria como função, além de propagar a teoria da revolução, servir ele mesmo como processo organizativo: o processo de criar e manter uma publicação.

Talvez o melhor mapeamento do debate tenha sido feito por Jennifer Earl (2015), que aponta cinco funções que as organizações de movimentos sociais exercem dentro dos movimentos sociais: 1) institucionalizar e assegurar a continuidade do movimento; 2) criar estratégia e formar lideranças; 3) organizar protestos e mobilizar para a participação; 4) popularizar através de representantes; 5) criar identidade coletiva.

A fim de investigar mais detidamente a organização levada a cabo através da internet, a autora distingue quatro tipos de ciberativismo: a) *brochureware*, o uso de tecnologias para



espalhar informações; b) e-mobilização, o chamado para protestos offline; c) participação online, os protestos efetivamente virtuais; d) organização online, a organização de movimentos completamente virtuais. A autora limita sua análise às categorias c e d, o que chama de "protesto online".

Earl (2015) identifica duas maneiras pelas quais a internet pode contribuir para a intensificação da participação: reduzindo os custos da participação e aumentando (no tempo e no espaço) a capacidade de coordenação da ação. Quando essas condições são satisfeitas, organizações tornam-se menos necessárias no protesto online. De volta aos elementos organizacionais, a autora concebe cinco casos que preenchem essas condições: 1) uma vez que protestos online são mais episódicos, a institucionalização perde sua razão de ser; 2) funções de liderança nos protestos online são exercidas através de redes; 3) para protestos online, a organização virtual fora das organizações é mais viável; 4) com a mídia mais atenta à internet, organizadores virtuais têm mais facilidade de falar publicamente; 5) quando necessária, a identidade coletiva pode ser construída virtualmente.

Três situações em que organizações ainda são necessárias são indicadas por Earl (2015): 1) quando os organizadores não conseguem usar os artifícios da internet para reduzir custos de participação (ex: chamada para protestos offline); 2) quando os movimentos precisam ter continuidade num longo intervalo temporal (ex: combate ao racismo); 3) quando é necessário produzir redes de relacionamentos estáveis (ex: ativismo de alto risco). A autora também ressalta dois aspectos que deveriam ser objeto de pesquisas futuras: "(a) como as pessoas se organizam fora das organizações, particularmente online, porque empiricamente elas o estão fazendo, e (b) como organizações estão mudando para prevenir sua obsolescência" (EARL, 2015, p. 44-45, tradução nossa)[16].

Levando adiante as reflexões de Earl e retomando os debates até aqui elencados, passo então a uma esquematização mais geral das controvérsias sobre a relação entre organização e ciberativismo, objetivando resolver algumas pendências e deixando outras em aberto. Inicialmente, é preciso reiterar a distinção entre organizações (substantivo) e organização (verbo), entendendo que a última tem precedência teórica: é a prática organizativa que leva ao surgimento de organizações (que só depois podem engendrar novas práticas organizativas). Consequentemente, sugiro que se trate a organização como um conjunto de práticas organizativas,

[16] "(a) how people organize outside of SMOs, particularly online, because empirically they are doing so, and (b) how organizations are changing to prevent their obsolescence".

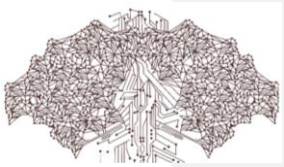
práticas estas que podem ou não ser encarnadas por uma organização de movimento social. Essas práticas têm como objetivo final promover ações coletivas[17].

As práticas organizativas podem ser burocráticas, reflexivas, formativas, contestatórias, mobilizatórias, panfletárias e emocionais, a depender de sua finalidade. As tarefas burocráticas são aquelas responsáveis pela criação e manutenção da organização. As reflexivas constituem a criação de estratégias, planos, táticas, programas e teorias. Formativas são voltadas à criação ou aprimoramento de lideranças e/ou representantes. Contestatórias são as práticas que concernem diretamente ao momento de reivindicação daquilo que é de interesse coletivo ou expressão de uma identidade. Mobilizatórias são as ações com vistas à incorporação de novos membros à causa, ao grupo ou à manifestação. As panfletárias dizem da divulgação de ideias e práticas. Finalmente, são práticas organizativas de ordem emocional aquelas que envolvem os indivíduos por meio de seus sentimentos.

Certamente qualquer topicalização nesse sentido será sempre precária e inconsistente. Contudo essa divisão da organização em práticas tem como objetivo afinar a análise. Assim, polêmicas que retornam sempre com roupagens diversas, como a de Lênin e Luxemburgo sobre o caráter centralizador do partido e, no século seguinte, Castells e Streeck, sobre ser positiva ou negativa a descentralização da ação coletiva, podem ser tratadas de forma mais prudente, com um melhor enquadramento da empiria. Deste modo, a avaliação sobre verticalidade ou horizontalidade de uma organização seria mais bem compreendida através da ideia de graus de centralização em cada prática organizativa ou em seu conjunto, isto é, como essas práticas são distribuídas e combinadas. Nenhuma ação coletiva é completamente verticalizada ou horizontal. Essas caracterizações só fazem sentido, portanto, com referência ao contexto analisado e a critérios de ponderação.

Até aqui essa teorização pode ser consensuada. Há, entretanto, contendas insolúveis na teoria e na prática organizativa. A primeira delas poderia ser assim enunciada: existem constantes e determinantes na ação coletiva que independem do contexto histórico? Se sim, quais são essas constantes e determinantes? Se não, como o contexto histórico afeta a ação coletiva em seus fundamentos organizacionais? Existe um limite para a contextualização histórica da ação coletiva? Em termos mais prosaicos: deverá sempre existir a separação de chefe e massas? Se sim, essas necessidades são de ordem escalar, técnica, psicológica, política ou outra? Se não, quais as possibilidades?

17 Inclusive depois que organizações são formadas. Assim, discordo de McCarthy e Zald, que dizem que o objetivo primeiro das organizações é manter sua continuidade. Esse é apenas um meio para seu verdadeiro fim, qual seja: promover ações coletivas.



Mais especificamente, poder-se-ia indagar, como Tocqueville e Michels, qual a relação entre organização e democracia em diferentes cruzamentos do espaço-tempo? Qual a função da organização em dadas sociedades? Existe um espírito do tempo global que modifica a organização? Adiante, questões cada vez mais específicas surgiriam: como funcionam diferentes ambientes organizacionais? Existem formas de organização mais eficientes? Cada forma de organização engendra limites e possibilidades específicos? Quais? Enfim, cada resposta geraria um debate incansável.

Muitas dessas questões implicam diretamente nas considerações sobre organização e ciberativismo. Como posição mais cautelosa, proponho que primeiramente deixemos de lado a suposição de que todo ativismo virtual será sempre horizontal e descentralizado. É verdade que a expansão do uso da internet torna essa uma realidade tecnicamente viável. De todo modo, deve-se levar em conta que 1) as corporações e grandes potências de fato dominam a infraestrutura da internet; 2) a tecnologia por si só nunca produz mudanças sociais, mas sua utilização sim. Por conseguinte, é recomendável que a internet ou ativismo virtual não sejam escrutinados em abstrato, mas em suas feições concretas, o que inclui projeções a partir do presente.

Considerações finais

O debate sobre organização é incontornável para pensar coletividades e mudança social. Ainda assim, ou talvez por isso, transformou-se num tema alvo de constantes e reiteradas polêmicas. Parte dessas dissensões dá-se por entendimentos diferentes sobre o que é organização. Antes de mais nada: verbo ou substantivo? Organizar-se ou organizações?

Posições históricas consideraram organizações como cruciais à democracia ou à causa revolucionária. Posteriormente a organização como coisa foi tomada como objeto de análise daqueles que buscavam entender quais os processos organizativos envolvidos na constituição de ações coletivas, com a lente aproximada para a microesfera da racionalidade individual. Esses esforços estiveram na origem dos estudos organizacionais. Legatária destes, a teoria da mobilização de recursos trouxe para o foco de suas investigações as organizações de movimentos sociais.

No epílogo do século XX, a maior parte das pesquisas sobre organizações já havia aderido ao palavreado empresarial quando o surgimento de novas tecnologias da informação e da comunicação, dentre as quais se destaca a internet, trouxe novos desafios. Em geral alvo de uma euforia desencadeada por entusiastas das possibilidades de comunicação e ação descentralizadas e horizontais, a rede foi por outros completamente desacreditada. O fim das organizações? O

nascimento de uma forma de organização em rede e democratizada? Essas são questões postas em discussão no século XXI.

Com o intento de qualificar o debate, esse artigo propôs então que organização fosse pensada em termos de práticas organizativas que podem ser divididas entre práticas burocráticas, reflexivas, formativas, contestatórias, mobilizatórias, panfletárias e emocionais. Essas práticas podem ou não estar concatenadas em uma única organização, ou em um conjunto de organizações – mas podem também ser distribuídas das mais distintas maneiras. Resumidamente, a proposta é de que se criem parâmetros para a análise do funcionamento da organização em práticas concretas.

Nada disso soluciona os debates seculares sobre organização, é verdade. Nem essa foi a pretensão desse trabalho. O que pode ser, sim, resolvido, é o modo pelo qual se travam as discussões, apostando numa linguagem compartilhada que reduza os ruídos das confusões. De todo modo, numerosas são as questões que perduram à procura de investigações e teorizações. Estas concernem às variações e aos invariáveis da organização, às formas e funções das organizações, bem como às relações estabelecidas nos ambientes organizacionais. Particularmente, é de suma importância a compreensão de como funciona organizacionalmente e no que implica para a organização e para as organizações o ciberativismo, a internet e a sociedade em rede, pontos para os quais tentei chamar a atenção.

Palavras-chave: organização; ciberativismo; movimentos sociais; internet.

Referências bibliográficas

ALCÂNTARA, Lívia Moreira. **Ciberativismo e a dimensão comunicativa dos movimentos sociais**: organização, repertórios e difusão. Dissertação (Mestrado). 2014.

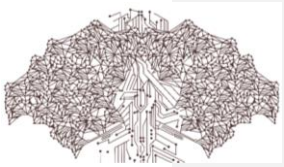
BENNETT, W. Lance; SEGERBERG, Alexandra. **The logic of connective action**: digital media and the personalization of contentious politics. Information, Communication e Society, v. 15, n. 5, p. 739-768, jun. 2012.

BIMBER, Bruce; FLANAGIN, Andrew J.; STOHL, Cynthia. Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment. **Communication Theory**, 15, 365-388, 2005.

CASTELLS, Manuel. **Networks of outrage and hope** – social movements in the internet age. Cambridge: Polity Press, 2015.

_____. **The power of identity**, The information age: economy, society and culture Vol. II. Reino Unido: Wiley-Blackwell, 2010.

EARL, Jennifer. The future of social movement organizations: the waning dominance of SMOs online. **American Behavioral Scientist**. 59(1): 35-52, 2015.



LENIN, V. I. Que fazer? **The Marxists Internet Archive**. 1902. Disponível em <http://www.marxists.org/portugues/lenin/1902/quefazer/index.htm>. Acesso em: 21 out. 2016.

LUXEMBURGO, Rosa. Questões de organização da social-democracia russa (1904). In: LOUREIRO, Isabel (Org.). **Rosa Luxemburgo**: textos escolhidos. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

MARCH, James G. The study of organizations and organizing since 1945. **Organization Studies**. 28(1): 9–19, 2007.

MCCARTHY, John D.; ZALD, Mayer N. Resource mobilization and social movements: a partial theory. **American Journal of Sociology**. n. 6, 1212-1241, May, 1977.

MICHELS, Robert. **Sociologia dos partidos políticos**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

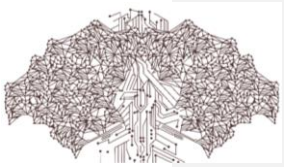
OLSON, Mancur. **The logic of collective action**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1971.

STREECK, Wolfgang. **How will capitalism end?** Essays on a failing system. Nova Iorque/Londres: Verso, 2016.

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A democracia na América**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WEBER, Klaus; KING, Brayden. Social movement theory and organization studies. In: ADLER, Paul; GAY, Paul du; REED, Mike. (Orgs.). **The Oxford handbook of sociology, social theory and organization studies**: contemporary questions. Oxford: Oxford University Press, 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



ORGIAS DIGITAIS: TECNOLOGIA E SEXO NA ATUALIDADE[1]

Raquel Melo[2]

Introdução

O desenvolvimento tecnocientífico que resultou no processo de digitalização e na popularização da Internet, das redes sociais e dos dispositivos inteligentes tem impactado todas as esferas da vida humana, inclusive a afetiva e a sexual. A sociabilidade, antes atrelada ao contato físico interpessoal, alterou-se nas últimas três décadas com o surgimento dos ambientes digitais interativos. Neles e por meio deles, passamos a realizar inúmeras atividades sociais: estudar, trabalhar, consumir, se divertir até flertar, namorar e fazer sexo.

Este artigo apresenta parte dos resultados empíricos da pesquisa *Sentires Sexuais em Ambiências Digitais*[3] cujo objetivo foi investigar o impacto da tecnologia digital na constituição do sentir contemporâneo, tomando como objeto as experiências afetivo-sexuais vividas por meio dos ambientes digitais. A pesquisa foi estruturada sob os seguintes pilares metodológicos: leitura bibliográfica, de perspectiva genealógica, sobre a relação histórica entre ser humano e tecnologia, enfocando as tecnologias midiáticas até o surgimento do digital e a interveniência tecnológica nas práticas sexuais; a etnografia para coleta de relatos de pessoas afeitas ao relacionamento digital para fins sexuais, assim como a imersão e vivência nos ambientes por elas "frequentados".

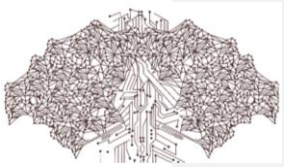
Concluímos que o digital estaria transformando nossas experiências perceptivas, além das noções e práticas espaço-temporais, comunicativas, de sociabilidade, e de interação com a tecnologia e o meio ambiente.

1. A tríade sexo-sexualidade-tecnologia

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 6: Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Mestra em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e Pesquisadora do Centro Internacional de Pesquisa Atopos (ECA/USP). E-mail: rackmelo@gmail.com

3 . Dissertação aprovada pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP, em setembro de 2017.



Atualmente há inúmeros ambientes digitais desenvolvidos para fins afetivo-sexuais[4] e voltados para diferentes públicos. Até recentemente, o relacionamento estabelecido na e por meio da Internet era percebido comumente como anormal ou superficial, no entanto, na última década, tem sido naturalizado socialmente. Porém, é importante compreender que a tríade *sexo-sexualidade-tecnologia* não teria começado com o digital.

O sexo sempre esteve presente como tema nas expressões artístico-comunicativas (artes plásticas, cartas, jornais, revistas, fotografia, cinema, rádio até TV, por exemplo). Pintado nas telas, conteúdo de correspondências compartilhadas entre pretendentes e amantes, capturado pelas lentas fotográficas e cinematográficas, anúncio de classificados explícitos em jornais, objeto de programas de rádio e de TV, enfim, o sexo tem sido historicamente expresso, representado e buscado por meio de inovações tecnológicas outrora massificadas[5].

Assim como a tecnologia literalmente integraria as práticas sexuais, dado que acoplamos ao nosso próprio corpo ou ao corpo de outros objetos como os *sex toys*. Os dildos, por exemplo, não foram criados pela indústria erótica, mas datam do século III a.C. Chamados de *olisbos*, de formato fálico, eram feitos de madeira ou couro recheado, fabricados e exportados pela cidade de Mileto (atual região da Turquia) e, untados com azeite de oliva, eram usados por mulheres para masturbação ou para sexo com outras mulheres. Suas versões mais recentes vendidas nas *sex shops* de qualquer metrópole, são variações de utensílios médicos, desenvolvidos no século XVIII para o tratamento de mulheres histéricas[6]. De repressoras e mecânicas, as chamadas "máquinas orgásticas" ganharam uso doméstico com o surgimento da eletricidade e, posteriormente, das baterias[7].

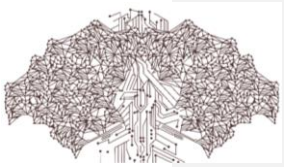
---

4 . Sites, *chats*, aplicativos etc., erótico-pornográficos ou não, que correlacionam seus conteúdos com a diversidade de público marcada pelas identidades de sexo e gênero (homens, mulheres, heterossexuais, LGBTs), cor/etnia (negros, latinos, asiáticos etc.), *status* de relacionamento (solteiros, casados), práticas sexuais (adeptos de sex toys, BDSM, orgias etc.), idades (adolescentes, adultos, idosos) até preferência religiosa etc.

5 . Ver Melo (2016).

6 . A "histerização do corpo feminino", comentada por Foucault (1988) e Preciado (2014), resultaria das estratégias usadas pela classe médica para controlar o sexo sob uma perspectiva moral e heteronormativa. Dentre os comportamentos que motivariam tal diagnóstico estava a melancolia, frigidez, lesbianismo, ninfomania etc.

7 . De acordo com a antropóloga Maria Filomena Gregori (2011), após sua eletrificação, os dildos passaram a ser vendidos em lojas de departamento norte-americanas. No entanto, a associação do acessório com a pornografia, no início do século XX, teria causado rejeição social e, somente nos anos 60 com a revolução sexual, o dildo ressurgiria pelas mãos da feminista Joani Blank, fundadora da *Good Vibration*, primeira *sex shop* orientada para as mulheres nos EUA.



Interessante notar que esta relação entre tecnologia e sexo mudaria permanentemente de acordo com a apropriação social. Assim como os dildos, outros objetos sexuais usados atualmente como *piercing* genital, anel e alargador peniano, cintas etc. advém dos aparelhos usados entre os séculos XVIII e XIX para prevenção de "doenças produzidas pela masturbação" como cadeiras elétricas, luvas e cintos antimasturbatórios que evitavam o acesso das mãos aos genitais, ferros de cama que dificultavam o contato de lençóis com o corpo, grilhões que impediam a fricção das pernas, estruturas metálicas que impediam a ereção etc.

O filósofo espanhol Paul B. Preciado (2014) sugere que esta "relação promíscua"[8] entre tecnologia e sexo ocorreria devido ao que chamada de condição "prostética" do sexo, pois este, ainda que forjado por um pensamento heterocentrado e de função reprodutiva, seria em si tecnologia socialmente construída.

> O sistema sexo/gênero é um sistema de escritura. O corpo é um texto socialmente construído, um arquivo orgânico da história da humanidade como história da produção-reprodução sexual, na qual certos códigos se naturalizam, outros ficam elípticos e outros são sistematicamente eliminados ou riscados. A (hetero)sexualidade, longe de surgir espontaneamente de cada corpo recém-nascido, deve se reinscrever ou se reinstruir através de operações constantes de repetição e de recitação dos códigos (masculino e feminino) socialmente investidos como naturais. (PRECIADO, 2014, p. 26)

O autor defende que a fluidez das identidades sexuais e de gênero, assim como a relação entre corpos e tecnologias, denotaria nossa "plasticidade" sexual a qual denomina "contrassexualidade", isto é, uma "contradisciplina" sexual deliberada por quem transgride as normas sociossexuais vigentes.

As noções de "contrassexualidade" e "plasticidade" sexual de Preciado permitem-nos lançar um novo olhar sobre nosso objeto de pesquisa na medida em que a experiência sexual em ambiências digitais fugiria da lógica essencialista e dicotômica sobre sexualidade e sexo, implicando, como veremos a seguir, trânsitos identitários e a incorporação de elementos tecnológicos.

2. Empiria da orgia digital

[8] . Preciado (2014, p.158).

Neste tópico, será apresentada parte dos relatos de usuários frequentes de ambientes digitais para fins de relacionamento. Foram entrevistados presencialmente dez homens e mulheres jovens e adultos, com idades entre 23 e 34 anos[9], moradores da cidade de São Paulo, autodenominados heterossexuais, gays, lésbicas, bissexuais e transexuais[10]. Questionados sobre sua motivação para adentrar os ambientes digitais, em geral, afirmaram ter o desejo de conhecer "pessoas legais", no entanto, no decorrer das entrevistas diziam-se interessados em fazer sexo. Todos, sem exceção, relataram que, para tanto, dedicavam certo tempo à uma espécie de curadoria de conteúdo pessoal, elaborando textos e *selfies*, assim como à busca por perfis compatíveis aos seus interesses sexuais. Acessavam os ambientes pelos *smartphones*, de qualquer lugar (casa, trabalho, faculdade, no deslocamento etc.), inúmeras vezes ao longo do dia e, ainda que interrompessem o acesso temporariamente, voltavam como um "vício".

Ao configurarem seus perfis nos ambientes, procuravam expor o que consideravam ser "o melhor de si" tanto pelos aspectos físicos quanto os subjetivos. Alguns indicavam a semelhança entre esta experiência e os ritos sociossexuais que adotamos habitualmente para atrair a atenção e nos aproximarmos dos outros. Tal similitude recebia críticas, posto que alguns afirmavam que o digital reforçava certos códices sociais e padrões estéticos como, por exemplo, as expressões de masculinidade, feminilidade e o culto ao corpo. Outros afirmavam que, apesar desta lógica, os ambientes lhes permitiam a flexibilização de ritos como, por exemplo, burlar a obrigatoriedade do comprometimento, da monogamia e do amor romântico. Destacaram ainda certa serendipidade digital que, apesar dos algoritmos, lhes punha em contato com pessoas que os achavam interessantes, mesmo que se sentissem "fora de padrões estéticos" forjados.

> (...) a gente começou a conversar e aí fatalmente vieram os pedidos de fotos *né*. O popular manda *nudes*. (...) E aí fiquei meio assim, será... e pensei toda aquela coisa de segurança digital. E obviamente de expor o meu corpo, de "porra eu sou gorda ele não vai gostar". Até falei: "não, eu sou gorda". Ele: "e aí, qual é o problema? Curto curvas". Falei porra legal esse cara. E ele foi genial porque ele foi um tutor assim ele me ensinou a mandar *nudes* seguramente. (...) E aí, ele mandou uma foto sexy, sem ser vulgar. (...) Aí fui lá risquei uma de lingerie tal (...) primeiro a decisão de dizer assim "porra

[9] . Importante destacar que este público está contido na chamada Geração Y ou *Millennials*, isto é, nascidos entre os anos de 1981 e meados de década de 1990.

[10] . Os dois primeiros entrevistados foram indicados por amigos pessoais da pesquisadora, e contatados pelas redes sociais e contato telefônico. A eles foi pedido que indicassem pessoas de seus ciclos sociais com hábitos similares, mas perfis diferentes entre si. As entrevistas foram realizadas em cafés e parques públicos da cidade.

> velho, tá no inferno é pra abraça o capeta. Eu *tô* aqui procurando alguém *pra* transar, é parte da negociação então tipo, *vamo* lá. (...) Então, *vamo* lá. Mandar *nudes*, vamo mandar *nudes*". (Ava, 33 anos, branca, heterossexual, jornalista)

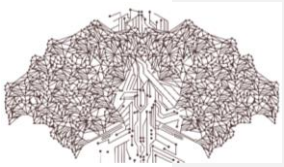
Ainda sobre a adoção de rituais digitais, houve reclamações e elogios sobre suas implicações aos aspectos identitários. Sabe-se que, ao configurar um perfil e atuar na rede, algumas pessoas adotam identidades diferentes daquelas vividas ordinariamente em seus ciclos sociais. Este é um ponto de crítica. Por outro lado, houve quem afirmasse que esta condição possibilitaria a realização do desejo de ser outra pessoa, fosse para testar seu poder de sedução, realizar uma fantasia sexual, experimentar o "sexo virtual" com outra identidade sexual, ocultar a existência de outro relacionamento etc. No entanto, este "brincar" de ser outro só seria possível em ambientes que não os obrigassem à integração com outras redes[11].

> Eu me relaciono assim, eu tenho várias, vários tipos, então eu posso ser mulher, posso ser homem, posso ser hetero, posso ser viado, submisso, dominador, tudo que você imaginar, e no aplicativo você faz um perfil e dali você não tem muito o que fazer, você tem que escolher uma coisa. Então isso me deixa meio limitado assim. Eu geralmente não me apresento diretamente como eu sou e quem eu sou. (...) Os aplicativos me engessam, a única plataforma que me dá essa possibilidade que eu conheço é a sala de bate-papo do UOL. (Joe, 34 anos, pardo, gay, ator)

Para a pesquisadora Lucia Santaella (2003), esta "desordem identificatória" não poderia ser creditada à tecnologia, visto que, seria constitutiva do humano:

> Se, de fato, a persona que aparece no ciberespaço é aparentemente mais fluida do que aquela que assumimos em outras situações de nossas vidas, isso advém do fato de que podemos, até um certo ponto, conscientemente construir essa persona no ambiente simulado. E essa consciência nos permite *brincar* com o nosso eu de novos modos, na interação com o outro especular, isto é, as outras personas no ciberespaço. Mas isso só é possível pela mediação do Outro (a linguagem, a cultura, o ciberespaço enquanto sistemas de códigos) que

[11] . A maioria dos aplicativos exigem, já no primeiro acesso, sua integração a outros ambientes, especialmente o *Facebook*. Desta maneira, a empresa proprietária explora comercialmente os dados pessoais e de navegação dos usuários, assim como os utiliza para orientar sua operação e usabilidade. Tal prática tem sido criticada por alguns especialistas, pois, ainda que seja expressa nos termos de uso e aceita pelas pessoas, seria obscura uma vez que o destino dos dados é desconhecido pelos usuários, suscitando ainda um debate sobre o direito à privacidade das pessoas na Internet.



> propicia essas interações não-experienciáveis em outras situações. (SANTAELLA, 2003, p. 213-214, grifo nosso)

Os entrevistados destacaram também que a experiência digital teria contribuído de forma quantitativa e qualitativa com suas práticas sexuais, pois, ainda que a maioria dos contatos feitos não culminassem no encontro para o sexo presencial, restringindo-se ao "sexo virtual" – *sexting*, masturbação com câmeras abertas etc. – passaram por um processo de autoconhecimento corporal (descoberta de zonas erógenas e posições sexuais)[12]. O digital também colaboraria com sua autoestima (superação da timidez e fobias sociais) e com o conhecimento, reconhecimento e a assunção de sua sexualidade. Esta última condição é especialmente enfatizada pelos LGBTs, dado que enfrentariam dificuldades para autoexpressão diante do preconceito e violência homofóbica.

> Na minha concepção, o máximo que eu seria, seria bissexual, eu não sabia que tinha uma possibilidade de você fugir de uma identidade de gênero daquela que você *tava* fadada a se reconhecer pelo resto da vida e que eu já sofria, desde muito cedo, por não me reconhecer. A internet teve um papel preponderante nisso, nesse processo, porque foi por meio dela que eu consegui ter acesso a outros discursos e compreender o meu real pertencimento e aceitar ele. (Lana, 30 anos, branca, mulher transexual, bissexual, arquiteta)

> Quando eu descobri que eu era bissexual eu não achava que isso era uma coisa que existia. Minha primeira relação sexual foi com uma mulher. (...) Eu sabia que era possível ser lésbica, ser gay ou ser hétero, eu não sabia que tinha uma coisa chamada bissexualidade. (...) E aí quando eu fui ficando mais velha e fui tendo acesso à internet, e mais informação, e tinha a rede social, e eu comecei a conversar com muito mais gente, e tinha grupos de debate, tinha tudo isso, eu descobri que existia uma coisa chamada bissexualidade, daí eu falei "bom, sou bissexual, legal". (Samantha, 23 anos, branca, bissexual, publicitária)

As imagens digitais norteariam a experiência deste público cujo objetivo era ver e ser visto naquilo que chamam de "cardápio de gente". Ao passo que alguns referiam-se negativamente à esta experiência que, aliás, suscita a banalidade do consumo, outros comparavam-na ao olhar panorâmico que lançamos contra as pessoas em ambientes físicos propícios para a sociabilidade sexual como bares, boates e festas, por exemplo. Nesta busca, elas sinalizam seu interesse e, se correspondidas, trocam algumas mensagens pelo *app* e,

[12] . Todos os entrevistados afirmaram frequentar, mais ou menos vezes, ambientes erótico-pornográficos, especialmente os que continham vídeos amadores e ao vivo, por meio dos quais "aprendiam" novas posições e davam vazão a seus fetiches.

imediatamente, migram para o *WhatsApp*, ambiente em que praticam o *sexting*[13], especialmente a troca de *nudes*. Ainda que as pessoas manifestem receio em relação à autoexposição e à segurança, tal prática faz parte do "jogo", que pode ser vivido entre duplas ou coletivamente.

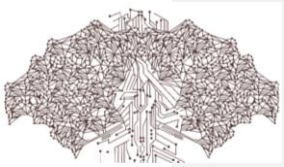
> A gente tem um grupo de vários amigos. (...) É um rebuceteio. Todo mundo ali meio que já pegou todo mundo, já transou. Mas é todo mundo amigo, carinhoso um com o outro, então, a gente troca o que der assim né, ainda mais que é um grupo de pessoas que super aceitam a diversidade né? As pessoas têm essa coisa do *nude* que tem que ser aquela coisa esbelta né? Não, a gente não, assim é uma bunda colada na câmera sabe? Tipo "olha, as minhas estrias". (...) A gente gosta de mandar o *nude pra* se sentir bem. É bacana. (Nomi, 25 anos, branca, lésbica, vendedora)

> Me envolvi com esse cara de tal forma que era foto, era áudio, era vídeo, era tudo que você pode imaginar. Coisas que eu naturalmente não faria. (...) Troquei mensagem, fotografia de coisa que até Deus duvida. Minhas fotos, dele, foto assim íntima mesmo. Até troquei de celular, peguei um celular melhor com *flash*, coisa louca sabe? (Anita, 34 anos, negra, heterossexual, assistente administrativa)

Questionadas sobre o que sentiam fisicamente durante a experiência, todas as pessoas relataram excitação e prazer sexual que, apesar de diferentes daqueles proporcionados pelo contato presencial, seriam igualmente intensos.

> As sensações são semelhantes a que se tem em outra situação física. Excitação. É distinto, mas conversando com a pessoa, *tá* legal a conversa, vamos dizer assim o frio na barriga às vezes é como se ela estivesse aqui. (...) Pode não ter a pessoa, mas tem seu cérebro funcionando e pensando "nossa que legal que ela disse". (...) Não dá *pra* reduzir toda sedução, excitação, a uma coisa meramente física. A gente se interessa pelo que as pessoas dizem. Eu acho careta falar que é plástico. (...) Porra! As pessoas se comunicavam por carta antigamente. Meus pais moravam em cidades diferentes e se comunicavam por carta. Vai dizer que eles não tinham excitação ao ler a carta? Não tinham arrepio? Não pensavam? A respiração? É que agora é muito mais rápido, *pápápá*. (...) Não tem o toque, não tem o cheiro, mas você *tá* vendo a foto, o tato pode não ser o do outro, mas é o seu autotato. É o seu corpo sentindo coisas. E é gostoso arrepiar, sentir frio na barriga, descarga de adrenalina. Quando você vê um filme, você não tem essa descarga de adrenalina? (Roy, 33 anos, branco, heterossexual, advogado).

[13] . Contração dos termos em inglês *sex* e *texting*.



> Então é cansativo, tanto fisicamente como psicologicamente, eu fico exausto, eu não consigo estudar, por exemplo, depois de uma sessão. Essa sessão também pode durar uma tarde inteira, ela pode durar um dia inteiro, ela pode durar algumas horas, mas eu gosto de fazer quando eu tenho um tempo, ela não tem hora *pra* terminar, mas ela sempre termina, ela sempre deixa o corpo exausto. E ela tem um prazer masturbatório que é de segurar isso, então eu poderia dizer que gozo várias vezes sem gozar. Ou eu poderia, eu sempre digo que depois de tudo eu vou editar na minha cabeça os melhores momentos, vou transformar esses momentos e colar esses momentos em outras situações que eu gostaria de viver com aqueles personagens e aí eu gozo. Olha que louco. (Joe, 34 anos, pardo, gay, ator)

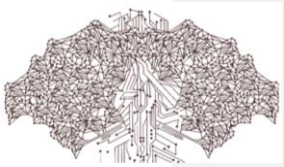
> As sensações normais de excitação assim: sudorese na mão, borboleta no estômago, essas coisas todas. É muito similar à sensação da presença da pessoa. É bem legal. Como se não tivesse uma tela. (Samantha, 23 anos, branca, bissexual, publicitária)

Os relatos contabilizaram mais de 200 horas de gravação transcritas, deste modo, a totalidade das reflexões que suscitaram não caberia neste artigo. Esta exposição sobre a parte empírica da pesquisa seria, portanto, um recorte que, em nosso entendimento, aponta para três constatações: o fim da concepção separatista entre o "mundo virtual" e o "mundo real"; o impacto das tecnologias digitais sobre a constituição dos indivíduos, seus modos de ser, práticas e experiências cognitivas e perceptivas; e o surgimento de outro tipo de experiência sexual, diferente da vivida até o digital, pois não se resumiria ao humano nem ao social, porque seria sentida tecnologicamente.

3. SexTech: tecnologias e arquiteturas digitais para o prazer

As histórias dos entrevistados deram-nos pistas importantes para compreendermos onde e como a tecnologia está presente em suas práticas cotidianas. Defendemos na pesquisa que haveria duas dimensões tecnológicas em nosso objeto. A primeira seria tangível, perceptível a olho nu, representada pelos dispositivos usados e seus materiais como *smartphones*, placas-mãe, baterias, carregadores, telas *touch screen* etc. A segunda seria intangível, da ordem do *software* e das tecnologias não aparentes, mas operantes no contexto de conexão digital como os aplicativos, redes, algoritmos, cabos, fibras óticas, satélites etc.

Evidentemente, a prática sexual independe da tecnologia, no entanto, para nossos entrevistados viverem a experiência estudada precisam pegar o *smartphone*, conectado à Internet, tocar sua tela, abrir um aplicativo, inserir dados, fazer *selfies* e *nudes*, enviá-las, teclar, entre outras



ações operacionais. Rituais inexistentes até a chegada do digital. Tratar-se-ia de uma relação condicionante, pois sem a atuação humana ou a tecnológica este novo sexo, que na pesquisa caracterizamos como *transorgânico*, não seria possível. Para alcançarmos tal análise, nos inspiramos na Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012; LEMOS, 2013) que trata das associações entre elementos heterogêneos, nomeados "actantes", que necessariamente implicam-se mutuamente, deixando rastros. Também recorremos à ideia de "parlamento das coisas" proposta por Latour (2013) como estratégia metodológica capaz de dar "voz" aos "actantes" presentes em uma associação.

Descrever todas as associações contidas em nosso objeto seria tarefa impossível, afinal, como seguir rastros de uma rede? Optamos, assim, por realizar uma etnografia digital imersiva[14] nos ambientes citados pelos entrevistados[15] para, deste modo, compreender como a tecnologia age e orienta seus comportamentos, ainda que em um momento delimitado. Os ambientes frequentados distinguiam-se em suas arquiteturas e operações, fato que nos inspirou a construir uma tipologia[16] para ilustrar parte do agenciamento dos três principais elementos constitutivos do objeto: pessoas, tecnologia e ambiente.

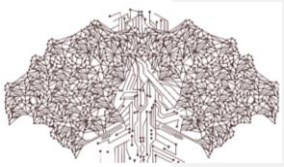
Os ambientes foram divididos entre *frontais*, *dialógicos* e *atópicos*. Os primeiros apresentavam interfaces simples, cuja usabilidade não exigia conhecimentos específicos dos usuários. Eram, geralmente, sites que podiam ser acessados de qualquer dispositivo e cujo foco seria a exposição de conteúdo sem a obrigatoriedade de interação social[17] ou de procedimentos cadastrais. Funcionavam, portanto, uma "ferramenta" para acessar conteúdo, que podia ser desde

14 . A perspectiva digital imersiva sugere que "a etnografia digital, uma vez considerada a rede como o campo de seu estudo, realiza a pesquisa de campo on-line, levando o pesquisador a um tipo de estudo imersivo no qual o contexto, o objeto e os instrumentos de suas análises e suas interações com seus informantes são digitais, uma vez que seu objetivo é estudar o social, as culturas (...) e as interações digitais" (Di Felice *et al*, 2012, p.173).

15 . Ambientes citados pelos entrevistados e visitados pela autora (em ordem alfabética): Adote um cara, A*shley Madison*, *Badoo*, Bate-papo UOL, *Cam4*, *Chatroulette*, *Facebook*, *Fetlife*, *GayTube*, *Google Talk* (*HangOut*), *Grindr*, *Happn*, *Hornet*, *ICQ*, *Instagram*, *LiveMhoca*, *ManHunt*, *Messenger*, Mundo Mais, *OK Cupid*, Par Perfeito, *PornTube*, *Snapchat*, *Skype*, *Scruff*, *Tinder*, *Tumblr*, *Twitter*, Viva Street, *WhatsApp* e *XVídeo*.

16 . A tecnologia e os fenômenos sociais dela decorrentes são dinâmicos, portanto, tal tipologia não pode ser interpretada como estanque, mas como uma tradução de descobertas empíricas no recorte de tempo estudado.

17 . Alguns até apresentam *chats*, por exemplo, mas não são o foco da arquitetura.



sexo explícito (*GayTube*, *PornTube*), a classificados (*LiveMocha*, Viva *Street*) ou plataformas que exibiam qualquer tipo de conteúdo (*Tumblr*).

Os ambientes dialógicos, por sua vez, permitiam e estimulavam a interação, participação e criação de comunidades *online*, assim como a produção e o compartilhamento de conteúdo pelo usuário. Suas arquiteturas eram, inicialmente mais estáticas como os sites frontais, no entanto, adaptaram-se ao contexto da *Web 2.0* e à navegabilidade nos *smartphones*. Estes ambientes eram usados pela maioria dos entrevistados[18] e sua fruição era feita independentemente da integração com o território físico.

O terceiro grupo de ambientes[19], que denominamos de *atópicos*, apresentavam características do segundo, no entanto, eram aplicativos desenhados especificamente para dispositivos móveis. Alguns integravam-se com os ambientes físicos, também digitalizados, graças ao recurso de geolocalização, mapeando e orientando a sociabilidade sexual[20]. Assim, a interatividade social transporia a experiência dialógica, majoritariamente virtual, caracterizando-se pela ubiquidade, mobilidade e integração com o território.

Quadro 1 - Tipologia – Ambientes digitais para fins sexuais

Frontal	Dialógica	Atópica
Pouca ou nenhuma interação entre pessoas.	Maior interação entre pessoas.	Intensa interação entre pessoas, virtualidades e território.
Disponível prioritariamente em site.	Disponível em sites e aplicativos.	Disponível prioritariamente em aplicativos.
Acessível somente em dispositivos com baixa ou nenhuma mobilidade.	Acessível em diferentes dispositivos.	Acessível somente em dispositivos móveis.

18 . Ambientes dialógicos em ordem alfabética: Adote um cara, *Ashley Madison*, *Badoo*, Bate-papo UOL, *Cam4*, *Chatroulette*, *Facebook*, *Fetlife*, *Google Talk* (*HangOut*), *Instagram*, *ManHunt*, *OK Cupid*, Par Perfeito, *Skype*, *Twitter* e *X Vídeo*.

19 . Ambientes atópicos em ordem alfabética: *Grindr*, *Happn*, *Hornet*, *Messenger*, *Scruff*, *Snapchat*, *Tinder* e *WhatsApp*.

20 . Parte dos entrevistados citou o GPS (*Global Positioning System*) como tecnologia fundamental para a tomada de decisão sobre com quem, quando e onde fazer sexo presencialmente.

Fonte: Elaborado pela autora.

Importante destacar que haveria uma correspondência direta entre as diferentes arquiteturas dos ambientes, suas operações e seus frequentadores. Dentro do universo estudado, os aplicativos, *softwares* desenvolvidos para dispositivos móveis (*smartphones*, *PDAs*, *tablets* etc.), seriam mais usados pelos mais jovens, nascidos na década de 1990, que teriam iniciado sua vida sexual no início da popularização dos *smartphones*, isto é, no início dos anos 2000. Portanto, a experiência digital deste público seria estritamente móvel. Os mais velhos, nascidos no início da década de 1980, ainda que eventualmente usassem *apps*, eram mais afeitos a ambientes como sites, navegáveis por meio de *desktops* e *notebooks*. Portanto, esta Geração Y experimentaria diferentes modos de comunicação interpessoal e sociabilidade digital. Ao serem questionados sobre como era sua vida sexual antes do digital, demoraram para elaborar suas respostas, demonstrando dificuldade para recordarem-se de sua iniciação sem a Internet. Ao aprofundarmos este quesito, constatamos que todos tiveram suas vidas sexuais marcadas digitalmente desde o começo de suas práticas[21].

A etnografia e a imersão digital nos ambientes digitais evidenciaram associações entre *actantes* humanos, tecnológicos, territoriais em uma espécie de *orgia digital*, alterada permanentemente a cada apropriação social, inovação tecnológica e também lançamento mercadológico. No percurso da pesquisa deparamo-nos com uma recente mutação nesta tríade *sexo-sexualidade-tecnologia*: a realidade virtual, a realidade aumentada e a Internet das Coisas[22]. Ao visitarmos os ambientes erótico-pornográficos frequentados pelos entrevistados, conhecemos os vídeos produzidos em 180º e 360º[23] que podem ser assistidos com *headsets* específicos[24], alguns integrados a *sex toys* inteligentes[25] que, acoplados ao corpo, especialmente na região

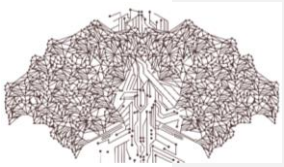
21 . Importante destacar que estas pessoas mantiveram e mantinham relações sexuais por meio da socialização em outros espaços, propensos ou não para este fim.

22 . IoT ou *Internet of Things*, em inglês.

23 . Um dos exemplos é o *Virtual Real Porn* cujos produtos estão disponíveis em: <https://virtualrealporn.com/>. Acesso em: 26 jan. 2018.

24 . *Oculus Rift*, *Gear VR* etc.

25 . Um exemplo de *sex toy* inteligente é comercializado pela empresa holandesa *Kiiroo*. Disponível em: <https://www.kiiroo.com/>. Acesso em: 26 jan. 2018.



genital, simulam os movimentos e os toques de atores e atrizes pornô. Ao que tudo indica, as práticas sexuais digitais não vão parar no *Tinder*.

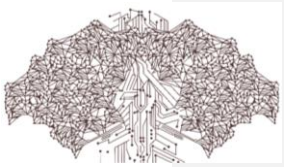
4. Impactos das ambiências digitais

Evidentemente, a experiência digital contemporânea viabilizada pela Internet, ambientes digitais e *devices* inteligentes tem ocasionado alterações nos modos como nos comunicamos e relacionamos. A conectividade e interatividade digital nos faz prescindirmos, ao menos inicialmente, da presença física, fator anteriormente fundamental para quaisquer transações sociais. Pela primeira vez na história da humanidade, podemos estar fisicamente em um lugar, mas conversando com alguém do outro lado do mundo em tempo real, fazendo-nos presentes virtualmente em quaisquer lugares. Assim como podemos produzir, compartilhar e acessar inúmeros conteúdos, concomitantemente, em um processo comunicativo não mais linear, de um polo emissor a outro receptor, como na era midiática analógica e eletrônica, mas sim uma comunicação *reticular*, cujo fluxo informativo distribuído é impossível de ser delimitado. À esta condição, o sociólogo Massimo Di Felice (2009) denomina *atopia*, um estado indescritível de deslocamento espaço-temporal, proporcionado pela digitalização que transforma qualquer coisa – gente, bicho, imagem etc. – em informação, em *bits* transmitidos, decodificados e rematerializados em superfícies e dispositivos.

Mesmo que temporárias, porque duram somente enquanto houver conexão, tais condições comunicativas dar-se-iam, portanto, em uma *ambiência transorgânica*[26], um estado do qual participam elementos heterogêneos – pessoas, ambientes digitalizados e tecnologia – interagentes que transpõem os limites do tempo e do espaço, provocando deslocamentos inéditos.

> A experiência do habitar numa pós-territorialidade, resultado de interações e fluxos informativos dinâmicos, torna-se uma indescritível e marcante característica da nossa época, na qual a dimensão do indizível, isto é, de um sentir nem interno nem externo, espalham-se dentro e fora de nós. O habitar atópico não se deixa narrar ou descrever como o nosso cotidiano e a ubiquidade das formas tecnológicas das nossas práticas sociais, que manifestam o advento não apenas de uma essência tecnológica do ser, mas também de uma essência não exclusivamente orgânica e de uma condição pós-antropomórfica. Mas ainda poderia se configurar como a hibridação transitória e fluida, de corpos,

[26] . Ver Di Felice (2009).



> tecnologias e paisagens e com o advento de uma nova tipologia de ecossistemas, nem orgânico e nem inorgânico, nem estático, nem delimitável, mas informativo e imaterial. A atopia, então, não como um "não-lugar", mas como uma localidade "on demand", plural e tecno-subjetiva. (DI FELICE, 2009, p. 229)

Além da transcendência espaço-temporal, o digital ocasionaria transformações em nossas experiências cognitivas e perceptivas. Lucia Santaella (2007; 2008) sugere que a conectividade afetaria nosso comprometimento perceptivo – gestos, expressões e hábitos corporais – e cognitivo, na medida em que de posse de dispositivos, habitando ambientes digitais, concatenaríamos ações como ver, ouvir, ler, aprender, decidir, tocar, clicar, consumir, apagar etc. Tal coligação *sensório-corporal-cognitivo* refutaria as noções de apatia social e superficialidade, geralmente atribuídas à experiência digital, evidenciando que, uma vez conectados, estamos submetidos a uma série de interferências externas que, somadas aos *feedbacks* internos, constituem uma rede "inconsútil", uma rede *humano-técnica.*

> (...) por trás da sutileza do toque do dedo no *mouse* está a agitação muscular, invisível, mas nem por isso menos ativa, que é disparada para que o toque se efetue. Uma interação cuja base está localizada não apenas na exploração sensório-motora do ambiente, mas na compreensão e avaliação semiótica do conteúdo informacional e conceitual desse ambiente. É por tudo isso que, quando se navega no ciberespaço, por fora, o corpo parece imóvel, mas, por dentro, uma orquestra inteira está tocando instrumentos não apenas mentais, mas, ao mesmo tempo, numa coordenação inconsútil, perceptivos, sensórios e mentais. (SANTAELLA, 2008, p. 51-52, grifo da autora)

A afetação sensorial possível nas experiências em ambiências digitais é esclarecedora para a compreensão dos relatos de nossos entrevistados que afirmam sentir prazer sexual mesmo sem o toque e a presença de outrem, como em um estado masturbatório, no entanto, não mais solitário, mas coletivo e conectado digitalmente.

Considerações finais

Ordinariamente, percebemos a tecnologia como algo artificial, não natural e externo ao humano, atribuindo-lhe um papel estritamente instrumental. Tal pensamento resultaria da

perspectiva antropocêntrica que, especialmente na Modernidade ocidentalizada, edificou o ser humano, fazendo-nos acreditar numa suposta essência endógena, imune e controladora de tudo que nos é externo: meio ambiente, ecossistemas, objetos, tecnologia etc. A falsidade desta concepção tem sido sistematicamente revelada, seja pelos fenômenos da natureza e socioculturais ou pelos feitos tecnológicos que, na contemporaneidade digital, têm nos exposto o alto grau de hibridação entre ser humano, tecnologia e ambiente. Afinal, tecnologias como a Inteligência Artificial, o *Machine Learning*, a nanotecnologia, a biotecnologia etc. têm evidenciado que tudo que é digitalizável torna-se sincrético.

> Nenhum objeto, nenhum espaço, nenhum corpo é, em si, sagrado; qualquer componente pode entrar em uma relação de interface com qualquer outro desde que se possa construir o padrão e o código apropriados, que sejam capazes de processar sinais por meio de uma linguagem comum. (HARAWAY, 2009, p. 62)

Esta hibridação potencial também seria, segundo o filósofo italiano Mario Perniola (1993), responsável pela constituição do nosso *sentir*, isto é, das experiências perceptivas arquitetadas, compartilhadas e atualizadas a cada contexto histórico, de acordo com suas correspondentes práticas e criações socioculturais e tecnológicas, que contaminam-se entre si[27].

Assim, se um dia nosso modo de ser, habitar, se comunicar e organizar no mundo apresentava limitações dadas as anteriores circunstâncias sociais, geográficas e tecnológicas, hoje, deparamo-nos com uma espécie de *devir digital* em que nosso corpo, cognição, percepção e relações, inclusive sexuais, estariam em permanente trânsito, transformam-se a cada inovação. À esta constatação não se pode atribuir juízos morais ou dualistas, pois tais mudanças não são essencialmente boas ou ruins. Parece-nos que são apenas um fato característico do espírito de nossa época, perturbadoramente diferente daquilo que vivemos antes da digitalização. E, para compreender este *sentir* contemporâneo, defendemos o abandono da perspectiva antropocêntrica para a assunção do *pós-humanismo*[28] que em nada significa a superação do humano, mas sim da concepção moderna que equivocadamente nos descreve como "puros" e "naturais". Talvez, desta maneira, reconhecendo nossa inclinação híbrida, inclusive para a tecnologia, possamos compreender para onde vai esta errância digital, em que a *virtualidade* definitivamente não seria

[27] . Processos estes nomeados pelo sociólogo francês Stéphane Hugon (2011) de "ritualização da técnica" e "tecnologização dos ritos".

[28] . Autores de referência desta pesquisa: Di Felice (2009), Santaella (2003), Haraway (2009), Preciado (2014).

simulação[29] nem se oporia à realidade[30], pois tratar-se-ia de um "ingresso numa outra dimensão, por assim dizer, ontologicamente diferente"[31].

Referências bibliográficas

DI FELICE, Massimo. **Paisagens Pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. – São Paulo: Annablume, 2009.

_____. Redes sociais digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social. **Revista USP**, n.92, p.6-19, dez./fev. 2011-2012.

DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario. (Orgs.). **Pós-humanismo: as relações entre o humano e a técnica na época das redes**. – São Caetano do Sul, SP: Difusão e Editora, 2010.

DI FELICE, Massimo; TORRES, Julliana C.; YANAZE, Leandro. K. H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. – São Paulo: Annablume, 2012.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, Tomaz (Org. e Trad.). **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano**. 2.ed. – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

HUGON, Stéphane. **L'étoffe de l'imaginaire: design relationnel et technologies**. – Fontenay-le-Comte: Éditions Lussaud, 2011.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3.ed. – São Paulo: Editora 34, 2013.

_____. **Reagregando o social: uma introdução à Teoria Ator-Rede**. Tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. –Salvador, EDUFBA; Bauru, EDUSC, 2012.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. Tradução de Paulo Neves. 2.ed. – São Paulo: Editora 34, 2011.

MELO, Raquel. A íntima relação entre as tecnologias comunicativas e nossa experiência afetivo-sexual. **Revista Artefactum**, v. 8, p. 1-13, 2016.

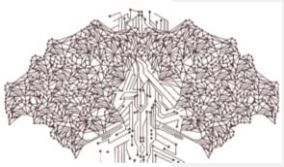
PERNIOLA, Mario. **Do sentir**. Tradução de Antônio Guerreiro. – Lisboa: Editora Presença, 1993.

_____. **O sex appeal do inorgânico**. Tradução de Nilson Moulin. – São Paulo: Studio Nobel, 2005.

29 . Perniola (2000) defende que a noção de *simulacro*, geralmente atribuída ao virtual, não poderia ser compreendida como uma mimese da realidade, mas como um estágio em que algo se liberta de uma suposta realidade originária.

30 . A palavra virtual, do latim medieval, significa potência e, segundo Lévy (2011), não seria oposição da realidade, mas sim a qualidade de alguma coisa tornar-se outra sob determinada condição, como uma "árvore [que] está virtualmente presente na semente" (Lévy, 2011, p. 15).

31 . Perniola (2005, p. 47-48).



_____. **Pensando o ritual: sexualidade, morte, mundo**. Tradução de Maria do Rosário Toschi. – São Paulo: Studio Nobel, 2000.

PRECIADO, Paul B. **Manifesto contrassexual**. Tradução de Maria Paula Gurgel Ribeiro. – São Paulo: n-1 edições, 2014.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. – São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **Corpo e comunicação: sintoma da cultura**. 3.ed. – São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. – São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. 2.ed. – São Paulo: Paulus, 2007.

OS CONTRIBUTOS DAS REDES DE CONEXÃO UBIQUAS EM EVENTOS CIENTIFICOS: A PERSPECTIVA DO MEDIADOR DE MESAS ONLINE

Cláudia Valéria Nobre Leyendecker[1] Bento Duarte da Silva[2]

Em tempos de crescente digitalização, onde o mundo real e virtual se imbricam de uma forma tão acentuada é relevante pensar nas muitas possibilidades que são abertas para o campo educacional. Nos dias atuais é tão comum que as pessoas estejam geograficamente distantes, mas possam estar virtualmente próximas, pouco importando a distância física que as separa, pois as redes ubíquas são as responsáveis por juntá-las virtualmente, afinal, vivemos em tempos de ubiquidade (Santaella, 2013).

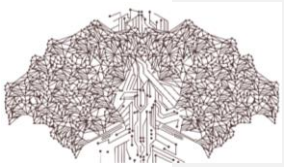
Contudo, a ubiquidade também apresenta outras facetas que são valiosas para o campo acadêmico, como a possibilidade de interação em tempo real, com uso da voz e do vídeo, de pesquisadores, estudantes ou equipes profissionais que estão envolvidos em diversos projetos e distantes geograficamente. Quanto a isso, Silva e Souza (2015) sinalizam que a rede de comunicação ubíqua em projetos educacionais pode "favorecer a integração e o sentimento de pertença entre os participantes, as trocas, as discussões temáticas e a elaboração conceitual" (SILVA e SOUZA, 2015, p.19). Em sintonia com essa perspectiva, o **Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia** em sua décima quarta edição inovou ao proporcionar aos congressistas a possibilidade de participação online seja para apresentação de trabalhos, seja para acompanhar os debates que aconteciam em variados espaços na Universidade do Minho, colaborando assim para que o compartilhamento de saberes e a criação de comunidades de aprendizagens se façam presentes no referido evento cientifico. Certos que o potencial das redes de conexão ubíquas extrapola o mero modismo e podem fornecer excelentes contributos aos espaços de reflexão acadêmica é que o presente trabalho foi gestado.

Palavras-Chaves: Redes de Conexão Ubíquas; Cibercultura; Mediação Online; Eventos Científicos Online.

O XIV Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia – As redes ubíquas dão o tom

1 - Pesquisadora - é Mestra em Tecnologia Educacional pelo NUTES/UFRJ. Doutoranda da Universidade do Minho – Braga/PT no curso de Ciências da Educação – Especialidade Tecnologia Educativa. E-mail: claudiavalerian@yahoo.com.br

2. Pesquisador - é Professor Catedrático do Instituição de Educação da Universidade do Minho – Braga PT. Doutorado em Educação, na área da Tecnologia Educativa. É coordenador da área de Especialização de Tecnologia Educativa do Mestrado em Ciências da Educação. E-mail: bento@ie.uminho.pt



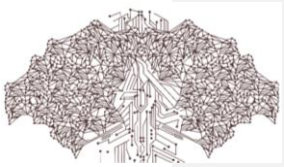
O Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia é um evento cientifico de bastante destaque no campo educacional, para Rocha, Barros e Cardoso (2015) eventos científicos são

> iniciativas que ocorrem em todos os ambientes de ensino, em especial no ensino superior e em espaços de investigação científica, em geral para dinamizar social e cientificamente investigações, espaços de debate e de troca de experiências, além dos contactos e das redes que aí se formam (ROCHA, BARROS E CARDOSO, 2015)

O Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia trata-se de um evento cientifico que ocorre desde o ano de 1995, sob a organização da Universidade do Minho e da Universidade da Corunha. Em setembro de 2017 o congresso teve lugar na Universidade do Minho, tendo participantes de diversos países da Europa, da Comunidade de Países da Língua Portuguesa (Brasil e países Africanos), de países da América Latina e da América do Norte.

Imbuídos do ideário de democratização do acesso ao conhecimento a edição do Congresso no ano de 2017 oportunizou àqueles que não poderiam apresentar seus trabalhos de forma presencial, a possibilidade de fazê-lo virtualmente e em tempo real, pois foram organizadas conferências, painéis de debate, simpósios e mesas no formato digital com a utilização dos recursos de som e imagem, respeitando o fuso horário de Portugal. A décima quarta edição do Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia contou com quatorze áreas temáticas e em todas essas áreas houve apresentações online. As áreas temáticas do congresso foram as seguintes:

- Área Temática 1 - Aprendizagem, Memória e Motivação
- Área Temática 2 - Conflitos e Mediação Escolar
- Área Temática 3 - Desenvolvimento Vocacional e Carreira
- Área Temática 4 - Educação, Desenvolvimento e Processos Artísticos
- Área Temática 5 - Família, Escola e Comunidade
- Área Temática 6 - Formação de Professores e Agentes Educativos
- Área Temática 7 - Formação e Transição para o Mundo de Trabalho
- Área Temática 8 - Interculturalidade e Inclusão Social
- Área Temática 9 - Linguagem, Comunicação e Suas Alterações
- Área Temática 10 - Modelos e Práticas de Avaliação



- Área Temática 11 - Necessidades Educativas Especiais
- Área Temática 12 - Políticas e Reformas do Ensino Superior
- Área Temática 13 - Tecnologias da Informação e Comunicação na Educação
- Área Temática 14 - Transições e Desenvolvimento ao Longo da Vida

As sessões online ocorreram presencialmente em diversos locais da Universidade do Minho e virtualmente através da Plataforma Colibri, com a criação de salas online para as sessões de videoconferência. Destaca-se que a Plataforma Colibri é uma plataforma de colaboração na *web* com suporte a videoconferência, a partir dos equipamentos pessoais dos usuários (webcams, microfones, desktop ou notebook), sendo um serviço que a Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) disponibiliza para toda a comunidade acadêmica das instituições de Ensino Superior de Portugal. Esse serviço visa incentivar aos docentes e alunos o uso das tecnologias de vídeo e áudio para a realização de reuniões online, pequenas aulas, esclarecimentos de dúvidas, simpósios e outras possibilidades abertas por esta tecnologia para potencializar as atividades educacionais.

Os dados a seguir revelam a diversidade geográfica presente na edição do XIV Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia, especialmente aqueles que participaram do evento no seu formato online. Os congressistas online eram provenientes de onze diferentes países, conforme Tabela abaixo.

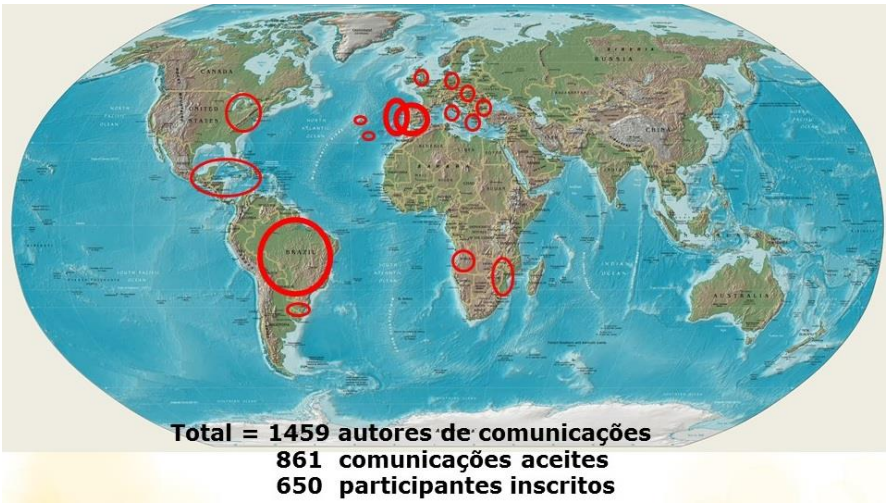
Tabela 1: Dados relativos aos países de procedência dos Congressistas Online

País	Congressistas Online
Brasil	180
Espanha	74
Portugal	45
Turquia	5
Romênia	5
Republica Checa	4
Uruguai	2
Estados Unidos	1
Grécia	1
Itália	1

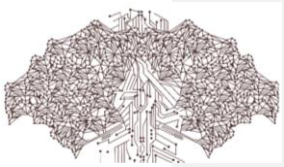
Polônia	1
	Total Geral de Congressistas Online: 319

A Tabela 1 apresenta o quantitativo de congressistas online do XIV Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia tendo em vista o país de procedência. Vimos que onze países estavam representados no Congresso na sua versão online, sendo que cento e oitenta dos congressistas eram provenientes do Brasil, setenta e quatro da Espanha, quarenta e cinco de Portugal, cinco da Turquia e também cinco da Romênia, quatro da República Checa, dois do Uruguai e os países Estados Unidos, Grécia, Itália e Polônia foram representados por um congressista, respectivamente. O congresso contou com um total trezentos e dezenove congressistas online. Os dados apresentados acima são indicadores do quão democrático pode ser eventos desta natureza, pois proporcionam espaços virtuais de partilha de conhecimento e de aprendizagem mútua onde as fronteiras geográficas não se tornam um empecilho, mas mostram-se como potenciais agregadores de saberes.

Imagem 1: Congressistas do XIV Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia.



No que tange ao número de participantes totais no XIV Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia os dados relevados pela imagem acima evidenciam o sucesso que



o evento obteve, seja na versão online ou presencial, o qual contou com mil quatrocentos e cinquenta e nove autores de comunicações, oitocentos e sessenta e uma comunicações aceitas e seiscentos e cinquenta participantes inscritos. Todavia, como o foco do nosso trabalho volta-se para as atividades online, não podemos deixar de mencionar que o quantitativo de congressistas inscritos para a apresentação de trabalhos de forma virtual (trezentos e dezenove) foi bastante expressivo, sinalizando que a aposta neste formato pode ser uma boa possibilidade para expandir as fronteiras do conhecimento.

Para realizar a mediação dos diversos espaços online que tiveram lugar na décima quarta edição do Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia a coordenação do evento convidou um grupo de treze mediadores online que foi constituído por alunos do doutoramento, pós doutoramento e por docentes da Universidade do Minho do campo de Tecnologia Educativa. A opção por esses sujeitos decorreu devido à familiaridade desses com as tecnologias digitais e com as funcionalidades da Plataforma Colibri. Cada mediador foi responsável por mediar um, dois ou até três espaços online de discussão síncrona. Tendo em vista a natureza do Congresso e com a nova dinâmica implantada, a coordenação do evento realizou um encontro de formação com o sujeitos que estariam atuando como mediadores das sessões online. Nesse encontro foram apresentadas as funcionalidades da Plataforma que seriam usadas nas mediações online, a dinâmica das sessões foi esclarecida e os mediadores foram incentivados a criarem sessões testes com os colegas para irem, gradativamente, aprimorando a prática no uso da plataforma e na mediação das mesas virtuais. Essa preocupação da coordenação em proporcionar formação aos mediadores online é consoante ao que é apregoado por Ramos e Medeiros (2010) ao ponderar sobre os processos formativos daqueles que irão atuar em espaços virtuais de aprendizagem. Para esses autores a formação em ambiente de aprendizagem on-line deve ocorrer "considerando os espaços de suas práticas de estudos e aprendizagem como o lugar da ação-reflexão-ação, para que eles consigam mais do que saber usar as tecnologias de maneira adequada ao seu processo de aprendizagem, usar a tecnologia numa postura crítica e reflexiva". (RAMOS e MEDEIROS, 2010, p.47).

Depois de realizada a formação com os mediadores online, foram agendadas com os congressistas sessões prévias de teste para garantir que houvesse um bom funcionamento das sessões finais de apresentação. As sessões prévias versaram sobre a utilização da Plataforma no que tange a partilha de documentos, aos aspectos relativos ao uso da webcam e microfone, bem como a explicação da dinâmica a ser adotada nas apresentações finais. Essa ação está em sintonia com o que sinaliza Rocha, Barros, e Cardoso (2015) sobre a importância de proporcionar

espaços prévios de ambientação aos congressistas, visando auxiliar a integração entre os participantes e contribuindo também para a criação de uma comunidade virtual de aprendizagem.

Após ser finalizadas as etapas de preparação para o Congresso, teve lugar as sessões online propriamente ditas. Ao todo foram realizadas três Conferências Online, dois Painéis de Debate, cinco Simpósios e vinte e três Mesas Online. Para que as atividades virtuais ocorressem de forma satisfatória, os links foram enviados previamente para todos os congressistas, possibilitando que estes tivessem acesso aos diversos espaços digitais de discussão e pudessem acompanhar virtualmente as atividades que tinham interesse. Essa ação foi bastante salutar, pois permitiu que os congressistas assistissem às atividades que tinham interesse mesmo que estivessem distantes fisicamente da Universidade do Minho.

Destaca-se, todavia, que o presente trabalho se concentrará nas Mesas Online (A e B). Essas mesas agregaram apresentações relativas a Área Temática 6 - Formação de Professores e Agentes Educativos, contando com participantes do Brasil e da Espanha. Os congressistas que estavam no Brasil e na Espanha tinham uma diferença no fuso horário em relação a Portugal de quatro horas e uma hora, respectivamente.

Os participantes foram informados das sessões (de teste e final) por e-mail e a mediadora teve o cuidado de agendar as sessões de teste para o final de semana de forma a garantir que todos pudessem estar presentes. Foram agendadas três sessões de teste e a participação nelas e nas mesas finais foi bastante significativa, com apresentação da quase totalidade dos trabalhos inscritos, conforme os dados abaixo.

Tabela 2: Dados relativos a presença dos congressistas na Sessão de Teste e Sessão Final da Mesa Online - A

Trabalhos Inscritos	Quantitativo de autores	Presentes na Sessão de Teste	Presentes na Sessão Final
A1	1	1	1
A2	4	0	0
A3	2	1	1
A4	2	0	2

Na mesa online A tivemos um total de nove autores e co-autores que inscreveram quatro trabalhos. Nas sessões de teste estiveram presentes dois congressistas e na apresentação da Mesa Online A um quantitativo de quatro autores fizeram a exposição dos seus trabalhos.

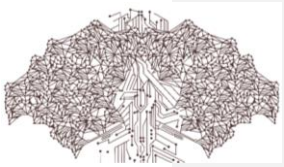


Tabela 3: Dados relativos a participação dos congressistas na Sessão de Teste e Sessão Final da Mesa Online – B

Trabalhos Inscritos	Quantitativo de autores	Presentes na Sessão de Teste	Presentes na Sessão Final
B1	2	0	1
B2	2	0	1
B3	2	1	1
B4	3	1	1
B5	2	2	2

Na mesa online B tivemos um total de onze autores e co-autores que inscreveram cinco trabalhos. Nessa mesa os trabalhos B1 e B2 são das mesmas autoras, além disso, a autora do trabalho B3 é co-autora dos trabalhos B4 e B5. Devido a isto nas sessões de teste estiveram presentes dois congressistas e na apresentação da Mesa Online B um quantitativo três autores fizeram a exposição dos seus trabalhos.

De forma geral, o que vimos nas apresentações dos trabalhos online é semelhante ao que ocorre nos eventos científicos presenciais, ou seja, geralmente estes são apresentados apenas por um dos autores. Cabe destacar ainda que a partilha de conhecimento e as parcerias ali gestadas foram tão expressivas como se todos os congressistas estivessem presencialmente no mesmo espaço.

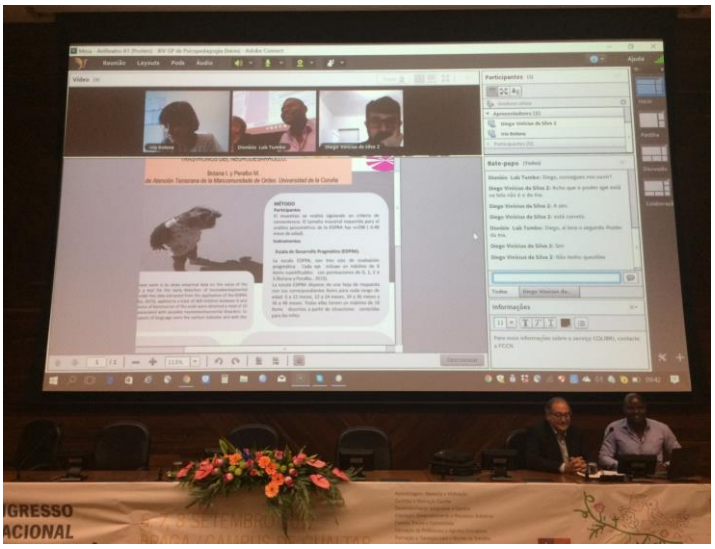
As Mesas Online – algumas percepções

Para a realização das mesas online, que são objetos desse estudo, os mediadores usaram as salas de aula da Universidade do Minho, previamente preparadas para isso, com equipamento apropriados (computador, câmara, microfone, entre outros) e com acesso liberado a quem lá quisesse estar. Os mediadores online contavam ainda com uma equipe de suporte técnico a postos para auxiliá-los caso fosse necessário. Já os congressistas estavam, em sua maioria, em suas residências ou em seus ambientes de trabalho.

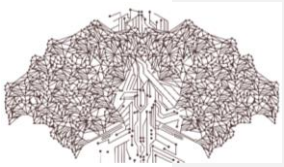
Para dinamizar a apresentação dos trabalhos online, a coordenação orientou que os autores teriam doze minutos para fazer a exposição dos seus estudos e que os debates teriam lugar após todos os trabalhos serem apresentados. Além disso, antes das apresentações dos trabalhos, os

congressistas foram instruídos, pelos mediadores online, em como usar as interfaces da Plataforma Colibri para solicitar a palavra, partilhar arquivos ou aplaudir aos colegas. Conforme sinalizado, após todas as apresentações serem finalizadas, foi aberto um espaço para a discussão dos trabalhos apresentados e os autores participaram ativamente trazendo suas impressões acerca das exposições dos outros congressistas. As mesas online, objeto desse estudo, tiveram a duração média entre uma hora e trinta minutos à duas horas.

Imagem 2: Mediação online de um Simpósio Misto.



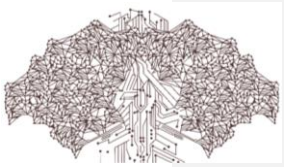
Podemos dizer que a riqueza dessa experiência possui várias vertentes, todavia aquela que mais causa contentamento diz respeito ao quão democrática e inclusiva podem ser essas vivências para o campo acadêmico. Afinal, os participantes desse congresso puderam interagir, compartilhar seus estudos, partilhar saberes mesmo estando geograficamente distantes, eles estavam virtualmente próximos, devido aos recursos oferecidos pelas redes de conexão ubíquas. Quanto a isso, cabe salientar que os congressistas foram unânimes em apontar a importância da participação nesse evento de envergadura internacional, mesmo estando geograficamente distante do local de sua realização. Alguns sinalizaram que fatores de ordem econômica, profissional ou pessoal foram impeditivos a sua deslocação a Portugal, portanto, a participação desses sujeitos não seria viável caso os espaços online de interação não fossem disponibilizados. Consoante com o que estamos ponderando, Silvia e Souza (2015) em estudo desenvolvido com jovens do Brasil



e de Portugal que participaram do Projeto Agentes Digitais, que objetivou inserir os eixos Tecnologias Digitais e Empreendedorismo na formação dos jovens, averiguando as mudanças e os impactos nas suas vidas pessoais e na inserção profissional. De acordo com os pesquisadores, os jovens participantes, mesmo geograficamente distantes, "criaram, compartilharam, colaboraram e cooperaram na idealização, concepção, implementação e avaliação dos respectivos projetos, entre si e em cada grupo" (SILVA e SOUZA, 2015, p.6). Os resultados obtidos sinalizam que o uso das redes de conexão ubíqua "permitiram a presença da imagem, da fala, da escrita dos participantes e ainda a partilha de outro material de natureza hipertextual, favorecendo um processo comunicacional interativo entre todos os participantes" (SILVA e SOUZA, 2015, p.18). Ainda, para os pesquisadores a rede de conexão ubíqua foi "a grande responsável pela dinamização desta comunidade de prática, por favorecer a integração e o sentimento de pertença entre os participantes, as trocas, as discussões temáticas e a elaboração conceitual" (SILVA e SOUZA, 2015, p.19).

Desde a preparação do evento até a sua realização todas as comunicações ocorreram de forma virtual, e isto foi estimulando a interação entre os participantes das respectivas mesas. Essas comunicações tinham como objetivo preparar os congressistas para as apresentações online, entretanto, serviram para sanear o caminho para algo mais significativo que é a construção de parcerias entre pesquisadores de diferentes instituições, mesmo que estes estejam territorialmente dispersos. Diante disto, é mister sinalizar que durante as apresentações online a troca de contatos entre os congressistas e promessa de que fariam projetos em conjunto a partir das interações iniciadas no evento foi uma constante. A constituição dessas parcerias está em sintonia com o que se denomina uma comunidade virtual de aprendizagem (PALLOF E PRATT, 2004).

Entretanto, é necessário atenção a alguns aspectos na proposição de eventos científicos que pretendam utilizar os recursos das redes de conexão ubíquas em seu formato, como por exemplo, a preocupação com a formação dos mediadores das mesas online, pois como se trata de algo bastante recente para o campo acadêmico é salutar que as pessoas que irão mediar esses espaços tenham clareza do que é preciso fazer para que tudo ocorra como o previsto (MESA, PASTOR E SEGURA, 2017). Da mesma forma, é relevante fornecer aos congressistas oportunidades para que conheçam a plataforma onde as atividades irão ocorrer, visando prepará-los para o momento que irão apresentar seus trabalhos de forma digital. A esse respeito, foi perceptível que aqueles que não puderam participar das sessões de testes da Plataforma Colibri ao fazer as suas exposições no congresso apresentaram uma dificuldade maior em lidar com as funcionalidades do ambiente digital. Cabe observar também que as questões relacionadas à infraestrutura tecnológica devem ser levadas em conta em projetos dessa magnitude, uma vez que é fundamental dispor de uma



internet com uma boa banda larga para garantir o acesso e as apresentações dos trabalhos de forma online sem sustos e frustrações causados pela instabilidade dos sistemas, conforme sinaliza Chatterjee e Nath (2015).

Por fim, um dos pontos a ser aperfeiçoado nas próximas edições do evento é quanto à participação de ouvintes nas diversas sessões online. Embora todos os congressistas tenham sido informados dos links de acesso a essas sessões, não houve ouvintes nas duas mesas que são objetos desse relato. Acreditamos que é preciso entender melhor o porquê da não adesão dos outros congressistas a este formato, buscando compreender se isto ocorreu devido a simultaneidade das diversas mesas online e presenciais ou se a diferença do fuso horário foi um complicador a mais à participação.

Considerações Finais

Estamos vivendo em plena Cibercultura, onde novos artefatos culturais invadem o nosso cotidiano e o mundo digital e real se fundem cada vez mais. Nesse contexto, a exploração do potencial das redes ubíquas em eventos científicos é algo que pode favorecer enormemente a divulgação cientifica e trazer grandes ganhos para o mundo acadêmico. Afinal, com esse incremento pesquisadores do mundo todo podem partilhar seus achados de forma síncrona mesmo que estejam dispersos territorialmente. Todavia, é preciso que alguns aspectos sejam considerados em propostas dessa natureza, como por exemplo, a infraestrutura tecnológica e a preocupação com a formação dos sujeitos para a fluência tecnológica de forma a garantir que esses espaços sejam aproveitados em sua plenitude.

Referências bibliográficas

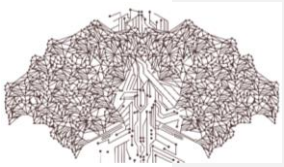
CHATTERJEE, P. & NATH, A. (2013) The Future ICT Education in India - A Pilot Study on the Vision of Ubiquitous Learning in Higher Education. Conference INDIA 2015, Vol. 340, pp. 599-609, Springer India.

PALLOFF, R. M. ; PRATT, K. O aluno virtual: um guia para se trabalhar com estudantes on-line. Porto Alegre: Artmed, 2004.

ROCHA, A., BARROS, D. & CARDOSO, T. (2015) Formação de Comunidades Virtuais de Prática: Elementos de Sustentabilidade Nas I Jio – Jornadas Internacionais Online. In Challenges 2015: Meio Século de TIC na Educação, Half a Century of ICT in Education: Braga, Portugal.

SANTAELLA, L. (2013) Desafios da ubiquidade para a educação. Revista Ensino Superior Unicamp.

SILVA, B. & SOUZA, K. (2015) Redes de Comunicação ubíqua e coinvestigação: relato de uma experiência no âmbito do coempreender. In: VIII Seminário Internacional As Redes Educativas e as Tecnologias: Movimentos Sociais e Educação, RJ.



VELANDIA-MESA,C., SERRANO-PASTOR,F.J. & MARTÍNEZ-SEGURA, M.J. (2017) Investigación formativa en ambientes ubicuos y virtuales en Educación Superior. Revista Comunicar, vol. 25, n. 51, 09-18.

XIV Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia disponível em http://net.ie.uminho.pt/xivgp/#

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

OS IMPACTOS DO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO NA FORMA COMO A GERAÇÃO Y SE RELACIONA[1]

Lucas Valadares[2];

O presente trabalho se propõe a demonstrar como o desenvolvimento tecnológico observado nos últimos 20 anos, tem possivelmente, influenciado a Geração Y. Também, busca elucidar a forma, como estes indivíduos se relacionam, interagem com seu mundo e como as mudanças tecnológicas modificam suas experiências e se fazem presentes no cotidiano atual da sociedade brasileira.

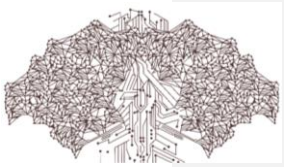
Ao longo da história da humanidade, o ser humano, por meio do avanço científico, desenvolveu ferramentas para modificar sua realidade conforme sua conveniência. Estas tecnologias, assim como o saber científico por trás delas, fazem parte da vida humana desde o seu cerne (LONGO, 1989). Nos últimos vinte anos, essa evolução tecnológica se acelerou rapidamente e permanece mudando a forma como se vive hoje. Uma das mais importantes manifestações desse avanço é a internet e seu uso atual. Do mesmo modo que no decorrer deste tempo, de acordo com a organização da sociedade e de fatores culturais e econômicos, grupos de pessoas são formados na medida em que experimentam diferentes estímulos de acordo com a época em que viveram e o contexto ao qual estão inseridos.

Os indivíduos que possuem características semelhantes passam a compor um grupo distinto dos demais, assim podem ser identificados como uma geração (Feixa, Leccardi, & Bauman, 2010). Cada uma destas gerações é fortemente marcada pelas tecnologias existentes durante o seu desenvolvimento. Sendo assim, a geração que esteve presente durante o processo mais recente e acelerado de evolução tecnológica, ocorrido nas duas últimas décadas, foi a Geração Y.

Estes jovens, que vivem atualmente a transição entre a juventude a e fase adulta, estão se inserindo no mercado de trabalho. Contudo, estão codificando e modificando os padrões atuais. Uma vez por isso, estão começando a mudar a sociedade e construindo novas tendências. A presente pesquisa contribui para a área acadêmica, de modo a agregar conhecimento, além de abrir possibilidade para ter seus resultados replicados ou utilizados em novas pesquisas e métodos.

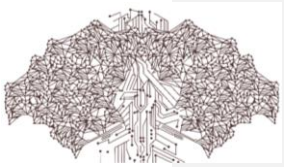
[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisador é Especialista em Comunicação Digital pela Puc-Minas e Graduado em Produção Multimídia também pela Puc - Minas. E-mail: llucasvaladares@gmail.com



Considerando então, a partir da pergunta "Como o desenvolvimento tecnológico nas duas últimas décadas impactou a forma como a Geração Y se relaciona?", buscou-se identificar como o desenvolvimento tecnológico impactou a forma como a Geração Y se relaciona. Também visou-se demonstrar os impactos das tecnologias de comunicação nos processos de comunicação e em nossa sociedade, caracterizar quem é a Geração Y, estabelecer a relação entre a Geração Y e a tecnologia, descrever o desenvolvimento dos aparelhos telefônicos celulares no Brasil nas últimas duas décadas e demonstrar como as relações estão sendo impactadas pelo uso de aparelhos telefônicos e as novas tecnologias.

Palavras-chave: Desenvolvimento Tecnológico. Geração Y. Millennials. Telefone Celular. Internet.



Abstract

The present work proposes to demonstrate how the technological development observed in the last 20 years has possibly influenced the generation Y. It also seeks to elucidate how these individuals relate to each other, interact with their world and how technological changes modify their experiences and make themselves present in the current day-to-day life of Brazilian society.

Throughout the history of mankind, the human being, through scientific advance, has developed tools to modify his reality. These technologies, as well as the scientific knowledge behind them, are part of human life from its core (LONGO, 1989). Over the last twenty years, this technological evolution has accelerated rapidly and the way we live today has changed. One of the most important manifestations of this advance is the internet and its current use.

Just as in the course of this time, according to the organization of society and cultural and economic factors, groups of people are formed in the measure that they experience different stimulus according to the time they lived and the context they are inserted. The individuals with similar characteristics are grouped into a distinct group from the others, so they can be identified as a generation (Feixa, Leccardi, & Bauman, 2010). Each of these generations is strongly marked by the technologies existing during its development. Thus, the generation that was present during the most recent and accelerated process of technological evolution occurred in the last two decades, was the generation Y.

These young people, who are currently living the transition between youth and adulthood, are entering to the business market and on this way codifying and modifying current standards. This is also why they are beginning to change society and building new trends.

The present research contributes to the academic area to build knowledge, besides opening possibility to have its results replicated or used in new researches and methods. So, from the question "How has technological development in the last two decades impacted the way Y-generation relates?", we sought to identify how technological development has impacted the way Ygeneration relates. It also aimed to demonstrate the impact of communication technologies on communication processes and in our society, to characterize generation Y, to establish the relationship between generation Y and technology, to describe the development of mobile phones in Brazil in the last two and demonstrate how relationships are being impacted by the use of mobile phones and new technologies.

Keywords: Technological Development. Generation Y. Millennials. Cell phone.

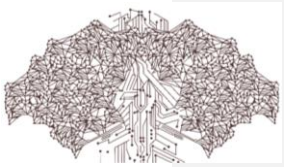
Os Impactos das Tecnologias de Comunicação nos Processos de Comunicação e em Nossa Sociedade

A difusão da internet, da comunicação sem fio, da mídia digital e de uma variedade crescente de novas ferramentas estimularam o desenvolvimento de redes horizontais de comunicação interativa que conectam o local e o global (Castells, 2009). Existem três princípios básicos que orientaram o ciberespaço: A Interconexão, a Criação de Comunidades Virtuais e a Inteligência Coletiva. Todavia, em que em seu cerne a sua pulsão mais forte é justamente a Interconexão (Lévy, 1999). Em complemento a isso, Corrêa & Paulo (2008), nos remete a dizer, que a produção de conhecimento através das novas mídias, decorre obrigatoriamente da Tríade Tecnologia, Comunicação e Sociedade.

Segundo Sartori & Roesle (2004), com o aperfeiçoamento das novas tecnologias de informação e comunicação, sendo as redes sociais, uma de suas mais importantes manifestações atuais, são requeridas novas habilidades e competências do cidadão, do usuário e do trabalhador que lida cotidianamente com elas. Os trabalhadores se sentem cada vez mais pressionados com a necessidade de formação continuada e direcionada a sua prática profissional.

À luz disso, sabemos que o termo 'Comunicação' vem do latim *Comunis* que significa comum. Assim, a comunicação ocorre quando o emissor traduz e transmite a sua ideia para uma linguagem ou algum código, que possa ser compreendido pelo seu receptor (Teixeira, 2010), estabelecendo neste processo uma forma de entendimento que é comum para ambos. Em relação à comunicação online e a nossa noção de pertencimento, percebe-se que as pessoas criam relações comunicacionais estabelecidas no espaço virtual, e assim, realiza-se um processo de assimilação, apropriação e partilha dos sentidos e saberes entre estas pessoas. O senso de pertencimento é possível em virtude de uma territorialidade simbólica, imaterial, manifestada nas ações executadas a distância. Os utilizadores participam, emitem opiniões, constroem novos significados, tecem uma rede de cooperação proporcionada por um processo de comunicação bidirecional (Sartori & Roesle, 2004).

A forma como nos relacionamos tem mudado constantemente e no último século esta mudança se fez ainda mais intensa. Algo que ilustra estas mudanças é a evolução da própria definição do que é uma comunidade. Esta noção, era fortemente relacionada a um grupo de pessoas em um espaço físico especifico, ligadas por algo que as convinham. Esse conceito foi redefinido pelos novos modos de se relacionar, aos quais estamos vivenciando.



A ideia de uma comunidade já não se limita a um ambiente físico e pode ser traduzido em um ambiente virtual, assim como também não está mais presa a uma linha do tempo cronológica (Peruzzo, 2011). Desta forma pessoas de diferentes locais, em diferentes momentos, com bagagens culturais diversas estão se relacionando e formando novas comunidades. Portanto, cada vez mais temos nos apropriado do 'Online'.

Segundo Mussoi, Flores, & Behar (2007), as comunidades virtuais são formadas de grupos de pessoas interconectadas em busca da inteligência coletiva. É um grupo humano que se constitui como comunidade virtual para aproximar-se do ideal do coletivo inteligente. A virtualização ou desterritorialização das comunidades no ciberespaço são condições para haver inteligência coletiva em grande escala. Desta forma, estamos criando nossas vidas neste espaço, vivendo novas experiências e criando novas formas de nos relacionarmos (Casalegno, 1999). Os limites entre nossas vidas, seja online ou offline, estão cada vez se tornando menos sólidos e mais líquidos.

Explanação sobre gerações e a Geração Y

Há muito tempo o conceito de "geração" tem sido um tema relevante nas Ciências Humanas e Sociais. Esta ideia de "geração" se tornou fortemente aceita frente às constantes mudanças na sociedade, alterações nas formas de trabalho e no avanço da globalização. Tornado, assim, possível materializar-se a ideia de "geração global", muito embora não se possa deixar de levar em consideração as interferências de aspectos socioculturais e contrastes econômicos em regiões menores como países e cidades. Estes aspectos devem ser considerados ao se identificar um ou mais grupos (Claro, Torres, João, & Tinoco, 2010; Feixa et al., 2010; Oliveira, Piccinini, & Bitencourt, 2012; Saad & Madureira, 2010).

Aspectos do contexto histórico econômico, vivências em sociedade, desenvolvimento tecnológico e o uso das tecnologias, são fatores importantes para que se possam identificar estes conjuntos de indivíduos (García & Stein, 2008; Gazola & Santana, 2010). Embora a idade seja constantemente um fator importante para se delimitar os integrantes de uma geração, é imprescindível ressaltar, que isso somente não dará conta de formar um grupo homogêneo, bem como não se pode desconsiderar que atualmente diferentes gerações coexistem e se influenciam.

Levando estes aspectos em consideração, a presente pesquisa se propõe a estudar o grupo denominado como Geração Y. Pertencem a este conjunto, os jovens que nasceram a partir de 1980 até os anos 2002. Essa geração nasceu em um mundo cercado de facilidades e avanços

tecnológicos nunca antes vislumbrados no mundo. A internet possibilitou a diminuição de fronteiras geográficas e culturais entre os povos, permitiu assim os indivíduos, uma nova forma de se ser, de se expressar e de se relacionar.

Mediante estes estímulos, percebe-se que a comunicação entre as pessoas foi alterada e é fortemente estimulada pelo avanço tecnológico desta época (Manoel & Cardoso, 2013; Perrone, Engelman, Santos, & Sobrosa, 2013).

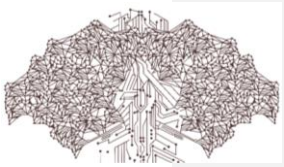
Os “Millennials”, como também são conhecidos membros da já referida geração, cresceram recebendo inúmeros estímulos, envoltos em uma economia efervescente e inseridos em um contexto de extremo desenvolvimento tecnológico, por isso são ágeis e aprendem facilmente como utilizar novas ferramentais (Claro et al., 2010; Perrone et al., 2013). Muitos historiadores chamam a Revolução Industrial de Revolução tecnológica. Termo, que para esta geração possui uma forma de agir em sociedade diferente das demais, sendo caracterizada por sua forte relação com as novas tecnologias que surgem em sua rotina.

Em um contexto nacional, atualmente os membros da Geração Y não representam a maior parte da população brasileira, e segundo o IBOPE, apenas 23% da população pertence a esse grupo. Muito embora isso, eles já estão começando a se inserir no mercado de trabalho e conquistando cargos importantes em pouco tempo.

Nosso avanço tecnológico

Ao longo da História humana, durante todas as civilizações, houve um movimento de se tentar entender o nosso universo. E embora nas primeiras civilizações isso ainda não fosse de fato uma ciência, esse processo se mostrou o percursor dela. A Ciência como compreendemos hoje, parece ter surgido somente no decorrer da Renascença, para só em Galileu ela encontrar sua forma como um "método científico". Então coube a Revolução Tecnológica1 do século XIIX o próximo avanço, colocar o conhecimento científico em prática por meio de roupagens tecnológicas. Mas se mostra mais relevante, certamente o maior investimento no desenvolvimento das C&T 2 são decorrentes a segunda guerra, feito por ambas as partes do conflito (LONGO, 1989).

Sobretudo, percebesse que, para cada nova geração nos últimos séculos, o salto tecnológico tem necessitado de um intervalo cada vez menor de tempo, e isso vem acontecendo em uma escala progressiva. Supondo que nos anos 50, uma determinada tecnologia demorasse cerca 30 anos para dar um salto que gerasse um impacto relevante na sociedade, já na década de



80 esse tempo foi reduzido drasticamente, e assim por diante nas próximas décadas. Isso ocorreu em parte, graças a invenção dos microprocessadores e posteriormente a sua disponibilidade comercial.

Essa crescente evolução das tecnologias e por consequência a disseminação do seu uso, tem como uma de suas explicações uma lei observada em 1975 pelo então Engenheiro Gordon E. Moore. Segundo ele, os circuitos eletrônicos teriam seus custos de funções eletrônicas constantemente reduzidos e Ciência e Tecnologia. Gordon E. Moore já havia feito uma previsão parecida dez anos antes, mas em 1975 ele atualizou o seu cálculo. Mesmo a esta inclinação reduzida, estruturas integradas contendo vários milhões de componentes também um crescimento inversamente proporcional para a sua utilidade na área da eletrônica digital.

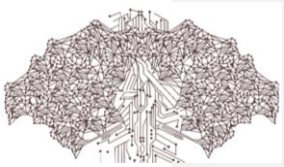
"Even at this reduced slope, integrated structures containing several million components can be expected within ten years. These new devices will continue to reduce the cost of electronic functions and extend the utility of digital electronics more broadly throughout society" 4 (Moore, 1975).

Ainda segundo ele, a taxa de aumento na densidade dos circuitos eletrônicos deveria dobrar a cada 18 meses e quadruplicar a cada 3 anos esse crescimento continuaria a acontecer em função da seguinte razão:

(Circuitos por Chip) = 2 (ano-1975)

Com base nessa razão de crescimento podemos facilmente explicar a diminuição nos intervalos de tempo entre a criação de novas tecnologias e podem ser esperados no prazo de dez anos. Estes novos dispositivos, continuarão a reduzir o custo de funções eletrônicas e estender a utilidade de eletrônica digital de forma mais ampla em toda a sociedade. Embora essa lei tenha permanecido constante nos últimos anos, pode ser que no futuro ela não se mantenha (Alecrim, 2016). Porém os impactos deste fluxo evolutivo permanecem.

Como consequência disto, nos anos 80-90 assistimos a popularização da internet e a transformação de sua, até então, única forma de acesso, o computador. Este, se conectando ao ciberespaço, no qual a rede é o computador e o computador uma máquina de conexão.



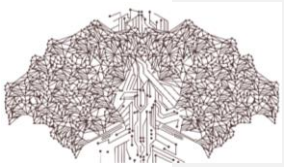
Entretanto, o nosso cenário mudou, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (Lemos, 2004). Nos laptops, palms, celulares, vemos no Brasil, a iniciativa para disponibilizar a internet ao público em geral somente em 1995, por meio da atuação do governo federal para implantar a infraestrutura necessária e definir parâmetros para que posteriormente as empresas privadas provessem o acesso para usuários. Desde então, a internet no Brasil experimentou um crescimento espantoso (Monteiro, 2001).

Paralelo a isso, outro grande exemplo do desenvolvimento tecnológico, é que atualmente tem impactado fortemente nosso cenário social e econômico, são os aparelhos telefônicos. Sua origem foi no telegrama, criado em 1791. E o telefone como conhecemos, só foi inventado quase um século depois, em 1860. Assim, em 1870 o os telégrafos já estavam presentes na vida cotidiana de algumas pessoas, mesmo que nesse momento não fosse utilizado em larga escala. Nessa mesma época, o telefone foi inventado por Alexander Granham Bell. O próximo avanço considerável veio por parte de Theodore Vail, que desenvolveu a ideia de "Sistema Nacional de Telefone".

Ideia essa que, apesar de muito onerosa, levou o telefone ao uso doméstico. Em 1956 nasceu o telefone digital e, apenas na década de 80, que os primeiros telefones celulares surgiram no EUA. Junto com isso, veio também outro grande salto nas comunicações por telefone existentes nessa época, a implementação da modulação "pulse" e o sistema binário, que mais tarde foi inserido nos computadores (PAMPANELLI, 2003).

Nos anos 2000, os celulares começam a acumular mais funções, além de simplesmente fazer ligações. E, nesse período, os primeiros aparelhos multifuncionais começaram a chegar ao Brasil, já como celulares da segunda geração. Nesse mesmo momento, a aceitação da telefonia móvel era baixa por parte do público e os custos para se ter um celular eram proporcionalmente altos. Entretanto, nos anos que se seguiram, a aceitação cresceu exponencialmente, se alindo com a diminuição dos custos destes aparelhos.

Em março de 2017 , segundo a ANATEL, já se somava um número de 242,8 milhões de pessoas usando celulares móveis somente em território nacional (FEIJÓ; BALDESSAR; VIEIRA, 2013). Ao longo das duas últimas décadas, a globalização em conjunto com a internet, gerou um fenômeno sociocultural em todas as partes do globo, sendo um desses fenômenos a disseminação do uso de telefones celulares, o que tornou os aparelhos celulares artefatos símbolos da contemporaneidade, bem como, nos permite perceber que os indivíduos se utilizam desses artefatos para compreender e construir o mundo a sua volta (SILVA, 2007).



Sendo assim a medida em que o uso dos aparelhos celulares cresceu, aumentou-se, também, as exigências quanto a eles. As tendências de comportamento e de uso desses dispositivos se alteraram e, ao longo deste processo tecnológico, e no desenrolar destas mudanças nos diferentes senários socioculturais, formam-se novas maneiras de interpretar o mundo (Horta, 2015).

Ao longo das últimas décadas, a internet também evoluiu constantemente. De modo que a nossa relação com a mesma, está cada vez mais natural e indissociável da nossa realidade. E por todos estes aspectos a Internet não é mais um repositório estático de documentos de hipertexto interligados. Esta se fez mais complexa e se constitui de um universo dinâmico de humanos, máquinas e aplicativos em rede (Marc Jadoul, 2015). Na mesma medida, a atual disseminação dos aparelhos mobile aliada a propagação da internet, tem modificado constantemente a forma como se comunica. Ao contrário dos meios de comunicações utilizados anteriormente, como a televisão e o rádio, por exemplo, a internet não é apenas uma mídia "assistida" ou consumida passivamente, ao contrário disso ela é sim vivenciada.

Segundo uma pesquisa da Nilsen divulgada no Brasil pelo IAB em 2015, a penetração da internet no Brasil já era de 53%7. Atualmente a maior parte da população brasileira utiliza a internet pelos seus celulares. Segundo o IBGE em 2015, 92,1% dos brasileiros acessaram a internet por meio se seus telefones celulares, enquanto 70,1% o fazem por meio de seus computadores. Em 2014, o acesso à internet por meio do celular também foi predominante em relação ao uso do computador 76,6%, o que demonstra o seu rápido crescimento. Um dos motivos que explicam esse fenômeno é o fato de que os aparelhos celulares e a internet mobile estão ficando mais baratos e acessíveis, o que contratas com os custos de um computador de mesa e uma conexão fixa. (Ana Cristina Campo, 2016).

Nessa medida um outro grande exemplo da forte relação dos Millenials com a tecnologia é o uso que estes fazem das redes sociais. Podemos definir as redes sociais como sistemas ou serviços baseados na web que permitem aos indivíduos construir um perfil público ou 'semi' público dentro de um sistema delimitado, e assim estabelecer uma lista com outros usuários com quem acessa.

Em 25 junho 2017. compartilham uma conexão e que veja e através de sua lista de conexões as demais, feitas por outros dentro do mesmo sistema (Boyd & Ellison, 2007). As redes em um sentido mais amplo processam um fluxo de informações que perpassam entre nós. Sendo assim, elas são estruturas complexas que servem para a comunicação construídas com um objetivo

primário. Nas Redes sociais os indivíduos promovem seus interesses e valores com os outros, que por sua vez fazem o mesmo (Castells, 2009).

No Brasil as pessoas em geral se consideram muito sociáveis. O brasileiro possui uma média de 573 amigos em suas redes sociais. E 73% dos brasileiros consultados acreditam que conheceram mais pessoa divido as redes sociais e 50% deles dizem acreditar que ter mais amigos offline resulta em mais amigos online. Da mesma forma na hora de adicionar novos amigos 74% dos brasileiros consultam as redes sociais de seu amigo antes de adicionar alguém, e 26% consulta as redes de seus familiares (Miller et al., 2015).

Metodologia

Esta pesquisa foi realizada em três etapas que englobaram a revisão literária, a coleta de dados e análise desses e finalização da pesquisa com a elaboração do seu documento final. Essa é uma pesquisa qualitativa que se divide em: interpretação do referencial teórico e validação do conteúdo por meio de aplicação e analise de grupos focais.

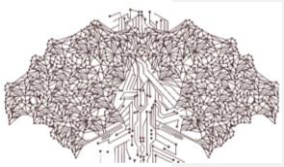
A metodologia de Grupo focal foi escolhida por ser uma abordagem qualitativa que permite em sua interação entre os participantes e o pesquisador, para que se possa assim colher dados a partir da discussão focada no tópico desejado e também nos seus diretivos. A maior riqueza do grupo focal se baseia na tendência humana de formar opinião e atitudes de interação com outros individuas (Iervolino & Pelicioni, 2001).

Da mesma forma, os grupos focais servem a diversos propósitos, e também, há para eles duas diferentes orientações: confirmação de hipóteses e a avaliação da teoria. Estas duas orientações podem estar combinadas em três modalidades de grupos focais: exploratórios, clínicos e vivenciais. O grupo focal clínico em sua orientação teórica se dirige para a compreensão das crenças, sentimentos e comportamentos, enquanto a prática ocupa-se em descobrir projeções, identificações, vieses e resistência à persuasão (Gondim, 2003).

Sendo assim, grupos focais foram realizados através da ferramenta de vídeo conferencia Hungout. Esta forma de realização foi escolhida com base na facilidade de uso das tecnologias por parte dos participantes, assim como também serviu como uma forma de possibilitar que pessoas de diferentes áreas geográficas pudessem conversar ao mesmo tempo. Foram realizados ao todo quatro grupos focais com jovens de diferentes idades, gêneros, cidades e classes sócias. As conversas estão disponíveis nos links a seguir.

Diagnósticos dos Grupos Focais

Com base no grupo focal realizado podemos perceber que, esta geração passou por diferentes fazes no uso das tecnologias e também da internet. A grande maioria teve o seu primeiro contato com computadores em algum lugar externo aos seus lares, da mesma forma a primeira vez que acessaram internet foi na casa de algum parente, em uma escola ou em algum local público. Nesta época a sua conexão era feita a pulso de ligação telefônica, o que limitava o tempo



e o horário de uso da internet. Posteriormente passaram a possuir computadores em suas casas e logo também veio a internet a cabo. Da mesma forma a sua relação com os celulares foi gradual. Tiveram o primeiro contato com celulares atreves de pessoas próximas, muitas vezes demoraram a possuir um único aparelho para o uso em suas casas. Passaram a ter seus próprios aparelhos celulares muito tempo depois, normalmente ganho de algum familiar ou pessoa próxima que adquiriu um modelo novo. Dessa mesma, demoraram ter os seus primeiros smartphones, mas logo que os obtiveram passaram a ter acesso a internet móvel. Este foi o momento onde a tecnologia, a internet e necessidade e particularidades destes indivíduos se cruzaram. Possibilitando assim, uma nova forma de uso destes dispositivos, na mesma medida que permitiu para esse grupo um novo jeito de se expressar e de se relacionarem.

Percebe-se pela fala dos participantes que, conforme os celulares foram evoluindo, estes passaram a concatenar diversas funções para criar, armazenar e compartilhar informações. Sendo assim, as pessoas passaram a utiliza o celular como um artefato pessoal, onde, através do seu uso, ficou marcado neste artefato a sua personalidade. Mas, devido a rápida evolução dos aparelhos celulares e com a facilidade de acesso a essa tecnologia, ficou cada vez mais comum que as pessoas troquem seus aparelhos, e apesar da relação de uso intenso destes aparelhos pelos seus donos, isso não chega a configurar qualquer tipo de insatisfação ou se torna uma barreira para evitar esta a troca destes. Visto que muitas vezes esses novos aparelhos possuem as mesmas funcionalidades do anterior e algumas novas, que normalmente, são do interesse de quem o adquire.

Estas pessoas começaram a usar a internet muito cedo, e através desse uso criaram intimidade com esse espaço. Da mesma fora, embora no início do seu uso a maioria das redes sócias fossem comuns nesse grupo, já era possível perceber um uso diferenciado da internet por parte de cada um dos entrevistados. Outra característica que ficou bastante clara nos grupos focais foi que os jovens da Geração Y cresceram juntos e paralelamente com a evolução tecnológica e o acesso a internet. Essas pessoas foram as últimas que puderam conhecer um mundo sem a presença do digital em suas vidas. Ao mesmo tempo que esta é a única geração que acompanhou junto como seu crescimento a evolução tecnológica ocorrida nas duas últimas décadas. Este grupo acompanhou o amadurecimento das diferentes redes sociais existentes, e até mesmo acompanhou o declínio de outras como o Orkut e o MSN. Percebe-se também que, o uso que fazem das redes sociais ainda carregam algum receio relativo a esta rede e a exposição de suas imagens. Este é o mesmo receio que permanece presente nas gerações anteriores a esta e que tem se amenizado nas gerações posteriores.

Muitos desses indivíduos já não sentem mais apego a ao uso do computador. E pensam que os celulares já substituem os computadores facilmente, sendo até mesmo mais prático e dinâmico para em seu uso diário. Eles preferem utilizar as redes sociais pelo celular, o que por consequência diz que estão cada vez mais utilizando os celulares como forma de se relacionar.

Considerações Finais

O presente estudo teve como principal objetivo entender a relação entre os jovens pertencente a Geração Y com a tecnologia atual. Desta forma, no decorrer da pesquisa e nos grupos focais realizado, ficou claro que estes indivíduos não tiveram contato com a internet ou com computadores desde sempre, este uso foi gradativo e acompanhou o desenvolvimento destas tecnologias. Mas mesmo assim esta geração começou a fazer uso destas ferramentas desde muito

cedo, e em alguns casos até mesmo na infância, o que gerou neles uma forte relação com estas ferramentas.

Da mesma forma, através deste uso tiveram muito cedo acesso as redes sociais. E assim, podemos afirmar que, na mesma medida que estas ferramentas mudaram a forma com estas pessoas enxergam e percebem seu mundo, estas mesmas pessoas através do uso, ajudaram no desenvolvimento destas tecnologias. Tudo isso se deve ao fato de estas pessoas terem crescido paralelemente com o desenvolvimento da internet, dos computadores e mais recentemente dos celulares. Esta relação simbiótica tem representado ganho mutuo para ambas as partes, perdura e se manterá presente em suas vidas.

Sendo assim, atualmente a Geração Y permanece com um elevado uso das tecnologias atuais aliado a um, cada vez mais intenso, uso das redes sócias. Estas pessoas já não dividem suas vidas entre o online e o off-line. Suas vivencias perpassam estas duas dimensões. Além disso os usos das redes sociais permitiram a estas pessoas cria e manter relações com pessoas outras, que vivem em locais diferentes, possuem diferentes classe sociais, vivem em diferentes contextos sociais, mas que compartilham algum interesse mutuo, o que permite o desenvolvimento e a continuidade desta relação.

Portanto, com passar do tempo este desenvolvimento se manterá. E fica como proposta para as próximas pesquisas buscar entender como, através do uso das novas tecnologias, esta geração se relaciona com as demais e como isso se desenvolveu e se desenvolvera. Também fica proposto para futuras pesquisar acompanhar o desenrolar desta conexão entre a Geração Y e a tecnologia.

Referências bibliográficas

Alecrim, E. (2016). Fim próximo da Lei de Moore faz Intel mudar ciclo de atualização de processadores. Retrieved June 11, 2016, from https://tecnoblog.net/193190/intelprocessadores-fim-tick-tock/

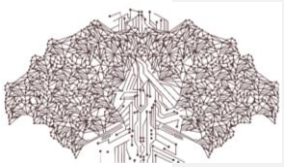
Ana Cristina Campo. (2016). IBGE: celular se consolida como o principal meio de acesso à internet no Brasil | Agência Brasil - Últimas notícias do Brasil e do mundo. Retrieved January 11, 2017, from http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-12/ibgecelular-se-consolida-como-o-principal-meio-de-acesso-internet-no-brasil

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210–230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.

Casalegno, F. (1999). Sherry Turkle: fronteiras do real e do virtual. Revista Famecos, (11), 117–123.

Castells, M. (2009). O poder da Comunicação, 609.

Claro, J. A. C. D. S., Torres, M. D. O. F., João, B. D. N., & Tinoco, J. E. P. (2010). Estilo de Vida do Jovem da "Geração Y" e suas Perspectivas de Carreira, Renda e Consumo. SemeAd - Seminários de Administração FEA-USP, 13, (May 2017), 1–17. Retrieved from http://www.ead.fea.usp.br/semead/13semead/resultado/trabalhosPDF/671.pdf



Corrêa, E. S., & Paulo, U. D. S. (2008). Reflexões para uma Epistemologia da Comunicação Digital, 4, 307–320.

da Silva, S. R. (2007). "Eu Não Vivo Sem Celular": sociabilidade, consumo, corporalidade e novas práticas nas culturas urbanas. Intexto, (17).

Feijó, V. C., Baldessar, M. J., & Vieira, M. L. H. (n.d.). ELEMENTOS DE DESIGN PARA INTERFACE DE APPS EM SMARTPHONES: O IPHONE 4S. Wright.Ava.Ufsc.Br. Retrieved from http://wright.ava.ufsc.br/~grupohipermidia/graphica2013/trabalhos/ELEMENTOS DE DESIGN PARA INTERFACE DE APPS EM SMARTPHONES O IPHONE 4S.pdf

Feixa, C., Leccardi, C., & Bauman, Z. (2010). O conceito de geração nas teorias sobre juventude, 25, 185–204.

García, D., & Stein, G. (2008). Quem é a geração Y, 1–7.

Gazola, J. N. G., & Santana, P. da S. (2010). Gestão, comportamento da geração Y. XIII SemeAd, Seminários Em Administração, 1–19.

Giovana Azevedo Pampanelli. (2003). A Evolução do Telefone e uma Nova Forma de Sociabilidade: O Flash Mob. Retrieved from http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/gazevedo.html

Gondim, S. M. G. (2003). Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. Paidéia, 12(24), 149–161. https://doi.org/10.1590/S0103- 863X2002000300004

Horta, A. A. (2015). Lentes do Design : As Escolhas da Geração Y Anderson Antonio Horta Lentes do Design : As Escolhas da Geração Y.

Iervolino, S. A., & Pelicioni, M. C. (2001). A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. Revista Da Escola de Enfermagem Da U S P, 35(2), 115–121. https://doi.org/10.1590/S0080-62342001000200004

Lemos, A. (2004). Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão. Razon Y Palavra, (41), 1. https://doi.org/http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html

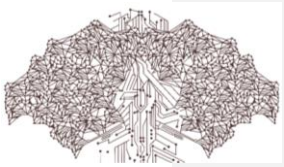
Lévy, P. (1999). Cibercultura.

LONGO, W. P. (1989). Ciência e Tecnologia: evolução, inter-relação e perspectivas. Anais Do 9o Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 1, 42.

Manoel, J., & Cardoso, M. (2013). HABILIDADES TECNOLÓGICAS E COMUNICAÇÃO NA GERAÇÃO Y : A PERCEPÇÃO DESTES FATORES POR GESTORES DE EMPRESAS DE MARINGÁ Caroline Ribeiro Martins Lipkin (2010) descreve que a geração Y cresceu vendo seus pais , os " workaholics " 3 sacrificar seu tempo livr, 2– 44.

Marc Jadoul. (2015). The IoT: The next step in internet evolution | Insight | Nokia. Retrieved June 12, 2017, from https://insight.nokia.com/iot-next-step-internetevolution

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., … Wang, X. (2015). How The World Changed Social Media. PhD Proposal (Vol. 1). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004



Monteiro, L. (2001). a Internet Como Meio De Comunicação: Possibilidades E Limitações. XXIV Congresso Brasileiro Da Comunicação, 27–38. Retrieved from http://www.jack.eti.br/www/arquivos/documentos/trabalhos/fae/Trabalho_Redes_Adinarte_26032008.pdf

Moore, G. E. (1975). Progress in digital integrated electronics. 1975 International Electron Devices Meeting, 21, 11–13. https://doi.org/10.1109/N-SSC.2006.4804410

Mussoi, E. M., Flores, M. L. P., & Behar, P. A. (2007). COMUNIDADES VIRTUAIS – UM NOVO ESPAÇO DE APRENDIZAGEM.

Oliveira, S. R. De, Piccinini, V. C., & Bitencourt, B. M. (2012). Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil? Organização & Sociedade, 19(62, /set.), 551–558. https://doi.org/10.1590/S1984-92302012000300010

Perrone, C. M., Engelman, S., Santos, A. S., & Sobrosa, G. M. R. (2013). A percepção das organizações pela Geração Y. Revista de Administração Da UFSM, 6(3), 546– 560. https://doi.org/10.5902/198346596157

Peruzzo, C. M. K. (2011). Comunidades em tempo de redes. Peruzzo, Cicilia MK; COGO, Denise; Aplún, Gabriel (Orgs.) Comunicación Y Movimientos Populares:¿ Cuales Redes, 275–298.

Presentation: The Evolution of Cell Phones – 2012 Spring – MIS3538 participation hub. (2012). Retrieved July 23, 2017, from http://community.mis.temple.edu/mis3538c2/2012/03/28/presentation-the-evolution-ofcell-phones/

Saad, E., & Madureira, F. (2010). Jornalista cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros. Estudos Em Comunicação, 1, 157–184.

Sartori, A. S., & Roesle, J. (2004). Comunidades virtuais de aprendizagem: espaços de desenvolvimento de socialidades, comunicação e cultura. II Simpósio: E Agor@ Professor, 2004. Retrieved from http://www.pucsp.br/tead/n1a/artigos pdf/artigo1.pdf

Teixeira, M. M. (2010). OS ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO, (1975), 1–6. tnahistoryoftechnology.wikispaces.com. (n.d.). tnahistoryoftechnology - Alexander Graham Bell. Retrieved July 20, 2017, from https://tnahistoryoftechnology.wikispaces.com/Alexander+Graham+Bell

OS IMPACTOS TRAZIDOS PELAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO NOS MEIOS CULTURAIS[1]

Andréa Nunes de Araújo[2]

Os indivíduos encontram muitas maneiras de transmissão de conhecimento através da tecnologia. Até mesmo na pré-história, os homens das cavernas deixavam seus rastros por meio de pinturas nas paredes, pelas quais podiam indicar perigos, lugares para localizar alimentos, enfim, seus hábitos. Consequentemente, possibilitava ao grupo uma memória de sobrevivência.

Podemos pensar em outro recurso da comunicação: a oralidade. Assim surgiu a fala e, por conseguinte, a língua. Com isso, as reuniões de grupos humanos propulsionaram a vinda de uma personagem importante: o contador de histórias, que geralmente as elaborava com intuito de transmitir as tradições em sua tribo. Comumente essa figura era um ancião, que disseminava seus conhecimentos aos mais jovens.

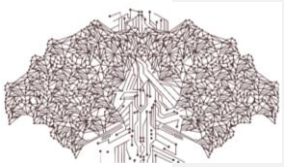
Nestes mecanismos de comunicação, presentes em diversas civilizações, o artigo vem discutir a premissa de que cada nova tecnologia traz novas maneiras de interações humanas, o que acarreta transformações nos meios culturais. Nesta situação, a Internet, como comunicadora, concentradora humana, pode ser um espaço de inclusão ou exclusão de representações culturais.

Tendo em vista as novas apropriações para adaptações aos novos meios de comunicação e tecnologias, fazemos uma reflexão diante dessas mudanças de Literacias de Mídia e Informação (MIL). Para McLuhan (2007, p. 114), "a aceleração e a ruptura são os principais fatos do impacto dos meios sobre as formas sociais existentes", portanto, as dificuldades sofridas para adaptação e apropriação das tecnologias com a finalidade de nossas extensões, provocam as angústias que, ao dominá-las, passam despercebidas e naturalizadas em nosso cotidiano.

Para entendermos o impacto dessas transformações, voltaremos para 5.000 a.C., surgimento da escrita, a qual foi criada para preservarmos nossas memórias, uma vez que a oralidade dependia de recursos para a guarda do conhecimento, como por exemplo, as métricas da poesia. Contudo, a oralidade tornava-se restritiva a preservação da memória, devido ao aumento de informações e complexidades de pensamento. Então, a escrita permite a extensão da mente humana, através de suportes como papiro, tábuas de argilas, pergaminhos, papel e etc.

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 01, Literacias de Mídia e Informação (MIL), do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora e bibliotecária. Mestranda no Mestrado Profissional em Gestão da Informação da ECA-USP. E-mail: andreanunes@usp.br



> Quer dizer, o objeto do discurso já não tinha porque ser uma pessoa, um agente, e sim que podia tratar-se de ideias, abstrações, embora inicialmente este ente impessoal ainda se comportava como uma pessoa e mesmo em algumas ocasiões, ainda hoje se faça. Isso não significa que se abandonara o modo narrativo, pois uma das primeiras funções da escrita foi dar conta da oralidade (PONS, 2013, p. 218).

Por conseguinte, isso nos leva à invenção da imprensa, por Gutenberg, no final do século XV. Tal invenção permitiu a reprodução dos livros, o que acelerou a disseminação da informação em larga escala e desenvolveu as características da leitura: silenciosa, interiorizada e individualizada no ponto de vista do autor.

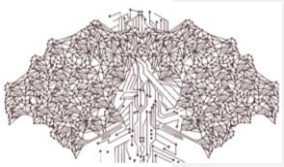
O texto impresso, no caso, o livro, oferece uma leitura acabada (início, meio e fim), hierárquica, estável e material. Entretanto, no século XX, com o aparecimento do digital, temos uma nova forma de leitura, o texto digital, que ao contrário do impresso, o ato de ler é inacabado, não hierárquico, instável e imaterial. Isto acontece devido ao hipertexto: um recurso que utiliza áudios, imagens e textos que são conectados por links. Por isso, a leitura se torna aberta a diversas possibilidades de interpretações.

Em torno disso, podemos refletir sobre o fato das tecnologias exigirem habilidades e conhecimentos, sem os quais ficaríamos excluídos dessas interações. Pons (2013, p. 215), sobre a escrita, comenta que há milhares de anos temos que desenvolver aprendizado para decodificar símbolos. Considera tal fenômeno algo artificial, uma tecnologia internalizada.

No século XIX, desenvolveram-se muitos estudos sobre Literacidade referentes àquelas pessoas com habilidade de ler e escrever bem, sinônimo de um indivíduo culto. Diante das inovações da comunicação, o conceito ampliou-se para abranger as mudanças das novas interações sociais.

> [...] a literacidade compreende uma série de competências reguladas socialmente englobando tanto o que é valorizado como norma e o que é desaprovado ou visto como transgressor. A literacidade na internet, particularmente, pode ser diferenciada de outras formas de literacidade na medida em que habilidades específicas, experiências, textos, instituições e valores culturais associados à internet se diferenciam daqueles ao impresso, audiovisual e outras formas de comunicação (LIVINGSTONE, 2008, p. 21).

A internet requer dos indivíduos novas habilidades de acessar, analisar, avaliar e transmitir as informações disponibilizadas na rede, em que há o envolvimento das apropriações e práticas culturais em torno desses relacionamentos virtuais, impactando os atores nesse novo contexto.



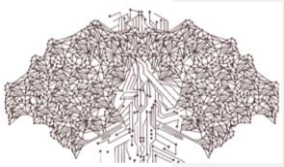
Portanto, a rede é uma ferramenta de comunicação e trouxe diversas mudanças sociais. Entretanto, há uma necessidade dos indivíduos de adequação para não serem excluídos dessa ferramenta. O que nos faz refletir sobre essa transformação é a forma de lidar com tanta informação acessível: distinguir entre a informação útil e a inútil.

A informação pode fazer a diferença no cotidiano de uma pessoa na qual aquela ofereça mais qualidade de vida, pois a tecnologia inova ao passar dos anos. Porém, os dilemas humanos permanecem os mesmos: se o conteúdo disponível e acessível oferecerá estímulo positivo ou negativo às relações sociais.

O letramento vem como uma necessidade dos indivíduos de acesso à internet, devido a ser uma tecnologia da comunicação. Toda comunicação exige uma linguagem, que deve ser interpretada e compreendida por um grupo para que, enfim, possa haver a troca de informação, que para cada um tornar-se-á o conhecimento. Assim, diz McLuhan (2007, p. 209): "toda tecnologia cria novas tensões e necessidades nos seres humanos que a criaram. A nova necessidade e a nova resposta tecnológica nascem do abrangimento da tecnologia já existente – e assim por diante, num processo incessante".

Em vista disso, a rede tem um imenso alcance para sensibilização e conscientização sobre diversos assuntos, principalmente os de utilidade pública. Atualmente, vivemos a cultura das epidemias, em que cada mudança de estação climática surge uma nova ameaça aos seres humanos − vide o exemplo no Brasil, com caso de Zika vírus, H1N1, febre amarela dentre tantas outras. Portanto, a internet é um veículo fundamental de informações, todavia é de suma importância ter filtro para separar o conteúdo confiável daquele que não possui esta qualidade, pois este é um caso em que lidamos com a saúde de uma população. Até mesmo os órgãos públicos oficiais responsáveis podem utilizar o espaço virtual para desmitificação de informações não verdadeiras, e também promover campanhas para prevenir e salvar vidas com conteúdo de relevância para diminuir situações de risco.

Por esta razão, o letramento de mídia e informação é a ferramenta da educação para diminuir as desigualdades sociais trazidas pelos impactos tecnológicos. As disparidades sociais estão relacionadas aos níveis escolares dos indivíduos. Por este motivo, o letramento pode diminuir abismos e promover desenvolvimento socioeconômico. Existem variados níveis de letramento, como informativo, midiático, textual e, dentre outros, o informacional. Este é o mais básico e fundamental, pois através dele é possível compreender o mundo e transformar a informação em conhecimento, condição que proporcionará oportunidades democráticas no âmbito social como um todo. Sobre letramento informacional, Warschauer diz:



> Há uma grande diferença entre informação e conhecimento, e o letramento informacional é decisivo para a capacidade de transformar a primeira no segundo. Esse letramento está distribuído de modo desigual na sociedade, e cruza com outras formas de estratificação social. O fomento de letramento informacional deve ser objetivo importante para projetos que buscam promover a inclusão social (WARSCHAUER, 2006, p. 159).

Desse modo, o incentivo ao letramento informacional diminuirá as desigualdades sociais, principalmente por permitir acesso equitativo a "ser" e a "estar" neste mundo simbólico dependente de compreensão destes signos. Para Canclini (2015), em sua obra *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*, diminuímos as desigualdades quando reconhecemos as diferenças de cada povo. Portanto, reconhecer a cultura de minorias possibilita maior participação e diversidade na rede global.

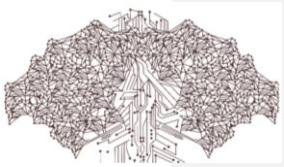
Na obra *Smart*, de Frédéric Martel, fica evidente a importância do espaço de representação cultural das minorias. Em seu estudo, realizou viagens em torno do mundo, visitou países de culturas uniformizadoras e países de culturas híbridas, ditos países emergentes, onde é visto como lugar das desigualdades sociais.

No segundo caso, observam-se adaptações de serviços conhecidos da internet, como a língua, o design para leitura de texto e adequação do tipo de conteúdo religioso, político e social. A partir de tal observação, Frédéric Martel, fala que, nos dias de hoje, não se trata de Internet no singular, mas de Internet(s), no plural, porque o diferencial são os pluralismos culturais, a principal via para diminuir a exclusão tecnológica.

Dessa forma, a web tem uma função social para a geração de conhecimento. Portanto, não estar conectado faz o indivíduo ficar à margem do intercâmbio mundial, em que o desenvolvimento está intimamente relacionado à rede, ou seja, inevitavelmente a produção de uma nação estará ligada à internet. Diante disto, Castells diz:

> A divisão global fundamental não é medida pelo número de conexões com a Internet, mas pelas consequências tanto da conexão quanto da falta de conexão. Porque a Internet, como este livro mostra não é apenas uma tecnologia. É a ferramenta tecnológica e a forma organizacional que distribui informação, poder, geração de conhecimento e capacidade de interconexão em todas as esferas de atividade (CASTELLS, 2003, p. 220).

Em virtude desta reflexão, a discussão vai muito além do letramento de mídia e informação, discorre a respeito da maneira como uma sociedade se organiza na rede, desde as políticas voltadas ao acesso à tecnologia, ao incentivo de aprendizagem do uso dos aparatos, à inovação através de conhecimento, à infraestrutura oferecida àquela sociedade e à produção econômica. Sucinta, portanto, a noção de valor de uma sociedade, tal como Castells designa a



divisão global, sem se prender à divisão territorial de ocidente e/ou oriente, mas certamente de lugares conectados ou desconectados, inclusivos ou exclusivos.

Contudo, o principal ponto a ser levado em consideração são os fatores culturais para promover a criatividade individual e coletiva. Assim, por intermédio das mídias digitais, desenvolver o compartilhamento de informações e estimular a geração do capital intelectual de uma nação. Em tal perspectiva, Caballero diz:

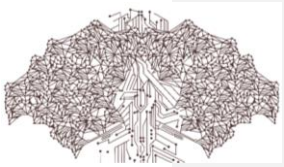
> O desenvolvimento social das TICs, as categorias e os protocolos de análise nesta área devem, portanto, ser ajustados aos processos de apropriação social da comunidade, às necessidades radicais de expressão e desenvolvimento cultural dos assuntos, bem como aos desafios político-econômico de interesse e domínio público, pensando na participação e nas possibilidades abertas pela nova mídia digital como um processo de construção coletiva de desenvolvimento e conhecimento, com base na cooperação, na organização de redes cívicas e no planejamento de planos para mudança social baseada na criatividade individual e coletiva dos atores locais (CABALLERO, 2013, p. 320).

Dessa maneira, torna-se possível a produção criativa nesses meios de comunicação, sem a dependência dos produtos culturais de outros países, ou seja, uma adequação de conteúdo para uma determinada cultura, até mesmo fomento alternativo para lugares com orçamentos reduzidos.

No final da primeira década dos anos 2000, adentramos a fase das redes sociais, ambientes virtuais de encontros, propositivo de inumeráveis relações: relacionamento de trabalho, amoroso, entre amigos. Muitas dessas relações no Ciberespaço foram possibilitadas pelo recurso do hipertexto, que ampliou a participação das pessoas, pois oferece meios de comunicação mais interativos, pelos quais advém a "Cultura da Convergência", possibilitada pelo computador, conforme analisa Chatfield, em sua obra intitulada *Como viver na era digital*:

> De palavras a imagens ou filmes, um computador é capaz de simular qualquer mídia. Instalando-se o programa adequado, é possível reproduzir sons, vídeos, imagens e textos à vontade – e estes podem ser enviados e recebidos a uma fração insignificante do custo e do tempo que uma operação semelhante exigia no passado. Pela primeira vez, todas as nossas necessidades de mídia e de comunicação – na verdade, todas as tecnologias intelectuais presentes em nossa vida – podem ser supridas por um único sistema integrado (CHATFIELD, 2012, p. 24).

Para falar sobre o assunto, um dos grandes estudiosos, Henri Jenkins, pesquisador norte-americano das mídias digitais, diz que seus estudos estão baseados nos conceitos de "inteligência coletiva", "sociedade participativa" e "convergência dos meios de comunicação".



O primeiro conceito, "inteligência coletiva", trata das formas como o conhecimento pode ser engrandecido pelo compartilhamento de informações, em que cada indivíduo possuí uma especialidade sobre um determinado tema. Por exemplo, os spoillers ─ comunidades de fórum da internet de entretenimento ─, tem por objetivo descobrir os próximos passos do enredo de suas ficções prediletas.

O segundo conceito, "sociedade participativa", está presente nas plataformas online. Encontramos interações de grupos sociais em diferentes níveis. Há os que produzem conteúdo para internet, outros apenas interagem com conteúdo postado, e ainda há os que comentam sobre a postagem. Quando estas plataformas são efetivas, elas ultrapassam a barreira virtual, como acontece no *crowdfunding* ─ uma plataforma onde as pessoas precisam de financiamento para seus projetos, em que solicitam a colaboração de outros para sua concretização.

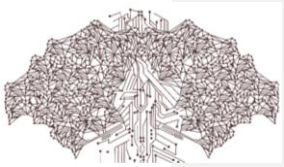
No caso deste exemplo acima, evidencia-se os sistemas colaborativos e o desempenho das comunidades da Internet, em que é transmitido um conjunto de valores e organização social nas interações desses grupos em rede, ao qual em sua primazia eram realizados nos espaços públicos institucionalizados.

No âmbito da "sociedade participativa" existem manifestações públicas relacionadas à política, potenciais na construção de espaços que influenciam pessoas, expressando-se em algumas situações de grande intensidade devido à amplitude de alcance da opinião do público em geral. Infelizmente, nem sempre funciona de forma benéfica à sociedade, pois podem estimular espaços de intolerância.

Já o terceiro conceito, "convergência dos meios de comunicação", refere-se às próprias confluências desses aparatos, que podem ou não estar presentes no espaço virtual, como as relações transmídias. *Game of Thrones*, por exemplo, um livro vendido mundialmente, tornou-se série televisiva e conta com diversas *fanpages* para discussões sobre as personagens. As mídias perpassam e complementam umas às outras.

Contudo, as pessoas estão mais conectadas e participativas no ambiente virtual, ou seja, estão presentes nessa nova forma de comunicação. Tanto que outras formas ficam de lado e as relações físicas se tornam mais distantes devido ao acoplamento às máquinas, facilitado, principalmente, pelos equipamentos móveis, como os *smartphones*. Tais aparelhos permitem acesso à música, a vídeos, interação com amigos em redes sociais e, em último caso, a sua função primordial, o telefone.

> A tecnologia é, nesse caso, uma espécie de amplificador da nossa natureza – um reino de possibilidades que, no pior dos casos, oferece o risco de reduzirmos



> pessoas a meros objetos: presenças que ligamos e desligamos de acordo com a nossa vontade e às quais devemos pouco respeito e honestidade. Escondidos por trás de complexidades ainda maiores, estamos constantemente expostos ao risco de nos distanciarmos de relações de pleno comprometimento com os outros e de relações de verdadeira introspecção (CHATFIELD, 2012, p. 30).

Os aparelhos móveis combinados com um estilo de vida frenético geram muita ansiedade. Logo, devemos prestar atenção ao corpo físico e dar espaço para atividades contemplativas ou atividades simples como às trocas familiares ─ de preferência com o celular desligado. O equilíbrio se faz necessário para este estilo de vida: saber quando conectar e desconectar desses equipamentos tecnológicos, para manter a saúde mental.

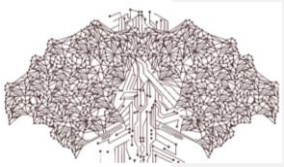
Lidamos com influenciadores humanos e mecanismos delineados por lógica de mercado. As grandes empresas de tecnologias como Google, Amazon e Facebook são sustentadas por seus algoritmos, sempre programados em oferecer um produto personalizado. Tal lógica tende a produzir um comportamento corporativo competitivo, em busca de informações de possíveis clientes, transpondo as barreiras do privado desses indivíduos.

Tais produtos personalizados, em essência, estimulam ao consumismo. Quando os algoritmos não alcançam o objetivo, este pode ser garantido pelos influenciadores de opinião, que passam o tempo a vender um estilo de vida ideal como os que envolvem viagens, casas, corpo perfeito, moda, ou uma fantasia de fuga deste mundo impreciso.

> Algoritmos são capazes de quantificar o comportamento humano em uma escala sobre-humana. Aí está a fonte de sua utilidade e seu poder. Porém, esse distanciamento da dimensão humana é também um de seus maiores defeitos – e um dos principais motivos pelo qual, desde a criação do Facebook, em 2004, e do Twitter, em 2006, os dois serviços somados conseguiram reunir mais de um bilhão de usuários (CHATFIELD, 2012, p. 93).

Os algoritmos fazem recomendações aos usuários conforme as suas buscas realizadas dos serviços da internet. Dessa forma, as pessoas são colocadas em bolhas, por isso, não acessam outros tipos de serviços que não estejam contemplados no perfil ao qual o mecanismo captura no rastreamento.

Nesse sentido, as novas manifestações culturais podem não alcançar o público em geral, apenas nichos interessados, pois seguem o viés do consumo. Isto é observado em serviços de plataformas musicais, em especial assinaturas ilimitadas, como o Deezer. Neste exemplo, o usuário pode acessar qualquer estilo musical e o aplicativo faz recomendações conforme os estilos mais acessados, acompanhados pelos algoritmos.



Entretanto, outro estilo musical, se não for procurado pelo cliente, não será ofertado. Inclusive, outras músicas do artista preferido não serão indicadas. O que antes conhecíamos como lado B do vinil, em que o suporte disponibilizava outras criações artísticas ─ oportunidade para o fã conhecer outras facetas daquele músico ─ hoje é reduzido pelo aplicativo às faixas escolhidas comercialmente para serem as mais ouvidas. Então, o meio não permite uma experiência que abranja maior diversidade cultural. Em contraposição, estrutura uma dependência do repertório existente do sujeito que utiliza esse e outros serviços de transmissão de cultura.

Uma vez que os serviços de *streaming* de músicas são restritivos, limitando a amplitude artística e cultural, as manifestações culturais populares estarão mais distantes dos indivíduos de interesse. Porventura, podem ser compartilhadas em outros meios, por motivo de festividades, promovidas em espaços públicos e longe das interações do ciberespaço.

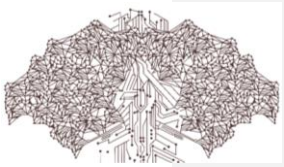
Se por um lado as escolhas são confinadas, restringidas e dependentes da formação do indivíduo, por outro, aumenta a expectativa das oportunidades de aprendizado informal encontradas por toda conexão global, tão presente no estudo de Frédéric Martel:

> Decididamente, a internet não é hostil à cultura, às línguas, às comunidades, aos territórios; a web é compatível com a diversidade cultural e mesmo com a "exceção cultural". A internet não é um "tube", mas um enigma. O mundo não se torna "chato" à medida que se amplia, mas se aprofunda. Não horizontalmente, mas verticalmente. A internet não aplaina as diferenças, mas as consagra. Como não é global, não apaga as identidades, mas as valoriza. Nossas conversas são territorializadas e assim continuarão. O contexto é essencial. A geografia conta (MARTEL, 2015, p. 449).

Nas considerações do pesquisador, a alternativa para reverter ou conviver com os interesses comerciais dos conglomerados da indústria digital pode ser através das instituições culturais como bibliotecas, museus e teatros, aos quais desempenham o papel de formação de público, com a finalidade educacional e sem interesses financeiros. Dessa maneira, a Internet propicia mais espaços de discussão e participação dos cidadãos.

Jenkins (2009) fala da importância sobre desenvolver formas de educação e letramento mediático para garantir às crianças o desenvolvimento de habilidades no papel participativo de sua cultura. Assim, dialoga com o ponto de vista de Martel (2013), a respeito de ter critérios para validar ou não a informação disponível na rede, como também sobre a responsabilidade de produzir conteúdo, sendo mais ativos nos processos democráticos no espaço virtual, e a possiblidade de suas ações expandirem ao mundo físico.

Conforme a visão de Jenkins, a necessidade de desenvolver a literacia dos jovens propõe o empoderamento de tais sujeitos com conhecimento para produção cultural e tecnológica.



Todavia, esta situação será possível se o sistema educacional levar em consideração os meios culturais dessa juventude. De acordo com Kerckhove (2010):

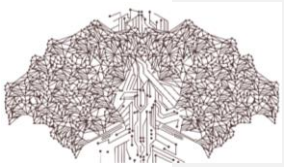
> A jovem não precisa apenas vivenciar as palavras e as imagens, mas se ver como uma artista do que aprendeu, representando e dispondo de sua aprendizagem. Com efeito, a mesma se torna letrada. E ela lê e escreve com todo o seu ser, com seu corpo, com suas emoções, com seus antecedentes como filha, aluna e cidadã; ela está na escola e ao lado de seus membros familiares, e ela lê todos os textos no interior do que conhece, dentro de seu círculo cultural. A literacia é construída através da identidade. Ou, você poderia dizer, o contrário: a identidade é construída através da literacia. (KERCKHOVE, 2010, p. 87).

Kerckhove explicita que há muitas variações e influências, dependendo do lugar ao qual o indivíduo pertence. Entretanto, quando encontramos muitos sites educativos, que disponibilizam tutoriais sobre estudos formais, é possível notar que a maioria está no idioma inglês. Tal fato se torna um obstáculo aos que desconhecem a língua e uma forma de sobreposição diante de outras culturas. Uma forma de transpor tal condição é por meio da criação de conteúdo pela própria comunidade de interesse, gerando conhecimento colaborativo dentro da realidade cultural dos jovens.

Tal discussão nos faz refletir sobre o significado de identidade, e como se relaciona ao aspecto primordial da formação de uma cultura. Canclini (2010), em seu livro *Consumidores e cidadãos*, fala sobre a relação de consumo e produção que envolvem o espaço multicultural e global da internet:

> Ao se levarem em conta os conflitos sociais que acompanham a globalização e as mudanças multiculturais, fica implícito que o que ocorre com as indústrias é bem mais do que aquilo que vemos nos espetáculos de mídia. Parece necessário, pois precisar nossa afirmação inicial: a identidade é uma construção, mas o relato artístico, folclórico e comunicacional que a constitui se realiza e se forma em relação a condições sócio históricas não redutíveis à encenação. A identidade é teatro e é política, é representação e ação (CANCLINI, 2010, p. 138).

A linguagem, como parte da identidade de uma sociedade, também é um dos componentes culturais de uma nação e é mais um veículo que transmite informações e códigos de um lugar. Portanto, novamente emerge a importância da representatividade de um território através de suas manifestações linguísticas, imagéticas e orais. Em virtude dessas confluências, uma sociedade deve preparar seus cidadãos, fundamentalmente aqueles mais jovens, porque eles serão responsáveis pela mudança profunda neste contexto.



Portanto, a comunicação está intimamente ligada às manifestações das linguagens junto com a internet. As novas tecnologias para transmissão de informação difundem tais interações, que causam impacto nas culturas mundiais. Caune (2014) diz:

> Uma acepção mais restrita nos leva a retomar a oposição da filosofia grega entre práxis (relação entre os seres humanos) e techné (relação entre os seres humanos e as coisas). A dimensão cultural se opõe a técnica e, então, reagrupa crenças, ritos, normas, valores, modelos de comportamento (CAUNE, 2014, p. 45).

No contexto da comunicação pela internet, o conflito das tecnologias e as expressões culturais, neste momento, passam por adaptações e adequações do meio de participação das interações sociais, desenvolvendo esses novos comportamentos.

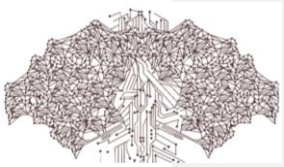
O que não se deve perder são as expressões culturais de um povo, conformando uma cultura em detrimento de outra, pois o anseio de pertencimento gerado pelas mídias sociais comumente seguem interesses de mercado e propósitos de supremacias culturais. Assim, as empresas de tecnologia seguem a lógica de estímulo ao consumo, por isso buscam provocar o sentimento no indivíduo de fazer parte de uma comunidade virtual, partindo da premissa de que a situação gerará um bom rendimento ao seu empreendimento virtual.

Caune (2014) relaciona duas situações encontradas na cultura: uma sobre comunidade, que provoca nos indivíduos sentimentos de pertencimento a algo, dedicação individual em benefício a todos, em vista de seus valores em comum; outra sobre sociedade propositiva de sentimentos individualizados, relações afetivas frágeis e contratos revogáveis.

No geral, a internet estimula as relações afetivas entre os indivíduos, comumente em comunidades, como visto nas redes de relacionamento, onde um grupo busca um objetivo em comum, de forte sentimento solidário. Por tal perspectiva, e se cultura é comunicação, então todas as nações devem garantir na rede um espaço de suas manifestações culturais, sabendo que o meio mais indicado é pelas comunidades virtuais, pois é um ambiente onde ocorrem as interações do indivíduo, como afirmação de parte do grupo.

> O "nós" feito de inclusão, aceitação e confirmação é o domínio da segurança gratificante, desligada (embora poucas vezes do modo tão seguro como se desejaria) do apavorante deserto de um lá fora habitado por "eles". A segurança só é obtida quando se confia em que "nós" temos o poder da aceitação e a força para proteger aqueles que já foram aceitos (BAUMAN, 2012, p. 47).

O sentimento de grupo provoca a sensação de poder, por isso os influenciadores de rede são tão importantes, pois conseguem manipular com grande facilidade os anseios de um



determinado grupo, principalmente quando está relacionado ao consumo. Portanto, estimulará nos indivíduos o desejo de ter algo, brotando o sentimento de fazer parte do todo.

Bauman (2012), diz que entre o século XVIII e XIX, instala-se o Estado-nação e a cultura passa a ser vista como sistema de valores de uma nação. Tal pensamento implica na herança da intolerância em relação ao pluralismo cultural, que hoje se faz necessário para inclusão de muitos indivíduos excluídos das relações digitais.

As duas dimensões culturais se contrapõem. O nacionalismo reforça a identidade de um grupo com aspectos mais universais e o multiculturalismo conceitua a partir das diferenças. Este vem da herança do estruturalismo, principalmente da linguagem, como instituída por Ferdinand Saussure: um objeto define o outro conforme suas disparidades.

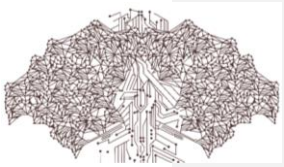
A Internet trouxe mudanças na dinâmica das identidades culturais. De acordo com as características singulares de uma comunidade, a composição de tais identidades é selecionada, reciclada e rearranjada, o que consiste mais na mobilidade de situações estabelecidas e garante o encadeamento de identidades culturais.

O que se põe em questão é a ideia de representação cultural. Em tal perspectiva, Hall (2016) reflete sobre o discurso presente em uma determinada cultura, conceito que se aprofunda no âmbito da linguagem:

> Tem a ver com a linguagem e prática, tenta superar a tradicional distinção entre o que uma diz (linguagem) e o que a outra faz (prática). O discurso argumenta Foucault, constrói o assunto. Ele define e produz os objetos do nosso conhecimento, governa a forma com que o assunto pode ser significativamente falado e debatido, e também influencia como ideias são postas em prática e usadas para regular a conduta dos outros (HALL, 2016, p. 80).

Diante disso, os sistemas tecnológicos expostos operam na chave das representações culturais que seguem um discurso. Deve-se atentar ao uso de tais meios e, principalmente, se a linguagem atende aos interesses de um determinado território, pois nem sempre as práticas são convenientes e homogêneas ao mundo todo. A ênfase permanece nas instituições públicas, já consagradas numa dimensão cultural, e por isso pode oferecer uma formação ao público para que realizem seus próprios filtros com a finalidade de preservação de um meio social.

Recebemos uma herança da modernidade: a necessidade de ter uma identidade. O Facebook se insere nesta lógica, por exemplo, na medida em que as pessoas divulgam o seu estilo de vida. Assim, muitos buscam realizações por meio da exposição de suas viagens, visita a lugares da moda, consumo de produtos populares, evidenciando o desejo de pertencer a uma classe social e seguir como modelo o que Bauman (2001) fala sobre individualização:



> Precisar tornar-se o que já se é a característica da vida moderna ─ e só da vida moderna (não da "individualização moderna", a expressão sendo evidentemente pleonástica; falar da individualização e da modernidade é falar de uma e da mesma condição social). A modernidade substitui a determinação heterônoma da posição social pela autodeterminação compulsiva e obrigatória (BAUMAN, 2001, p. 41).

O Netflix, um influenciador cultural voltado ao entretenimento, oferece um serviço de assinatura de *streaming* de vídeos. Por se tratar de uma empresa norte-americana, disponibiliza em sua grande maioria vídeos do conteúdo de seu território. Em 2017, o número de assinaturas fora de seu país já ultrapassavam as assinaturas internas. Tal fenômeno nos leva a questionar se outros conteúdos serão disponibilizados: filmes de produções iranianas, colombianas, nigerianas, etc.

Apesar de a plataforma oferecer produções estrangeiras, fica evidente que a quantidade é significativamente inferior. Recentemente fizeram um acordo com as grandes empresas da indústria hollywoodiana, em que estabeleceram que logo após a estreia de filmes, estes serão transmitidos pelo Netflix. Assim, haverá reflexos nas salas de cinema, podendo diminuir o público.

Bauman (2001), em *Modernidade líquida*, fala dos livros *Admirável Mundo Novo* (Aldous Huxley) e *1984* (George Orwell). Ambos têm em comum o assunto "controle", questão que permeia dinâmicas da estrutura social. Nas obras, o controle não é realizado por uma instituição e/ou indivíduo, mas sim pelos próprios indivíduos pertencentes a um determinado grupo, na ilusão de autonomia, como no Netflix. A ideia de "livre escolha" de conteúdo no dia e horário mais confortável para o indivíduo, comumente difundida, oculta que tal conteúdo já foi predefinido pela própria plataforma.

Observamos um cenário composto por diversas mudanças estimuladas pela vinda de um novo suporte para comunicação: o computador. Este suporte altera a relação com a leitura, reconfigurando o texto impresso em texto digital. Surgem, então, novas ferramentas, como o hipertexto, que alterou a maneira de ler, expandindo tal experiência para texto, imagem e som. Tais alterações acabam trazendo novas influências para as interações humanas. A internet, em tal contexto, conecta computadores em uma rede mundial, criando meios para que a comunicação alcance e impacte as relações entre os indivíduos.

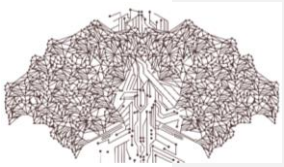
Os aparatos móveis propiciam maior participação e conectividade às pessoas. Dessa forma, compete aos indivíduos uma postura de produtores culturais no ciberespaço. Até mesmo, evita-se a condição de consumidores de produções externas que comprometem as suas identidades

como grupo. Além do mais, estimulam a economia promovendo a produção de conhecimento e uma relação mais colaborativa em uma determinada nação, principalmente porque em cada lugar no mundo existem grupos humanos com necessidades específicas. Mesmo o ciberespaço sendo um "não lugar", as representações culturais, inevitavelmente, pedem o seu espaço. Esta condição é necessária ao florescimento e preservação de uma cultura na internet. Em tal perspectiva, Castells (2003) diz:

> A cultura dos produtores na Internet moldou o meio. Esses produtores foram, ao mesmo tempo, seus primeiros usuários. No entanto, no estágio atual de difusão global da Internet, faz sentido distinguir entre produtores/usuários e consumidores/usuários. Por produtores/usuários refiro-me àqueles cuja prática da Internet é diretamente reintroduzida no sistema tecnológico; os consumidores/usuários, por outro lado, são aqueles beneficiários de aplicações e sistemas que não interagem diretamente com o desenvolvimento da Internet, embora seus usos tenham certamente um efeito agregado sobre a evolução do sistema (CASTELLS, 2003, p. 34).

Assim, o desenvolvimento de tecnologia para Internet pode se adaptar às necessidades de um país, sobretudo, quando se trata de adequações dos conteúdos ou das ferramentas de uso pelos indivíduos. Então, Hall (2016, p. 88) faz uma relação sobre a discussão de Foucault a respeito do "poder" e do "conhecimento" na representação de uma sociedade: quanto mais conhecimento fluir em uma coletividade, maior será o empoderamento deles na própria organização social. Diante disso, quanto mais houverem adequações tecnológicas acessíveis às pessoas, isto representará uma maior redistribuição de poder para toda sociedade.

Conclui-se que as mudanças provocadas pelas tecnologias estimulam as transformações nos meios de comunicação. O que permanece da mesma maneira é a forma como o indivíduo vai lidar com esses equipamentos, porque quando existe uma formação sólida, a tecnologia passa a ser uma ferramenta decisiva para maior participação na vida pública, aquilo que Bauman (2001) propõe como política com P maiúsculo: cada indivíduo em busca de um bem comum a toda sociedade.



REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Ensaios sobre o conceito de cultura.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

_____. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CABALLERO, F. S. et al. **Ciudadanía, tecnología y cultura**. Barcelona: Gedisa, 2013. Arquivo Kindle.

CANCLINI, N. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas da interculturalidade**.** 3 ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015.

_____. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2010.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CAUNE, J. **Cultura e comunicação**: convergências teóricas e lugares de mediação. São Paulo: Ed. UNESP, 2014.

CHATFIELD, T. **Como viver na era digital**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KERCKHOVE, D. **The augmented mind**. Milano: Digitpub, 2010. Arquivo Kindle.

LIVINGSTONE, S. Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 11-42, 2011.

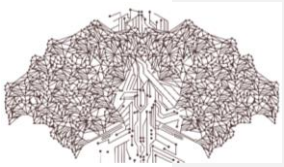
MARTEL, F. **Smart**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

PONS, A. **El desorden digital**: guía para historiadores y humanistas. Madrid: Siglo XXI, 2013.

WARSCHAUER, M. **Tecnologia e inclusão social**: a exclusão digital em debate. São Paulo: Ed. Senac, 2006.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



OS NOVOS MODELOS DE DISTRIBUIÇÃO E CONSUMO DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL ASIÁTICO NAS REDES DIGITAIS: O CASO DOS DRAMAS DE TV NA NETFLIX BR[1]

Krystal Urbano[2]; Mayara Araujo[3]

Resumo:
O objetivo do artigo é apresentar um panorama da produção audiovisual oriental disponível na Netflix BR - a partir do caso dos dramas de TV - buscando discutir os novos modelos de distribuição e consumo desse formato regional, a partir da mediação recente promovida pela referida plataforma, que possui caráter global. Nosso argumento é que a mediação recente proporcionada por plataformas licenciadas de *streaming* de filmes e séries como a Netflix, promove uma maior expansão e visibilidade global do conteúdo audiovisual produzido no contexto das indústrias televisivas dos países do Extremo Oriente, coexistindo com estratégias tradicionais (e informais) de mediação desenvolvida e consolidada pelos fãs no ambiente das redes digitais.

Palavras-chave: Dramas de TV; mediação, consumo, Netflix, redes digitais.

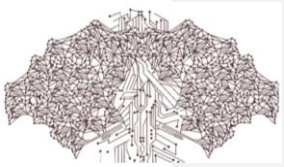
Introdução

É consensual que a cultura midiática vive um efervescente momento de reconfiguração que atinge todos os espaços de seu circuito comunicativo e que tem como importante mola-propulsora a popularização da cultura digital. A internet, aliada aos avanços em torno da tecnologia televisiva, tem potencializado novos comportamentos por parte dos agentes vinculados à produção, à distribuição e ao consumo de conteúdos midiáticos (JENKINS, 2009; GOMES, 2007; CASTELLANO, 2015) que, todavia, ainda carecem de compreensão. Nesse sentido, a cultura midiática assiste à nível global ao surgimento de novas linguagens, novos gêneros e novas plataformas de consumo audiovisual, responsáveis por uma série de complexificações no já

[1]Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração - do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (PGGCOM | UFF), na linha de pesquisa Mídia, Cultura e Produção de Sentidos. Coordenadora Adjunta do Asian Club – Grupo de pesquisa dedicado a Cultura Pop produzida no contexto dos países do Extremo Oriente e vinculado à Graduação de Estudos de Mídia da UFF. Email: krystal.cortez@gmail.com

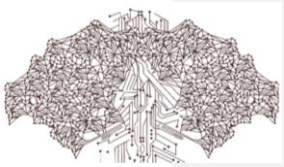
[3] Mestranda em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM | UERJ), na linha de pesquisa Tecnologias da Comunicação. Membro do Asian Club – Grupo de pesquisa dedicado a Cultura Pop produzida no contexto dos países do Extremo Oriente e vinculado à Graduação de Estudos de Mídia da UFF. Email: msoareslpa@yahoo.com.br



conflituoso ambiente midiático. É preciso compreender, portanto, esse profundo contexto de mudanças. É neste cenário que inserimos a discussão sobre o surgimento de novos modelos de distribuição e consumo de conteúdo audiovisual produzido pelas indústrias midiáticas dos países do Extremo Oriente que segue no texto do presente artigo.

Com efeito, o desenvolvimento tecnológico, aliado ao surgimento dos novos meios de produção e compartilhamento de conteúdo, se impõe como um dado de relativa importância para refletirmos acerca do espaço que as produções midiáticas oriundas de outras regiões do globo, para além da americana e/ou ocidental, têm gradativamente conquistado no mercado midiático global (URBANO, 2012; ALBUQUERQUE & CORTEZ, 2013). A diversidade existente nesse contrafluxo no contexto dos países do Extremo Oriente pode ser percebida, inicialmente, através do cinema asiático, especialmente o de Hong Kong na década de 1970, seguida das animações japonesas que, também se tornaram bastante expressivas internacionalmente na década de 1990 e, por fim, acompanhada pelas produções do cinema sul-coreano que, passaram a ter bastante visibilidade no mercado global a partir dos anos 2000. Mais recentemente, os dramas de TV, formato televisivo compartilhado entre os países do leste e sudeste asiático (ANG, 2004, 2007; DISSANAYAKE, 2012; IWABUCHI, 2004), passaram a figurar no *mainstream* do mapa dos fluxos da cultura midiática global, tendo sua distribuição expandida e potencializada a partir dos serviços de *streaming* de video e do movimento das comunidades migrantes e de seus fãs, para além do contexto regional (HU, 2005; MARTEL, 2012; CHUNG, 2011).

O circuito de distribuição e consumo dos dramas de TV estabelecido em alguns países da América Latina, como Chile, Peru e Brasil que, contam com um ávido público consumidor e uma expressiva comunidade de imigrantes orientais (URBANO, MADUREIRA & MONTEIRO, 2014; IADEVITO, BAVOLEO & LEE, 2010; KO, ET. AL. 2014), traduz bastante dessa nova paisagem midiática descentralizada e diversificada culturalmente. O Brasil, assim como outros países latino-americanos, encontra-se inserido nesse cenário de contrafluxo midiático protagonizado por alguns países que, até pouco tempo atrás, não figuravam no *mainstream* da cultura global, influenciando e sendo influenciado pelas relações que se estabelecem nessa nova paisagem que, antes de tudo, denota a multipolaridade e descentralização desses fluxos (ALBUQUERQUE & CORTEZ, 2015). Dessa forma, o desenvolvimento de novos meios de distribuição e consumo audiovisual surgidos no último decênio no mercado global, como é o caso da plataforma de séries e filmes *Netflix*, vêm demonstrando mudanças significativas na paisagem midiática, na qual se observa o aumento da diversidade de nacionalidades de origem nos fluxos da cultura televisiva contemporânea, bem como nos padrões de consumo dos públicos (MATRIX,



2014; CASTELLANO & MEIMARIDIS, 2016; ROSSINI & RENNER, 2015) dessas produções para além-mar.

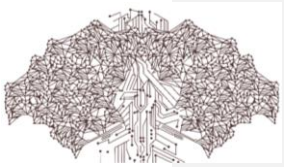
O objetivo desse artigo, portanto, é apresentar um panorama da produção audiovisual oriental disponível na Netflix BR - a partir do caso dos dramas de TV – buscando discutir os desafios e as oportunidades que se apresentam para a cultura midiática contemporânea no mundo multipolar. Para tal intento, o argumento do texto é desenvolvido em três seções. Na primeira, a proposta é apresentar os dramas de TV enquanto formato televisivo compartilhado entre os países do Extremo Oriente, buscando discutir seus gêneros, linguagens e características culturais numa perspectiva comparativa e relacional. Em seguida, na segunda parte, nosso foco recai na distribuição e no consumo dessas produções no Brasil, articulada ao contexto das antigas e das novas mídias e do circuito de fãs e consumidores locais. Por fim, na seção de análise empírica, nossa proposta é apresentar um breve panorama do conteúdo audiovisual asiático disponível na Netflix BR, buscando discutir os novos modelos de consumo e recepção dos dramas de TV, a partir da mediação recente promovida pela referida plataforma.

Nossa aposta é que a mediação recente proporcionada por plataformas licenciadas de *streaming* de filmes e séries como a Netflix, promove uma maior expansão e visibilidade global do conteúdo audiovisual produzido no contexto das indústrias televisivas dos países do Extremo Oriente, coexistindo com estratégias tradicionais (e informais) de mediação desenvolvida e consolidada pelos fãs de se ter acesso a essas produções, sobretudo, através do ambiente das redes digitais.

Os dramas de TV como formato: das origens as características gerais

Drama de televisão é um termo genérico utilizado para se referir às narrativas audiovisuais seriadas provenientes do leste e sudeste asiático (ANG, 2007; DISSANAYAKE, 2012; MARTEL, 2012). O formato, que é um híbrido entre telenovelas, minisséries e séries televisivas, teve sua origem no Japão durante a década de 1950 e se popularizou diante dos demais países da região a partir dos anos 1980, quando o Japão atinge grandes níveis de exportação de produtos audiovisuais no local, tornando sua cultura pop japonesa um item presente no cotidiano dos jovens. Essa presença contou com o apoio do emergente gênero *trendy drama*, um tipo novo de drama de televisão com uma narrativa diferente das que tinham sido elaboradas até então[4]. Os

[4] O gênero de dramas predominantes na TV japonesa era o Home Drama. Tais narrativas sofreram modificações com o passar do tempo, mas abordam, principalmente, as mudanças na estrutura familiar no Japão do pós-guerra.

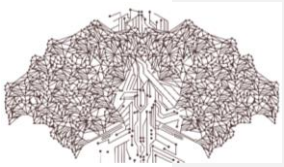


trendy dramas enfatizam relacionamentos profissionais e amorosos, possuem forte apelo turístico, exibem centros urbanos japoneses e belezas naturais, bem como trabalham com artistas da moda e tocam os grandes *hits* da música. Esse novo gênero objetivava uma renovação de público, visando atingir principalmente mulheres jovens. Ang (2010, p. 95) ressalta que seu sucesso durante a década de 1990 em países do Extremo Oriente reflete a experiência de vida e da nova visão de mundo da primeira geração mais jovem de uma Ásia modernizada. Tais produtos televisivos se tornaram uma âncora, um ponto de referência para esses jovens, que buscavam novos estilo de vida e outros padrões de comportamento (ANG, 2004, p. 306). "(...) os dramas de TV 'orientados para a juventude' são considerados os principais ativos estratégicos das estações de televisão, e pode até ser dito que a popularidade do drama da moda foi garantida pelo início" (ITO, 2004, p. 26).

Esse dado formato televisivo foi sendo incorporado e adaptado para suprir as necessidades das redes de televisão de outros países do leste e sudeste asiático, como denota o expressivo caso sul-coreano, que hoje é um dos principais produtores de dramas de televisão do mundo, bem como um dos que mais exportam o formato. Países como China, Hong Kong, Taiwan, Filipinas e Tailândia também emularam o formato, passando a produzir seus próprios dramas de televisão nacionais (MARTEL, 2012; DISSANAYAKE, 2012; IWABUCHI, 2004). Por sinal, a nacionalidade é uma característica bastante relevante nos dramas de TV que, a partir da marca local ganharam nomenclaturas próprias (*tabela 01*). Assim, os dramas sul-coreanos são denominados de *k-drama*s, os chineses de *c-dramas*, os de Hong Kong, *hk-dramas*, os taiwaneses, *tw-dramas* (enquanto os tailandeses são denominados de *lakorns*).

> Quando falamos a respeito dos dramas da televisão asiáticos, precisamos ter em mente que o estamos usando como um termo genérico. As distâncias culturais entre, digamos, China e Índia, ou Japão e Indonésia, ou Coreia e Tailândia são imensas. Portanto, dramas de TV de cada país possuem a sua própria identidade cultural. Entretanto, apesar de reconhecer essas diferenças, também é possível identificar algumas características comuns (DISSANAYAKE, 2012, p. 192-193).

A comercialização de dramas de TV movimenta especialmente o mercado asiático e, na conjectura atual da difusão de conteúdos pela internet, tais produtos conquistam audiência também de outros continentes. Devido a isso, a Coreia do Sul se destaca por ser um dos produtores de dramas que mais exporta títulos dentre todos os países citados (URBANO, MADUREIRA & MONTEIRO, 2014). Mesmo o Japão, o país originário do formato, não comercializa tanto esse



produto para fora de suas fronteiras como o seu vizinho. O destaque se dá pela peculiar apropriação do formato no que resultou num produto formulado a partir de um formato importado que, ao mesmo tempo em que retrata a Coreia do Sul, se faz flexível no diálogo com as culturas vizinhas (*tabela 01*). Mais do que isso, alguns discursos atribuem um peso relativamente elevado as características sócio-culturais, principalmente ao Confucionismo, como esforço ativo de valorização da "asianidade", sobre o rápido crescimento econômico e desenvolvimento da cultura pop na Coreia do Sul (SHIM, 2006; SIRIYUVASAK & HYUNJOON, 2007).

Tabela 01

Dramas de TV no contexto das indústrias televisivas do Extremo Oriente

Países	Japão	Coreia do Sul	China
Formato	*Doramas*	*K-dramas*	*C-drama*
Gêneros	♦ *Home dramas*: foco na estrutura familiar da sociedade japonesa. ♦ *Trendy drama*: enfoque no cotidiano e nas questões contemporâneas do Japão moderno. ♦ *Cartoon drama:* narrativa adaptada das histórias dos mangás e animes.	♦ Épico/Histórico ♦ Escolar/Romance/comédia ♦ Policial/ação ♦ Fantasia ♦ Médico ♦ Terror/ suspense	♦ Épico/Histórico ♦ Romance/comédia ♦ Policial/ação ♦ Fantasia

Características temáticas e culturais	♦ Foco no cotidiano/questões da sociedade japonesa contemporânea (no caso dos *trendy dramas*). ♦ Corrente *nihonjiron*, ressaltando as especificidades japonesas/*cool japan*. ♦ Aproximação cultural com os públicos locais e, em menor escala, regionais, dado o foco nas questões japonesas.	♦ Foco se desloca da narrativa/gênero e recai nos *idols* da música *k-pop* (*idols* dramas). ♦ Corrente confucionista, garantindo diálogo com os públicos regionais, mas dialogando com a cultura televisiva global, a partir da sua categoria de gêneros. ♦ Aproximação cultural com os públicos regionais e globais, dada sua estratégia singular de hibridização.	♦ Foco em narrativas épicas/ históricas. ♦ Corrente confucionista, garantindo dialogo entre os publicos locais/regionais. ♦ Aproximação cultural com os públicos locais e regionais, sobretudo, com os públicos e a indústria televisiva sul-coreana, de onde advém sua inspiração.
Principais emissoras televisivas	♦ Fuji TV ♦ NHK ♦ NTV ♦ TBS ♦ ASAHI	♦ KBS ♦ MBC ♦ JTBC ♦ SBS ♦ TVN	♦ CCTV ♦ Dragon TV ♦ SRT ♦ Hunan TV

Fonte: tabela produzida pelas autoras.

Salvo as especificidades temáticas e culturais (*tabela 01*) e as aplicações de categorias de gêneros, que são preponderantes na emulação e tradução do formato para cada país asiático, os dramas de TV costumam ter entre 8 e 25 episódios (podendo se estender para números maiores do que esses, em caso de temáticas e categorias específicas), onde cada episódio tem uma duração média de 1 hora. Esses produtos são exibidos especialmente na parte da noite nas emissoras, abraçando um espaço considerado importante na grade televisiva. Essas obras costumam possuir arcos grandes que se abrem no primeiro episódio e se fecham no último, normalmente dando pouco espaço para se estender para outras temporadas. Os dramas de TV asiáticos se destacam por contar histórias com focos bastante direcionados, lidando com poucos núcleos de personagens, e é por isso que seus arcos são formatados para se fecharem depois de uma certa quantidade de episódios previamente escolhida (URBANO, MADUREIRA & MONTEIRO, 2014).

De forma geral, os dramas de TV possuem um formato compartilhado entre os países do leste e sudeste asiático e possuem uma estrutura narrativa semelhante as telenovelas latino-americanas, apresentando consideráveis doses de melodrama. Sendo assim, é possível sugerir que

existe certa familiaridade dos públicos latino-americanos e brasileiros com a narrativa contida nesse dado formato.

Dramas de TV e sua circulação no Brasil

No Brasil, a distribuição e circulação dos dramas de TV esteve historicamente vinculada à mediação dos fãs (*fansubbers*)[5] nas redes digitais. Diferente dos *tokusatsus*[6] e animês, que primeiramente foram transmitidos na televisão brasileira e, em seguida, ganharam um circuito próprio na Internet por conta do tratamento não adequado do material oferecido pelas emissoras (URBANO, 2013), a presença e circulação dos dramas de TV em nosso país já nasce da facilidade proporcionada pelos meios digitais, articulada à criatividade dos fãs. Dessa forma, desde os primórdios, a distribuição de conteúdo audiovisual asiático e, em particular, dos dramas de TV asiáticos, fora orientado pela lógica "de fã para fã" (URBANO, MADUREIRA & MONTEIRO, 2014). Não obstante, esse quadro tem começado a dar pistas de uma emergente transformação: algumas plataformas de *streaming*, como será abordado mais a frente, começaram a profissionalizar esses grupos de fãs, ao convidá-los para fazer parte da equipe desses sites.

Os grupos de legendagem e tradução (*fansubs*) brasileiros também são responsáveis pela administração de fóruns e sites onde disponibilizam os dramas de TV e, por vezes, por comunidades e páginas no Facebook, como é o caso do grupo de Facebook S*omos Viciados em Doramas*[7], administrado pela mesma equipe do *fansub Mahal Dramas*[8]. Esses espaços atuam como um canal que possibilita a divulgação e interação de pessoas interessadas nos dramas de TV, permitindo que os fãs encontrem outras pessoas que gostam desses produtos midiáticos, possam divulgar suas opiniões e procurar mais informações. No entanto, esse circuito não é mediado apenas pelos grupos de *fansub*. Comunidades como o *Doramas Brasil*, a maior comunidade sobre o assunto que se mantém em atividade hoje e contempla em torno de 50 mil

[5] *Fansubber* é o termo designado para se referir aos fãs que trabalham, de forma voluntária, na tradução, legendagem e distribuição de determinado programa de TV. Apesar desses grupos existirem desde os anos 1980, como ressalta Jenkins (2009), é com a chegada das novas tecnologias da comunicação que a prática se torna mais recorrente, devido às facilidades proporcionadas pelo ambiente digital.

[6] *Tokusatsu* é uma abreviação da expressão “tokushu satsuei" que poderia ser traduzida como “filme de efeitos especiais”. Apesar de poder ser utilizada para se referir a qualquer produção†cinematográfica que se utilize de tais efeitos hoje também é sinônimo de filmes e séries de super-heróis produzidos no Japão que tenham ênfase em pirotecnias. Temos Godzilla e Ultraman como importantes representantes do gênero.

[7] Recentemente o grupo foi desativado e um novo foi criado em seu lugar, o Somos Viciados em Doramas 2.0. De acordo com a moderação, não houve um motivo em específico para isso. Apenas estavam tentando garimpar os membros ativos e envolvidos nas discussões

[8] Disponível em: < http://s15.zetaboards.com/Mahal_Dramas_Fansub/index/ >

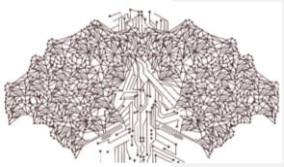
membros, por exemplo, não está vinculada a nenhum grupo de tradução, mas possibilita, da mesma forma, a interação entre os usuários e é diariamente alimentada com informações de interesse dos fãs. Nesse sentido, entendemos que o consumo dos dramas de TV também se constrói nas experiências complementares (URBANO, MADUREIRA & MONTEIRO, 2014; GOMES; 2007), uma vez que o circuito se retroalimenta de debates sobre diversos elementos que compõem os dramas de TV nas redes digitais.

Em relação as antigas mídias, sob uma perspectiva local, percebemos que não há muito interesse em trabalhar com conteúdos audiovisuais que fogem do contexto ocidental (VINCO & MAZUR, 2016). Em apenas cinco ocasiões, os dramas de TV se fizeram presentes na grade de programação da TV brasileira. O primeiro foi *Oshin*, drama japonês que foi exibido na década de 1980; O segundo foi *Haru e Natsu - as cartas que não chegaram*, uma produção japonesa em parceria com o Brasil, em comemoração ao centenário da imigração japonesa, que foi transmitido na Rede Bandeirantes em 2008. Em relação às produções sul-coreanas, há o drama *Happy Endin*g que foi ao ar pela Rede Brasil de Televisão em 2015 e *A Lenda - Um luxo de sonhar* que foi transmitido na mesma emissora em 2016. Mais recentemente, em 2017, o drama de TV japonês *Dear Sister* foi transmitido na TV local E-Paraná.

Dentre as ações mais recentes em direção a uma renovação nas estratégias de distribuição dos dramas de TV no Brasil, destaca-se os serviços de *streaming* de vídeo online, adotado recentemente por algumas distribuidoras, dentre as quais podemos citar os expressivos exemplos do *Crunchyroll*[9], do *DramaFever*[10] *e* do *Viki*[11]. Tratam-se de sites de *streaming* de filmes e séries especializados na distribuição de conteúdo audiovisual asiático de forma licenciada. Enquanto o primeiro possui um repertório focado nas animações nipônicas, reservando um tímido espaço para a distribuição de dramas de TV japoneses (e, em menor escala, singapurianos), os dois últimos trabalham na distribuição dos dramas de TV como carro-chefe do serviço oferecido.

O *Crunchyroll* começou suas operações em 2006 como um site de *streaming* e *upload* de vídeo com fins lucrativos que especializou em hospedar conteúdo de vídeo asiático oriental. Alguns dos conteúdos hospedados no *Crunchyroll* incluíam versões *fansubs* de títulos da indústria audiovisual oriental. O *Crunchyroll* chegou ao Brasil em 2012 e disponibiliza, desde então, animes e mangás, mas também conta com um catálogo de *doramas* para seus usuários, com 67 produções. Também disponibiliza de forma gratuita alguns de seus produtos, como animes e *doramas*, porém para ter acesso aos mangás e a um maior catálogo de outras produções, com alta

[9] http://www.crunchyroll.com
[10] http://www.viki.com
[11] http://www.dramafever.com



definição e os lançamentos mais recentes, a opção de assinatura "*Premium*" é a mais recomendada. A observação desta disponibilidade de séries com opções de legendas em português denota o entendimento dessas empresas sobre a popularidade e sucesso desses produtos, que cada vez mais fazem parte de uma cultura e rotina dos fãs do universo asiático.

Já o *ViKi* começou os seus serviços em 2008, através do título "*Project ViiKii*". Em apenas dois anos de atuação, sua estrutura foi modificada, adquirindo um novo nome e um novo formato, além de escritórios em Palo Alto e na Singapura e firmar parcerias com investidores para expandir no mercado global, o que contou com o auxílio de fornecedores de conteúdo (DWYER, 2014, p. 221), principalmente da Coreia do Sul devido aos acordos flexíveis de licenciamento. Desde 2010, denominado *ViKi* (fazendo conjunção das palavras Vídeo e Wiki), a plataforma trouxe suporte em mais de 160 idiomas tendo parceria com as emissoras como NBC, BBC, KBS, SBS, TV Fuji, TV Asahi, Nagoya TV, dentre outras e a produção de legendas é através do trabalho voluntário de fãs, de forma a se configurar como uma comunidade de *crowdsourced* (DWYER, 2014, p. 218), ou seja, que conta com o conhecimento coletivo para desenvolver suas produções. A parceria vai além das emissoras, uma vez que a plataforma estabeleceu relações e passou a lançar seus serviços em outros lugares, como na *Smart* TV da Samsung e Google TV.

Desde 2014 atuando no Brasil, todo o catálogo do *ViKi* está disponível de forma gratuita online e conta com uma série de comerciais e propagandas no meio dos episódios. Para evitar esse "transtorno", o ViKi oferece a possibilidade de comprar um passe mensal ou anual, o *ViKi Pass*, que melhora as condições da experiência desse consumo. No caso da obtenção, os vídeos passam a possuir qualidade HD e, durante a transmissão do programa, o consumo não será interrompido a cada 10 minutos com propagandas. Além disso, o assinante também poderá receber o conteúdo com maior agilidade, excluindo a necessidade de esperar algumas semanas para que o programa seja transmitido de forma gratuita. Outro dado interessante é em parceria de sindicatos, as legendas produzidas na ViKi são utilizadas por outras plataformas de *streaming*, como *Hulu*, Netflix, Amazon.com, MSN entre outros.

Desenvolvido em 2009 nos Estados Unidos pelos sul-coreanos Seung Bak e Suk Park, o *DramaFever* visava oferecer conteúdo da Coreia do Sul para os imigrantes que moram em outros países de forma legalizada. Menos de cinco anos depois, a empresa expandiu seu mercado para outros países como o Canadá e o Brasil. Inicialmente, a proposta era oferecer o modelo *freemium* de financiamento o que garante que o usuário receba conteúdo de forma gratuita desde que receba propagandas a cada dez minutos ou optar por pagar uma taxa mensal para que possa ter acesso ao conteúdo sem interrupções (VIERA ET AL, 2015). Esse formato, no entanto, foi modificado. Atualmente, o *Dramafever* oferece a possibilidade ao usuário de assistir metade da temporada de

um drama de TV de forma gratuita, mas para continuar assistindo, precisa recorrer a uma assinatura.

De acordo com Vieira et al (2015), o contato do *DramaFever* no Brasil teve início em 2011 através da mediação dos fãs brasileiros que produziam conteúdo sobre o pop asiático, como o site *Jwave*[12], por exemplo. A chegada oficial do *DramaFever* no Brasil, no entanto, foi apenas em 2014, quando a plataforma começou a oferecer legendas em português para atender o público brasileiro. Essa chegada foi precedida por uma parceria com a Netflix, realizada no ano de 2013, quando ambas as empresas realizaram testes de inserção de dramas asiáticos - em especial, sul-coreanos, no país. Nesse sentido, a Netflix BR passou a disponibilizar em seu catálogo alguns *k-dramas*, como *Boys Over Flowers* (KBS2, 2009) e *Playful Kiss* (MBC, 2010) para verificar a aceitabilidade desse formato no Brasil. Tendo obtido uma recepção favorável, o *DramaFever* deu início as suas atividades, convidando alguns grupos *fansubs*, como o *DramaFans*[13], para integrar a equipe de tradução de plataforma, uma vez que esses grupos já dialogavam com a comunidade de fãs e possuíam *know-how* no ofício.

Tendo em mente os percursos dos dramas de TV asiáticos no Brasil desde a sua concepção inicial, quando era exclusivamente mediada pelos fãs, até o presente momento em que plataformas de *streaming* passaram a disponibilizar esse tipo de conteúdo, partiremos agora para a abordagem desse formato televisivo diante de uma plataforma mais expressiva que é o caso da Netflix.

Panorama dos dramas de TV no catálogo da Netflix BR

A inserção dos dramas de televisão asiáticos no catálogo da Netflix expressa o emergente caráter global na disseminação de conteúdo do pop asiático e, em especial, do japonês e do sul-coreano, a partir do audiovisual. Apesar de outras plataformas de *streaming*, como é o caso do *DramaFever*, terem estabelecido relações com a Netflix, foi somente em 2015 e 2016, respectivamente, que as indústrias televisivas do Japão e da Coreia do Sul estabeleceram oficialmente relações com a Netflix.

Ao ser inserida no mercado nipônico, a plataforma estreitou os laços com as redes de televisões locais, como, inicialmente, a TV Fuji e, posteriormente, com a TV Tokyo. Essas parcerias resultaram na produção de dramas de televisão originais, como foi o caso do pioneiro

[12] http://www.jwave.com.br/
[13] As atividades do DramaFans foram encerradas, apesar do comunicado (expresso em 2014) pela administradora do grupo afirmando que eles continuariam legendando seus projetos, apenas não distribuiriam os dramas licenciados pela plataforma.

Atelier, uma coprodução entre a Netflix e a TV Fuji (ARAUJO, 2016b), que primeiro foi exibida apenas para o público japonês e, devido ao sucesso, ficou disponível no catálogo de outros países, dentre os quais, o Reino Unido e o Brasil. E, em fevereiro do ano seguinte, estreou outra parceria entre as partes, o drama de TV *Good Morning Call* (Fuji TV/Netflix, 2016), que se tornou sucesso de audiência, chegando até mesmo a ter uma segunda temporada exibida em 2017 (*Good Morning Call: Our campus days*[14]).

Como ressaltado, não foi a primeira vez que dramas de televisão japoneses se fizeram presentes em plataformas licenciadas de *streaming*. No entanto, a presença da Netflix nesse cenário pode significar maior divulgação dos dramas de TV no Brasil e sua coprodução pode funcionar como um atestado de qualidade (ROSSINI & RENNER, 2015), uma vez que suas séries de TV têm sido amplamente reconhecidas. Em 2015, o presidente da Netflix no Japão, Greg Peters, se revelou entusiasmado com a aproximação da empresa com o Japão. Em sua declaração ao jornal *Japan Today*, ele afirma que:

> Estamos extremamente felizes por podermos estar envolvidos no fornecimento de dramas originais no Japão com a TV Fuji, que tem uma reputação estabelecida em produzir conteúdos que são especialmente populares entre os jovens. Acreditamos na nossa visão de conectar o mundo através de histórias surpreendentes e vamos continuar a concentrar os nossos esforços na produção de conteúdos incríveis. Esperamos usar a oportunidade desse projeto para transmitir um conteúdo surpreendente do Japão para os nossos clientes de lá e do mundo todo[15].

Em relação ao Brasil, percebemos que hoje a Netflix BR disponibiliza uma gama de títulos de animações nipônicas, dramas de TV originais e programas de TV legendados em português para atender a parcela de usuários interessada em consumir audiovisual nipônico. Nisso, a empresa também investiu em desenvolver um catálogo que contemplasse suas produções originais. Essa categoria pode dizer respeito tanto a coprodução com a Netflix, quanto ao contrato de distribuição que garante exclusividade para a plataforma. Em termos quantitativos, o catálogo brasileiro apresenta onze (11) dramas de televisão originais, representando a parceria da empresa

[14] Não é usual que dramas de televisão possuam mais de uma temporada

[15] Tradução nossa. We are extremely happy that we can be involved in providing original series in Japan with Fuji Television, which has an established reputation in producing content that is especially popular with young people. We believe in our vision of 'Connecting the world through amazing stories' and will continue to concentrate our ef orts on producing amazing content. We hope to use the opportunities from this project to transmit Japan's amazing content to our customers in Japan and across the globe. Disponível em: .

com as redes de televisão TV Fuji, NHK e TV Tokyo, com títulos como Atelier (2016), Hibana: *Spark* (2016) (*figura 01*), *Samurai Gourmet* (2017) , *Million Yen Yoman* (2017), *Erased* (2017), dentre outros[16]. Alguns de seus conteúdos originais são adaptações de mídias mais populares, como os animês e mangás, o que parece ser uma alternativa viável para conquistar a audiência internacional, uma vez a cultura pop japonesa costuma atuar em um mercado integrado (vide os *cartoon dramas*), onde o consumo de uma mídia direciona para outra.

Nota-se, no entanto, que essas algumas dessas coproduções possuem uma narrativa mais séria. *Atelier*, por exemplo, aborda a ética de trabalho no Japão. *Hibana* foi um sucesso absoluto no Japão, envolvendo a trajetória de dois artistas de *manzai*[17]. Os atores chegaram, inclusive, a fazer um *road show* de *manzai* pelo país. Sendo assim, se torna evidente que as narrativas buscam levar ao público questões "essencialmente japonesas", colaborando com os ideais do *nihonjinron* que procuram ressaltar a singularidade japonesa (LIE, 1996), diferenciado sua cultura das demais. Outros, como *Blazing Transfer Students* (TV Tokyo/Netflix, 2017) são *cartoon dramas* que reproduzem o exagero dos mangás. Em relação aos dramas de TV japoneses que foram licenciados para a transmissão na plataforma, encontram-se apenas três: *Itazura na Kiss* (Fuji TV, 2013), *Itazura na Kiss 2* (Fuji TV, 2014) e *Minami-kun no Koibito* (Fuji TV, 2010).

Figura 01

***Doramas* e *k-dramas* originais Netflix**



[16] As outras coproduções foram Good Morning Call (Fuji TV/Netflix2016, 2017), Blazing Transfer Students (TV Tokyo/Netflix, 2017), The Sweet Tooth Salaryman (TV Tokyo/Netflix, 2017), Final Fantasy: Dad of Light (MBS/Netflix2017), Ito-kun A to E (TV Tokyo/Netflix, 2017) e Tokyo Midnight Dinner (Netflix, 2016).

[17] Manzai é uma arte tradicional japonesa de stand-up que envolvem dois artistas (o sério e o engraçado) falando muito rápido e contando piadas.

Da esquerda para direita: *My only love song* (Netflix, 2016), *Atelier* (Fuji TV/Netflix, 2016), *Argon* (tvN/Netflix, 2017) e *Hibana* (NHK/Netflix, 2016)
Fonte: Netflix BR

Em relação a Coreia do Sul, é perceptível a considerável variedade de filmes, dramas de TV e programas de variedades presentes no catálogo brasileiro, ainda que a parceria entre a empresa e as redes de televisão locais tenha recentemente completado apenas 2 anos. No entanto, a trajetória da Netflix com o conteúdo sul-coreano, até então, se revelou bastante diferente daquela que tem sido traçada no Japão.

O conteúdo original em parceria entre as TVs sul-coreanas e a Netflix apresentam um número bastante reduzido no Brasil, ainda mais se considerarmos a quantidade de k-dramas licenciados na plataforma. Enquanto há apenas seis (6) coproduções originais[18], como *Argon* (tvN/Netflix, 2017) e *My only love song* (Netflix, 2016) (*figura 1*), existe quase uma centena de dramas licenciados, dentre os quais títulos de alto impacto como *Descendants of the Sun* (KBS2, 2016), uma superprodução vencedora de diversos prêmios. Além desse exemplo, também poderia ser ressaltado a presença de dramas sul-coreanos de *Idols*, celebridades da música *k-pop*[19], que possuem uma narrativa simples que normalmente envolve um grupo musical e uma fã e possui uma duração reduzida de tempo de episódio (em torno de 20 a 30 minutos), como é o caso do *k-drama Exo Next Door* (Never TV Cast, 2015). O objetivo dessas produções é direcionar o consumidor da música pop sul-coreana para o consumo de seus dramas de TV.

Os dramas de TV sul-coreanos costumam enfatizar a realidade local, criando um senso um senso de identidade coletiva e uma tentativa de se aproximar dos demais países do leste e sudeste asiático. De acordo com Mazur (2018, p. 6), os *k-dramas* são produtos que harmonizam questões asiáticas (confucionistas) e ocidentais, representando uma ideia de uma modernidade globalizada e ampliando o seu potencial de alcance global, uma vez que suas questões dialogam com diversas audiências internacionais.

De acordo com o professor Ha Joo Yong (*Korea Times,* 2016), do departamento de mídia da Universidade de Inha, na Coreia do Sul, essa parceria com a Netflix pode ser interpretada como uma oportunidade para impulsionar a propagação de conteúdo da *Hallyu* (Onda Coreana) em outros lugares do mundo[20]. Decerto, a expressiva quantidade de *k-dramas* presente na Netflix BR revela o investimento e o potencial da Onda Coreana em países da América Latina.

[18] Os outros conteúdos sul-coreanos em parceria com a Netflix são: My Only Love Song (2017), Man to Man (2017), One More Time (2016) e The Sound of Your Heart (2016).
[19] Leia-se música pop sul-coreana.

[20] Disponível em: < http://www.koreatimes.co.kr/www/news/tech/2016/01/133_194897.html>

> No cenário brasileiro, o catálogo nacional da plataforma de streaming de filmes e séries Netflix se apresenta como um termômetro interessante. O catálogo da Netflix Brasil possui atualmente mais de cem produtos audiovisuais da Coreia do Sul disponíveis aos seus clientes. Entre esses títulos, estão K-dramas, filmes, reality shows e programas de entretenimento, a grande maioria adicionada há poucos meses. Uma plataforma, que até há pouco tempo era praticamente formada apenas por produtos ocidentais, surpreende com o interesse e a quantidade de conteúdos de caráter não só sul-coreano, mas asiático em geral (MAZUR, 2018, p. 11).

Em relação às produções de outros países do Extremo Oriente na Netflix, ressalta-se a presença do conteúdo chinês, especialmente do clássico cinema de Hong Kong. No entanto, trata-se majoritariamente de títulos de cinema, representado, muitas vezes pelo imaginário consolidado junto aos públicos globais da arte do Kung Fu, consolidado a partir de figuras como o astro Bruce Lee e do mestre Yip Man. Em relação aos dramas de TV oriundo da China, até então, os únicos presentes são os títulos *Ice Fantasy* (Hunan TV, 2016) - um drama épico e fantasioso que contém 62 episódios - e a compilação de *Empresses in the Palace* (Dragon TV, 2011) - um drama histórico que é ambientado durante a Dinastia Qing e conta a história de Zhen Huan, uma garota que se torna concubina do imperador e precisa aprender a viver diante dessa nova e cruel realidade.

Por fim, os dramas taiwaneses também são pouco contemplados na plataforma. Destaca-se a presença do recente *A boy named Flora* (GTV, 2017) e *Close your eyes before it's dark* (GTV, 2016), disponíveis para a fruição do público brasileiro. Além desses, mais três outros títulos de *tw-dramas* constam no catálogo. São eles: *The fierce wife* (TTV, 2011), *Queen of no Marriage* (TTV, 2009), *Life plan a and b* (TTV, 2016).

Figura 02

***C-dramas* e *TW-dramas* no catálogo da Netflix BR**

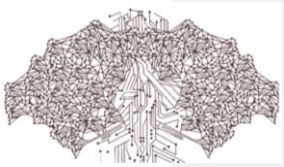


Da esquerda para direita: os *c-dramas Ice Fantasy* (Hunan TV, 2016) e *Empresses in the Palace* (Dragon TV, 2011), e os *tw-dramas Close your eyes before it's dark* (GTV, 2016) e *The Fierce Wife* (TTV, 2017)
Fonte: Netflix BR

Percebe-se, portanto, a partir do panorama brevemente apresentado, que as estratégias utilizadas pelas indústrias televisivas dos países do Extremo Oriente para impulsionar a distribuição e o consumo dos dramas de TV no mercado global são diferentes, o que denota sua originalidade desde a sua concepção. A inserção de dramas de TV no catálogo da Netflix Brasil aponta para uma nova forma de mediação que vem sendo construída nos últimos anos e que pode transformar o circuito dos dramas de televisão asiáticos tal qual conhecemos hoje.

Considerações finais

Conforme vimos, a expansão recente de plataformas de *streaming* de filmes e séries na paisagem midiática global, como é o caso da Netflix, foi acompanhada pela produção e distribuição de novos conteúdos originais, para além do mercado audiovisual americano e/ou ocidental, ilustrando assim uma paisagem midiática televisiva diversificada em termos de representatividade regional. Ao firmar parceria com emissoras de televisão do Extremo Oriente, a Netflix rapidamente se incumbiu de desenvolver e mediar conteúdos que tivesses apelo para o público desses países, bem como potencial alcance global. Foi situado nessa lógica que os dramas de TV oriundos do Japão, Coreia do Sul, China e Taiwan foram inseridos no catálogo internacional e brasileiro da Netflix. Ademais, dada a expressiva comunidade de fãs do pop oriental e de brasileiros de ascendência asiática residente em nosso país, questões sobre identidade e representação se constituem em possíveis caminhos para se pensar o consumo e recepção dessas produções por aqui.



A guisa de conclusão defendemos que a mediação recente proporcionada por plataformas licenciadas de *streaming* de filmes e séries - como o Crunchyroll, ViKi, DramaFever e, em particular, a Netflix - promove uma maior expansão e visibilidade global do conteúdo audiovisual produzido no contexto regional das indústrias televisivas dos países do Extremo Oriente, coexistindo e dialogando com estratégias tradicionais (e informais) de mediação desenvolvida e consolidada pelos fãs (*fansubbers*) no ambiente das redes digitais. A análise minuciosa dessas estratégias de mediação empreendida por indústrias e fãs, bem como questões relativas às diferentes políticas de distribuição envolvidas na mediação (licenciada e não-licenciada, formal e informal) dos dramas de TV, numa perspectiva comparativa, relacional e local, são questões que ensejamos nos aprofundar devidamente na reflexão que seguirá a posteriori.

Referências bibliográficas

ALBURQUERQUE, Afonso; CORTEZ, Krystal. **Cultura Pop e Política na Nova Ordem Global: lições do Extremo Oriente.** In: CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério; SÁ, Simone Pereira de (Org). Cultura Pop. Salvador: Edufba, 2015.

_____. **Ficção Seriada, Cultura Nacional e Des-Ocidentalização: o caso dos animês.** Contemporânea | Revista de comunicação e cultura - v.11 – n.01 – jan-abril, 2013.

ANG, Ian. **Television Fictions around the World:** Melodrama and Irony in Global Perspective. Critical Studies in Television, 2(2): 18-30, 2007.

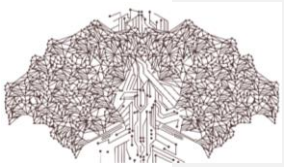
_____. The cultural intimacy of TV Drama. In: Iwabuchi Koichi (org.) **Feeling Asian Modernities:** Transnational Consumption of Japanese TV Dramas. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004, p. 303-309.

ARAUJO, Mayara. **Dramas de televisão japoneses na internet brasileira: o caso de Atelier na Netflix**. II Jornada Internacional GEMInIS. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 17 a 19 de maio de 2016a.

_____. Dramas de TV japoneses: da participação ao consumo. **Revista Comum (FACHA)**, V. 17, n. 39, janeiro/junho, p. 310-326, 2016b.

CASTELLANO, Mayka. **"I do marathons (on Netflix)": as práticas dos fãs nas novas formas de ver e compartilhar TV.** XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015.

_____; MEIMARIDIS, Melina. **Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva.** Contemporânea | comunicação e cultura - v.14 – n.02 – maio-ago. – p. 193-209, 2016.



CHUNG, Ah-young. **K-drama: A New TV Genre with Global Appeal.** Korean Culture and Information Service - Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2011.

DISSANAYAKE, Wimal. Asian television dramas and Asian theories of communication. J**ournal of Multicultural Discourses,** 7:2, 191-196, 2012.

DENISON, Rayna. **Redistributing japanese television drama: the shadow of economies and communities around online fan distribution of japanese media**. The Velvet Light Trap (Texas Press), n. 75, p. 58-72, spring 2015.

DWYER, Tessa. Fansub dreaming on Viki. **The Translator**, 18:2, p. 217-243, 2014.

GOMES, Laura Graziela. **Fansites ou o "consumo da experiência" na mídia contemporânea.** Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, 2007.

HU, Kelly. The **Power of Circulation: digital technologies and the online chinese fans of japanese TV drama**. Inter-Asia Cultural Studies, 6:2, p. 171-186, 2005.

IADEVITO, Paula, BAVOLEO, Bárbara e LEE, Mónica. **Telenovelas coreanas en América Latina: ¿una nueva forma de comunicación intercultural?**.VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. 2010.

ITO, Mamoru. The representation of femininity in Japanese television dramas of the 1990s. In: Iwabuchi, K. (ed.) **Feeling Asian modernities – transnational consumption of Japanese TV dramas**. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004.

IWABUCHI, Koichi. **Feeling Asian modernities:** Transnational consumption of Japanese TV dramas. Hong Kong, China: Hong Kong University Press, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

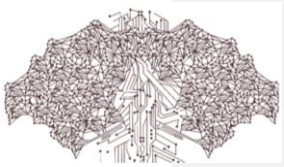
LIE, John. **Sociology of Contemporary Japan**. Trend Report. Current Sociology. Journal of The International Sociological Association (ISA), Vol. 44, no 1, spring. London: Sage Publications, 1996.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a Guerra global das mídias e culturas.** Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MATRIX, Sidneyeve. **The Netflix Effect: teens, binge-watching, and on-demand digital media trands.** Jeunesse: Young People, Texts, Cultures. v. 6, n. 1, 2014.

MAZUR, Daniela. **A televisão sul-coreana no atual contexto global:** um panorama introdutório. In: I Congresso TeleVisões. Niterói, RJ, 2018.

ROSSINI, Miriam; RENNER, Aline. **Nova cultura visual? Netflix e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo de audiovisual**. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2015.



SHIM, Doobo. **Hybridity and the rise of Korean popular culture in Ásia**. Media, Culture & Society. Vol. 28(1), 2006.

SIRIYUVASAK, Ubonrat; HYUNJOON, Shin. Asianizing **K-pop: production, consumption and identification patterns among Thai youth.** Inter-Asia Cultural Studies, 8:1, 2007.

URBANO, K. C. L. **Fansubbers em cena**: mediação e distribuição de animês em tempos de globalização da cultura. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Ouro Preto, MG, 2012.

_____; MADUREIRA, A. V. A. C. ; MONTEIRO, D. S. M.. **Fãs, Mediação e Cultura Midiática: dramas asiáticos no Brasil.** In: I Jornada Internacional GEMInIS: Entretenimento Transmídia, 2014, São Carlos. I Jornada Internacional GEMInIS: Entretenimento Transmídia, 2014. p. 1-16., 2014.

VIEIRA, Eloy; ROCHA, Irla; FRANÇA, Lilian. **A aproximação entre indústrias de mídias e os fãs: o caso do DramaFever no Brasil.** In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015.

VINCO, Alessandra; MAZUR, Daniela. **Fans, Hallyu and Broadcast TV: The case of the k-drama 'Happy Ending' pioneering in Brazil.** In: 8th World Congress of Korean Studies, Filadélfia, Pensilvânia, EUA. 8th Congress Papers, 2016.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

OS SMARTPHONES COMO EXTENSÕES DA MENTE: HIBRIDAÇÃO, ACOPLAMENTO E COGNIÇÃO [1]

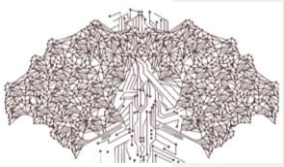
Camila Moura

A comunicação teve o objetivo de apresentar algumas reflexões teóricas em torno do tema da mente e cognição estendidas (Clark & Chalmers, 1998; Clark 1997, 1998, 2001, 2003, 2010a, 2010b, 2011) e sua relação com as tecnologias conectadas em rede. A ênfase da fala direcionou-se à interface dos processos cognitivos e comunicacionais, destacando como a forma acoplada, que marca a interação desses dispositivos com os seres humanos, modifica a cognição. A relevância do tema reside na tentativa de pensar a comunicação, assim como os processos educacionais, para além da ordem do discurso que encerra tanto a aprendizagem quanto a comunicação em atos de fala com intuito de expressão.

Proponho, então, realocar essa discussão à luz de sua interface com a cognição. As reflexões que se seguem são oriundas das leituras e debates bibliográficos desenvolvidos durante a elaboração de minha pesquisa de doutorado, onde defendi a tese de que algumas tecnologias, de tão acoplados ao nosso dia-a-dia, formam, em conjunto com o corpo humano, um sistema estendido de cognição e comunicação. Desse modo, é possível não apenas relacionar, teoricamente, a materialidade dos processos comunicacionais ao aparato cognitivo, mas inserir na discussão sobre a aprendizagem as tecnologias como parte constitutiva de nosso aparato cognitivo.

Dentre esses dispositivos acoplados, os *smartphones* são um grande ícone! Olhos vidrados e dedos frenéticos nas telinhas, a qualquer momento e em qualquer lugar, nos dão a impressão de que o telefone já não é mais um meio de comunicação, somente, mas uma extensão de nosso corpo. Uma espécie de simbiose homem-máquina torna-se, cada dia, mais evidente, ressignificando não só os processos comunicacionais, mas nossas rotinas e, por que não afirmar, redefinindo o que entendemos por ecologia cognitiva. Vale

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 15: Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, 1 trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber. Doutora em Educação (PUC-Rio). E-mail: pintocamilam@yahoo.com.br

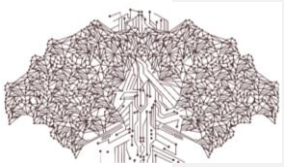


chamar atenção, rapidamente, antes de dar continuidade às reflexões sobre a extensão da mente e sua interface com os *smartphones*, para este termo.

De acordo com alguns adeptos mais radicais do que é conhecido na área da filosofia da mente e das ciências cognitivas como *embodied cognition*, a cognição deve ser compreendida como um processo não somente integrado ao ambiente, mas acoplado ao meio externo, que pode, em última instância estender-se para o mundo (Shapiro, 2014). Sob sua ótica, os processos cognitivos não se resumem ou se encerram nos corpos biológicos dos indivíduos, sendo, também o meio externo, parte constitutiva da cognição. Pode ser incluído nesse raciocínio, por exemplo, os mais diversos materiais envoltos em nossas tarefas diárias, como o lápis que utilizamos para escrever ou mesmo o contato sensorial estabelecido com as páginas que folheio ao ler um romance. Nesse sentido, tudo, lê-se mundo material e imaterial, deve ser encarado como constitutivo do aparato cognitivo. De acordo com esse ponto de vista, vale acrescentar, os seres humanos estão imersos em rotinas cognitivas (programas de ação e resolução de tarefas e problemas) que se situam em nichos cognitivos (Clark, 2006). Isso significa dizer que a cognição possui relação intrínseca e simbiótica com o meio (material e natural) em que o indivíduo vive. E isso inclui, é importante ressaltar, não só os significados e sentidos atrelados à interface cognição, comunicação e formação humana, mas à própria materialidade dos processos comunicacionais, como veremos adiante.

Gostaria de ressaltar o argumento de Paul Smart (2014, 2016) que, no entanto,vai por outro caminho. Ele defende a tese de que há, na verdade, uma nova ecologia cognitiva, fruto do atual modelo tecnológico que nos impõe, cada vez mais, uma situação de acoplamento constante à rede mundial de computadores e, logo, aos seus dispositivos. A portabilidade dos artefatos conectados à web, lança-nos o questionamento de que o próprio ser, que dotado de uma ecologia híbrida, modifica-se. Tendo esta premissa em mente, como os processos cognitivos e sua interface com a comunicação mediada por dispositivos como smartphones transformam a formação humana, é uma indagação urgente dos nossos dias, ao meu ver.

E se a cognição é tanto um processo, quanto um aparato que envolve certo rompimento entre as fronteiras internas e externas do corpo humano, não seria incoerente partir dessa premissa para problematizar as questões relativas ao papel, função e



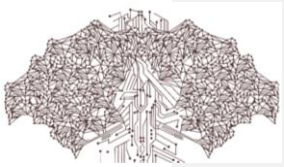
caracterização da mente. Não nos damos conta, mas, muitas vezes ao longo do dia, sob diversos ângulos, aparelhos eletrônicos desempenham o mesmo papel que a nossa mente em determinadas situações. Uma agenda, por exemplo, pode substituir, perfeitamente, a memória, pois a sua função é lembrar-me datas, telefones, aniversários, compromissos etc. Há, no entanto, apesar de atuar funcionalmente da mesma forma que um neurônio, hesitação em considerá-la constitutiva do aparato cognitivo. Parece algo descabido, mas se pararmos para refletir um pouco mais veremos que esse receio é fruto de uma noção de cognição que a aprisiona como algo encerrado no corpo biológico.

Romper com essa tradicional visão e aceitar a possibilidade de que um *smartphone* seja constitutivo do aparato cognitivo considerando a tese da extensão da mente, é concordar com a possibilidade de compreender a cognição mais como um processo que se desenvolve tanto interna, quanto externamente, do que restrita a um só lugar, no caso, o corpo do sujeito cognoscente. Na verdade, a idéia central seria romper com a noção de um marco cognitivo atrelado à biologia, somente.

Estender a mente e a cognição ao mundo nasce da possibilidade teórica de problematizar a mente humana como algo privado, pertencente ao âmago e ao interior dos indivíduos. É um movimento corajoso que afirma, por exemplo, que nossas funções mentais não precisam estar, necessariamente, confinadas na cabeça, podendo estender-se para fora dela. Essas teorias têm como fio condutor a ideia de que os suportes e os objetos são constitutivos da cognição humana e que esta deve ser analisada partindo-se do princípio de que um sujeito cognoscente (que pode conhecer) é dotado de um corpo e que este é, constantemente, sujeito à hibridação. Em outras palavras, é um corpo híbrido, ou seja, ciborgue (Clark, 2003), o sujeito capaz de aprender, observar, colocar-se, interagir e se comunicar.

Tente imaginar a história da humanidade sem levar em consideração seus instrumentos, utensílios e tecnologias. Imagine resolver operações aritméticas com dois ou mais algoritmos sem a utilização de papel e caneta. Como seria escrever um artigo científico sem recorrer às anotações, livros e outros recursos? Parece que nossa mente não funciona da mesma maneira quando estamos desprovidos desses insumos.

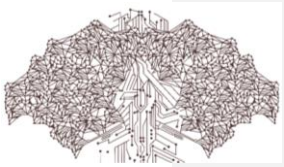
Apesar de sua obviedade, a materialidade e o aspecto sensorial da comunicação que envolve a construção de pensamentos e linguagem é um tema bastante incipiente na



academia. Na área da comunicação, por exemplo, essa tendência se confirma na valorização da hermenêutica, o imaterial da comunicação. Buscamos compreender a sociedade pelo mundo dos significados e pelos conteúdos das mensagens, relegando aos meios, o material da comunicação, o estatuto de instrumento da expressão, caracterizando-os, apenas, como aportes e veículo dos jogos de linguagem. Vale dizer, que na década de 1960, dentro dos estudos de mídia, Marshall Mc Luhan discutia de forma incipiente essas reflexões quando afirmava que o meio é a mensagem. (MC LUHAN, 2007).

Dentro dos estudos literários e da área da lingüística, essa problemática aparece nas reflexões de Hans Ulrich Gumbrecht que chama atenção para a ideia, historicamente construída, de que o meio é um mero veículo da mensagem. Argumenta que a racionalidade humana, calcada em preceitos da lógica formal, ao eleger a linguagem como preceito da razão, desenha o raciocínio lógico, ou seja, o pensamento como encadeamento de inferências, possíveis a partir de premissas sentenciais. A capacidade de pensar atrela-se, radicalmente, à linguagem. A hermenêutica ascende como caminho para conhecer o mundo. O racionalismo é a base do estabelecimento de uma primazia do significado, ou do efeito de sentido, ta como nomeado por Gumbrecht (2010a, 2010b) relegando o efeito de presença (o contato físico e sensorial que travamos com os meios de comunicação) uma posição secundária no pensamento. O autor argumenta que ao fixarmos a compreensão do mundo nas potencialidades (mentais) interpretativas, nos esquecemos da presença dos objetos e das coisas que compõem o mundo. Isso significa afirmar que o meio e não somente o conteúdo influencia na recepção das mensagens e que diferentes suportes produzem distintos significados. Essa perspectiva permite considerar os *smartphones* não apenas como meios de comunicação, mas extensões de nós mesmos.

Como já mencionado, na área das ciências cognitivas e filosofia da mente, o debate apresentado, até então, movimenta uma série de questionamentos pertinentes às divergências teóricas que envolvem as teses fortes e fracas da *embodied cognition* (Shapiro, 2014). De acordo com as últimas, a cognição é um fenômeno que ocorre de forma integrada ao meio externo. Os diferentes utensílios, instrumentos e técnicas são encarados como ferramentas que podem ampliar e potencializar a cognição, mas não são



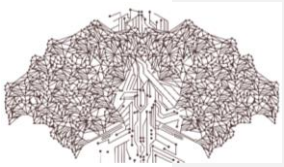
partes integrantes do aparato cognitivo. Para os adeptos das teses fortes, por outro lado, onde podemos situar a teoria da mente e cognição estendidas, os diferentes artefatos e técnicas constituem o aparato cognitivo, pois são acoplados ao corpo que é, por princípio, híbrido.

Seguindo a mesma linha, para Andy Clark e David Chalmers (1998), que propuseram o conceito de mente estendida, há uma importante premissa em questão: os diversos objetos que utilizamos em nossas rotinas diárias não devem ser compreendidos, apenas, como artefatos mediadores que auxiliam ou ampliam a cognição, mas pertencentes ao sistema cognitivo que é estendido. Os objetos são, na verdade, extensões e não instrumentos, constitutivos e não alicerces.

Direcionando essas ideias para os dias atuais, trinta anos após a publicação do ensaio, é inegável que a forma acoplada como utilizamos dispositivos conectados em rede modifica nossas ações, transformando, esculpindo nossas rotinas cognitivas e moldando uma nova ecologia cognitiva (Smart, 2014, 2016). Um bom exemplo é o *google*. O *site* responde todas as nossas dúvidas e é acessado com muita freqüência no nosso dia-a-dia. Naturalmente acoplamos seu uso às nossas atividades mais corriqueiras. Vemos surgir, a partir da criação dessa tecnologia, uma maneira diferente de lidar com o conhecimento e com a circulação das informações que perpassa, obrigatoriamente, o constante acoplamento tecnológico. Conceituamos e lemos o mundo tendo esses artefatos, não somente, mediando nossas atividades, interações e comunicação, mas constituindo nossos próprios corpos cognoscentes. O acoplamento é tamanho que esses objetos tornam-se transparentes em uso (Clark, 2014), assumindo a feição de extensões e não meros utensílios. O efeito de presença transforma o efeito de sentido e não o contrário, como colocou Gumbrecht (2010a, 2010b).

Essas tecnologias permitem, inclusive, ressignificar o sentido dado à presença. Pela naturalização da virtualidade é possível, também, lançar uma nova luz ao conceito de corpo que se comunica, que pode ser reconhecido e caracterizado, facilmente, para além do biológico.

Esse *background* serve, então, como uma luva para pensar o papel dos telefones celulares e como eles se comportam enquanto extensões de nossas mentes e corpos e como isso impacta não só a forma como nos comunicamos, mas nosso próprio aparato



cognitivo. Essas tecnologias devem ser compreendidas, sobretudo, como constitutivas de nossa ecologia cognitiva.

Em termos de acoplamento e uso transparente, argumento utilizado por Andy Clark (2001) para reconhecer um dispositivo como extensão da mente, os *smartphone*s são um caso especial. De acordo com o CGI (Comitê Gestor da Internet no Brasil), a 11ª edição da pesquisa TIC Domicílios, mostra que 58% da população brasileira usam a *internet* – o que representa 102 milhões de internautas e que o telefone celular é o dispositivo mais utilizado para o acesso individual, contabilizando 89%. Um dado complementar, presente na mesma pesquisa, é que esses números continuam aumentando[2].

Esses dados chamam atenção ao fato de que a comunicação mediada por dispositivos eletrônicos conectados à web, cujos celulares são protagonistas, lança para a teoria da mente estendida um novo cenário de observações que permite, entre outras reflexões, aliar os estudos sobre os processos cognitivos e de aprendizagem aos estudos sobre comunicação sem, necessariamente, ater-se à hermenêutica, podendo tomar a linguagem como uma estrutura material da cognição, ou como prefere Clark (2006), um andaime cognitivo e não um mero veículo da expressão de pensamentos.

Vale acrescentar que, recentemente, Andy Clark (2012, 2014) afirmou que o acoplamento crescente dos dispositivos conectados à web e os seres humanos evidencia a emergência de uma segunda onda da mente estendida, onde os objetos não representam, apenas, extensões de nossas mentes e corpos, mas possibilitam a interação, a integração e a comunicação dessas extensões. Buscando chamar atenção para a mesma questão, Paul Smart (2012, 2014a, 2014b, 2016) lança o termo *web-extended mind* apresentando-o como o mais apropriado para referir-se à dimensão social e, de certa forma comunicativa, que a cognição assume no espaço virtual.

Diferentemente da primeira, na segunda onda, o conteúdo mental que circula na internet não corresponde à extensão da mente de quem o publica e manipula, mas, pertence à própria rede. Ou seja, o que era próprio do âmbito individual, como o exemplo da agenda apresentado no início desta reflexão, ganha dimensão coletiva. É como se

[2] Disponível em: http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2016/09/pesquisa-revela-que- 3 mais-de-100-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet. Acesso: outubro de 2017

houvesse, então, uma grande mente que guarda distintos conteúdos mentais em interação e que, a cada dia, nos lança novos questionamentos.

Nesse escopo, os estudos da área da comunicação mostram-se de grande relevância aos estudos da cognição e formação humana. Essa interface é de extrema urgência, nos dias atuais, e reafirmar isso foi o intuito da comunicação apresentada, não somente porque aprendemos e conhecemos o mundo a partir de processos interativos e lingüísticos, mas, porque a forma acoplada como as tecnologias conectadas à web rasgam o nosso cotidiano, nos impõe esta interface. Relação esta, ainda, em processo de descoberta.

Palavras-chave: Hibridação; Mente Estendida; Smartphones.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CLARK, A. & CHALMER`S. D. The Extended Mind. In: Analysis 58:1 0-23, 1998.

CLARK. A. Being there: putting brain, body, and world together again. Massachussets Institute of Technology. MIT Press, 1997 (kindle edition)

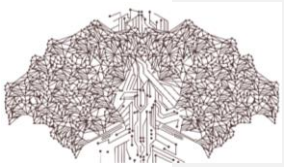
_____. Mindware: An Introduction to the Philosophy of Cognitive Science. Oxford University Press, 2001

_____. Natural-born Cyborgs: Minds, Technologies, and the future of Human Intelligence. Oxford University Press, 2003.(kindle edition)

_____.Memento's Revenge: The extended mind, Extended. In: The extended mind. Edited by Richard Menary. Massachussets Institute of Technology . MIT Press, 2010a. (kindle edition).

_____. Coupling, Constitution, and the Cognitive Kind: A reply to Adam's and Aizawa. In: The extended mind. Edited by Richard Menary. Massachussets Institute of Technology . MIT Press, 2010b. (kindle edition).

_____. Supersizing the mind: embodiment, action, and cognitive extension. Oxford University Press, 2011. (kindle edition).



CLARK, A. HALPIN, H.,WHEELER, M. Philosophy of the web: representation, inaction, collective intelligence. In: Philosophical Engineering: Toward a Philosophy of the web. Ed. Harry Halpin e Alexandre Monnin, 2014.

GUMBRECHT, H.U. Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir. Trad: Ana Isabel Soares. Rio de Janeiro: Contraponto; Ed. PUC-Rio, 2010a

_____. O campo não hermenêutico ou a materialidade da comunicação. In: Teresa revista de Literatura Brasileira [10|11]; São Paulo, p. 386-407, 2010b.

Mc LUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo, Cultrix, 2007.

SHAPIRO, L. The Routledge Handbook of Embodied Cognition. Shapiro, Lawrence A (eds.). New York, New York, USA, 2014.

SMART, P. The Web-extended mind. In: Metaphilosophy. Vol. 43, Issue 4, July 2012 p. 446– 463

_____. The Web-extended mind. In: Philosophical Engineering: Toward a Philosophy of the web. Ed. Harry Halpin e Alexandre Monnin, 2014a.

_____. Embodiment, Cognition and the World Wide Web. In: The Routledge Handbook of Embodied Cognition. Shapiro, Lawrence A (eds.). New York, New York, USA, 2014b. p. 326-334.

_____. Extended Cognition and the Internet: A Review of Current Issues and Controversies. In: Philos. Technol. 2016. DOI 10.1007/s13347-016-0250-2

OUTRAS REDES, NOVOS ATORES: A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NUMA PERSPECTIVA HÍBRIDA E MULTIMODAL[1]

Ederson Luiz Locatelli[2]; Eliane Schlemmer[3]

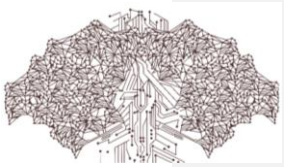
Introdução

A Educação a Distância é uma modalidade educacional que vem crescendo significativamente nos últimos anos, principalmente no âmbito da oferta de cursos de Licenciatura em Pedagogia, no entanto, questões relacionadas à concepção e gestão, têm nos instigado a uma série de reflexões. É nesse contexto que surge o presente artigo, que está vinculado a uma tese de doutorado, cujo problema de pesquisa assim se expressa: como o design pode contribuir para a concepção e construção do projeto de curso de graduação em Pedagogia numa perspectiva híbrida e multimodal. Do problema de pesquisa derivaram algumas questões, contudo para este trabalho adotamos a seguinte:como a perspectiva do hibridismo e da multimodalidade pode contribuir para repensar o design dos cursos de Pedagogia? Para responde-la, a fim de problematizar o *modus operandi* instalado no cenário nacional no que diz respeito à EaD buscou-se fundamentação em autores da Educação, da Sociologia, da Filosofia e do Design, tais como: Latour (2011; 2013; 2016); Di Felice (2012a; 2012b); Schlemmer (2015); dentre outros.A pesquisa se configura como qualitativa, de natureza aplicada e, do ponto de vista dos objetivos, exploratória. Tem como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental.Um dos resultados alcançadosno que diz respeito aos projetos estudados e para que a perspectiva ecossistêmica, do hibridismo e da multimodalidade se efetive, o Design e a Educação precisam ser considerados, pois a composição de diferentes possibilidades pode gerar projetos capazes de responder aos desafios da e na formação de um profissional da pedagogia na contemporaneidade.

[1]Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] O Pesquisador é professor da UNISINOS, Doutor em Educação (UNISINOS) e integrante do Grupo de Pesquisa Educação Digital - GPe-dU UNISINOS/CNPq. E-mail: elocatelli@unisinos.br

[3]A Pesquisadora é professora da UNISINOS, Doutora em Informática na Educação (UFRGS) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Educação Digital - GPe-dU UNISINOS/CNPq. E-mail: elianes@unisinos.br



1 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM EDUCAÇÃO DIGITAL: TRILHAS E PERCURSOS PARA TEORIZAÇÕES

O Grupo de Pesquisa Educação Digital - GPe-dU UNISINOS/CNPq desenvolve pesquisas no campo da formação/capacitação humana no que se refere ao desenvolvimento cognitivo e sociocognitivo, produzindo conhecimento no campo do desenvolvimento sociocultural e dos processos de escolarização no contexto da cultura digital emergente. Assim, o GPe-dU pesquisa e produz conhecimentos e metodologias educacionais na interface entre tecnologias e projetos de desenvolvimento sociocultural. Além disso, busca inovação no campo investigativo relacionado à área da educação em interface com as demais áreas do conhecimento, em especial: a computação, a comunicação, a psicologia, a linguística, a sociologia, a filosofia, as neurociências e a administração[4]. Algumas das principais pesquisas e projetos serão descritos abaixo para podermos contextualizar o viés epistemológico do GP-edU.

Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA-UNISINOS: Uma das primeiras tecnologias desenvolvidas pela Professora Dra. Eliane Schlemmer, juntamente com um grupo de pesquisa e desenvolvimento – no contexto das pesquisas na área de Educação Digital na UNISINOS –, foi o Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA-UNISINOS. Esse ambiente foi desenvolvido em 1999, a partir de uma necessidade identificada no contexto do Núcleo Assessoria Pedagógica – NAP-UNISINOS em vivenciar processos de aprendizagem e prática docente no ensino superior, que incluísse tecnologias digitais. O objetivo foi construir significado e atribuir sentido a esse novo contexto de docência na universidade, para assim realizar, com maior competência, o apoio pedagógico aos demais docentes da instituição. Portanto, o AVA-UNISINOS surge de uma necessidade, de uma problemática identificada no cotidiano da docência no ensino superior. Este ambiente utilizei como estudante de graduação e, posteriormente, como professor da instituição no ano de 2007, quando realizei o primeiro curso de extensão na modalidade a distância para um grupo de professores da rede jesuíta. Uma das principais diferenças do AVA-UNISINOS, em relação a outros AVAs existentes, referia-se à concepção epistemológica que orientou seu desenvolvimento tecnológico, pois, neste ambiente, não há hierarquia, colocando-se professor e estudante cooperando e interagindo com vistas ao processo de aprendizagem. Segundo Schlemmer (2005),

[4] Disponível em: <https://gpedunisinos.wordpress.com/quem/>. Acesso em: 15 ago. 2016.

> [...] os AVA têm como objetivos: apoiar, ampliar e enriquecer os espaços de convivência, privilegiando a atividade do sujeito na construção do conhecimento, a partir de propostas inter e transdisciplinares; oportunizar um espaço de desenvolvimento-pesquisa-ação-capacitação de forma sistemática e sistêmica, vivenciando uma aprendizagem que implique rupturas paradigmáticas; favorecer o acesso às tecnologias educacionais e aos vários agentes sociais, na perspectiva da construção do conhecimento e das competências sociais.

Além disso, outro elemento compõe esse conceito de ambiente, que é o de microcomunidade.

De acordo com a autora, uma comunidade de aprendizagem compreende as dimensões: humana, acadêmica e profissional. Além disso, a comunidade possui uma plataforma temática, que significa o assunto a perpassar e a desencadear todos os projetos de aprendizagem (microcomunidades que se inter-relacionam) compostos de casos, desafios e problemas. Com isso, tais projetos serão desenvolvidos por meio das ferramentas de interação, conforme elencadas no modelo de comunidade. A partir disso, o AVA Unisinos buscou evidenciar alguns pressupostos na constituição de um espaço digital virtual, no qual o estudante era sujeito do seu processo de aprendizagem. Entretanto, outras pesquisas foram surgindo com o objetivo de avançar nos estudos referentes à Educação Digital.

AWSINOS – MUNDO DIGITAL VIRTUAL EM 3D – MDV3D: com a evolução da Internet, começaram a surgir as tecnologias de Metaverso, que possibilitavam a construção de mundos digitais virtuais em três dimensões – MDV3D, onde os sujeitos interagiam por meio de uma representação gráfica em 3D – o avatar. O projeto de pesquisa intitulado "Construção de mundos virtuais para a capacitação a distância", coordenado pela Professora Dra. Eliane Schlemmer e enviado à empresa Activeworlds Inc. devido a sua relevância no âmbito educacional, foi contemplado, por essa empresa, com uma "Galáxia" no Metaverso Eduverse (versão educacional do software Active Worlds), o que possibilitou dar início ao desenvolvimento das pesquisas nessa área, com o desenvolvimento do MDV3D AWSINOS, no ano de 2000. Com a criação do Grupo de Pesquisa Educação Digital – GPe-dU UNISINOS/CNPq[5], no ano de 2004, a pesquisa na área foi potencializada, dando origem a novos processos investigativos, tais como: "A Formação do educador na interação com o AVA em mundo virtuais: percepções e representações". Com essa pesquisa deu-se início ao processo de integração de três Tecnologias

[5] Disponível em: <http://www.unisinos.br/pesquisa/educacao-digital>.

Digitais, uma que possibilitava uma interação predominantemente textual – o AVA-UNISINOS –, outra que possibilitava uma interação com um Agente Comunicativo, no caso a Mariá, e outra ainda, que possibilitava uma interação além de textual, gráfica e também gestual, num ambiente modelado em 3D – o AWSINOS – construído no Eduverse; dessa pesquisa, originou-se a Tecnologia-conceito ECODI – Espaço de Convivência Digital Virtual. No AWSINOS, participei como sujeito-participante de pesquisa da dissertação da então mestranda Profa. Luciana Backes (2007) e neste processo iniciei o contato com os MDV3D, um ambiente no qual a imersão, a agência e a transformação são fatores que se destacam como potencialidades para pensar em novos desenhos de educação.

Ilha UNISINOS – Metaverso Second Life: Durante o período em que se desenvolviam pesquisas com o Eduverse, com a institucionalização do Grupo de Pesquisa Educação Digital – GPe-dU UNISINOS/CNPq em 2004, atualmente vinculado à Linha de Pesquisa Educação, Desenvolvimento e Tecnologias do Programa de Pós-Graduação em Educação da UNISINOS, iniciaram-se as primeiras experiências com o metaverso Second Life. Em 2006, o GPe-dU, por meio de pesquisa, adquiriu uma Ilha no Second Life e iniciou a construção da Ilha UNISINOS. O objetivo principal consistiu em criar um espaço digital virtual de informação, de comunicação e de interação para a comunidade acadêmica da UNISINOS, a fim de que professores-pesquisadores e estudantes pudessem explorar, experimentar, vivenciar esse novo espaço no âmbito da Educação Online, enquanto potencializador de processos de ensino e de aprendizagem. Dessas experiências, desencadeou o meu projeto de mestrado, intitulado *A Construção de Redes Sociais no processo de Formação Docente em Metaverso, no contexto do Programa Loyola*, alinhado às pesquisas do GPe-dU, no qual desenvolvemos o ECODI Inaciano derivado da **Tecnologia-conceito ECODI – Espaço de Convivência Digital Virtual**. Segundo Schlemmer (2009), o ECODI compreende

> - diferentes Tecnologias Digitais - TDs - integradas, tais como Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVAs), Mundos Virtuais, em 3D (MDV3D - nos quais a interação ocorre entre sujeitos representados por avatares, "humanos virtuais" ou bots), agentes comunicativos (ACs - criados e programados para a interação), dentre outros, que juntos favoreçam diferentes formas de comunicação (linguagem escrita – texto, linguagem imagética - imagens, linguagem gestual – movimento e linguagem oral - fala, som), reunindo todas essas linguagens num único espaço de interação;
> - o fluxo de comunicação e interação entre os sujeitos presentes nesse espaço e,
> - o fluxo de interação entre sujeitos/meio, ou seja, o próprio espaço tecnológico. (SCHLEMMER, 2009).

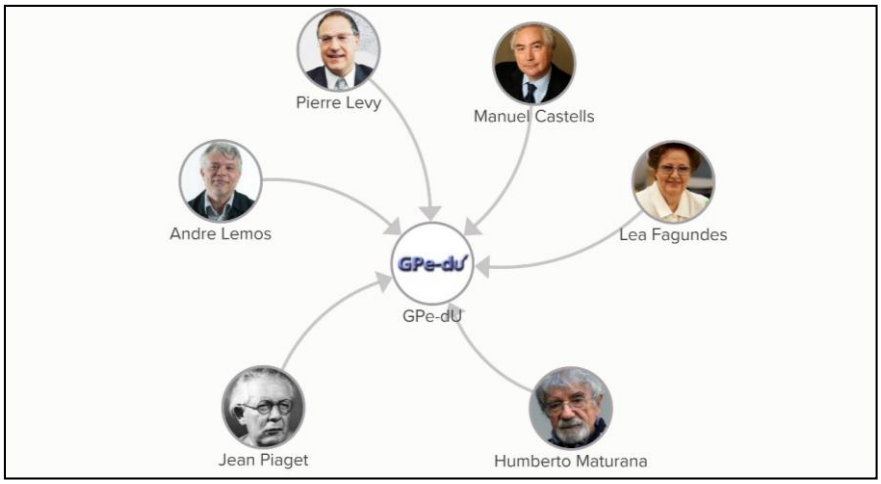
Ainda segundo Schlemmer (2006),

> ECODI pressupõe, fundamentalmente, um tipo de interação que possibilita aos sujeitos (considerando sua história de interações) que "habitam" esse espaço configurá-lo colaborativamente e cooperativamente de forma particular, ou seja, por meio do seu viver e do conviver.

Além disso, outro projeto importante foi o processo formativo da **Ilha RICESU**. Em 2007, também no âmbito do Metaverso Second Life, o GPe-dU UNISINOS/CNPq criou a Ilha RICESU. Nesse contexto, foi desenvolvido o projeto de pesquisa, desenvolvimento e formação intitulado "Espaço de Convivência Digital Virtual – ECODI RICESU" (2008-2009). O projeto consistiu, especificamente, na criação de um espaço digital virtual de informação, de comunicação e de interação para o desenvolvimento de uma comunidade virtual de aprendizagem e de prática no contexto Rede de Instituições Católicas de Ensino Superior - RICESU e no desenvolvimento de processos formativos para a construção de espaços 3D no metaverso Second Life, ofertado para as Instituições de Ensino Superior Católicas - IESC que integravam a RICESU, no contexto do GT-EDUDI (Grupo de Trabalho Educação Digital).

Ao longo deste anos, o desenvolvimento das pesquisas tiveram como fundamento os seguintes autores:

Figura 1: Principais autores que dão base às pesquisas do GPe-dU



Fonte: elaborada pelo autor.

Com o desenvolvimento das pesquisas, evidenciamos que a EaD tem passado por algumas fases no seu desenvolvimento e, com isso, o presente trabalho também tem se ocupado da análise e da reflexão dessa temática. O desenvolvimento da pesquisa no GPe-dU tem possibilitado avançar na produção do conhecimento de forma sistemática e sólida. Com essa consideração, trago algumas pesquisas as quais fundamentam alguns passos importantes no avanço destas discussões. Segundo Schlemmer e Backes 2013,

> [...] pensar a Educação na contemporaneidade implica considerar que os processos de ensinar e de aprender ocorrem na coexistência entre os espaços geográficos e os espaços digitais virtuais e, em compreender que as rápidas mudanças se dão dialeticamente entre educação e TD, pois ao mesmo tempo que as TD provocam transformações no contexto da educação, elas provocam a criação de novas TD. É nesse movimento dialético que surge a tecnologia-conceito ECODI (Espaço de Convivência Digital Virtual) sistematizada por Schlemmer et al. (2002, p. 8) e Schlemmer (2008, p. 24; 2009, p. 143; 2010, p. 17).

Pela tecnologia-conceito ECODI, criada pelo GPe-dU, a qual foi utilizada na minha pesquisa do mestrado, que compreendia diferentes TDs de forma integrada, tensionava-se promover o fluxo de comunicação e interação entre os sujeitos e o fluxo de interação sujeitos/meio (SCHLEMMER, 2009), considerando-se somente a tecnologias digitais e a modalidade online. Entretanto, o foco das pesquisas, até então vinculadas à aprendizagem no âmbito das TDs e na modalidade online, mudou. A mudança foi provocada principalmente pela pesquisa "Anatomia no Metaverso *Second Life*: uma proposta em *i-Learning*" que teve, como principais resultados encontrados, o fato de que

> [...] os sistemas modelados em 3D facilitaram a atribuição de significado a conceitos e processos vinculados aos diferentes sistemas. Essa imersão, associada à gamificação, propiciou um maior envolvimento dos discentes nos conceitos. Assim, experiências em *i-Learning* podem enriquecer contextos de aprendizagem em Anatomia, compondo ambientes híbridos na perspectiva da multimodalidade. (SCHLEMMER, 2014, p. 2119).

Além disso, experiências de docência na graduação, ministrando a atividade acadêmica Teorias de Aprendizagem (2012) e utilizando *QRCodes*, bem como na pós-graduação, por meio do Seminário de Educação Digital (2013), utilizando Realidade Misturada e Realidade Aumentada, foram ressignificando e provocando uma ampliação na teorização anterior, na

direção da perspectiva do hibridismo e da multimodalidade, relacionada com Games e Gamificação. Nesse contexto, surge a continuidade das pesquisas e a ampliação da tecnologia-conceito, com a pesquisa intitulada "Gamificação em espaços de convivência híbridos e multimodais: uma experiência no ensino superior (Cognição em Jogos Digitais)", financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e, a partir disso, diversos projetos foram desencadeados.

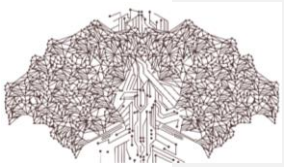
Esse avanço nas pesquisas ampliou o olhar para a coexistência e o imbricamento entre os espaços geográficos e *online*, entre as tecnologias analógicas e digitais, considerando as múltiplas formas de presença dos atores que habitam esses locais. Conforme Lemos (2013, p. 30), "hoje humanos acoplados a não humanos comunicacionais são os novos híbridos: celulares, iPads, redes sociais..." Além disso, "precisamos de uma teoria do social que pense o híbrido, as mediações, as traduções, as purificações e as estabilizações para compreender, fora de estruturas ou frames explicativos a priori, a atual cultura digital". (Lemos, 2013, p. 33). Com isso, neste tempo histórico e social, necessitamos pensar na coexistência dos espaços, das tecnologias, das modalidades, bem como neste contexto em que atores humanos e não humanos estabelecem relações.

2 HIBRIDISMO EM LATOUR: TRADUÇÃO E SIMETRIA

O termo híbrido, que tem sido bastante usado na atualidade pela área da educação, apresenta diferentes concepções. Um dos vieses utilizado é *Blended Learning*, ou "cursos híbridos", a combinação de atividades de aprendizagem presenciais e a distância. Entretanto, essa definição não é suficiente para explicar o termo. *Blended* surge do *blended whisky* que, segundo Tori (2009, p. 121), não é uma simples mistura de diferentes tipos de bebida, mas uma combinação balanceada e harmoniosa de sabores e aromas que visa a agradar ao máximo o paladar de seus apreciadores. Conforme a citação de Schlemmer 2015, o termo híbrido fundamenta-se na concepção de Bruno Latour, "que considera a conexão dos elementos das mais diversas naturezas". (SANTANA, 2015, p. 5).

Segundo Schlemmer (2015), fundamentada em Latour, por híbrido

> [...] se entende a mistura entre diferentes elementos, que resultam num novo elemento composto dos anteriores. [...] o híbrido é compreendido a partir de Latour (1994) enquanto constituído por múltiplas matrizes, por misturas de natureza e cultura, portanto, não comporta a separação entre cultura/natureza, humano/não humano etc. Híbridas são as ações e interações entre atores humanos e não humanos, em espaços e culturas analógicas e digitais,



> constituindo-se em fenômenos indissociáveis, redes que interligam naturezas, técnicas e culturas. Para o autor, enquanto não superarmos a distinção cultura/natureza, humano/não humano, ou seja, enquanto mantivermos a distinção ontológica, nossas atividades serão uma contínua construção de problemas e situações interpretadas como possuindo natureza científica, política, social, econômica, ideológica etc., ou seja, uma visão de mundo compartimentada, dicotômica e excludente.

É essa compreensão de híbrido, a partir de Latour, que adoto e que dá continuidade às pesquisas desenvolvidas pelo GPe-dU UNISINOS/CNPq. Antropólogo, sociólogo e filosofo da ciência, o francês Bruno Latour é um dos fundadores dos chamados Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia – ESCT e, junto a outros autores como Michel Callon e John Law, desenvolveu o conceito de ANT - *Actor Network Theory* ou, na tradução para o português, TAR – Teoria Ator-Rede. Esse conceito busca analisar a atividade científica, considerando atores humanos e não humanos.

Na sua obra *Jamais fomos modernos* (2013), Latour desenvolve uma argumentação evidenciando que nunca fomos modernos e, com isso, rediscute a maneira pela qual os cientistas fazem ciência. A argumentação que ele faz diz respeito à maneira pela qual a sociedade científica separa e fragmenta todos os elementos (natureza, cultura, sociedade, sujeito, objeto etc.) de forma a serem estudados, ou seja, com vistas à purificação:

> Para Latour, o que caracteriza a modernidade é justamente este paradoxo entre o sonho de purificação dos domínios humano e não-humano e a proliferação inesgotável de híbridos sócio-técnico-naturais, que insistem em atravessar as fronteiras entre natureza, sociedade, ciência, mercado etc. A melhor forma de descrever os objetos é aceitar seu caráter híbrido e heterogêneo. A partir do princípio da simetria generalizada, Latour propõe que todos os elementos, naturais, técnicos, políticos precisam ser descritos e analisados em um único nível, sem que a realidade de um domínio seja subsumida a níveis superiores ou precedentes que a determinariam. A TAR é uma abordagem teórica em que a ação é provocada não por atores unívocos, mas por composições heterogêneas de associações entre actantes humanos e não-humanos, mobilizados para um determinado programa de ação (HOLANDA; LEMOS, 2013, p.3)

A crítica estabelecida à ciência moderna, a qual busca a purificação, é a base para o conceito de híbrido entendido e adotado neste trabalho, pois, para Latour (2013), "os fatos científicos são construídos, mas não podem ser reduzidos ao social, porque ele está povoado por objetos mobilizados para construí-los". Por isso, como pensar um projeto de educação numa perspectiva híbrida e multimodal? Alguns elementos estão presentes nesta citação. Uma delas é de que as experiências são criadas artificialmente para

poderem ser estudadas. Outra é de que "os filósofos da ciência e os historiadores das ideias gostariam de evitar o mundo do laboratório, esta cozinha repugnante onde os conceitos são refogados com ninharias". (Latour, 2013, p. 27), pois a pesquisa se dá num mundo em constante mudança e movimento, associando atores humanos e não humanos, e vice-e-versa. Portanto, nesta ação sobre outros, os chamados actantes, frutos das associações, compõem o hibridismo. "Para romper com a influência daquilo que se poderia chamar de "sociologia figurativa", a ANT emprega o termo técnico actante, originário do estudo da literatura". (Latour, 2012, p. 86).

Portanto,

> Os deveres do cientista social mudam concomitantemente: já não basta restringir os atores ao papel de informantes de casos de tipos bem conhecidos. É preciso devolver-lhes a capacidade de elaborar suas próprias teorias sobre a constituição do social. A tarefa não consiste mais em impor ordem, em limitar o número de entidades aceitáveis, em revelar aos atores o que eles são ou em acrescentar alguma lucidez à sua prática cega. (Latour, 2013, p.31).

É nesse sentido, que Latour traz dois conceitos importantes, os quais fundamentam a TAR: a **tradução** e a **simetria**. Por tradução, entende-se "misturas de gêneros de seres completamente novos, híbridos de natureza e cultura". (Latour, 2013, p.27). Cabe ainda ressaltar que "a palavra tradução não transporta causalidade, mas induz dois mediadores à coexistência". (Latour, 2012, p. 160). Para Latour, "traduzir é ao mesmo tempo transcrever, transpor, deslocar, transferir e, portanto, transportar transformando."(Latour, 2016, p. 30). Esse conceito é importante, pois, pela análise que o autor faz, somente provocando desvios num projeto de educação é que será proporcionada uma defasagem – o que, na linguagem de Latour, significa apresentar outras possibilidades, outros caminhos, outras opções, de modo que, somente com isso, é que se poderá romper com o Kit EaD.

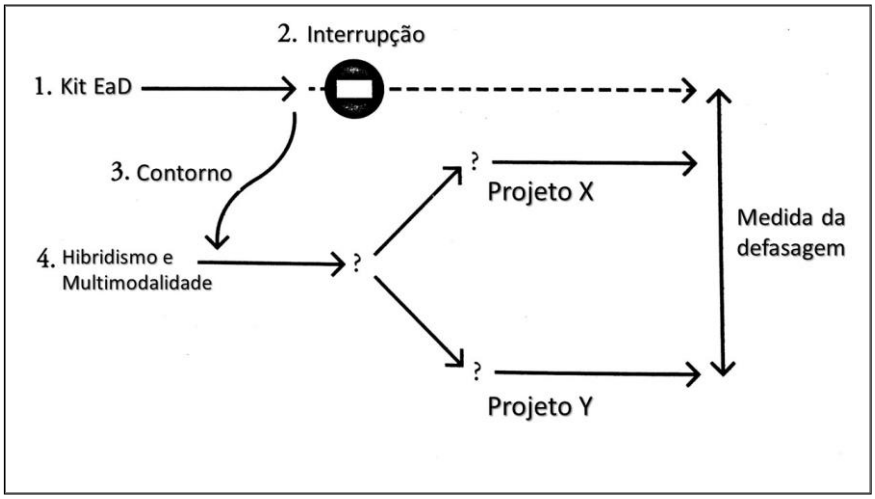
Segundo Latour,

> [...] um determinado curso de ação sempre é composto por uma série de desvios cuja interpretação, posteriormente, define uma defasagem que dá a medida da tradução. E uma tradução, certamente, sempre é fonte de ambiguidade (esta é a vantagem do termo). (2016, p. 28).

Portanto, de acordo com o esquema apresentado por Latour, o Kit EaD (1) deve sofrer interrupção (2) pela perspectiva do hibridismo e da multimodalidade (4), pois, quanto mais

desvios, maior será a defasagem e, consequentemente, maiores as possibilidades de se gerarem projetos diferentes e diferenciados.

Figura 2: Esquema de base de uma operação de tradução

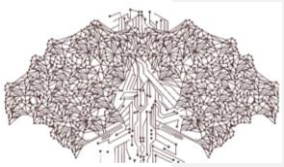


Fonte: Adaptado de Latour (2016).

Por simetria, entende-se o fato de os atores estarem num mesmo nível, sem hierarquizações:

> O princípio de simetria oferece a incomparável vantagem de livrar-nos dos cortes epistemológicos, das separações *a priori* entre ciências "sancionadas" e ciências "proscritas", e das divisões artificiais entre as sociologias do conhecimento, da crença e das ciências. (LATOUR, 2013, p. 93).

Como pensar num projeto de educação numa perspectiva híbrida, conforme exposto por Latour, que se constitui enquanto rede aberta, rizomática? Nesse sentido, pensar um projeto de educação numa perspectiva híbrida e multimodal é pensar num artefato como sistema aberto, abrindo a caixa-preta, algo inacessível, onde só se lida com os inputs e outputs, o que é acessível numa visão tradicional. Para Latour (2011, p. 4) "a expressão caixa-preta é usada em cibernética sempre que uma máquina ou um conjunto de comandos se revela complexo demais". Nota-se aqui que essa complexidade é tida como algo impossível de ser analisado, estudado, compreendido. Di Felice avança no conceito de complexidade a partir de Morin, que define tal



conceito como uma forma de causalidade complexa. Entretanto, para Di Felice (2012a), que fundamenta o conceito no estudo dos sistemas vivos,

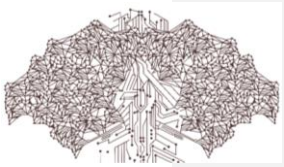
> O desenvolvimento da análise ecossistêmica para o estudo das redes marca a introdução de outro tipo de complexidade que contempla tanto os componentes bióticos como os abióticos, considerando os diversos elementos como a circulação e a transformação de energia e matéria através das atividades dos organismos vivos. (p.15).

Portanto, complexo é algo composto por uma série de elementos, os quais compõem e caracterizam o projeto de educação. Sendo assim, o projeto é composto por uma arquitetura reticular que se desenha como uma nova forma da explicação da complexidade que possui a sua especificidade nas suas qualidades conectivas. (DI FELICE, 2012a, p. 16).

Buscando analisar o artefato não como caixa-preta, mas como uma composição de elementos os quais possibilitam um projeto de educação numa perspectiva híbrida e multimodal, poderíamos analisar o termo *rede* trazido por Di Felice, fundamentado na TAR de Latour. Se um projeto for considerado como um sistema aberto, este configurar-se-ia como uma rede, ou seja, um conjunto de elementos associados. Esse viés estudado por Di Felice será melhor descrito na próxima sessão, na qual apresentarei a epistemologia reticular e conectiva.

3 EPISTEMOLOGIA RETICULAR E CONECTIVA: UMA PERSPECTIVA ECOSSISTÊMICA

Para avançar nessa discussão, em nível epistemológico, buscamos elementos na epistemologia reticular e conectiva, proposta por Di Felice (2012a), que servirá de base para analisar os projetos de educação numa perspectiva híbrida e multimodal. Pela história da EaD, vimos os diferentes modelos, os quais se utilizaram da imprensa, do Rádio e da TV e, posteriormente, da internet. Contudo, a interação e a rede formadas não superam a visão de interligação entre nós, estabelecendo-se como conexão e massificação. Com a tecnologia-conceito ECODI, a interação é vista de forma mais ampla, envolve sujeitos entre si, sujeito e tecnologias digitais, considerando o contexto, proporcionando agência, imersão, transformação (MURRAY, 2003) e diversão (CAROLEI, 2014; CAROLEI; SCHLEMMER, 2015) aos sujeitos, de forma a propiciar

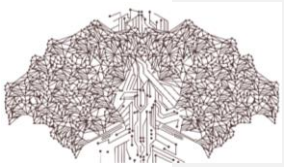


maior engajamento nos processos de ensino e de aprendizagem. Já no Espaço de Convivência Híbrido e Multimodal - ECOHIM, que é um espaço de convivência num contexto híbrido e multimodal, novas possibilidades de elaboração de projetos se estabelecem. Digo isso, a epistemologia reticular e conectiva ajuda na compreensão dos ECOHIM – de acordo com o sociólogo e pesquisador da área da comunicação, Massimo Di Felice, essa epistemologia surge pela necessidade de se "buscar novas teorias interpretativas capazes de narrar o dinamismo contemporâneo". Por epistemologia entende-se "a teoria do conhecimento científico, ou para elucidar problemas relativos ao conhecimento cujos principais exemplos eram extraídos das ciências". (MORA, 2001, p. 216). Por estar desenvolvendo um projeto da educação, área cujo principal foco e preocupação é o desenvolvimento do sujeito, cabe neste momento contextualizar o problema epistemológico no qual se fundamenta este trabalho. Para Latour (2011, p. 10),

> O equipamento necessário para viajar pela ciência e pela tecnologia é, ao mesmo tempo, leve e variado. Variado porque é preciso misturar pontes de hidrogênio com prazos finais, exame de capacidade alheia com dinheiro, correção de sistemas de computadores com estilo burocrático; mas o equipamento também é leve porque convém deixar de lado todos os preconceitos sobre as distinções entre o contexto em que o saber está inserido e o próprio saber.

Com isso, Latour estabelece uma crítica à ciência e inaugura uma nova epistemologia, pois para ele não há o procedimental causa e efeito, mas sim as relações que se estabelecem entre atores humanos e atores não humanos num contexto.

Essa perspectiva de causa e efeito é a predominante nos projetos de EaD, pois há uma relação preestabelecida de tarefas a serem realizadas, independentemente de quem são os sujeitos e em que contexto estão inseridos, ou seja, reflete uma concepção epistemológica empirista. A crítica que Latour apresenta desconstrói o que chamamos de ciência clássica, na qual sujeito e objeto estão separados, pois é na superação dessa concepção que se dá o híbrido; conforme Schlemmer (2015), é a mistura de diferentes elementos. Prigogine (1996, p. 27) diz que "estamos chegando ao final da ciência convencional, mas também nos achamos num momento privilegiado: o momento em que surge uma nova perspectiva da natureza". Em *A noção de sujeito*, Morin rediscute esse conceito, pois, para ele, "a noção de sujeito é uma noção extremamente controvertida"(p.



45) e, além disso, argumenta que na ciência clássica não se pode encontrar sustentação para esta noção, pois ela excluiu o observador da sua observação. Nesse aspecto, Varela (1995, p. 78), diz que "não podemos excluirmo-nos do mundo para comparar seu conteúdo com as suas representações: estamos sempre imersos nesse mundo".

Com estes elementos trazidos por Morin e Prigogine, é possível compreender como a ciência fragmenta, separa em várias partes, para poder selecionar um ponto a ser estudado. Diferentemente dessa perspectiva da ciência clássica, em que sujeito–objeto–contexto estão separados, na teorização e na epistemologia na qual o ECOHIM está fundamentado, esses três elementos estão estritamente relacionados. Conforme Latour (2013, p. 16), em *Jamais fomos modernos*, a palavra "moderno" designa dois conjuntos de práticas que devem ser mantidas como distintas para poder fazer jus ao conceito de modernidade: "a) misturas entre gêneros de seres completamente novos, híbridos de natureza e cultura; b) duas zonas ontológicas inteiramente distintas, a dos humanos, de um lado, e a dos não-humanos, de outro". Nessa prática de ter tudo separado, criam-se os fatos em laboratório.

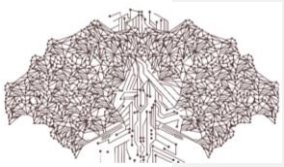
Com o ensaio que Latour faz sobre a não constituição da modernidade, afirma:

> Reais como a natureza, narrados como o discurso, coletivos como a sociedade, existenciais como o Ser, tais são os quase-objetos que os modernos fizeram proliferar, e é assim que nos convém segui-los, tornando-nos simplesmente aquilo que jamais deixamos de ser, ou seja, não modernos. (LATOUR, 2013, p. 89).

Seguindo a fundamentação para o estabelecimento de um projeto de educação numa perspectiva híbrida e multimodal, Di Felice apresenta o conceito de arquiteturas reticulares como uma ruptura epistêmica, lançando o desafio de se pensar uma maneira possível de desenvolver um pensamento social reticular. Baseado em Latour, Di Felice adota o conceito de epistemologia reticular superando a polaridade sujeito–objeto:

> [...] a concepção reticular como uma mudança epistêmica cujas características remetem às importantes transformações no significado atribuído tradicionalmente ao conhecimento e à eficiência da observação. (DI FELICE, 2012b, p. 76).

Baseado na TAR de Latour, em que sujeito e objeto estão relacionados e contextualizados, Di Felice procura argumentar que, para a arquitetura cognitiva, sujeito



e objeto fazem parte do mesmo contexto. A origem desse conceito vem da Biologia, pois "somos atores de um ecossistema do qual fazemos parte como participantes e não apenas como observadores externos e independentes". Mas em que consiste a perspectiva ecossistêmica? Primeiro de tudo, para Di Felice (2012b), há a necessidade de se pensar de forma complexa e não linear – questão que surgiu do interior da própria ciência, no início do século XX. Ao longo do tempo, foi se percebendo e tomando consciência da existência de uma arquitetura reticular e da necessidade de uma abordagem que levasse em conta múltiplas interações. Dessa perspectiva da ecologia, fundamentada em Lévêque, surge um conceito mais abrangente, tratado como ecossistema:

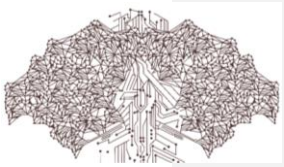
> Mas, além do conceito de ecologia, outro importante conceito foi desenvolvido no interior das ciências biológicas, que podemos somar aos elementos que forma os entrelaçamentos de uma epistemologia reticular. Trata-se do conceito de *ecossistema*. Ele é o que mais exprime a consciência de uma dimensão reticular que reúne, em uma relação constante, os diversos membros – animais, vegetais e inorgânicos – que compõem uma determinada comunidade geográfica. A evolução do conceito, formulado pela primeira vez pelo botânico inglês A. Tansley, em 1935, mostra o aumento da complexidade da percepção a respeito das interações entre as espécies e o seu ambiente físico-quimico. (DI FELICE, 2012b, p. 36)

Nessa perspectiva, Di Felice também amplia o conceito de rede para além de uma estrutura para repasse de informações.

> A arquitetura interativa reticular nos obriga a tipos singulares de fruição e de interação imersivas que não podem mais ser consideradas como resultado de um repasse de informações externas nem como consequência de uma exposição frontal. (DI FELICE, 2012a, p.10).

Portanto, um desenho nessa perspectiva deve proporcionar a experiência de uma rede, isto é, estar *inside*, imerso nela, tornando-se parte integrante (DI FELICE, 2012b). Além disso, o estudo dos sistemas vivos nos dá a chave para pensar um projeto de educação na perspectiva reticular, pois todos os elementos estão conectados e estabelecem uma dinâmica constante:

> A concepção reticular, expressão de um conjunto de relações e de fluxos não apenas entre organismos vivos, mas entre um conjunto de elementos e de realidade em contínua comunicação, é expressa por Tansley de forma clara e consciente. (DI FELICE, 2012b, p.76).



Com esse argumento, ele supera o dualismo da ciência tradicional que considera sujeito e objeto separadamente. Considerando que, conforme Köche (2004, p.43), "a causa principal que leva o homem a produzir ciência é a tentativa de elaborar respostas e soluções às suas dúvidas e problemas e que o levem à compreensão de si e do mundo em que vive", não existe uma única concepção de ciência, pois, ao longo de toda a história, esta busca por respostas aos questionamentos levou a diferentes modelos e paradigmas teóricos. No viés teórico-epistemológico adotado para esta tese, de acordo com Di Felice (2012b, p. 82), "há uma não neutralidade do pesquisador e também a necessidade de se pensar de forma complexa e não linear [...]" (p.27), pois, fundamentado na biologia, o autor afirma que todos os atores fazem parte de um ecossistema.

Em se tratando do mundo contemporâneo, o pedagogo é um ator que estabelece relação com atores no cotidiano. Por isso, não há a necessidade de, nessa perspectiva, dizer que são conectados, pois, como o autor baseia-se na TAR, já pressupõe uma conexão generalizada, o que também está de acordo com uma das características da cibercultura, conforme Lemos (2010).

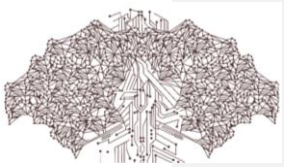
Para Di Felice (2012a),

> [...] uma nova cultura tecnológica e comunicativa marca o cotidiano e a existência das novas gerações que vivem em contextos sociais e midiáticos digitais, e que produzem alterações qualitativas na política, na democracia e na forma de pensar a sociedade.

Portanto, como os projetos de Educação numa perspectiva híbrida e multimodal contemplam sujeito e objeto neste tempo histórico e social? Importa ressaltar a concepção de sujeito nessa perspectiva,

> [...] que se tem difundido com mais força nas últimas décadas, no Ocidente e, coincidentemente, com a difusão da comunicação digital em rede, ao sujeito *faber*, da cultura industrial moderna, parece suceder o *infovíduo*, o navegador das florestas de signos do ciberespaço, consciente dos limites do desenvolvimento e da sua ação. (DI FELICE, 2012a, p.23).

Seguindo no desenvolvimento da argumentação do autor, "o processo comunicativo reticular pressupõe um experienciar uma rede, isto é, estar inside, imerso nela, tornando-se parte integrante comunicativa – um comembro". (2011-2012). Com



isso, há uma relação estreita com a tecnologia – conceito ECOHIM, desenvolvido pelo GPe-dU –, pois abrange

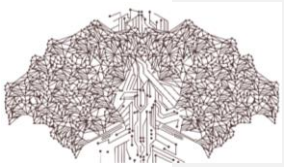
> [...] não somente uma nova forma de interação, consequência de uma inovação tecnológica que altera o modo de comunicar e seus significados, mas também os pressupostos e as características de uma nova arquitetura social que estimula inéditas práticas interativas entre nós e as tecnologias de informação. (DI FELICE, 2012a).

Com isso, um projeto de educação numa perspectiva híbrida e multimodal pretende considerar a interação para além da tradicional um para um, todos para todos e/ou mútua e reativa e proporcionar, conforme Di Felice (2012b), uma imersão que, baseada num ecossistema, estabelece uma interação constante e contínua. Conforme Di Felice, num projeto, estão relacionados não somente conteúdos a serem ensinados, muito menos um aparato tecnológico capaz de mediar e dinamizar esses conteúdos, mas sim um aparato portador de uma inovação em diversos âmbitos, pois os atores envolvidos desenvolverão competências para trabalhar com estudantes, os quais atuarão na sociedade:

> Não podemos mais pensar as mídias como "ferramentas", instrumentos a serem utilizados, pois, ao utilizarmos novos meios, passamos a desenvolver novos tipos de interação e experimentamos novas formas de interação social. Desde as redes sociais digitais (social network) aos celulares, as tecnologias midiáticas são portadoras de inovação não apenas no âmbito tecnológico, comunicativo e sensorial, mas também no âmbito mais amplo do social, alcançando seus diversos níveis, político, econômico, organizativo, cultural, etc. (DI FELICE, 2012a).

Com essa perspectiva para a elaboração dos projetos de educação, estabelece-se o social reticular, que tem como fundamento a cultura ecossistêmica, alinhando ação e conhecimento do sujeito:

> O social reticular é expressão de uma cultura ecossistêmica nos contextos digitais dos processos comunicativos e que caracteriza as formas de uma inteligência relacional, sem centro e distribuída em todos os lugares. A ação e o conhecimento do sujeito se tornam assim relacionados e não mais autocentrados, resultado de uma qualidade conectiva que manifesta a passagem da comunicação com o ambiente à comunicação no ambiente. (DI FELICE, 2012a)



Nesta concepção, percebe-se uma estreita relação entre a perspectiva apresentada com as redes digitais. Sendo assim, há a "possibilidade de não serem apenas receptores de informação, mas também produtores, os indivíduos conectados em rede podem ultrapassar a tradicional e hierárquica dicotomia emissor-receptor". (DI FELICE, 2012b, p. 52). Pensar num projeto de educação híbrido e multimodal é ter, como base,

> [...] a arquitetura interativa reticular nos obriga a tipos singulares de fruição e de interação imersivas que não podem mais ser consideradas como resultado de um repasse de informações externas nem como consequência de uma exposição frontal. (DI FELICE, 2012b, p.76)

Essas redes evidenciam um alto nível de interações e, como consequência, "um novo tipo de complexidade que se exprime melhor através de uma lógica conectiva e ecossistêmica". (DI FELICE, 2012b, p.83) Por isso, um projeto de educação numa estrutura reticular e conectiva a torna uma "arquitetura ao mesmo tempo interna e externa a nós, isto é, um ecossistema do qual fazemos parte como membros e não apenas como observadores independentes". (DI FELICE, 2012b, p. 90). Isso pressupõe um projeto imbricando atores humanos e não humanos, os quais são actantes, pois a arquitetura reticular pressupõe o estabelecimento de um ecossistema.

Palavras-chave: Educação a distância; Hibrido; Multimodal; Ecossistema; Projeto.

Referências bibliográficas

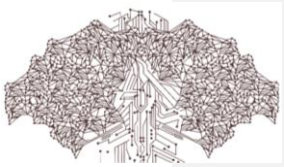
BACKES, Luciana; SCHLEMMER, Eliane. **Práticas pedagógicas na perspectiva do hibridismo tecnológico digital**. Revista Diálogo Educacional (PUCPR. Impresso), v. 13, p. 243-266, 2013.

CAROLEI, Paula. **Games Pervasivos como proposta de potencialização da Comunicação Científica**. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu – PR, 2014.

CAROLEI, Paula; SCHLEMMER, Eliane. **Alternate Reality Game in Museum**: a process to construct experiences and narratives in hybrid context. In: Proceedings of EDULEARN2015 Conference, 2015, Barcelona. Alternate Reality Game in Museum: a process to construct experiences and narratives in hybrid context. Barcelona: IATED, 2015. v. 01. p. 8037-8045.

DI FELICE, Massimo. Redes Sociais Digitais, epistemologias reticulares e a crise do antropomorfismo social. **Revista USP**, v. 22, p. 06-19, 2012a.

DI FELICE, M. ; TORRES, J. C. ; YANAZE, L. K. H. . **Redes digitais e sustentabilidade** - as interações com o meio ambiente na era da informação. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2012b. v. 1.



HOLANDA, A; LEMOS, A**., Do Paradigma ao Cosmograma:Sete Contribuições da Teoria Ator-Rede para a Pesquisa em Comunicação.** Texto apresentado no GT Epistemologias da Comunicação.**Anais da COMPÓS**, Salvador, 2013.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 22. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação**: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora. 2ª. Ed. São Paulo: UNESP, 2011.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. 3ª. Ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2013.

LATOUR, B. **Cogitamus**: seis cartas sobre as humanidades científicas. Rio de Janeiro: Editora 34, 2016.

LEMOS, André. **O que é Cibercultura**. 2010. (5 min 54 s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hCFXsKeIs0w>. Acesso em: 23 mai. 2016.

LEMOS, André. A comunicação das coisas. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede. Etiquetas de radiofrequência em uniformes escolares na Bahia. In: PESSOA, Fernando (Org.). **Cyber Arte Cultura**. A trama das Redes. Rio de Janeiro: Museu Vale, 2013. p. 18-47.

MORA, Ferrater José. **Dicionário de Filosofia**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MURRAY, J. **Hamlet no Hollodeck**. UNESP. São Paulo: UNESP, 2003.

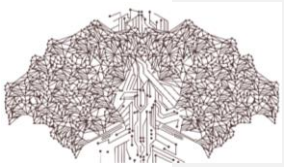
PRIGOGINE, Ilya. O fim da ciência? In: FRIED SCHNITMAN, Dora. (Org.) **Novos paradigmas, cultura e subjetividade**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

SANTANA, Ana P. Teoria Ator-Rede: uma alternativa para pensar a Comunicação em contextos digitais. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM RIO 2015, 28 Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2015.

SCHLEMMER, Eliane. Metodologias para educação a distância no contexto da formação de comunidades virtuais de aprendizagem. In: BARBOSA, Rommel Melgaço (Org.). **Ambientes Virtuais de Aprendizagem**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

SCHLEMMER, Eliane; BACKES, Luciana; FRANK, Patricia Silva Smurra; SILVA, Frederico Andros da; SENT, Deise Tavares Del. ECoDI: A criação de um Espaço de Convivências Digital Virtual. SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO - XVII SBIE, 17. **Anais...**Brasília, 2006.

_____. Web 3.0, TMSF, Web 3D, ECODIS: Um Futuro Muito Presente na Educação a Distância? In: VI Conferência Internacional de TIC na Educação – Challenges 2009, 2009, Braga. **Anais da VI Conferência Internacional de TIC na Educação** – Challenges, 2009.



SCHLEMMER, Eliane. **Laboratórios digitais virtuais em 3D**: anatomia humana em metaverso, uma proposta em immersive learning. Revista e-Curriculum (PUCSP), v. 12, p. 2119-2157, 2014.

SCHLEMMER, Eliane. Mídia social em contexto de hibridismo e multimodalidade: o percurso da experiência na formação de mestres e doutores. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 45, Editora PUCPR, p. 399-421, 01 set. 2015.

TORI, Romero. Cursos híbridos ou blended learning. In: LITTO, F.M, FORMIGA, M. (orgs). **Educação a distância**: o estado da arte. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009, p.121-128.

VARELA, Francisco J. **Conhecer**: as ciências cognitivas: tendências e perspectivas. Lisboa: Instituto Piaget, [1995]. 100 p. (Epigénese e desenvolvimento; 2).

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PARA ONDE SE VAI QUANDO SE INGRESSA NA REALIDADE VIRTUAL?

Contribuição psicanalítica para a compreensão da subjetividade contemporânea[1]

Pedro de Santi[2]

Palavras-chave: Subjetividade, psicanálise, ambiente virtual.

Introdução

É recorrente na literatura o reconhecimento de que o advento da internet é uma revolução só comparável à invenção da escrita e à da imprensa. Mais do que uma nova tecnologia, estamos diante de uma mudança de paradigma em nossa relação com o mundo. Some-se a isto o fato de que esta revolução está em curso; as transformações seguem muito rápidas e não parecem estar próximas de um ponto de estabilização. Quais são suas consequências: há formas de subjetivação surgindo e desaparecendo neste contexto contemporâneo?

Mais especificamente, no complexo campo das discussões sobre o uso da internet, coloca-se com frequência em termos negativos o quanto o recurso crescente à realidade virtual aparta as pessoas da realidade. 'Virtual' opõe-se aqui à 'efetiva' realidade. Esta perspectiva, contudo, é apoiada apenas no senso comum, numa visão ingênua da realidade. Há inúmeras análises filosóficas e psicológicas que se descolam do senso comum e propõem formas mais complexas de considerar a questão.

O tema deste artigo é pensar a experiência de conexão à internet (jogos, realidade virtual e, mesmo redes sociais) desde uma perspectiva psicanalítica, associando-a à dimensão lúdica. Meu objetivo principal é investigar a experiência psíquica produzida pelo ambiente virtual. Um objetivo secundário é relativizar a diferença entre o contato com a realidade efetiva e a virtual; isto de modo a sustentar que esta relação seja intrinsecamente ambivalente. Adicionalmente,

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor da ESPM. É Doutor em Psicologia Clínica (PUC-SP), Mestre em Filosofia (USP); Líder do Grupo de Pesquisa Eu e o outro na cidade (ESPM), cadastrado no Cnpq. E-mail: psanti@espm.br

iremos ainda explorar o perigo real de que o ingresso no mundo virtual ganhe a dimensão de dependência.

Parto da crítica comum aos perigos de alienação derivados da imersão no mundo virtual; passo a um desenvolvimento psicanalítico sobre a experiência psicológica de ingressar num mundo virtual. Na primeira parte, irei apresentar a experiência psicológica de ingresso no mundo virtual, evocando a categoria da ilusão. Na segunda, desenvolverei o conceito do brincar e do jogar, também com suas dimensões psicológicas. Finalmente, vou explorar o risco de dependência envolvido na imersão excessiva no mundo virtual.

Este artigo se propõe a ser um subsídio à discussão sobre a partir de quando e em que medida uma criança deve ser exposta ao universo virtual.

Uma realidade intermediária: a ilusão

Há uma tendência a ler de forma negativa, de alienação, o crescimento da relação do jovem com a internet (SANTI, 2017a). A imagem paradigmática é a de uma mesa de restaurante na qual cada pessoa está focada em seu celular, sem contato com as outras pessoas logo ali, a seu lado. Não há dúvida de que o recurso ao telefone pode ser um recurso de fuga e evitamento de contato. Em uma obra consistente (e ganhadora de um Prêmio Jabuti, em 2017), *O adolescente e a internet*, Cláudia Prioste enuncia com clareza a vertente que identifica os malefícios da exposição à internet:

> "Pode-se inferir que a intensa exposição das crianças ao mundo televisivo, incluindo a internet- o YouTube, por exemplo (...)- poderia acarretar no mínimo três consequências à vida educacional do adolescente: empobrecimento da linguagem verbal, restrição de acesso à linguagem escrita e dificuldade de resolução de conflitos, sem contar o processo de constituição de um ser, cujos pais são substituídos por uma tela". (PRIOSTE, 2016, p. 47)

Kerdellant e Grésillon colocam de forma mais abrangente a preocupação generalizada. A magia e o horror que alguns sentem quanto ao acesso à internet por crianças e adolescentes não residiria no fato de que ela dá acesso ao mundo, mas o de que ela traz o mundo para dentro de nossas casas. E o que vem como informação e influência se transforma num enorme desafio à autoridade familiar, numa experiência de perda de controle sobre o que influencia os filhos, ainda em formação.

Quem olha de fora esta situação só vê a ponta do iceberg- a paralisia ante o aparelho, que pode ser um computador mas hoje, mais provavelmente, um tablet ou smartphone- e não vê as

operações complexas e a sociabilidade envolvidas. As análises precisas feitas no século 20 sobre a alienação ante a tv, em especial as derivadas da Escola de Frankfurt, não são aplicáveis de forma simples à cultura da conectividade. A análise de Prioste procura sustentar uma continuidade no plano da cultura de massa, mas há planos inéditos de interação que não parecem caber no mesmo modelo.

Há uma grande diferença entre a uma geração que cresceu vendo tv e a atual:

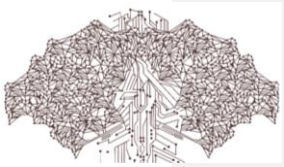
> "De um lado, a geração 'batatas fritas no sofá'; um cinquentão obeso e espalhado numa poltrona, hipnotizado pela televisão, suas mãos gordas mergulhadas num enorme pacote de chips. Do outro, a geração internet; um jovem sentado diante de uma mesa, o corpo inclinado em direção à sua tela, o ar apaixonado, um café em uma mão e o mouse na outra"[3]. (KERDELLANT e GRÉSILLON, 2003, p. 21)

Desta perspectiva, seria precipitado simplesmente inferir que o mergulho no mundo virtual acarrete necessariamente em alienação. Procuremos incluir esta discussão num panorama psicológico mais abrangente.

A resposta à nossa questão inicial- para onde se vai quando se ingressa no mundo virtual- passa por uma literatura psicanalítica recente, que tem considerado que o espaço virtual configura um terceiro mundo, entre os mundos interno e externo. Trata-se de um "espaço entre" importante, cheio de possibilidades e riscos na perspectiva das relações. Este espaço passa pela própria capacidade de fantasiar, desde que se entenda que a fantasia pode ser um espaço de criação e elaboração de ensaios e projetos.

Ao recolher seu interesse da realidade imediata e se focar na tela, a mente parece entrar num transe, na medida em que as barreiras da realidade parecem suspensas. De toda a forma, entra-se num estado prazeroso e excitante no qual a experiência da passagem do tempo é também alterada. Seja lendo notícias, interagindo com mídias sociais, jogando hipnóticas variações de Candy Crush ou simplesmente deslizando erraticamente por vídeos e músicas, é uma experiência comum perder a noção da passagem do tempo. Ainda da perspectiva da experiência da passagem do tempo, o mundo virtual, sem nossas limitações físicas normais, parece poder acompanhar a velocidade de nossa mente; o que cria uma experiência de potencial vertiginoso, dificilmente encontrado na realidade material.

[3] As traduções do inglês e francês são do autor.



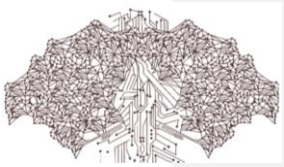
Introduzir a ideia de que haja uma terceira realidade pode parecer estranho a quem conceba que a realidade seja um dado absoluto, em relação ao qual outros planos de experiência poderiam ser denominados ilusórios. Mas psicologicamente, não é assim. A realidade virtual nos faz colocar em questão a própria concepção de realidade:

> "A realidade não é apenas algo que 'consiste', algo que poderíamos chamar provisoriamente de 'real'; ela também é uma 'construção' que segue as necessidades e estrutura do sujeito que conhece. Realidade 'virtual' é uma manifestação particular, uma expressão do que estou chamando de 'realidade', um tipo especial de 'realidade'". (CANESTRI, 2001, p. 2).

Da perspectiva psicanalítica, nossa experiência é vivida num campo de realidade psíquica, o campo fenomênico dado pelo mundo tal como o percebemos. Na obra inaugural da psicanálise, *A interpretação dos sonhos* (1900), Freud apresentou o resultado de cerca de 15 anos de experiência clínica e teorização sobre a mente. O conceito chave da teoria é a cisão da mente num sistema passível de consciência e um inconsciente; um lugar psíquico onde estão representações de memória e desejo excluídos ao acesso da consciência pelo desprazer que causariam. Apesar do estado inconsciente, aquelas representações são ativas e transbordam sob a forma de sintomas, sonhos, atos falhos, etc. Ao final de sua obra clássica, Freud postula que o inconsciente configura um real psíquico, inacessível diretamente à consciência, da mesma maneira que a realidade material; a realidade externa à qual só temos acesso pelos nossos órgãos dos sentidos. Há nesta condição de percepção molduras invisíveis dadas por nossos órgãos dos sentidos, capacidade cognitiva, valores desejos e hábitos. Isto não nos condena ao idealismo ou solipsismo, mas impõe a construção de espaços intermediários de realidade compartilhada com os outros. Não se trata de uma "realidade falsa", mas a realidade, tal como a percebemos. Neste sentido, o que experimentamos como realidade não é um dado puro ou objetivo, mas o resultado de uma ação psíquica que configura às suas condições o que a ela chega.

Assim, nossa mente estaria suspensa entre duas realidades inacessíveis, mas que são sua condição de sustentação, como se habitássemos numa corda bamba (SANTI, 1995). Levando esta ideia adiante, da mesma forma, a mente certamente nasce e morre com nosso cérebro, mas não pode ser reduzido a ele. Nossos pensamentos, sensações e sentimentos; nossa consciência e nossa auto-representação não podem ser reduzidas a localizações cerebrais. Neste sentido, não seria um exagero dizer que nossa vida mental em si mesma se dê num espaço virtual.

Segundo Jorge Canestri (2001), a realidade virtual como a conhecemos é criada e depende de um intermediário, um computador que, fundamentalmente, cria simulações da realidade. Mas as



simulações têm todos os atributos de nossa realidade psíquica, também constituída por representações. Cito Andrea Marzi (2016):

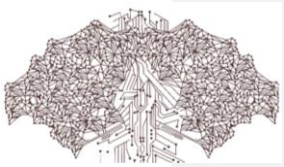
> "O cyberspace é representado como um espaço com volume no qual a realidade virtual é experimentada quando objetos virtuais compreendendo som, imagens e palavras representam objetos reais. Sendo experimentados, estes objetos virtuais são também reais (…) O Cyberspace é como o espaço. Ambos têm volume, conteúdo, suporte de um hardware (processador no computador/ cérebro no corpo), e acesso através de interface (mouse para a tela/ palavra, tom de voz, imagem, linguagem corporal) O Cyberspace é como um sonho: ambos têm representação. O Cyberspace pode ser um lugar de imaginação, exploração, descoberta e simbolização como o espaço do sonho, ou pode ser um lugar de sequestro e ódio, como num retiro psíquico ou claustro"[4].

Este espaço virtual também pode ser associado a um espaço de ilusão, que muitos psicanalistas chamam de espaço transicional, constituído nas primeiras relações da criança, no espaço intermediário entre seu mundo interno e o externo. Entre a experiência de ser fundido com o outro (quem faça a função dos cuidados maternos) e a construção da capacidade de se relacionar com o mundo externo.

O "espaço entre" é nossa própria capacidade de fantasiar, o espaço lúdico e criativo que tanto admiramos nas crianças pequenas e que em boa medida costumamos perder, com o ingresso no mundo das coisas sérias do mundo adulto. Em *O escritor e a fantasia* (1908), Freud caminha nesta direção ao comparar a atividade criativa ao brincar infantil:

> "Não deveríamos buscar na infância os primeiros traços de atividade criativa? A ocupação mais querida e mais intense da criança é a brincadeira. Talvez possamos dizer que toda criança, ao brincar, se comporta como um criador literário, pois constrói para si um mundo próprio, ou, mais exatamente, arranja as coisas de seu mundo numa ordem nova, do seu agrado. Seria errado, portanto, pensar que ela não toma a sério esse mundo; pelo contrário, ela toma sua brincadeira muito a sério, nela gasta grandes montantes de afeto (...) Não obstante todo o investimento de afeto, a criança distingue muito bem da realidade o seu mundo de brincadeira, e gosta de basear nas coisas palpáveis e visíveis do mundo real os objetos e situações que imagina". (FREUD, 1908, p. 328)

[4] Para todas as citações de e-book, anexo o texto original: "Cyberspace is presented as space with volume in wich virtual reality is experienced when virtual objects comprising sound, images, and words represent real objects are experienced by others other representations of real objects. Through being experienced, these virtual objects are also real (…) Cyberspace is like mental space. Both have volume, content, hardware support (computer processor/brain in body), and access by interface (mouse to screen/word, tone in voice, image, body language). Cyberspace is like a dream: both are representations. Cyberspace may be a place of imagination, exploration, and Discovery, and symbolisation like the dream space, or it may be a place of sequestration and hatred, as in psychic retret, or claustrum". Andrea Marzi. Psychoanalysis, Identity, and the Internet: Explorations into Cyberspace (The Library of Technology and Mental Health) . Karnac Books. Edição do Kindle.



O psicanalista inglês Donald Winnicott (1951) considera que esta atividade criativa e de brincar deriva de um espaço transicional, aquele que se constitui nos primeiros anos de vida, entre o fechamento em si e a capacidade de estabelecer verdadeiras relações de objeto. A criação de uma realidade interna através daquele espaço é a condição, inclusive, para a capacidade de estar só, o que Winnicott identifica como um indicador de amadurecimento subjetivo:

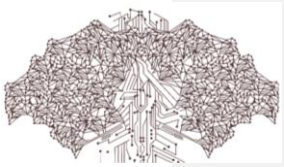
> "(...) todo indivíduo que alcançou a condição de ser uma unidade (com uma membrana limitadora entre o exterior e o seu interior) possui uma *realidade interna*, um mundo interno que pode ser rico ou pobre, e que pode estar em paz ou em estado de guerra. (...) existe uma terceira parte na vida do indivíduo, parte essa que não podemos ignorar, uma região intermediária da experimentação, para a qual contribuem tanto a realidade interna quanto a vida externa (...) Estou, portanto, estudando a substância da *ilusão*, aquela que admitimos na criança, e que na vida adulta é inerente à arte e à religião. Podemos compartilhar um respeito por alguma *experiência ilusória*, e se desejarmos, podemos nos unir e formar um grupo com base em experiências ilusórias semelhantes" (WINNICOTT, 1951, p. 317).

O ingresso num registro virtual remete à capacidade de distanciamento relativo, necessário para que não nos vejamos perdidos em nós mesmos ou misturados com as coisas. Da mesma forma, ele é o caminho em direção à alteridade, à possibilidade de compartilhar um universo simbólico com os outros. Algo bem distinto da alienação que costuma atribuir a ele.

Pense-se no clássico quadrinho do Calvin e seu amigo, o tigre imaginário Haroldo. Naquelas tiras está expressa a seriedade do espaço lúdico, sua riqueza e a capacidade de sair dele e voltar à realidade compartilhada com a família ou a escola, quando elas o chamam.

Tudo leva a crer que a vida virtual nos leva ao mesmo lugar que é oferecido pelas artes em geral: literatura, teatro, música cinema; toda a arte nos convida à transcendência da experiência imediata, como num sonho que sonhassem por nós. Trata-se de um espaço lúdico, com potencial criativo. Diz Winnicott sobre o objeto transicional:

> "O objeto é afetuosamente acariciado tanto quanto amado com excitação e mutilado (...) Seu destino é o de poder ser gradualmente descatexizado (desinvestido), de modo que no decorrer dos anos ele se torne não tanto esquecido, mas relegado ao limbo. Com isto quero dizer que, na saúde, o objeto transicional não "vai para dentro", nem o sentimento a seu respeito sofre repressão necessariamente. Ele não é esquecido e não há um luto por ele. Ele perde o sentido, e isto porque os fenômenos transicionais tornaram-se difusos, espalharam-se sobre todo o território intermediário entre a 'realidade psíquica interna' e o 'mundo externo conforme é percebido por duas pessoas que estão de acordo', isto, é, sobre todo o campo da cultura.
>
> Neste ponto, meu tema amplia-se, abarcando o brincar, a criação e a apreciação da arte, o sentimento religioso, o sonho, e também o fetiche, a mentira e o roubo, a origem



> e perda dos sentimentos de afeição, a adição a drogas, o talismã do ritual obsessivo, e assim por diante" (1951, p. 320).

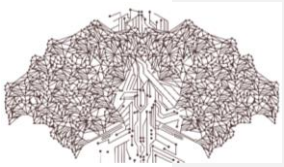
Nossos telefones, com os quais pouco fazemos ligações, se tornam objetos transicionais aos quais desenvolvemos um apego e, mesmo, dependência, como objetos mágicos que nos proporcionam acesso àquela outra realidade. Dela, podemos saltar para contatos, relações e trabalhos, e então sairemos do outro lado da ilusão. Ou podemos nos manter eternamente dependentes e reclusos naquele espaço, mas então ele deixará de ser transicional para se tornar uma prisão. Este é um ponto muito favorecido pelo fato de que o mundo virtual traz já suas próprias representações dadas, privando do sujeito uma de suas funções criativas. Além disso a velocidade e quantidade de estímulos enviados por estes aparatos excedem em muito nossa capacidade de assimilação, criando um contínuo de percepção que dificulta, ou mesmo impede o trabalho de retenção de memória e elaboração daqueles conteúdos. Voltaremos a este risco adiante.

Homo ludens

A partir do que foi desenvolvido anteriormente sobre o lugar da ilusão como uma terceira realidade na qual ingressamos, derivo nesta seção a relação que se pode estabelecer entre ela e a atividade lúdica humana, inclusive o apelo poderoso dos games. Iniciaremos por uma obra de referência, escrita muito antes do advento do mundo digital.

Datado de 1938, o livro *Homo ludens*, de Johan Huizinga é um clássico de fôlego. Ainda que tão distante de nosso ambiente e anterior às questões relativas ao uso de tecnologia, ele consegue identificar a atividade lúdica humana de forma abrangente, e que nos ajuda muito a compreender a sedução do mundo virtual. O autor está interessado especificamente nas dimensões culturais da atividade lúdica, como ela se apresenta nas artes, no esporte e, mesmo nos rituais religiosos. Como o título indica, o autor propõe uma alternativa às definições do Homem como *Homo Sapiens* ou *Homo Faber*. A capacidade lúdica seria a mais fundamental de nossas características. O termo 'ilusão' remete ao latim *'inludere'*, no lúdico, nossa capacidade de transcendermos o imediato, criarmos sentidos e narrativas para nossas experiências e habitarmos outros espaços.

Os termos *play*, em inglês e *spiel*, em alemão são bastante abrangentes, englobando os termos em português 'brincar', 'jogar' ou 'atuar'. Para tentar manter a uniformidade do termo usado pelo



autor, privilegiarei a tradução 'brincar', ainda que ela não consiga abranger todo o espectro de significação do termo original.

Huizinga indica que o brincar é anterior à própria cultura e não limitado aos humanos, o que evidenciaria sua condição de fundamento de experiências e, mesmo da própria cultura. O autor se propõe a estuda-lo em si, sem que considerar que o brincar esteja a serviço ou a caminho de outra atividade; como descarregar tensão, imitar ou treinar.

Ele evoca a imagem de um torcedor num jogo de futebol como paradigma da experiência do brincar: "E nesta intensidade, nesta absorção, neste poder de enlouquecimento, reside a própria essência, a qualidade primordial do brincar"[5].

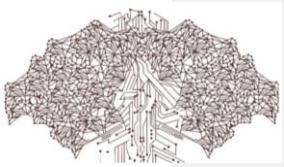
Não é difícil trazermos ente modelo para a nossa imersão no mundo virtual. O brincar se dá quando um fluxo da mente se distancia do determinismo da experiência corrente. Ele se destaca da experiência imediata, é encantador e cativante, criando uma experiência de ritmo e harmonia. Cria-se também uma tensão: "Um bebê tentando alcançar um brinquedo, um gatinho batendo num carretel, uma menininha jogando bola- todos querem realizar algo difícil, serem bem sucedidos, dar fim à tensão. Brincar é tenso"[6].

A linguagem é, em si, um campo privilegiado para o lúdico. A própria atividade representativa da linguagem põe o brincar em ação: "Por trás de toda expressão abstrata reside a mais ousada metáfora, e toda metáfora é um brincar com palavras. Portanto, ao dar expressão à vida cria-se um segundo mundo poético ao lado do mundo da natureza"[7]. Huizinga define o brincar com três características:

[5] "Yet in this intensity, this absorption, this power of maddening, lies the very essence, the primordial quality of play". Huizinga, Johan. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture (pp. 2-3). Beacon Press. Edição do Kindle.

[6] "Baby reaching for a toy, pussy patting a bobbin, a little girl playing ball- all want to achieve something difficult, to succeed, to end a tension. Play is tense". Huizinga, Johan. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture (p. 11). Beacon Press. Edição do Kindle.

[7] "Behind every abstract expression there lie the boldest of metaphors, and every metaphor is a play upon words. Thus in giving expression to life man creates a second, poetic world alongside the world of nature. Huizinga, Johan. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture (p. 4). Beacon Press. Edição do Kindle. .



1 O brincar é supérfluo. Ele só é urgente dentro de seu campo de regras e no mundo que cria. Ele pode ser interrompido a qualquer momento e não é uma imposição física ou moral. Ele é realizado num "tempo livre".

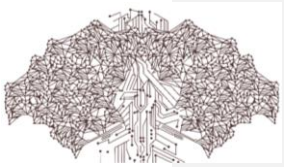
2 Ele não é a vida ordinária ou "real". Por derivação: a vida não é um jogo. Ele pode se dar como uma festa ou um ritual, sempre se destacando do plano do cotidiano.

3 Ele é circunscrito a um campo, um *playground*. Há regras, locais e tempo e ele configura um curso e significado interno.

Este último item da definição é recorrente entre autores que estudam jogos e já nos ajuda a reverter aquele temor de que o mergulho no mundo virtual implique na fuga da realidade concreta em busca de uma liberdade descompromissada. Num certo sentido, inverte-se aqui a perspectiva. O mundo do brincar pode ser pensado exatamente como a busca por uma experiência controlada; num ambiente onde há ordem, sentido e a possibilidade de interrupção. Isto, por oposição ao mundo, tomado agora não como algo real e estabelecido, mas como extenso, difícil de controlar ou compreender. O mundo seria vivido como desestruturado e o brincar seria um ensaio de acesso a ele, ao se tomar um recorte estruturado. Retomaremos isto a seguir, ao analisarmos o livro recente de Bogost, *Play Anything* (1916). O brincar não é livre ou a busca por liberdade; ele pode ser justamente a busca por um microcosmo organizado ante a realidade vivida como caótica, tediosa ou traumática.

Sem me aprofundar aqui na dimensão cultural, que interessa muito a Huizinga, destaco apenas uma dimensão de relação com o outro implicada no brincar. Ao brincarmos juntos com outros, desenha-se uma relação ambivalente: de um lado, compartilhamos o *playground*, com suas definições e regras; de outro, muitas vezes nos colocamos como antagonistas dentro do jogo, numa guerra com regras. Somos capazes de compartilhar comunidades de significações e regras, como forma de amenizar e intermediar as relações com os outro. Mas a paixão por ganhar pode tomar algum dos jogadores e estragar o jogo; suspende-se o distanciamento e as regras do jogo podem ser quebradas.

Derivo por minha conta que jogo pode ser um meio privilegiado para o acesso à alteridade, na medida em que oferece um ambiente compartilhado e não invasivo. Formas de intolerância e fanatismo podem se dar justamente pelo esquecimento da dimensão simbólica e de "jogo social". Suspende-se a relação de intermediação e há uma imposição de força. Ante a complexidade de um ambiente de conflitos e diferenças perturbadoras, pode ser um alívio acreditar que se repousa sobre solo real, mas isto nos lança num ambiente de violência não simbolizada.



A novilíngua de George Orwell, em "1984", que buscava reduzir as palavras circulantes de forma a que só houvesse uma para coisa, numa linguagem unívoca e sem metáforas; a literalidade com que o discurso politicamente correto vigia e censura a linguagem. Estes são alguns dos esforços autoritários por erradicar as dimensões lúdicas, complexas e polissêmicas das relações humanas. Não é à toa que a sexualidade e a arte sejam objetos privilegiados da repressão.

Huizinga conclui seu livro num tom de desencantamento ao analisar o quanto, desde a revolução industrial, o mundo tornou-se menos propenso ao lúdico: "O trabalho e a produção se tornaram o ideal e, então, o ídolo da época"[8]. A mentalidade produtiva e mesmo o discurso científico seriam sintomas de um mundo que recusa e desvaloriza a dimensão lúdica em favor de um foco instrumental na relação com as coisas. Trata-se de um mundo que se leva por demais a sério, esquecendo seu fundamento simbólico e lúdico.

Concluo este percurso pela obra de Huizinga com uma citação de Freud, em *O escritor e a fantasia* (1908);

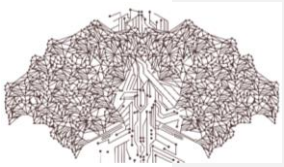
> "O adulto pode se recordar da grande seriedade com que brincava na infância e, equiparando suas ocupações pretensamente sérias àquelas brincadeiras infantis, livra-se do pesado fardo imposto pela vida e alcança o elevado ganho de prazer proporcionado pelo humor" (FREUD, 1908, p. 328).

Em muitos aspectos, o livro *Playing anything* (2016), de Ian Bogost, parece ser uma atualização da obra de Huizinga para o ambiente virtual. As referências são explicitadas diretamente pelo autor.

Bogost enfatiza, como já o fizemos, a inversão operada por Huizinga na consideração de senso comum sobre a relação entre o brincar/jogar e a realidade. Ao invés de tomar a realidade como dura e o jogo como uma fuga para um ambiente livre: "Confrontados com a arbitrariedade do mundo e seus conteúdos, somos confrontados com um desafio: como realizar algo, como encontrar sentido, como prosperar e florescer ainda que o mundo seja, em última análise, indiferente?" [9]

[8] "work and production became the ideal, and then the idol, of the age". Huizinga, Johan. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture (p. 192). Beacon Press. Edição do Kindle.

[9] "Confronted to the arbitrariness of the world and all its contents, we are faced with a challenge: how to make do, how to find meaning, how to thrive and flourish even though the universe is ultimately indifferent". Bogost, Ian. Play Anything: The Pleasure of Limits, the Uses of Boredom, and the Secret of Games (Locais do Kindle 160-161). Basic Books. Edição do Kindle.



O brincar aparece então como uma forma de operar num sistema delimitado de forma prazerosa, mas a ênfase está na dimensão delimitada: "Os games não são atraentes porque são divertidos, mas porque eles são limitados. Porque eles erguem fronteiras, porque precisamos aceitar suas estruturas para brincar com eles".[10]

Entram aqui em destaque as expressões 'playground' e 'círculo mágico', ambas de Huizinga. Círculo mágico é como ele denomina os espaços projetados para a realização de rituais: uma vez que se esteja dentro dele e aceito seu universo simbólico e linguagem, pode-se viver individual ou coletivamente o ritual. Ele é o espaço e tempo especiais criados quando acontece um jogo, a fronteira entre o mundo do game e o mundo ordinário.

Bogost faz uma observação aguda sobre nossa forma contemporânea de lidar com estes espaços: é cada vez mais rápida nossa capacidade (ou necessidade) de transitar do mundo ordinário para círculos mágicos. Qualquer momento de pausa num restaurante, transporte público ou, por que não dizer, aula, é o bastante para que se cheque o smartphone, leiamos mensagens, joguemos rapidamente algo, ouçamos música até sermos novamente chamados para a realidade material. Esta é uma habilidade que temos desenvolvido, mas que ao mesmo tempo nos desacostuma a manter um foco prolongado: não é à toa que se multiplicam casos de distúrbio da tenção.

Não escapa a Bogost a ambivalência que temos apontado com relação ao mundo virtual: "dispositivos virtuais fazem tanto hoje que é difícil saber se poderíamos separar suas promessas e ameaça. Um smartphone é uma fonte de conexão, companhia, de informação, de lazer, mas também de distração, de compulsão, de desconexão, de obsessão."[11]

[10] "Games aren't appealing because they are fun, but because they are *limited*. Because they erect boundaries, because we must accept their structures to play them". Bogost, Ian. Play Anything: The Pleasure of Limits, the Uses of Boredom, and the Secret of Games (Locais do Kindle 68-69). Basic Books. Edição do Kindle.

[11] "Digital devices do so much now that it is hard to know how we could separate their promise to their threat. A smartphone is a source of connection, companionship, of information, of leisure, but also of distraction, of compulsion, of disconnection, of obsession" Bogost, Ian. Play Anything: The Pleasure of Limits, the Uses of Boredom, and the Secret of Games (Locais do Kindle 2175-2176). Basic Books. Edição do Kindle.

Isto nos conduz para à nossa próxima sessão: aspectos perigosos e aditivos do mundo virtual. Antes disto, porém, acrescento uma referência interessante sobre o universo dos games e suas possibilidade psicológicas, digamos, positivas.

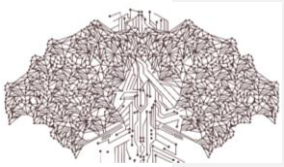
Em *Killing monsters* (2002), Gerard Jones, desenvolvedor de games e personagens da Marvel, faz uma ampla defesa do mundo dos games como recurso de simbolização e catarse. Como apontado também por mim no início deste artigo, a literatura privilegia abordar os aspectos negativos do ingresso no mundo virtual; aspectos que são reais, mas que, por seu destaque predominante, correm o risco de ser tomados como únicos. Acusa-se com frequência os games de induzirem violência, por exemplo. Mas não se costuma evidenciar o quanto os games podem ser suportes representativos para a elaboração e derivação catártica de fantasias agressivas, de modo a canalizarem estas fantasias para um meio exclusivamente simbólico. Crianças pequenas costumam adorar desenhos violentos, nos quais sua própria condição de estar à mercê do mundo adulto pode ser revertida em fantasia, como no mito do herói; onde o seu mundo interno, ainda em formação, pode encontrar representação e forma. Afetos, impressões e intuições ainda informes podem ganhar simbolização justamente através deste "empréstimo" da criação de outra pessoa, como num sonho que sonhassem por nós, como já dissemos acima.

Valleur e Matysuak (2004) também evidenciam que há formas diferentes de se relacionar com os games: há quem recorra a eles como entorpecimento, mas também quem busque elaboração e derivação de impulsos primários que, sem este recurso simbólico, poderiam explodir no real. Em defesa mesmo da existência de conteúdos violentos, dizem os psiquiatras: "Não é precisamente esta uma das funções essenciais de uma atividade de lazer, permitir uma evasão, mesmo uma regressão num mundo onde as interdições não existem?" (2004, p. 192)

Esta consideração só faz sentido para quem considere que temos estes impulsos em nós e que eles precisam de alguma forma de vasão. Aqueles que imaginarem que a agressividade é insuflada artificialmente, com numa contaminação pelo ambiente, tenderam a querer evitar que tais conteúdos sejam veiculados.

Contra a predominância em se tomar as crianças como passivas e abduzidas pelo universo dos games, Jones evidencia uma dimensão importante:

> "Quando consideremos as crianças em relação aos meios de comunicação de massa e cultura pop, tendemos a defini-las como consumidoras, espectadores, recipientes, vítimas. Mas elas também são usuárias destes meios de comunicação e cultura: elas são agentes de escolha, intérpretes, modeladoras, companheiras de jogo, participantes e narradoras. Ver as crianças como recipientes passivos do poder dos meios de comunicação nos coloca em desacordo com as fantasias que elas escolheram



> e, portanto, com as próprias crianças. Vê-las como usuárias ativas nos habilita a trabalhar com seu entretenimento- qualquer entretenimento e ajuda-las a crescer. Shooter games, gangsta rap, Pokémon, tudo se torna instrumento para os pais e professores ajudarem os jovens a se sentirem mais fortes, acalmar seus medos e aprender mais sobre elas mesmas"[12].

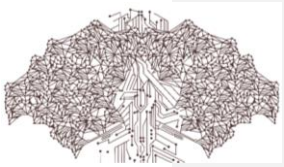
Mesmo com estas considerações com relação as possibilidades e sentido no mundo virtual, é importante fazermos um desenvolvimento sobre o risco de dependência que ele representa, por seu poder de sedução e volume maciço, quando o potencial de transicionalidade não é cumprido e ele se torna, pelo contrário, uma fuga da realidade e defesa contra a alteridade.

A adição ao mundo virtual

Como dissemos desde o início deste trabalho, há uma ambivalência intrínseca relativa ao uso de tecnologia digital e acesso ao mundo virtual. É comum ouvirmos pessoas altamente entusiasmadas com tudo o que se pode conseguir com estes recursos, mas há também um grupo muito forte que teme pelas consequências alienantes do excesso de acesso ao mundo virtual.

Num livro bastante interessante chamado *Hamlet's blackberry* (2011), Willliam Powers discute exatamente a recepção às inovações tecnológicas ao longo do tempo. Ele distingue especificamente os dois grupos aos quais nos referimos acima: um que comemora a capacidade humana de produzir tecnologia de forma a nos poupar de realizar inúmeros trabalho; e outro que teme que a tecnologia nos prive excessivamente de recursos, torne os homens dependentes e decadentes. Um dos exemplos mais interessantes trazidos pelo autor diz respeito à invenção do livro. Quando hoje tantos lamentam que os jovens leiam cada vez menos, um dia o livro foi considerado um perigo: com a possibilidade de registrar histórias e informações em livros, as pessoas perderiam a capacidade de armazenar suas memórias, e esta função, assim, atrofiaria.

[12] When we consider children in relation to mass media and pop culture, we tend to define them as consumers, watchers, recipients, victims. But they are also users of that media and culture: they are choosers, interpreters, shapers, fellow players, participants, and storytellers. Viewing children as passive recipients of the media's power puts us at odds with the fantasies they've chosen, and thus with the children themselves. Viewing them as active users enables us to work with their entertainment–any entertainment–to help them grow. Shooter games, gangsta rap, Pokémon all become tools for parents and teachers to help young people feel stronger, calm their fears, and learn more about themselves. Jones, Gerard. Killing Monsters: Our Children's Need For Fantasy, Heroism, and Make-Believe Violence (Locais do Kindle 394-398). Basic Books. Edição do Kindle.



Powers extrai esta história do diálogo *Fedro*, de Platão: seu mestre Sócrates, afinal, nunca deixou registro escrito.

Como temos dito, em sua maior parte, os autores da área de ciências humanas tendem a privilegiar os aspectos nocivos do ingresso no mundo digital. E é neste sentido que este artigo visa restabelecer e sustentar sua dimensão ambivalente e analisar recursos que podem se perder e ganhar neste novo ambiente.

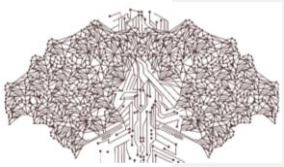
Na mesma obra citada acima, Powers também propõe um modelo simples e, penso, eficaz de avaliar se uma pessoa está usando bem a tecnologia ou se tornou dependente dela. O divisor de águas seria a capacidade de, periodicamente, desligar os aparelhos envolvidos. Se somos capazes de desligar os smartphone em determinadas situações ou por determinadas extensões de tempo, isto sugere que mantemos com eles uma relação de uso, sem que nos percamos neles. Mas a impossibilidade de desconectar aponta para uma dinâmica mais grave: o estabelecimento de uma relação de dependência com relação à tecnologia.

Há uma tradição importante de compreensão e tratamento das dependências dentro da psicanálise. Em 2011, publiquei o livro *Desejo e adição nas relações de consumo*, de onde irei derivar os desenvolvimentos seguintes. Nesta seção, pretendo apresentar a dimensão aditiva- de dependência- que pode ser desenvolvida com relação ao mundo virtual.

Um atributo dos mais característicos das dependências é a síndrome de abstinência, que faz com que a pessoa só se sinta "ela mesma" na presença do objeto. O que um dia começou como um prazer, torna-se um hábito e, então passa a funcionar como uma neonecessidade, na expressão cunhada por Joyce McDougall (1991). Com a urgência característica do atender uma necessidade, a dependência empobrece a vida da pessoa, seu campo de interesses e relações: toda a sua energia é voltada ao objeto de sua dependência e à garantia de sua constante acessibilidade.

Inicialmente, vale a pena dizer que há uma dinâmica psíquica presente nas diversas adições, algo que é anterior às características específicas de uma adição a substâncias, consumo, relações ou à tecnologia. Partindo do próprio termo 'adição', ele remete a uma escravidão. No direito romano, quando um devedor não respondia por sua dívida ele era adicto ao credor, "somado" a ele como escravo.

É também importate ainda dizer que todo aquele que trabalha em clínica psicológica, percebe que, ao longo do tempo, são cada vez mais comuns os casos de dependência (VALLEUR &



MATYSIAK, 2004; SANTI, 2011). Aparentemente, algo em nossa cultura contemporânea estimula esta condição.

Em termos psicológicos, nascemos numa condição de desamparo e dependência. O ser humano leva cerca de um ano para dar seus primeiros passos e dizer as primeiras palavras: por meses ou anos depois de seu nascimento, ele permanece dependente. Em certo sentido, o desenvolvimento humano diz respeito à aquisição de autonomia crescente. Assim, a rigor, quando alguém sofre de uma dependência, é mais correto considerar que ele 'permaneceu dependente', e não que ele 'se tornou'. Foi a aquisição da autonomia que não se deu de forma suficiente.

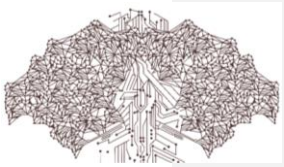
De uma dimensão de fusão biológica com a mãe, o bebê humano desenvolve uma dependência psicológica com quem lhe preste os cuidados maternos. A fusão psicológica e o sentimento de potência e fechamento que as caracteriza define o que chamamos de narcisismo infantil. A constituição de uma subjetividade privada se dá ao longo do tempo, com a inserção no meio social mais amplo e a experiência da descontinuidade da criança com relação ao outro, ou aos outros que os cercam.

É no confronto com frustrações e faltas- e no esforço por adquirir recursos para transformar a realidade externa- que emerge um psiquismo progressivamente autônomo. Esta é uma forma bastante concisa de descrever o que a psicanálise chama de Complexo de Édipo, com a quebra do narcisismo infantil.

Há cerca de 40 anos, surgiu a expressão 'cultura do narcisismo', que estabelece correlações com expressões como Pós-Modernidade, Hipermodernidade ou Alta-Modernidade. Todas estas expressões se referem a análises segundo as quais determinadas condições da cultura contemporânea estariam dificultando o processo de autonomia e quebra do narcisismo. Não sendo possível desenvolver na totalidade esta temática, destaco especificamente um dos atributos do ambiente virtual: o excesso de acesso (SANTI, 2011). Ao invés de vivermos uma experiência marcada pela falta, vivemos um universo no qual tudo parece disponível, possível e presente a todo momento.

Clinicamente, ao invés de lidarmos com as formas de sofrimento neurótico, relacionados às faltas, lidamos cada vez mais com as patologias do excesso/vazio: compulsões, adições, depressões. Na formulação sintética de Valleur e Matysiak:

> "Nós teríamos passado de um mundo vitoriano, valorizando a limitação, o controle, a retenção; à uma sociedade do consumo que concebe o acesso ao prazer como um direito (...) sublinha-se a passagem das patologias da inibição, do excesso de controle



> (a histeria, a neurose...) às patologias do excesso, do agir (a psicopatia, as toxicomanias, as adições...).” (2004, p. 128)

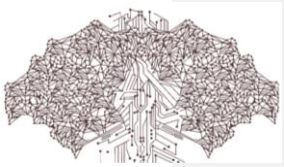
Em certo sentido, falta falta: numa cultura do excesso de oferta e demanda e na qual instituições de intermediação simbólica -como a família ou o governo- estão em crise. Mas não temos como desenvolver esta ideia neste artigo (SANTI, 2016).

Retomando o que dissemos anteriormente sobre objetos transicionais; eles podem ser a ponte para relações com a realidade externa e com o outro, de uma forma geral. Mas eles também podem ser pontos permanência e fixação, tonando-se objetos de dependência, como expresso pelo próprio Winnicott, numa citação acima.

É neste ponto em que entram em cena situações que sempre parecem desconfortáveis nas relações de alguns pais com seus filhos. Para tentarem ter uma refeição sem a interrupção dos filhos; para não ter que aguentar as perguntas clássicas de “quanto falta?” em percursos de viagem ou mesmo pela cidade; como babá eletrônica em substituição à tv- para tudo isto “liberam” para eles seus celulares, tablets, computadores. Sem perceberem, com isto mantem seus filhos numa condição regredida de não tolerância à frustração e à temporalidade das coisas. Além de expostos a um excesso constante de estímulos que os privam de ter que aprender a lidar com o vazio e a solidão. O barato sai caro, como se diz, uma vez que para se poupar do enfrentamento cotidiano que constitui a educação de um filho, estendem ou eternizam a condição demandante infantilizada.

É no confronto com a falta, com a frustração e com a alteridade que o eu ganha seu contorno e definição. Numa condição de falta de falta, como dissemos logo acima, a subjetividade fica sem contorno e não encontra limite ou não adquire auto-controle. Como acontece numa compulsão, apenas um limite externo consegue deter o movimento da ansiedade. Da mesma forma, nestas condições, não se aprende a lidar com o não-eu, o que é uma fonte importante de nossa intolerância cultural atual (SANTI 2017 b).

A necessidade de continuidade com o outro que dele cuida, que caracteriza o bebê humano, não é transcendida em autonomia e capacidade de estar só. Aliás, como também já dissemos, a capacidade de estar só e um indicador importante de saúde mental, para Winnicott; e a incapacidade de estar só caracteriza as dinâmicas de adição (AUDIBERT, 2008). O objeto de dependência serve como um reasseguramento ou muleta que deve sempre estar à mão, sob pena de deixar a pessoa entregue a uma enorme aflição (a conhecida síndrome de abstinência, do dependente).



Em que estado ficamos quando falta a luz, acaba a bateria, cai o sinal, não há wi-fi no ambiente? A medida de nosso sofrimento e incapacidade de estabelecer alternativas para nosso tempo e ansiedade é o que distingue se somos ou não dependes da tecnologia.

Em conclusão a esta sessão, acrescentamos que uma adição pode ser também uma defesa desenvolvida ante uma alteridade traumatizante. Não escapa a qualquer estudioso do assunto que o termo droga remete a remédio. A aderência a um objeto de dependência também serve como forma de não depender do outro, humano, complexo, instável, invasivo. O objeto da dependência, afinal, parece mais controlável, posto que inumano. Quando a alteridade se apresenta de forma intoxicante, pode se dar o recuo defensivo a uma relação de objeto mais simples, na qual a pessoa se encerra em si. (SANTI, 2011).

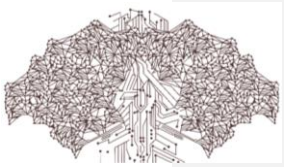
Uma cultura do excesso (de recursos, de demandas) como a nossa parece combinar tragicamente bem com as dinâmicas aditivas. Mais especificamente, o ambiente virtual e suas tentações podem se configurar como uma defesa sedutora contra aquele ambiente. As dependências à tecnologia são, ao mesmo tempo, a doença, o sintoma e a denúncia do regime de vida contemporâneo.

Considerações finais

Como proposto inicialmente, procurei desfazer a oposição simplificada entre realidade e realidade virtual, na qual incide um julgamento negativo- alienante- com relação à segunda.

A própria vida mental pode ser considerada "virtual", uma vez que não pode ser reduzida à materialidade do cérebro, ainda que seja nele sustentada. O ingresso no mundo virtual nos leva ao capo da ilusão, um terceiro espaço intermediário entre os mundos interno e externo. Este espaço potencial é condição de possiblidade para a relação com o mundo externo e as relações pessoais. Mas este mesmo espaço pode se configurar como um encarceramento, uma vez que a transicionalidade não se cumpra.

O mundo virtual pode ser e tem sido um caminho para relações sociais e políticas, e o século 21 tem tido mostras consistentes disto, mas ele também se tornou um objeto privilegiado de dependência, a bloquear justamente o acesso ao outro. Há muitas coisas que fazem dele perigoso, por exemplo: o volume de excitações com que nos bombardeia, o que dificulta os processos de simbolização e a experiência de solidão; o prazer que proporciona em sua velocidade e variedade-



o que dificulta a manutenção de foco e atenção no mundo material; e a onipotência do que parece ser a falta de consequência do que é vivido no mundo virtual (KHEL, 2017).

Como definido nos objetivos iniciais, esta discussão também se presta à reflexão sobre quando e como expor crianças e adolescentes ao ambiente virtual. Desta perspectiva, ainda que se reconheça que o ambiente virtual seja especialmente propício a produzir dependências, o centro da reflexão não está nele em si, mas na relação que se estabelece com ele. Como em todos os campos da vida, impõe-se uma educação para o uso do mundo virtual. Por educação, entenda-se aqui a mediação social- família, escola- que deve expor progressiva e controladamente as crianças a este ambiente.

A situação é difícil e complexa justamente porque o ingresso cada vez mais precoce no mundo virtual ameaça especificamente o controle da família sobre a que a criança tem acesso (SANTI, 2017a). Neste sentido, a educação se tornou ainda mais desafiadora e demandante do que sempre foi. Atitudes extremas- como proibir a criança de ter acesso, ou deixa-la livre e sem controle- parecem nocivas à educação. O amadurecimento não é um acontecimento natural, ele depende de experiência.

É preciso reconhecer a situação complexa e ambivalente, com todos os ganhos e riscos deste ambiente dentro do qual cada vez mais vivemos, e assumir a responsabilidade de mediar estas relações. O desafio é encontrar um nível apropriado de tensão: expor sem abandonar.

Referências bibliográficas

AUDIBERT, Catherine. *L'incapacité d'être seul: Essai sur l'amour, la solitude et les addictions*. Paris: Petite Biblio Payot, 2006.

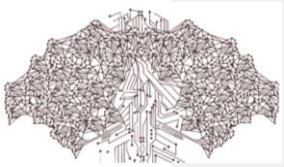
BOGOST, Ian. *Play anything*. *The pleasure of limits, the uses of boredom & the secrets of games*. New York: Basic Books, 2016.

CANESTRI, Jorge. "Some questions on Virtual Reality and Psychoanalysis". In GUIMÓN, José, ZAC DE FILC, Sara (editores). *Chalenges of psychoanalysis in the 21 st Century*. New York: Kluwer academic/Plenum Publishers; 2001.

FREUD, Sigmund. *A interpretação dos sonhos (*1900). Porto Alegre: L&PM, 2012.

----------. *O Escritor e a fantasia* (1908). Obras completas de Sigmund Freud. Volume 8. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

HAUTEFEUILLE, Michel; VÉLÉA, Dan. *Les addictions à internet. De l'ennui à la dépendance*. Paris: Petite Bibliothèque Payot, 2014.



HUIZINGA, Johan. *Homo ludens* [1938]. *A study of the play-element in the culture*. Boston: the Beacon Press, 1971.

JONES, Gerard. *Killing monsters. Why children neeed fantasy, super-heroes and make-believe violence*. New York: Basic Books, 2002.

KHEL, Maria Rita. Três motivos (pelo menos) para se ler Freud hoje. In KUPERMANN, Daniel. *Por que Freud hoje*? São Paulo: Zagodoni, 2017.

KERDELLANT, Christine, GRÉSILLON, Gabriel. *Les enfants-puce. Comme Internet et les jeux vidéo fabriquent les adultes de demain*. Paris: Éditions Denoël, 2003.

KRISTEVA. Julia. *As novas doenças da alma*. São Paulo: Rocco, 2001.

MARZI, Andrea (edit). *Psychoanalysis, identity and the internet. Explorations into Cyberspace*. London; Karnak Books, 2016.

MC DOUGALL, Joyce. *Em defesa de uma certa anormalidade*. Porto Alegre: Artes médicas, 191.

POWERS, William. *Hamlet's BlackBerry: A Practical Philosophy for Building a Good Life in the Digital age*. HarperCollins. Edição do Kindle, 2011.

PRIOSTE, Cláudia. *O adolescente e a internet. Laços e embaraços no Mundo Virtual*. São Paulo: EDUSP, 2016.

SANTI, Pedro de. O conceito de fantasia na obra de Sigmund Freud. Dissertação apresentada na área de Epistemologia da Psicanálise, na Faculdade de Filosofia da USP, 1995.

----------. *Desejo e adição nas relações de consumo*. São Paulo: Zagodoni, 2011.

----------. *Eu e o outro na cidade. Ensaios psicanalíticos*. São Paulo: Zagodoni, 2016.

----------. Sobre o uso da internet por crianças. In BLANCO, Patrícia. *Pensadores da liberdade. Volume 3. Liberdade e cidadania.* São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2017a.

----------. A intolerância de sempre e a de hoje: uma leitura psicanalítica. REVISTA DE CIÊNCIAS HUMANAS (UFSC), Volume 51, 2017b.

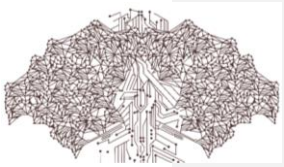
SERRES, Michel. *Thumbelina. The culture and technology of millennials*. London: Rowman & Littlefield International, 2015.

VALLEUR, Marc; MATYSIAK, Jean-Claude. *Les Nouvelles formes d'addiction. L'amour, le sexe, les jeux vidéo*. Paris: Flammarion, 2004

ZAC DE FILC, Sara. External Reality and Virtual Reality. In In GUIMÓN, José, ZAC DE FILC, Sara (editores). *Chalenges of psychoanalysis in the 21 st Century*. New York: Kluwer academic/Plenum Publishers; 2001.

WINNICOTT, Donald Woods. Objetos transicionais e fenômenos transicionais [1951]. In *Da pediatria à psicanálise*. Rio de Janeiro: Imago, 2000.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



PATRIMÔNIO ABERTO: A CIDADE COMO INTERFACE DIGITAL E ARTÍSTICA

Giovanna Casimiro

Resumo

Este artigo discute a transformação do espaço urbano frente a cultura digital, em uma dinâmica de construção de um patrimônio aberto. Deste modo, propõe-se pensar o novo entendimento de patrimônio e colecionismo urbano, e a transição da dinamica expositiva e museológica do campo institucional para a cidade. Enfatizo a discussão da capitalização de memórias e experiências x a resistência artística em prol de um património aberto e democrático.

Palavras-chave

Cidade, Patrimônio, Cultura Digital, Memória, Museu

Abstract

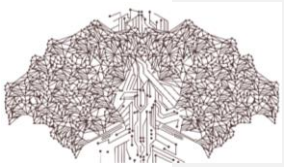
This article discusses the transformation of the urban space in front of the digital culture, in a dynamic of construction of an open patrimony. In this way, it is proposed to think about the new understanding of heritage and urban collecting, and the transition from the expositive and museological dynamics of the institutional field to the city. I point the discussion of the capitalization of memories and experiences x the artistic resistance towards an open and democratic patrimony .

Key words

City, Heritage, Digital Culture, Memory, Museum

Uma breve introdução - cidade e dissolução de poderes

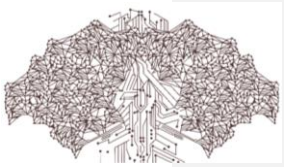
Neste artigo, discuto a capitalização das memórias na cidade por empresas de tecnologia, culminando na discussão da resistência artística para o rompimento do ciclo de controle por meio da vigilância digital. Proponho pensar os agentes **mediadores e moderadores desta cidade instrumentalizada** para a visualização, mediação e gestão de dados,



tornando-se interface de controle informacional e memorial. A tensão entre resistência e capitalização evidencia o desaparecimento do sistema de poderes curatoriais tradicionais e aponta para a emergência de novos sistemas de julgamento de valor, em um cenário de curadoria espontânea e coletiva, cujos critérios são efêmeros e voláteis. Trata-se do território informacional superposto ao físico.

Gradualmente, novos serviços são criados baseados no deslocamento de seus usuários, tagueando locais, revalidando espaços, disseminando a memória em tempo real construída na (e pela) cidade. Trata-se de compreender o conceito de patrimônio na contemporaneidade, e acima de tudo, estudar o processo de musealização da cidade que assume um papel de memorial aberto construído em tempo real (um exemplo são os serviços como *Google Local Guides*, onde você pontua por suas memórias e contribuições). A cidade que se musealiza evidencia um fenômeno de deslocamento da dinâmica colecionista e expositiva para o espaço urbano, cuja curadoria se dissolve para além do poder institucional. A curadoria (assim como as memórias) se transforma em uma moeda de troca, e a ideia de colaboratividade é usada enquanto motivadora da superexposição das memórias nas redes. Sob esta condição aponto a transferência de poderes dos agentes mediadores e moderados. Tratar do conceito de cidade como interface museológica significa ir além da condição de cidade como extensão da dinâmicas expositivas, mas esta enquanto interface da memória de si mesma. Compreender a cidade como interface museológica significa pensar os modos de visualização das coleções urbanas, que resultam de ações corporativas, institucionais e artísticas. A cidade é o local de convergência e representa um espaço de abertura onde as relações são permeáveis e a tentativa de controle/poder é subvertida por ações inesperadas. Porém, quais os limites e questionamento emergentes deste espaço que se constrói na contemporaneidade? Acima de tudo, como avaliar o status de participação proposto frente a onda de automatização (e vigilância) da experiência urbana?

O número de serviços geolocalizados e a validação do território por meio das experiências individuais, cresce visivelmente. E esta dinâmica me interessa pois representa um outro



tipo de cartografia que evidencia a função da cidade como interface de muitas coleções, sejam elas imagens privadas, opiniões coletivas ou coleções de arte. Esta cartografia estabelecida sob os pilares da opinião pública tem dois lados: **(1)** a função política/coletiva da cidade reativada pelos cidadãos que se apropriam do espaço público e, ao mesmo tempo, **(2)** a moderação criativa e de criação de valor por grandes empresas detentoras dos dados e serviços digitais. Trata-se de uma **capitalização do direito à opinião**, que quando disseminado pelos serviços digitais gera status ao usuário em uma relação de ego e visibilidade, que camufla a reconfiguração dos territórios e dos acervos.

Diversos movimentos na cidade evidenciam camadas de memória e afetos que se estabelecem pelos seus transeuntes e por interesses corporativos/institucionais maiores. Observa-se a existência de uma tensão contínua entre aqueles que vivem na cidade e os grupos dominantes, que administram os dados urbanos. A noção de onipresença molda as relações humanas através de dispositivos e comandos interativos, cujas interfaces desempenham um papel fundamental na maneira como os homens percebem o mundo e se comunicam. Trata-se de um embate entre poderes que se reordenam frente às demandas da cultura digital, evidenciando a **passagem do tangível ao intangível** (virtual), **do linear ao não linear**. Acima de tudo, os parâmetros da contemporaneidade se sustentam em ambivalências resultantes de experiências entre o mundo físico e o virtual, em uma existência potencial e literal de objetos/dados. Aponta-se para a convergência das mídias e a hibridação dos sentidos humanos, viabilizando projetos que revisam a estrutura física da cidade e, acima de tudo, a validação de seus espaços relacionados a memória (em suas múltiplas naturezas).

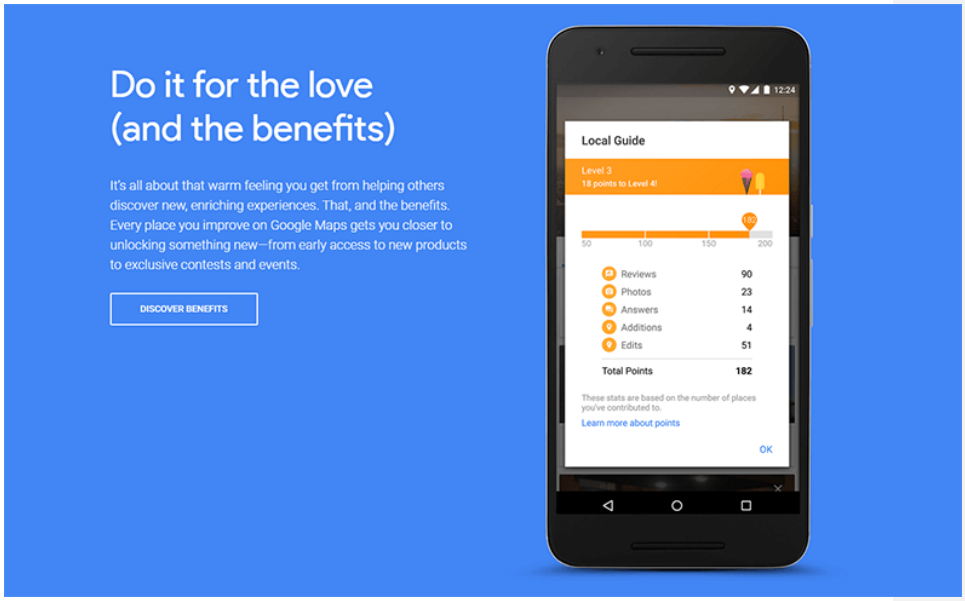
Na contemporaneidade, o espaço urbano se expande enquanto território informacional, cujos pontos de interesse (e respectiva validação) se dão pelos acessos de seus transeuntes, em uma rede de trajetos cotidianos. As memórias, as experiências afetivas e o próprio patrimônio imaterial se condicionam ao poder gestor de grandes empresas da informática que disponibilizam serviços e mapeiam o comportamento da cidade através de seus próprios cidadãos. É preciso, portanto, discutir a passagem entre analógico e

digital para entender o patrimônio aberto do futuro, a museificação urbana e a apropriação da cidade enquanto espaço de colecionismo/exposição. Frente à demanda digital, que aponta para a contraposição de **crônico-anacrônico, linear-não linear** e os **novos parâmetros da memória na cidade contemporânea,** observa-se o fortalecimento das discussões sobre resistência e ações artística que revêem o status dos espaços habitados.

A discussão se estende para o campo político pela interatividade e sua construção aberta na democratização da memória urbana contemporânea, onde a própria cidade se estabelece como patrimônio coletivo, em contraponto a ideia de capitalização **dos cidadãos à serviço da musealização urbana** (grandes empresas como Google). O empoderamento digital dissolve os limites entre interesses individuais/coletivos e capilariza o poder **mediador**, posicionando os habitantes enquanto funcionários especializados na construção de valor da cidade (pela perspectiva pessoal) e, por isso, é preciso questionar os atuais órgãos de validação e seu grau de reconhecimento por parte da população enquanto **moderadores** deste sistema. Neste ponto, entender o papel da arquitetura na reelaboração da cidade como interface digital ajuda a visualizar os limites entre a **participação e a interatividade**, apontando para ações inovadoras na cidade, mas acima de tudo, utilizando métodos confrontam o comportamento vigilante. Talvez caiba a cidade verdadeiramente inteligente entender a potencialidade da participação sobre a interação.

Tratando-se da cidade como espaço de cultura, é curioso avaliar as diversas iniciativas a partir de mídias locativas na geração de conteúdo pela cidade, fato que evidencia mais e mais as potencialidades urbanas para a criação de dinâmica coletiva em ações mercadológicas e, contraditoriamente, de resistência. Sobretudo do ponto de vista dos

serviços geolocalizados, pode-se apontar *Google Cardboard*[1], *Street View*[2] e *Google Local Guides*, todos serviços disponibilizados que convergem o espaço da cidade em um local de compartilhamento de valor e, igualmente ao Facebook, evidenciam um ciclo de evangelização mundial pela acessibilização de conteúdos em tempo real.



[1] *Cardboard* foi desenvolvido pelo programador francês David Coz, que leva à Realidade Mista e Virtual a um novo nível de popularização, inclusão e experimentação. O projeto não possui fins lucrativos e torna a experiência em Realidade Mista/Realidade Virtual acessível, através de um smartphone, o aplicativo gratuito "Cardboard" e uma caixa de papelão (especialmente desenvolvida por David, para o usuário acoplar seu celular à estrutura e interagir).

[2] Street View, que por sua vez, é um recurso do Google Maps e do Google Earth que disponibiliza vistas panorâmicas de 360° na horizontal e 290° na vertical, permitindo que os usuários vejam partes de algumas regiões do mundo ao nível do chão/solo.

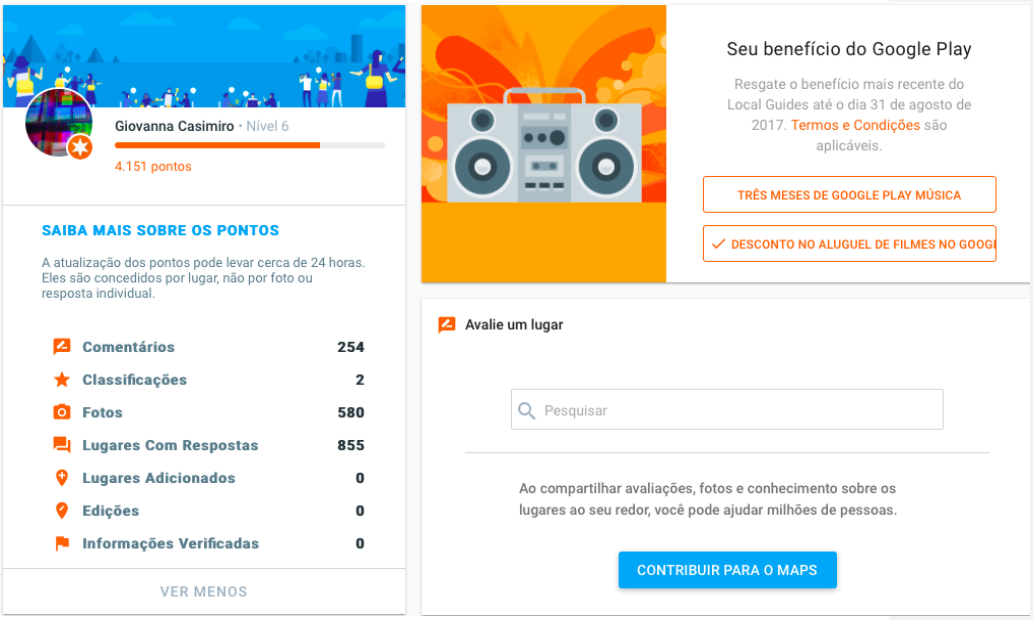


Fig 1. - Google Local Guides profile

Em uma espécie de pacote de serviços, o *Google Maps* expandiu sua visualização de conteúdo para o programa de fidelização *Google Local Guides*, que se estrutura enquanto uma comunidade global de exploradores que escrevem comentários, compartilham fotos, respondem perguntas, adicionam ou editam lugares e verificam os dados disponíveis no *Google Maps*. Os usuários são recompensados com prêmios, em um sistema de acúmulo de pontos, podendo ganhar descontos em serviços Google, espaço de armazenamento de arquivos e convites para encontros oficiais da empresa pelo mundo.

Estes serviços condicionam seus usuários à curadoria de espaços da cidade, construindo seus próprias acervos de imagem, em uma revisão do poder legitimador através de dinâmicas gamificadas, em troca de geração gratuita de conteúdo. O caráter ambivalente é perceptível pois se trata de um processo de empoderamento condicionado à moderação cultural baseada nos valores dos grandes grupos dominantes da informação (Google,

Facebook, etc): "no cenário da existência luxuriante de um mundo que promete a felicidade de satisfações incontestáveis e sempre renovadas, cresce uma imensa desorientação individual e coletiva"[3]. Neste sentido, as ações artística podem ser questionadoras deste sistema vigente, apontando para novos usos urbanos que rompam com a dinâmica de centralização do poder moderador e capilarização do poder mediador. Pois o que se percebe é que as mediações são distribuídas entre usuários, instituições, clientes, etc. Entretanto a moderação se dá sob um controle gestor unilateral.

Em maio de 2017, foi realizado o projeto MASP.ETC.BR articulado entre o Museu de Arte de São Paulo e o laboratório Outros Urbanismos (FAUUSP), em uma ação de três dias para repensar o espaço da cidade, os desdobramentos estéticos pelas redes sociais e bancos de dados. Esta ação, enquanto projeto colaborativo construiu ao longo de dois dias, um banco de imagens no Instagram nas imediações da Avenida Paulista, através de hashtags (#paulistaaberta, #artistaspaulista, #maspetcbr, etc) capazes de direcionar o olhar dos participantes. Com o intuito de capturar perspectivas variadas do espaço urbano, a ação experimental gerou um uma metodologia experimental de curadoria do olhar sobre a cidade.

Atuando na democratização do olhar, o projeto torna visíveis as personagens esquecidas, fazendo uso da cidade como matéria prima (etapa do workshop) e interface de visualização do conteúdo construído coletivamente (etapa final de projeção/intervenção na fachada do museu). MASP.ETC.BR suscita aspectos importantes no entendimento das resistências artística na cidade, questionando a instituição de poder calcada no museu, pois o projeto foi construído a partir do próprio interesse institucional, e o processo de dissolução do controle de legitimação, pois a ação é uma resposta institucional às novas tendências midiáticas e de consumo do público que habita o museu (e daqueles que habitam os arredores).

[3] LIPOVETSKY, 23:2008.

> O museu era lugar de recolhimento, e ei-lo agora um espaço de recreação destinado ao consumo visual e hedonista do grande público. Aqui, mais uma vez, a fronteira entre alta cultura e cultura-moda, entre parte e comunicação, arte e espetáculo, perdeu seus contornos nítidos. (…) Ao mesmo tempo, o museu firma-se cada vez mais como um elemento de desenvolvimento urbano.[4]

Evidencia-se a ambivalência em dois níveis: um referente ao próprio museu e outro a rede social pela qual o projeto foi construído. Parte da experiência museológica se da na rede social, estendendo o museu para além dos limites físicos e atribuindo o poder curatorial a um público que constrói acervos coletivos em tempo real.

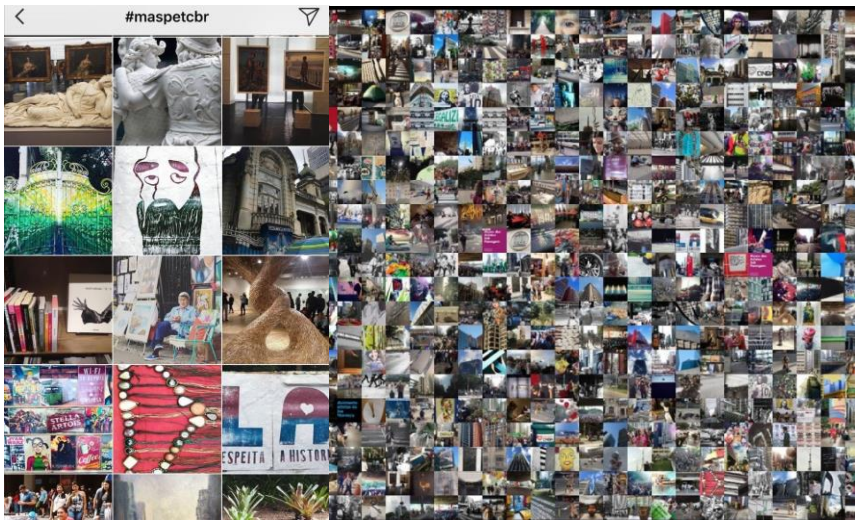


Fig. 6 - Imagens do perfil masp.etc.br no Instagram

Por sua vez, o Instagram funciona como um grande servidor para o gerenciamento dos dados atrelados à cidade e suas hashtags, entretanto, pode ser apropriado como ferramenta de subversão na moderação cultural, e é isso que se propõe em MASP.ETC.BR que repensa o status do museu e da cidade como museu contemporâneo pelo olhar dos outros.

[4] LIPOVETSKY, 90:2008.

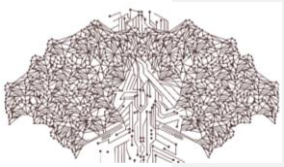
Por fim, observa-se que o museu se torna objeto de si mesmo, expandido para o urbano, absorvendo o estorno e construindo outra relação com sua própria arquitetura.

Quanto a resistência, ele é percebida pela articulação do olhar dos outros, que frente à dinâmica museológica, se tornam parte deste sistema de validação, geração de conteúdos e dados. Trata-se de uma transversalidade entre o olhar dos visitantes para a cidade, da cidade enquanto fonte de recursos criativos, da tecnologia digital como alicerce de criação e da administração de dados. Observa-se a dinâmica de apropriação da cidade e de projeção sobre o espaço urbano, caso da etapa final do projeto, cuja dinâmica amplifica a visibilidade das figuras esquecidas da cidade, sejam elas os habitantes sem habitação, os transeuntes sem voz, artistas sem público, etc.



Fig.7 - Masp.etc.br - projeção no vão

MASP.ETC.BR apresenta, portanto, uma estratégia de uso de serviços digitais como ferramenta de afirmação do museu-fora-do-museu ou da cidade-como-museu, discutindo a legitimação do espaço aberto do entorno destas instituições. A etapa final foi uma vídeo-projeção no vão livre do Masp, onde o observador assistia à intervenção deitado no chão da cidade, em uma discussão social sobre o reposicionamento do olhar e dos corpos sob a perspectiva dos esquecidos que ocupam os vazios, caso dos moradores de rua. Tratam-se de tensões que reveem as relações entre cultura e cidade, reafirmando os preceitos da



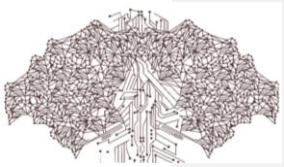
cidade como arena cultural apontados por Adrian Gorelik e Fernanda Peixoto (2016), que afirmam a cidade como lugar de germinação, experimentação e combate cultural.

A estética e a linguagem adotada, portanto, conversam diretamente com os outros projetos discutidos neste artigo, cujo intuito é entender como a dinâmica de dominação pode se romper pelas ações artísticas onde a cidade é a interface de resistência, de coleções e da própria existência das memórias.

O patrimônio aberto em construção

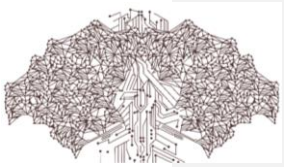
Deste modo, a condição mista da nossa consciência extrapola o entendimento linear das coisas, onda separa-se o mundo virtual do físico. Me pergunto, se a cidade e seus cidadãos são as novas interfaces de dados e, a partir deste pressuposto, como será o acervo de memórias e experiências do futuro? Em que local se encontram e como serão curados estes momentos? Eles se mantêm vivos segundo nossas coordenadas, preferências, afetos. Quando uma alteração nesta coordenada é feita, todo o resto se modifica. Mas tais dados se perdem? Talvez estejamos construindo uma cidade como pano de fundo de relações abertas, cuja nossa privacidade se dissolve na necessidade de captura e conservação da memória.

A ideia de um **patrimônio *open source*** é exatamente o entendimento deste contexto de memórias abertas, futuro de lembranças aberto. O que é este *open source software* das nossas mentes? Definitivamente, o homem contemporâneo lida com forças de tensão que o induzem ao total compartilhamento de sua vida, porém em um *modus operandi* dominado pelas empresas detentoras de softwares e serviços. Parece-me que os órgãos de legitimação tradicionais (estatais e privados, responsáveis pelo tombamento, validação, etc) contribuem na coleta de dados, atuando enquanto **mediadores (e não moderadores)** do sistema contemporâneo de validação de objetos e memórias. Neste sentido, a ideia de museus e grupos legitimadores passa a ser revista, pois os poderes são redirecionados e capilarizados pelas interfaces digitais.



Percebe-se que o contexto digital se apropria deste sistema de arquivamento e exposição de memórias, porém em um processo de musealização do museu, de curadoria da curadoria, em um ciclo infinito de dissolução de poderes convencionais, mas que fortalece os novos poderes comerciais e direitos de uso das nossas memórias como produto: as memórias que se auto consomem; o museu que se auto expõe; a cidade que se auto conserva. Por isso, mais e mais, o senso de existência do museu se transforma e se desloca para o espaço urbano, onde as tensões entre memórias e coleções não legitimadas se estabelece. Ainda, a construção de valor se altera e o status de presença-ausência de objetos dinamiza as relações com o patrimônio, em uma discussão sobre digital e analógico, que potencializa a onipresença da memória em todos os espaços. A discussão entre cultura digital e patrimônio imaterial emerge para pensar a presença do patrimônio físico substituída pela experiência do patrimônio, seja ele material ou imaterial. Ao mesmo tempo, este patrimônio aberto digital não possui original: o arquivo sempre permanece o mesmo, se espalha, viraliza, compartilha em grande escala, em uma espécie de reprodutibilidade técnica do patrimônio imagético.

Não há perda de dados, mas há perda de memórias, pois estas dinâmicas de exposição de lembranças em tempo real são atreladas a uma temporalidade transitória. Tratando-se da construção de valor na atualidade, observa-se que a ideia de colaboratividade está diretamente ligada ao status de criação, em um comportamento sócio cultural baseado na aprovação comunitária do que se produz individualmente - cultura dos *likes* -, onde a opinião comum é o termômetro de validação. Parece evidente que as memórias individuais e os interesses coletivos são transversais, apontando para o desenvolvimento de serviços que engajam usuários no consumo digital de lembranças da cidade. E neste ponto, destaco o entendimento da cidade como interface museológica sob três perspectivas: (1) visualização, (2) mediação e (3) banco de dados.



(1) A cidade como interface de visualização é representada por projetos que usam estruturas urbanas e as próprias superfícies da cidade para a exposição de coleções/obras. Trata-se de apropriar o espaço urbano literalmente como superfície de projeção, intervenção, ocupação.
(2) A cidade como interface de mediação é representada pelas ações que utilizam o espaço urbano como mediador de coleções ou dinâmicas. Museus e instituições que expandem sua dinâmicas expositiva na cidade, ou ainda serviços digitais que se apropriam das dinâmicas urbanas para oferecer serviços ou experiências interativas, exemplificam essa condição. A cidade como mediação é um conceito vinculado a cidade como mediador de memórias, acervos, experiências.
(3) A cidade como banco de dados é representada por tudo aquilo que usa o espaço urbano com fonte de informações e coleta de dados, sobretudo através das memórias.

Sobretudo o modo de consumir e construir memórias se estabelece por meio de relações afetivas e menos atreladas a existência do objeto, pois os lugares de valor, os pontos de relevância, as lembranças e os signos da cidade existem de **modo individual, em validação coletiva**. Neste sentido, qual o valor do patrimônio hoje e como ele se constrói, sobretudo do ponto de vista da construção imagética pelo espaço urbano?

A ideia da cidade como interface, é proposta nesta tese a partir do contexto contemporâneo onde o espaço urbano é apropriado pelo espaço informacional. O papel catalisador e político da cidade se desdobra, hoje, através de dinâmicas mistas entre o espaço informacional e o físico, cujas interações afetam diretamente sua estrutura tangível. A cidade se transforma em um meio de visualização, mediação, moderação, registro, comunicação, socialização, assumindo o caráter de interface para além da malha urbana ou superfície. O entendimento da cidade e seus limites aponta para as muitas forma de questionamento espacial, sobretudo por meio de ações artísticas que revisam o papel do espaço urbano. Ao longo do século XX e XXI, vê-se transformar a dinâmica deste espaço e os modos de cruzar dados, experiências e construir valor. A ideia de território

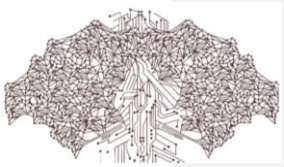
parece colapsar nas últimas décadas, sobretudo, pela redução dos limites físicos, à medida em que o espaço informacional se funde com o físico, de modo intrínseco e indissociável na vida comum dos transeuntes. Como Paul Virilio aponta, a cidade contemporânea é validade pelo tangível, mas pelo intangível que a tona uma malha sistêmica de ações, usuários e dados.

> Nesta perspectiva sem horizonte na qual a via de acesso à cidade deixa de ser uma porta ou um arco do triunfo para transformar-se em um sistema de audiência eletrônica, os usuários são menos os habitantes, residentes privilegiados, do que os interlocutores em trânsito permanente. A partir de então, a ruptura de continuidade não se dá tanto no espaço (…), mas principalmente da duração, "duração" esta que as tecnologias avançadas e a reorganização industrial não cessam de modificar através de uma série de interrupções. (VIRILIO, 1993:8-9).

Segundo ele, a transparência deu lugar às aparências, pois desde o início do século XX a profundidade de campo das perspectivas clássicas foi renovada pela profundidade de tempo das técnicas avançadas. Observando a dinâmica da atualidade, as cidades são significadas pelas experiências de seus habitantes, as quais constroem um significado atemporal, não linear e intangível do espaço urbano. Ele afirma que o desenvolvimento da indústria cinematográfica e da aeronáutica geraram uma espécie de invalidação do plano urbano, onde a tela se torna o lugar, "a encruzilhada de todos os meios de comunicação de massa". Deste modo, aponto para o espaço urbano subvertido em um instrumento comunicacional, validado pelas suas aparências e sua potencialidade midiática. Este *modus operandi* gera tensões a partir do impacto das mídias locativas, do rastreamento dos usuários, dos dados, dos parâmetro gerados pelo espaço urbano. Talvez estes novos modos de vivenciar a cidade criem tensões que não pertencem ao espaço da terra, aos limites do solo, indo além das fronteiras dos territórios pré-estabelecidos no mundo moderno. Sendo assim, a cidade assume o caráter de interface digital à medida em que seus limites são dissolvidos entre o plano informacional e o físico.

A multiplicação das interfaces digitais ao nosso redor valida o espaço urbano enquanto interface por si só. Do ponto de vista material a progressão da cidade digital, inteligente e conectada faz da malha urbana uma superfície preenchida por telas e dispositivos vigilantes. Este espaço adota uma função simultânea de *input* e *output* para seus habitantes e para si mesmo e, possivelmente, esta dinâmica silenciosa da tecnologia ubíqua justifique a aceitação coletiva desta nova condição urbana. Aceitamos a condição da cidade onipresente e onisciente, do mesmo modo em que contribuímos na validação do espaço urbano enquanto interface digital. Talvez mais do que nunca entendamos a presença das interfaces ou discutamos este conceito, frente à multiplicação de telas dos últimos vinte anos. A atualidade evidencia a superposição do território informacional sobre o território físico em uma condição de trocas sem precedentes. Sobre o conceito de interface, Steven Johnson (2001) aponta que as metaformas do ambiente virtual e o mapeamento de bits ocupam as facetas da sociedade contemporânea. Essa forma se mantém apesar das diversas aparências que transitam entre o meio e a mensagem, cuja zona de transição é a interface. A partir desta afirmação, a cidade como interface pode ser pensada enquanto o território de trocas e de aparências (reafirmando a premissa de Virilio), onde a mensagem o meio de permeiam (o *input* e o *output* se confundem).

Sendo assim, é esta descontinuidade do território urbano que fortalece a continuidade da experiência digital na cidade, que me parece alimentar novas hierarquias e critérios na construção de valor. Entretanto, a ideia de compartimentos permanece de um modo velado, pois as dinâmicas digitais propõe um sistema aberto, curando e induzindo silenciosamente, através das bolhas de interesse de seus usuários. O que se constata a partir destas reflexões é que esse processo de desconstrução da cidade gera uma série de novas tensões que, do ponto da vista do meu objeto de pesquisa, fortalecem as dinâmicas interativas na cidade através, que assume o papel de interface digital. Virilio (1993) afirma a decupagem do espaço físico nas diferentes dimensões geométricas, levando à substituição da separação durável dos espaços geográficos e construídos. Trata-se de uma decupagem momentânea, segundo ele, devido à "interrupção imperceptível das diferentes sequências de tomadas, mas também em consequência da interrupção, desta vez

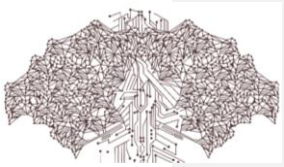


perceptível, das emissão e da recepção". A escala contemporânea do poder (redimensionada para o coletivo, porém alimentada pelo individual) aponta para uma dissolução da experiência espacial urbana na reinvenção de uma outra experiência, de natureza mista resultante da superposição de territórios informacional e físico. Trata-se de uma "ordem invisível" e do questionamento da arquitetura da cidade dentro dos modelos tradicionais:

> Atualmente, as tecnologias de ponta nascidas da conquista militar do espaço projetam na órbita dos planetas as residências, e quem sabe, no futuro, a própria Cidade. Esta desregulação tecnológica dos diversos meios é também "topológica" na medida em que constrói não mais um caos sensível e bem visível (…) produz uma *ordem invisível*, visível, mas tão prática quanto a da construção civil ou das vias de esgoto (…). Estaria a arquitetura urbana prestes a se transformar em uma tecnologia tão ultrapassada quanto a da agricultura extensiva? Seria o arquitetonico nada mais do que uma forma degradada de exploração de solo com consequências análogas às da exploração excessiva das matérias primas? A decadência de diversas metrópoles não seria o início do declínio industrial e do desemprego formal?[5]

Logo, a cidade apontada por Virilio se projeta nas superfícies e se constrói sob a ordem do invisível, perdendo o seu "caos sensível" e o "bem visível", fato que reitera a ideia de uma cidade-interface não somente pela presença das interfaces em sua superfície, mas pela sua propria dinamica contemporanea, condicionada por interfaces ubíquas que moderam e preenchem o espaço urbano. Ele aponta que a existência de uma interface que escapa à duração cotidiana, cujo instante de percepção direta do entorno e seus elementos sucede uma recepção indireta e midiatizada. Sendo assim, ele ressalta que o debate não se trata da modernidade ou da "pós-modernidade", mas de uma "pós-atualidade", inserido em um sistema temporal tecnológico não mais da ordem de longa duração de um suporte material qualquer, mas de uma persistência "retiniana e auditiva". E também em

[5] VIRILIO, 1993:18

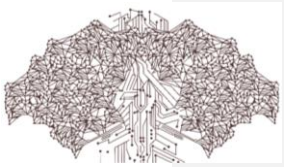


consonância com Lipovetsky, constata-se que a cidade é a tela maior, o ecrã e o processador, simultaneamente, tornando-se a superfície de toque a o coletor de dados.

A cidade-interface se modela segundo esta "persistência retiniana e auditiva", através de sucessivas apropriações de sua superficie por agentes articuladores/gestores/criadores de dados. A malha urbana fragmentada, cuja longa duração do suporte material se dissolve, é redimensionada através de um sistema complexo de interesses, ego, interatividade, superexposição individual e revisão hierárquica. Tal cidade é consumida e alimentada pelo mesmo grupo de indivíduos, tornando-se um ciclo sem fim de geração, gestão e visualização de dados. Este território sofre revisões quanto aos seus limites frente à superposição do território informacional e físico, que condicionam a cidade-interface de modo a perder de vistas suas fronteiras. À medida em que os dados digitais influenciam na construção da cidade, suas fronteiras são dissolvidas e não se sabe a origem, o meio e o fim desta extensão territorial. Virilio (1999) observa que a noção de limite sofreu mutações que dizem respeito tanto à fachada quanto ao aspecto de confrontação: "da paliçada à tela, passando pelas muralhas da fortaleza, o limite não parou de sofrer transformações, perceptíveis ou não, das quais a última é provavelmente a de interface"[6]. Ele aponta a transformação do conceito de limite, inicialmente relacionado a ideia de rigidez e separação, e posteriormente à aproximação ou justaposição.

A cidade contemporânea, portanto, é moderada pelos dados atrelados a ela: os zoneamentos, os pontos de interesse, o valor histórico contemporaneo, a geração de valor na espaço urbano, a reativação e revitalização de lugares, todos estes fatores se relacionam com o modo digital de construir a cidade. Trata-se de um modo coletivo e capilarizado de questionamento do sistema hierárquico vigente de validação institucional dos espaços urbanos. Ainda que a cidade não assuma a estéticas futurista das ficções científicas, ela é dimensionada através das experiências digitais de seus cidadãos, cujas vidas e memórias são dependentes do território informacional, desencadeando reações no território físico. O iminente registro e compartilhamento digital da cidade (bem como *check-ins*) está relacionado à gratificação (*likes*) online, que motiva a apropriação contínua da cidade

[6] VIRILIO, 1999:9-10

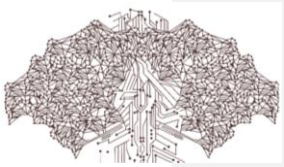


para a satisfação individual de seus cidadãos-usuários. Observa-se uma relação direta entre cidade-interface e os cidadãos-usuários, os quais modelam o espaço segundo o seu ego, individualismo e motivações pessoais. Lucia Santaella (2016) em sua fala no *Kultursymposium Weimar*, organizado pelo *Goethe Institut*, aponta a exo evolução humana, confirmando para a extensão da interação homem-máquina para o espaço habitado. DESENVOLVER VIDEO A capilarização informacional condiciona os cidadãos enquanto micro geradores de dados, os quais são "empoderados" individualmente na construção de um espaço urbano individualizado, personalizado e construído dentro dos desejos dos usuários-cidadãos. Esta revisão de poderes parece restabelecer um regime coletivo de validação urbana, porém culmina na extrema individualização da ocupação do espaço.

Considerações

É neste sentido que aponto a cidade como uma interface resultante da tensão entre importantes agentes no contexto contemporâneo: **artistas, instituições e empresas digitais.** Coloco estes três componentes em discussão ao longo desta tese, dando destaque a um fenômeno particular da condição contemporânea: **a apropriação urbana como interface da memória.** Quando aponto a cidade como interface da memória me refiro as muitas dinâmicas estabelecidas no espaço urbano que constroem lembranças e significados associados ao deslocamento espacial. Trata-se do uso iminente da cidade como gatilho de diversas coleções, sejam elas de cunho artístico ou corporativo. Surge uma condição de capitalização da memória na cidade que se fortalece pela cidade, consumindo suas experiências e cidadãos.

Logo, o status de **cidade como interface museológica é consequência de uma desestabilização do ciclo convencional de validação dos acervos urbanos**, onde o topo da cadeia era ocupado pelas instituições. A contemporaneidade vê os agentes institucionais assumirem uma posição submissa aos agentes corporativos digitais, os quais possuem o controle de dados e serviços essenciais para a gestão institucional.



Também, os agentes institucionais parecem se ver frente a uma crise de valor e reconhecimento de seu papel na atualidade, onde os cidadãos enquanto usuários são encorajados à constante experiencia curatorial digital. Sendo assim, à medida em que "o poder curatorial e de conservação" é atribuído pelos agentes corporativos aos usuários, o processo musealizador se desloca para a cidade, espaço no qual os cidadãos exercem seu "poder". Esta concessão, entretanto, evidencia o interesse corporativo em assumir o controle desta cadeia contemporânea, cujo sistema submete museus, universidades, instituições e órgãos culturais a concederem suas coleções e revisarem suas dinâmicas segundo a demanda da cultura digital (afinal, parte deles sobrevive através de uma audiência/consumidor).

O estabelecimento dessa paisagem interativa, portanto, desestabiliza o ciclo tradicional de produzir memórias e valores atrelados a cidade. O evidente processo de concessão de poderes, a constante colaboratividade na geração de conteúdos, as experiências coletivas e o engajamento individual em gerar conteúdo, fazem da cidade contemporânea uma interface dinamizada pela memória. Como resultado deste processo, observa-se o surgimento de um novo tipo de relação entre cidadãos e suas lembranças: o engajamento na produção das memórias está submetido às variáveis do interesse popular, dos *toptrends*, dos números de acesso, dos *likes*. Ao mesmo tempo, surge a possibilidade de modelar o futuro segundo o olhar da comunidade, a partir das experiências igualitárias, entretanto, ainda gerenciadas por agentes corporativos. A construção **aberta do acervo coletivo** se dá abertamente pelos olhares de muitos, mas por é controlada e vigiada por determinados monopólios. **Trata-se de uma mediação livre (usuários) sob um regime de moderação controlado (serviços digitais).**

Esse fenômeno de apropriação urbana pelos acervos coletivos de memórias, demonstra o potencial da cidade como instrumento de abstração desta coleções de lembranças. Trata-se portanto do processo de capitalizar a memória, que virá por si só uma moeda de troca entre usuários e corporações que detêm nosso registros. Portanto, a **capitalização das memórias** é parte do processo de mercantilização das experiências, do design dos corpos,

das lembranças e da história da cidade,justificando a moderaderação digital através da cidade, que media, registra (-se) e visibiliza uma série de dados. A cidade-interface é percebida, por fim, nesta dinâmica de registro e musealização de tudo, onde os acervos constituídos das memórias dos usuários assumem uma natureza temporária, abstrata e efêmera que se conecta à construção do espaço urbano, consolidando uma paisagem intermediária, continua e mista da cidade-interface.

Referências

BRISSAC, N. ESPAÇOS ESTRUTURADOS E INFORMES

São Paulo diante da globalização: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392000000400011

GUATTARI, Félix. Caosmose. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

PEIXOTO, Nelson Brissac. Paisagens urbanas. São Paulo: Senac, 2004.

_____ (Org.) Intervenções urbanas: arte e cidade. São Paulo: Senac, 2002.

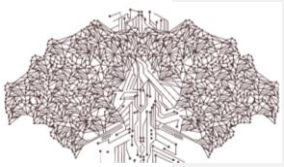
FOUCHER, Michel. L' Invention Des Frontières. Fondation pour les Études de Défense National, F.E.D.N, Paris, 1986.

GUICHONNET, Paul. e RAFFESTIN, Claude. Géographie des Frontières. Presses Universitaires de France: Paris, 1974.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A cultura-mundo, respostas a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

VIRILIO, Paul. O Espaço Crítico. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



PERFORMANCE E EXPANSÃO NARRATIVA DOS *GAMES* AOS *COSPLAYS* [1]

Murilo Gabriel Berardo Bueno[2]; Raquel de Paula Ribeiro[3]

Resumo

O presente artigo investiga a expansão narrativa e sua relação com as performances culturais em diferentes plataformas, partindo dos jogos de videogame para as performances cosplay e com os bonecos action figures. Para tanto, foram utilizados de forma interdisciplinar, aporte teórico das performances culturais, estudos de narrativa, jogos de videogame e convergência midiática a fim de identificar seus fluxos e desdobramentos.

Palavras-chave: Performances culturais; Narrativa; Videogames; *Cosplays*; *Action Figures*.

Introdução

Performances Culturais é uma corrente epistemológica em constante construção situada na fronteira de diversos estudos interdisciplinares. Abriga conhecimentos de antropologia, teatro, cultura, comportamento humano, representação, arte, linguagem e outras áreas. Relacionar esse campo em formação com estudos de tecnologia, comportamento e interatividade, como ocorre nas novas narrativas de entretenimento e expansão dessas experiências, torna-se um desafio à medida em que se descobre aproximações, diferenças, adaptações e análises a serem feitas, a partir do arcabouço teórico dos estudos das performances e da antropologia para que se encontre pontos de interseção, bem como contradições e dissidências que permitam delimitar em que medida esses estudos se aproximam e quais os pontos de distanciamento com o universo analisado.

A observação e descrição da constituição e recriações das tradições sociais e culturais permite que se observe os estágios, fluxos e interrupção das práticas performáticas que cercam as narrativas. No campo da antropologia da performance encontram-se estudos que relacionam os rituais tradicionais, o teatro e as formas de interação social que se apresentam de forma análoga na arte e na encenação da vida cotidiana da sociedade globalizada (esportes, danças, música,

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 06 – Arte, sexo e corpo ambiência, sentires e performances em rede, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor da PUC-GO. É Doutorando em Performances Culturais (Faculdade de Ciências Sociais - Universidade Federal de Goiás-UFG). E-mail: murilobuenomestre@gmail.com

3 . Pesquisadora é professora da Faculdade Araguaia e Uni-Anhanguera. É Doutoranda em Performances Culturais (Faculdade de Ciências Sociais - Universidade Federal de Goiás-UFG). E-mail: raqueldepr@gmail.com

cerimônias religiosas, processos de iniciação, dentre outros) (LANGDON, 2007, p.5). Da mesma forma, as narrativas, de maneira geral, pressupõem a consolidação da socialização, entretenimento, disputas, delimitação de espaços de poder e posição social.

Tanto os jogos, quanto as peças de teatro, os action figures, *cosplays* e RPGs, podem ser considerados produtos culturais que se encaixam nas definições de performance por levarem o indivíduo a um estado de experiência onde as sensações sinestésicas permitem o surgimento de múltiplas consciências e estados de espírito.

A relação do jogo e teatro com a performance é muito clara em países de língua inglesa, uma vez que o mesmo termo, *play*, é usado para expressar jogo, peça de teatro, brincadeira e atuação. No Brasil, onde a língua possui maior número de verbetes, os sentido atribuído aos termos "jogar" e "atuar" se diferem bastante: o primeiro simboliza uma ação prazerosa ou manipuladora por parte de alguém sobre o outro e o segundo pressupõe uma ação profissional ou de não representação de papeis e situações. No entanto, ainda que se diferenciem, os dois conceitos pressupõem a presença do outro, de uma audiência.

O performer, seja em jogo ou em momentos de narrativa expandida, é aquele que se encontra no estado liminar proposto pela teoria da performance e o responsável pela performance na tela ou em eventos e em sua própria vida cotidiana. Fato é que o performer se vê presente em dois espaços ao mesmo tempo com pesos e experiências semelhantes, mesmo que sensorialmente diferentes.

> Todas as performances eficientes têm em comum esta qualidade 'não-não-eu'. [...] O foco da técnica de treinamento do performer não é transformar uma pessoa em outra, mas em permitir que o performer atue entre as duas identidades; neste caso atuar é o paradigma da liminaridade. (SCHECHNER, 2011, p. 160)

Esse estado liminar é exatamente o que acontece com o jogador ou *player*, com a particularidade de ser guiada pela estrutura narrativa que o envolve no momento da performance, independente da plataforma. Ele passa a assumir a forma de um personagem qualquer, seja de um bloco que cai ou um personagem customizado à sua imagem e semelhança, mas não deixa de lado a sua condição de ser humano que atua. "A máscara, [...], revela a alegre relatividade e transformação das coisas. Isso, porém, na medida em que um corpo, que por detrás ou por baixo lampeja, também revela [...] a impermanência e transformação das máscaras." (DAWSEY, 2007, p. 549). Isso quer dizer que o estado liminar, apesar de transformador da realidade, geralmente acontece de maneira rápida e passageira, sem jamais permitir que a transformação seja completa.

Por baixo da máscara do performer, ainda existe a sua subjetividade para a qual retornar após o fim.

O presente artigo se propõe a analisar as performances dos games, *cosplays* e dos bonecos *action figures*, como um desdobramento das experiências vividas quando em contato com narrativas de entretenimento. Essas performances são conhecidas por combinar diferentes linguagens a partir da caracterização e representação de grupos que se vestem de acordo com os personagens e desempenham papéis semelhantes à personalidade dos seres virtuais com os quais se identificam.

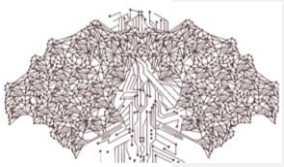
A busca por esses tipos de representação tem crescido nos últimos anos, bem como a sofisticação dos recursos utilizados. Em alguns casos os participantes chegam a recriar cenários por meio de projeções e inserções de elementos animados em 2D e 3D, que se assemelham ao aparato cinematográfico, mas que propõem, a partir da confluência de linguagens e estilos, a materialização de uma atmosfera composta por elementos do videogame, dança e teatro. Estes ampliam a imersão do espectador a partir da representação performática dos aspectos sensoriais da narrativa que lhe deu origem.

Outro tipo de comportamento que pode ser considerado como performance é a aquisição e colecionamento de bonecos *action figures*, que são considerados objetos de arte em miniatura e transformados em artigo de consumo dentro de um mercado de luxo criado para que os jogadores adquiram os personagens com que se identificam.

O fato de possuir esses bonecos, utilizá-los como objeto de coleção e entretenimento, bem como a aquisição de fantasias e adereços como espadas, perucas, armas dos personagens, *circle lens*[4] amplia o caráter representativo e simbólico desses produtos e fazem com que haja, além de uma identificação com os jogos, uma continuidade das experiências vividas durante o processo de contato com a narrativa.

Assim, principal objetivo da proposta é investigar de que forma empresas como a Nintendo, Ubisoft e outras criam uma atmosfera de interação do espectador e estruturam um universo *gamer* propício para que haja uma interação dentro e fora da diegese do videogame. Essa estimulação promove, além do consumo dos jogos, a venda de diversos produtos que permitem a continuação da performance experimentada no videogame, quando o jogador se identifica com os personagens e vive uma relação simbiótica de personalidade com aqueles que o representam dentro jogo. A continuidade se dá pelos figurinos, comunidades de *flashmob* (grupos de dança coletivos) e as

[4] Lentes de contato que ampliam a íris ocular e fazem como que o formato dessa parte colorida dos olhos deixe os usuários com aspecto semelhante ao de personagens de mangás e animes.



performances experimentadas pelo *cosplay*. Essas performances, combinam de forma intertextual aspectos da dança, escolha de figurinos e adereços para composição de características físicas e psicológicas de personagens do videogame e até projeções animadas de cenários e espaços.

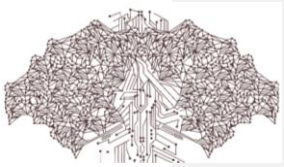
A experiência multiplataforma

Tão antiga quanto a própria humanidade, talvez seja a narrativa. Compreendida como uma das principais maneiras com que os seres humanos se comunicam e passam adiante suas tradições e costumes, ela se encontra desde sempre tão entrelaçada ao viver em comunidade e tendo em si particularidades que se modificam conforme a linguagem na qual é expressa, que é difícil delimitá-la por completo, sendo necessária uma análise em cada um dos seus aspectos conforme seus diferentes objetivos.

Algumas linhas gerais das narrativas, no entanto, podem e têm sido traçadas por diversos autores desde o desenvolvimento da linguagem e da escrita e desde que o conhecimento passou a ser registrado de forma que fosse compreendido por gerações futuras da maneira como foi concebido. Dessa forma, autores tão antigos como os gregos clássicos e tão contemporâneos quanto os que captam a fluidez do mundo tratam da narrativa em suas diversas formas, acrescentando novos aspectos e perspectivas conforme a humanidade segue o curso do tempo e as formas narrativas se modificam e se renovam.

"*O tempo torna-se tempo humano na medida em que está articulado de modo narrativo, e a narrativa alcança sua significação plenária quando se torna uma condição da existência temporal."* (RICOUER, 2010, p. 93). Em outras palavras, tempo e narrativa se misturam quando da significação da condição humana e de sua história; fazendo com que o ciclo de legitimação social composto por sociedade/valores/narrativa se complete e se perpetue. Isso quer dizer que, mesmo que as narrativas não mais representam a sociedade atual e reflitam sobre eventos do passado, elas ainda nos servem como prova da passagem do tempo e da organicidade dos seres humanos em sociedade.

Narrativas como essas são compostas por duas formas principais de organização: como produção dos seres humanos e como produção dos deuses interpretadas (e transcritas) pelos seres humanos. Há quem diga que ambas são a mesma coisa e, rigorosamente, são mesmo. Os seres humanos produzem tanto as coisas mundanas como as não-mundanas, tanto as coisas ordinárias, quanto as míticas. No entanto, a grande maioria das sociedades antigas pode ser compreendida primeiro pelas narrativas relacionadas ao divino e depois às narrativas relacionadas à produção ordinária dos seres humanos. A busca pelo sentido da vida fornece pistas sobre a maneira como



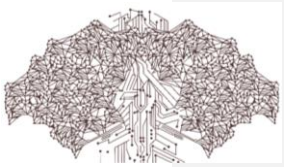
cada sociedade ao redor do mundo interpreta ou interpretou a sua origem e o seu destino, criando narrativas que compõem os rituais.

O ritual, de acordo com Van Gennep (2011), opera na relação que possui com o tempo e a passagem deste no cotidiano. Fazendo um paralelo com o passar do tempo geográfico e físico, o autor coloca como ritual, a própria passagem do tempo da vida, que implica em fases que não podem ser evitadas e que se modificam conforme as expectativas dos nossos pares se transformam em relação ao indivíduo em transformação. Iniciam-se os rituais, portanto, já no próprio ato de viver e existir no mundo. Todo ritual é transformador e precisa de uma narrativa encadeada que o conduza. O próprio ritual se imbui de estruturas narrativas mesmo antes que ela esteja de fato presente, pois apresenta começo, meio e fim e o indivíduo que inicia um ritual não é o mesmo que o finaliza. Apesar de fisicamente ser o mesmo, o ritual introduz através da narrativa e dos ritos associados a ela, um estado liminar do qual o ser que dele participa se coloca à disposição do poder transformador do ritual, e se encontra em determinado momento em um momento de dupla identidade, desprendendo-se de quem era para se reagrupar em quem será.

> Toda narrativa consiste em um discurso integrando uma sucessão de acontecimentos de interesse humano na unidade de uma mesma ação. Onde não há sucessão não há narrativa [...]. Onde não há integração na unidade de uma ação, não há narrativa [...]. Onde enfim não há implicação de interesse humano (onde os acontecimentos relacionados não são produzidos nem por agentes, nem sofridos por pacientes antropomorfos) não pode haver narrativa, porque é somente por relação com um projeto humano que os acontecimentos tomam significação e se organizam em uma série temporal estruturada. (BREMOND, 2013, p.118)

O que fica bastante claro nesse ponto é que a narrativa consiste em um discurso encadeado capaz de engajar as pessoas em prol de um objetivo, seja ele contar uma história ou transmitir parte da cultura dos seres humanos para seus pares e descendentes. As narrativas que entremeiam as relações entre os seres tornam-se, portanto, parte de si mesmos e da maneira como percebem e agem no mundo. A narrativa e, por consequência, o ritual, fazem parte da própria constituição individual de cada um e da sua performance cotidiana. Elas operam muito mais no campo do simbólico do que do concreto e tem o papel de transformar as pessoas.

Isso faz com que os objetivos da criação e propagação de narrativas sejam dos mais diversos, desde puro entretenimento até fortíssimas relações de poder e controle. Não entraremos nesse mérito a fundo, uma vez que se trata de uma questão aberta e complexa eternamente em discussão. No entanto, o que se percebe desde já é que a narrativa, os rituais e as performances cotidianas de determinada sociedade têm espaço na construção simbólica dos indivíduos e do

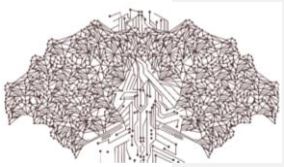


mundo ao seu redor. As simbologias encontram-se em níveis macro e microambiental em relação aos seres, pois tanto remetem aos seus objetivos de vida, quanto à maneira como se comportam. Para que isso ocorra, existe sempre um dispositivo pelo qual essas narrativas atingem outras pessoas, sejam eles dispositivos orgânicos, como a escrita, a fala, os olhares, a linguagem corporal, etc.; quanto os dispositivos não-orgânicos como os aparelhos eletrônicos, os livros, vídeos e muitos outros. As semelhanças narrativas dos diferentes dispositivos são inegáveis, mas aqui nos compete compreender as diferenças e a maneira como sistema capitalista atual se apropria dessas diferenças para não mais apresentar uma narrativa única, mas uma série de narrativas únicas que compõem o mesmo universo; a fim de fazer com que o receptor dessas mensagens se mantenha interessado e mantenha a narrativa viva, expandindo-a todas as vezes que se encontra com ela em um canal diferente, seja ele inédito ou revisitado.

> O conceito de *meio (medium)* garante essa identidade clandestina dos contrários. "Utilizar somente o *meio (médium)* próprio de uma arte" quer dizer duas coisas. [...] De um lado, o *meio (medium)* é o conjunto de meios materiais disponíveis para uma atividade técnica. "Conquistar" o meio *(medium)* significa, então: limitar-se ao exercício desses meios *(moyens)* materiais. Mas, de outro lado, a ênfase recai na própria relação entre fim e meio *(moyen).* Desse modo, conquistar o meio *(medium)* quer dizer o contrário: se apropriar desse meio *(moyen)* para fazer dele um fim em si, negar essa relação do meio com o fim é a essência da técnica. (RANCIÈRE, 2012, p. 81/81)

Rancière coloca uma questão importante em relação à arte e que pode também ser aplicada às narrativas, especialmente aquelas que são compostas por diferentes meios e técnicas em um todo. Utilizar-se de um meio para que determinada narrativa atinja um receptor pressupõe a lida com diferentes técnicas e, posteriormente, a apropriação desses meios para que sequer pareçam técnicas. O objetivo último de uma narrativa, qualquer que seja é o de tocar o receptor, um objetivo que chamaremos de "transporte", onde aquele que entra em contato com ela passe, em certo ponto a uma postura não mais passiva em relação ao que vê, ouve, lê, experimenta ou sente; mas ativa enquanto ser projetado para o interior do universo, seja ele imaginário, concreto ou misto da narrativa. O tratamento adequado do artista em relação às técnicas perpassa a capacidade de transporte da mesma, uma vez que a correta utilização delas as tornam invisíveis, facilitando o transporte e a posterior construção compartilhada do universo pretendido pela narrativa.

O transporte do receptor de uma narrativa é também chamado de imersão, principalmente nos meios eletrônicos. Esse elemento, crucial para a eficácia de qualquer narrativa que se pretenda memorável, depende de fatores diversos inseridos na técnica de cada meio, como a construção



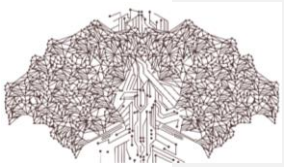
dos personagens, o encadeamento narrativo, a construção dos espaços (físicos ou imaginários) e tantos outros. Esses fatores constituem mais ou menos um corpus comum entre narrativas em meios diferentes, mas quando tratamos de narrativas não-convencionais, e até pouco tempo consideradas paralelas à narrativa principal, como os videogames, cosplays e action-figures, podemos perceber que dois fatores entram em cena: certa tridimensionalidade e bilateralidade.

É certo que narrativas sempre existiram, como comentamos até aqui, mas no final do século XX e após o advento da internet, mudanças importantes na configuração das narrativas passaram a ser possíveis e praticadas. A possibilidade de acesso rápido e fácil à informação e o alcance das pessoas com os artistas e entre si modificou a própria percepção dos indivíduos sobre aquilo que querem ver, ouvir, ler e sentir. É possível reconhecer que as pessoas não mais se contentam em viver um êxtase narrativo uma vez ou em apenas um formato. Atualmente, o êxtase narrativo tem a pretensão de se estender como um ser vivo, mesmo sem a anuência do artista que a criou.

Dessa forma, uma narrativa famosa da década de 70 como Star Wars, passa a representar não mais apenas uma trilogia de blockbusteres antigos, mas ressurge como ícone de um grupo, como estilo de vida, como capas de caderno, mochilas, camisetas, HQs[5] oficiais e não oficiais, livros, jogos, filmes paralelos, séries de TV, revistas e outros tantos formatos que compõem o universo de ficção científica da franquia. O que na década de 70 era uma narrativa cinematográfica de relativo sucesso, tornou-se um ponto de imersão de indivíduos que vivem e morrem pela saga, pela marca Star Wars. Dessa forma, narrativas como a dos icônicos filmes de George Lucas da década de 70 se transformam ao mesmo tempo em algo fragmentado e expandido. Ao estarem presentes em meios (e técnicas) diferentes a história parece perpetuar a sua criação, se torna eterna em conteúdo, mas insatisfatória isoladamente, ou seja, aqueles que assistem os filmes não mais se contentam com ele e desejam conhecer mais ou, ainda mais interessante, criarem mais eles mesmos.

Fenômenos como esse de Star Wars são recorrentes e muitas outras narrativas se apoderam dessa fragmentação/expansão para reverberarem o seu sucesso pelo máximo de tempo que a saturação mercadológica do tema permitir. Fato é que, ao criarem e encorajarem novas formas narrativas que pertencem a um mesmo universo e não necessariamente à mesma história, artistas e público criam juntos um universo que é tridimensional; que pode ser sentido e experimentado de maneiras distintas, cada vez mais complexas. Ao mesmo tempo, transformar o fazer narrativo em algo bilateral, onde não mais importa apenas a opinião e a voz do criador, mas

[5] Histórias em Quadrinhos



também a do público que se engaja em manter a narrativa viva e crescendo, através dos fandoms, cosplays, eventos, fóruns de discussão, fanfics, action figures e tantas outras formas em algo que Henry Jenkins (2009) conceituou como narrativa transmídia.

> Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que a história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídia sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. (p. 138)

Esse formato narrativo do qual fala Jenkins conceituando história transmídia, como todos os formatos anteriores, representa também a sociedade que lhe dá base, possibilita seu surgimento e o sustenta. Não há mais espaço para consumidores de histórias passivos, a interação com o universo, seja através da arte, da criação ou do consumo, pressupõe indivíduos que buscam um gozo constante em diversas nuances do seu cotidiano e que possuem, eles mesmos a necessidade de dar vazão à voz que possuem, de interferir no universo ao seu bel prazer, fazendo com que a integridade de uma narrativa seja tão importante quanto o seu efeito midiático e prazeroso. É comum encontrarmos atualmente quem reorganize uma história e os seus rumos para satisfazer os seus anseios quando em contato com ela. Mais comum ainda nesse século XXI é quem faça isso com as próprias narrativas que criou conforme o universo é adaptado e disperso para diferentes meios. Talvez parte dessa interferência seja fruto de um momentos onde os indivíduos não mais desejam (ou podem) ser reconhecidos como massa. Cada um se pretende como influenciador de um grupo, seja ele grande ou pequeno.

Essa característica potencializada em muito pelo surgimento e popularização da internet pode ser sentida e experimentada em grande medida pelos jogos de videogame. Esses, que surgiram comercialmente nas décadas de 80 e 90 do século XX possibilitaram de início a interação com uma tela de TV, onde imperava a passividade de recepção de conteúdo do espectador, quebrada apenas pela troca dos escassos canais. É claro que a interação em um jogo não se faz presente apenas com o dispositivo e existem muitas questões a serem levantadas sobre as gritantes diferenças que existem entre conteúdo para TV e para games, mas a possibilidade de fazer com que algo na tela respondesse a um comando físico é um dos elementos presentes nos videogames

que fascina até hoje. Parte de uma narrativa de game é também uma co-criação do jogador, não existe game sem jogador, mesmo que existam fatores limitantes para essa especificidade.

Por muito tempo, os jogos eletrônicos não ostentavam em si narrativas complexas, alguns não ostentam nenhuma narrativa sequer, mas a partir do momento que existe um mecanismo que opera dentro e fora do jogo no sentido de expandir histórias que estejam fora do ambiente digital do jogo, ele passa a ser também narrativa transmídia. Desde jogos de Atari no início da década de 90 como Pepsi Invaders, que utilizava da mecânica do popular Space Invaders para construir mais um capítulo na eterna rivalidade entre Coca-Cola e Pepsi, até jogos atuais como The Walking Dead, que expande o universo das HQs e da série de TV, os videogames passaram a fazer parte do hall das linguagens narrativas capazes de manter os fãs consumindo, tanto a história quanto os produtos que por acaso dela surjam.

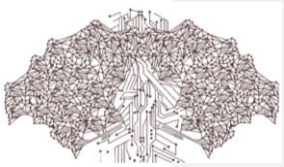
Como forma de arte mais antigas e consolidadas, a princípio o cinema, a literatura e as produções televisivas foram vistos como pontos de partida para narrativas transmídia, tendo os videogames como poderosos aliados na sua difusão. No entanto, já é possível perceber há algum tempo que os jogos de videogame, agora representando um mercado bastante sólido passaram eles mesmos a estabelecer narrativas originárias de outras. É o caso de jogos como Assassin's Creed da Ubisoft, que já originou livros, filme, franchising[6] e produtos televisivos.

De acordo com Jane McGonigal (2011) todo jogo, independente de sua configuração e à parte do gênero, se constrói com base em quatro princípios: uma meta, regras, feedback e participação voluntária. Esse sistema mantém o jogador preso à trama e às suas recompensas ao longo do tempo em que se joga o game. Esses elementos compõem a estrutura básica de qualquer jogo e são precisamente o que mantém os jogadores tão imersos na narrativa, no entanto, são apenas os aspectos perceptíveis e palpáveis de um jogo de videogame. Alguns outros aspectos precisam ser colocados em pauta se vamos falar da expansão narrativa, como: a performance e a relação do ser com a narrativa.

Performance e jogo. Performance em jogo.

Jogo e performance se interconectam em situações de fluxo e na experiência sensorial dos participantes, pois a performance em si pode ser considerada um jogo a medida que se estabelecem regras e que o ambiente é transformado pela atuação dos participantes e o jogo

[6] Venda de licença e direito de uso de imagem em objetos de consumo como material escolar, por exemplo.



caracteriza parte da performance, quando se utiliza de liminaridade onde o jogador está ao mesmo tempo no espaço físico de onde joga e no ambiente virtual do jogo. Outro aspecto da experiência liminóide é a fusão de identidades jogador/personagem, que deixa temporariamente o seu eu e passa a atuar como o outro, sem deixar no entanto, de existir, vivenciando uma percepção de fronteira psíquica e sensorial. Dessa forma, as interconexões da experiência e vivências narrativas ocorrem no contexto do usuário multiplataforma de diversas maneiras, pois a narrativa de um jogo, filme ou série, por exemplo, pode ser expandida para outros espaços, gerando assim interatividade em um processo de movimento que propicia a imersão do usuário.

Para explicar essa dinâmica da relação entre os performers e a narrativa, faz-se necessário discutir conceitos que permitirão traçar um paralelo de como a continuidade da história e da vivência iniciada em um determinado meio físico ou digital estimula a imersão do participante a partir da alteração da consciência e interação. Sutton Smith (2001) investiga a palavra *play* na língua inglesa e sua diversidade semântica (polissêmica). Smith discorre sobre o fato de que a ambiguidade do *play* se dá tanto pela multiplicidade de aplicabilidade do termo quanto pelas situações em que se encaixa, definindo assim situações com grande variação espaço-temporal (2001, p.6). O autor analisa o fato de que o termo em inglês diz respeito à atividade, entretenimento, atuação e pode ser usado em diversos contextos como os esportes, a atuação dos atores em palco que é denominada "jogo de atores" e poderia ser traduzida para o português como encenação, além de poder ser aplicada ao ato de jogar jogos como cartas, tabuleiro ou eletrônicos. Na língua portuguesa não há uma única palavra com tantas significações que tenha equivalência ao termo, por isso foi mantido no presente artigo, o vocábulo original "*play*". Como a palavra play pressupõe dinamicidade, uma das vertentes de associação proposta são as performances culturais e seus desdobramentos.

Performances culturais, para Camargo (2013), possuem como objeto a análise das práticas culturais e suas significações, bem como a forma como essas manifestações simbólicas surgem, são transmitidas ou modificadas e em que medida os "produtos culturais" podem trazer informações acerca da sociedade e da cultura.

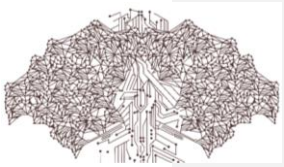
> As Performances Culturais colocam em foco determinada produção cultural humana e, comparativamente, a partir dela, em contraste, procuram entender as outras culturas com a qual dialoga, afirmativamente ou negativamente. As performances culturais a serem examinadas devem ser também entendidas como uma concretização da auto percepção e da auto projeção dos agentes desta cultura, do entendimento que estes fazem ou constroem de si mesmos, determinando e sendo por eles determinados. (CAMARGO, 2013, p.3)

Entende-se que as produções promovidas pelas franquias de filmes, séries e jogos são produtos da cultura que possuem desdobramentos tanto no contato com os consumidores de maneira tradicional, quanto no desenvolvimento de narrativas paralelas, como as *fanfics*, que segundo Jenkins (2015) são narrativas criadas por fãs dentro da cultura participativa, onde cada espectador se sente convidado a se tornar um realizador, produzindo assim desdobramentos da obra original que são postados em blogs, comunidades de fãs (fandoms) e espaços virtuais de socialização. Assim, de forma colaborativa, os fãs criam acessórios para os jogos, fases que dão continuidade ao que foi experimentado em um console ou jogo virtual e vão montando assim expansões que muitas vezes servem de mote criativo para que a indústria compre direitos e lance esses produtos, além de atuarem como ferramenta de pesquisa para desenvolvimento de novas programações. Nesse processo de interatividade, as vivências do entre, onde o "eu" do espectador e os personagens se conectam, podem ser caracterizadas como performances por meio da liminaridade. Gennep (2011) define define as etapas do processo ritual nas culturas tradicionais que consistem em início, acontecimento e fim da performance. Uma de suas discussões principais diz respeito às modalidades de ritual que se dividem em separação, reestruturação e agregação. A separação no jogo e seus desdobramentos ocorre no clímax da performance quando o jogador imerge no espaço diegético e passa a fazer parte do universo apresentado. A reestruturação se dá no momento em que para de jogar e a agregação consiste no retorno ao seu estado original que também pode ser alterado em maior ou menor grau pela vivência experimentada. Essas fases equivalem ao que Schechner (2011, p.214) posteriormente irá relacionar com o teatro e intitular de etapas liminais, pré-liminais e pós-liminais. Esses estados só se dão em seres humanos, pois estes têm a característica singular de assumir e representar várias identidades, por vezes de forma simultânea e multifacetada.

Essas etapas podem ser relacionadas à identificação do jogador de videogame com os personagens e após a interação, com a expansão e recriação narrativa que pode ser considerada como uma continuidade do jogo performático. O estado de identificação, semelhante ao transe, ocorre na caracterização dos cosplays quando se vestem, por exemplo, de integrantes Pokémon e encenam as principais características dos seus ídolos ou ao assumir a identidade de bonecos estilizados das franquias, denominados action figures.

Assim, a análise proposta no presente artigo se realiza a partir da relação do play com a performance, pois toda a relação individual e coletiva com os processos simbólicos e alterados de consciência resultam em eventos performáticos que propiciam a interação do indivíduo com a narrativa do jogo.

A partir do momento que um jogador se dispõe a jogar, especialmente nos RPGs, ele se coloca em contato com uma narrativa, seja ela primária, originária de um universo ou derivada do universo de outra narrativa primária. Isso faz com que exista uma abertura inicial e voluntária do jogador para a narrativa contida no jogo em questão. Porém, nessa narrativa, ele também atua, ou seja, determinado protagonista do jogo (um personagem, um bloco, vários blocos ou objetos) só pode se movimentar a partir da ação do jogador. Não existe jogo sem a ação do jogador, mesmo que essa seja em alguma medida, limitada pela programação.

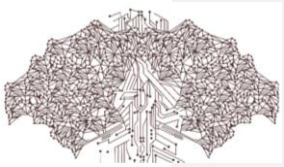


Enquanto narrativa, a história contada pelo jogo é também um mito e se associa facilmente aos conceitos de performance e ritual expostos anteriormente. O jogador se encontra ante a algo do qual participa de fato e que passa a constituir a sua própria visão de mundo. Se voltarmos ao exemplo de Star Wars, existem muitos elementos e personagens que estão presentes nos jogos, mas sequer são mencionados nos filmes. Isso faz com que o jogador já se sinta parte de uma experiência expandida, mas com um algo a mais. À medida que o jogador controla o personagem este não mais está em contato com o mito, ele é também o mito; não mais se encontra em contato com a narrativa, ele é também parte dela. Essa percepção produz duas principais consequências: 1. O jogador se sente cada vez mais imerso à medida que se torna co-criador da narrativa (pelo menos de maneira programada) e 2. O jogador entra em contato e apreende um outro mundo, tão real quanto o que já está habituado e com regras próprias, o que faz com que, enquanto em jogo, ele entre e permaneça em estado liminar (entre o eu e o outro-eu; entre o físico e o virtual) e, por isso mesmo, passe a adotar uma performance conforme esse novo mundo ao qual está se habituando o guia em suas regras.

Conclusão

Ao analisar a expansão narrativa e experiência multiplataforma a partir dos jogos de videogame e seus desdobramentos nas performances cosplay e action figures, foi possível perceber que existe uma continuidade da experiência vivida no jogo. Semelhante aos processos rituais analisados por Gennep e Schechner, essa vivência só é possível devido a suspensão de consciência que o estágio liminar propicia, fazendo com que o indivíduo, ao entrar em contato e se identificar com as narrativas e linguagens do jogo, tornem-se parte dele, de modo a abandonarem suas consciências temporariamente e viverem entre a sua individualidade e a do personagem. Tal experiência, quando finalizada, onde ocorre a fase de reestruturação, provoca em vários momentos alterações nesse "eu" original que agora traz características do jogo para sua vida cotidiana e faz com que os indivíduos sintam necessidade de promover ações que estendam e recriem as histórias e sensações despertadas pelo jogo.

Dessa forma, foi possível perceber que a narrativa leva o indivíduo a interatividade, cria e recria mitos, símbolos e aspectos culturais que o conduzem ao jogo da performance dentro da dualidade entre o eu e o avatar, bem como aos fluxo dos espaços físico e virtual que também acabam ganhando certa materialidade por ativar as capacidades cognitivas que permitem que esses ambientes sejam percebidos em sua atmosfera e essência a ponto de tornarem a existência desses mundos tão real quanto a própria vida cotidiana.



Referências bibliográficas

BREMOND, Claude. A lógica dos possíveis narrativos. *In:* BARTHES, Roland, et.al. Análise estrutural da narrativa. Tradução: Maria Zélia Barbosa Pinto. 8. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2013.

CAMARGO, Robson. Milton Singer e as performances culturais: um conceito interdisciplinar e uma metodologia de análise. *In:* Revista KARPA 6: journal of theatricalities and visual culture. Los Angeles: California State University, 2013.

CARSE, James P. Finite And Infinite Games: a vision of life as play and possibility. New York: The Free Press, 1986. (Kindle Version)

DAWSEY, Jhon. Sismologia da performance: ritual, drama e play na teoria antropológica. Revista de Antropologia. v. 50, n. 2. São Paulo: USP, 2007.

GALLOWAY, Alexander R (org). Gaming: essays on algorithmic culture. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006. (Kindle Version)

GENNEP, Arnold Van. Os Ritos de Passagem. Petrópolis: Vozes, 2011.

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. Editora Vozes. Petrópolis 2009.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós-Modernismo. São Paulo: Estúdio Nobel, 1995.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Tradução: Susana Alexandria. 2. ed. 2. reimp. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. Invasores do Texto. Belo Horizonte: Marsupial Editora, 2015.

LANGDON, Esther Jean. Performance e sua Diversidade como Paradigma Analítico: A Contribuição da Abordagem de Bauman e Briggs. In: Antropologia em primeira mão. Florianópolis: UFSC, 1995.

MCGONIGAL, Jane. Reality Is Broken: why games make us better and how they can change the world. Londres: Jonathan Cape, 2011. (Kindle Version)

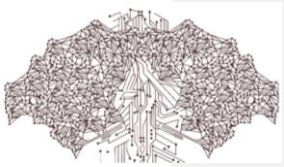
MURRAY, Janet. Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. Tradução: Elissa Khoury Daher; Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

RANCIÈRE, Jacques. O destino das imagens. Tradução: Mônica Costa Netto. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

RICOEUR, Paul. Tempo e narrativa: 1 A intriga e a narrativa histórica. Tradução: Cláudia Berliner. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010a.

_____. Tempo e narrativa: 2 A configuração do tempo na narrativa de ficção. Tradução: Márcia Valéria Martinez de Aguiar. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010b.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. Rules of Play: Game design fundamentals. Massachusetts, USA: The MIT Press, 2004.



SCHECHNER, Richard. Between Theater & Anthropology. Pennsylvania: University of Pensylvannia Press, 1985.

_____. Performers e Espectadores: transportados e transformados. *In:* Revista Moringa. v. 2, n. 1, p. 155-185. Jan-Jun/2011.

SUTTON-SMITH, Brian. The Ambiguity of Play. London: University Press, 2001.

TURNER, V. Foreword. *In:* Between theatre and Antropology. Philadelphia: UPP, 1985, p.XI-XII.

VAN GENNEP, A. Os ritos de passagem. Petrópolis: Vozes, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PESQUISA NETNOGRÁFICA PARA COMPREENSÃO ACERCA DAS APROPRIAÇÕES DE MÍDIAS DIGITAIS E DINÂMICAS DE DIFUSÃO, CIRCULAÇÃO E CONSUMO DA CULTURA EM REDE[1]

WALLINE ALVES GUIMARÃES[2];

Resumo

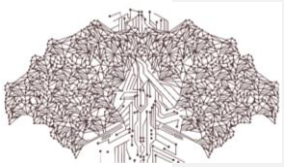
O presente artigo cujo objeto de análise perpassa pelas teorias e técnicas de pesquisa na e com a internet, tem como objetivo analisar o método de pesquisa denominado netnografia, ou etnografia online. Modelo de pesquisa etnográfica projetado especificamente para estudar culturas e comunidades digitais; esse método visa a investigar e a interpretar o comportamento cultural e de comunidades online. Dessa forma, e a partir da pesquisa netnográfica apresentada ao Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão, cujo título é: Apropriações de Mídias Digitais e Dinâmicas de Difusão, Circulação e Consumo da Cultura em Rede: um estudo netnográfico com bandas independentes de São Luís - MA e Teresina – PI, analisaremos neste artigo os caminhos da pesquisa etnográfica online supracitada. Abordamos neste artigo acerca dos métodos e das técnicas empregadas na etapa empírica da pesquisa. Após a conclusão da etapa exploratória da pesquisa netnográfica, almejamos contribuir com o conhecimento das práticas culturais no campo do ciberespaço, obtendo novas informações que possam esclarecer a problemática de uma dada investigação.

1. Introdução

Esse artigo é parte componente da pesquisa de dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão, cujo título é: Apropriações de Mídias Digitais e Dinâmicas de Difusão, Circulação e Consumo da Cultura em Rede: um estudo netnográfico com bandas independentes de São Luís - MA e Teresina – PI. Os critérios utilizados foram embasados primordialmente na obra *Netnografia: realizando a pesquisa etnográfica online*, de Robert Kozinets (2014). No entanto, compreendemos que a combinação com outras técnicas de pesquisa eram fundamentais para a imersão completa em nosso objeto de

[1] . Artigo apresentado ao **Eixo Temático 14:** Teorias e técnicas de pesquisa na e com a internet do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é Mestra em Cultura e Sociedade (UFMA) e participa do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Tecnologias Digitais na Educação (GEP-TDE) da Universidade Federal do Maranhão. E-mail: walline_alves@hotmail.com



estudo. Dessa forma, as estruturas de análises foram alicerçadas em conceitos adotados por Bardin (2011), Gil (2008) e Recuero (2014), além do estabelecimento de categorias.

A partir dos métodos e das técnicas empregadas na etapa empírica da pesquisa, almejamos contribuir com o conhecimento sobre pesquisas específicas e apropriadas no campo *online*, cujas práticas culturais são emergentes e estão promovendo impactos na cultura, na economia e na sociedade como um todo, jamais vistos na história moderna.

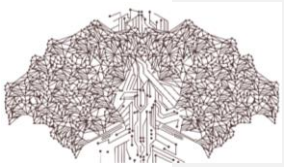
2. Estruturação da metodologia do estudo

Na busca pelo conhecimento, é necessário nos valermos de um conjunto de métodos ou caminhos específicos. Descartes (1956) frisa que só conseguimos chegar à certeza por intermédio da razão e por meio de cadeias de raciocínio. Assim, é necessário que o assunto seja pesquisado em partes, das premissas mais básicas e evidentes até conseguir alcançar, pela lógica dedutiva, a conclusão (ANDRADE, 2003).

No que tange ao nosso campo de pesquisa, observamos novos fenômenos comunicacionais, sociais e culturais, permeando nosso cotidiano principalmente após o desenvolvimento da internet comercial e o surgimento do ciberespaço. Assim, há um terreno fértil para a pesquisa em comunicação e cibercultura. A construção de novos saberes é necessária para uma melhor compreensão desses fenômenos, os quais permeiam nossa vida atual em sociedade.

Partindo dessas proposições, para esta dissertação, utilizamos dois métodos de pesquisa. O primeiro, realizado na fase inicial do estudo, foi o método bibliográfico, fundamental para o conhecimento e compreensão do que já foi estudado sobre as temáticas comunicação, cultura, cibercultura, mídias digitais, redes digitais e música. Gil (2008, p. 50) ressalta que essa metodologia é comumente utilizada em estudos exploratórios, e sublinha que sua principal vantagem recai sobre o fato de possibilitar ao pesquisador o alcance de uma gama de fenômenos, que são muito maiores do que a que ele poderia estudar diretamente. No entanto, devemos estar atentos às contrapartidas desse método, principalmente no que se refere à utilização de fontes secundárias, que podem ter dados coletados ou processados de maneira errônea. Logo, os pesquisadores devem analisar criteriosamente as informações para verificar possíveis incoerências, impedindo que o mesmo erro não seja repassado adiante.

Para a pesquisa empírica, utilizamos como aporte metodológico a etnografia online, ou netnografia: modelo de pesquisa etnográfica projetado especificamente para estudar culturas e comunidades digitais; esse método visa a investigar e interpretar o comportamento cultural e de comunidades online (KOZINETS, 2014).



A netnografia é uma pesquisa primordialmente observacional participante, que tem como base o trabalho de campo online e, assim como a etnografia, é baseada no contexto, ou seja, a pesquisa é diretamente relacionada aos conhecimentos locais do particular e específico. As etnografias não são utilizadas para generalizações universais, pois são baseadas em um contexto particular e específico. Esse tipo de metodologia deve ser visto como uma prática particular, que segue um conjunto de protocolos e procedimentos específicos e "usa as comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal" (Id., 2014, p.62).

Kozinets relata também sobre os procedimentos metodológicos que devemos percorrer na pesquisa netnográfica: planejamento do estudo, entrada, coleta de dados, interpretação e adesão aos padrões éticos.

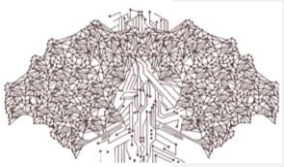
Em nosso planejamento, consideramos como campo etnográfico online mais adequado o website de rede social Facebook. Desde a entrada nesse campo, utilizamos a abordagem participativa, uma das essências da pesquisa netnográfica. Sem a observação direta participativa, o pesquisador tende a desenvolver interpretações enfraquecidas acerca da comunidade ou cultura online que investiga.

> Sem *insight* etnográfico, a netnografia torna-se basicamente um exercício de codificação. O relatório netnográfico também se torna achatado e bidimensional. Em muitos aspectos, é muito mais fácil codificar dados culturais do que viver, sondar, frustrar-se, envergonhar-se e ruminar profundamente sobre eles. Mas se quisermos escrever netnografias que possam fazer frente aos padrões de etnografia de qualidade, recheadas de profunda compreensão e densa descrição, então espreitar, descarregar dados e fazer análises ficando do lado de fora simplesmente não são opções. (KOZINETS, 2014, p. 75).

O caminho para a coleta de dados em nossa pesquisa seguiu a sistematização dos métodos netnográficos, pois, assim, poderíamos abordar com maior segurança o objeto desse estudo. A etapa da coleta de dados na netnografia está intimamente associada com a participação, que rege a pesquisa etnográfica online. Dessa forma, ao realizarmos a etapa da coleta dos dados netnográficos, também estávamos desenvolvendo nossa análise, pois elas estão entrelaçadas devido ao caráter de participação desse tipo de pesquisa.

A seguir, vamos desbravar em detalhes todo o percurso desta pesquisa netnográfica.

2.1 Amostra



Para este estudo, foram selecionadas três bandas independentes. Essa seleção atendeu aos seguintes critérios: conveniência oferecida ao pesquisador; a delimitação geográfica, no que se refere à naturalidade e/ou local de atuação dos entrevistados (São Luís - MA e Teresina - PI); estilos de música similares (sons alternativos que têm como base o rock); ter a internet como palco inicial de suas carreiras; e faixa-etária (dos 25 aos 35 anos).

A escolha das cidades das bandas selecionadas para a amostra ocorreu por ambas possuírem traços e manifestações culturais similares e por pertencerem à mesma região, o Nordeste, tendo estados limítrofes.

Nosso método de amostragem foi o não probabilístico, pois não pretendíamos "extrapolar para o Universo os resultados e conclusões obtidos com a amostra, [... ainda que sejam] úteis no início de uma investigação" (MENDES, 2015, p. 100 apud HILL, 2002); essa amostragem também é considerada como amostra por conveniência.

Por questões éticas, todos os envolvidos diretamente neste estudo tiveram acesso e consentiram com o documento integrante do Protocolo de Pesquisa, intitulado Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), conforme apêndice A. Nesse documento, informamos todos os possíveis benefícios, riscos e procedimentos que seriam realizados no estudo netnográfico. Todas as informações relevantes desta pesquisa também estavam presentes no TCLE.

2.2 Coleta de dados

A observação é uma das técnicas mais imprescindíveis num processo de pesquisa (GIL, 2008, p. 100), principalmente no caso de pesquisas que têm o ciberespaço e as comunidades virtuais como lugar de análise.

Para o conhecimento das estruturas, dinâmicas e práticas no espaço virtual, considerando essencialmente a difusão e o consumo da música, por meio da comunicação mediada pelo computador, é necessária a utilização da técnica da observação participante. Esse foi um recurso basilar para a profunda pesquisa netnográfica. Pudemos, ainda, não só analisar as interações e modos de comportamento entre artistas independentes e fãs, mas, sobretudo, nos engajar e nos envolver nas comunidades e culturas online.

Assim, em nossa coleta de dados, seguimos critérios sugeridos por Kozinets (2014), como: engajamento, contato, comunhão, relação, colaboração com os membros da comunidade online. Isso implicou em seguir links indicados, classificá-los, comentar as postagens das bandas e curtir os posts; em parte, essas ações foram feitas em tempo real de postagem e, concomitantemente a

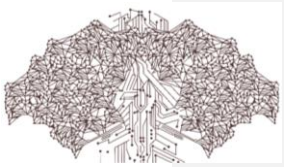
essa participação, eram feitas análises dos atos online dos atores sociais envolvidos em nossa pesquisa. Segundo o autor, todos esses critérios tornam esse tipo de pesquisa diferente de outras técnicas, "como análise de conteúdo ou análise de redes sociais. Um analista de conteúdo examinaria os arquivos de comunidades eletrônicas, mas ele não as interpretaria com profundidade em busca de informações culturais" (Id., 2014, p. 93).

O pesquisador netnográfico não pode estar invisível em seu campo de estudo, pois essas ações realizadas no campo online de pesquisa fazem com que o pesquisador esteja no "lugar-comum" e compreenda com mais perspicácia a comunidade ou cultura pesquisada. Assim, a observação participante é o elemento que permite que o pesquisador experimente a participação social da mesma forma que os participantes de um determinado grupo estão experimentando. Essa interação permite ao pesquisador, ao final de sua pesquisa, obter conclusões muito mais densas e próximas do que é vivenciado em determinada cultural online.

Em relação aos sites de redes sociais, Kozinetes (2014) os analisa como híbridos, especialmente no que tange às formas de comunicação, pois "oferecem páginas individuais, vários meios de interação, grupos de interesse e atividades, e comunidades disponíveis aos usuários por meio de concatenações seletivas" (Id., 2014, p. 85). No Brasil, o Facebook possui uma média diária de 78 milhões de pessoas ativas, além da média diária de 71 milhões de pessoas ativas em dispositivos móveis .

Para que não fugíssemos do rigor científico ao utilizar essa técnica, elaboramos ainda um plano de observação, a partir das seguintes categorias: 1) atos: que versam sobre ações numa situação breve, como, por exemplo, um em que o artista convida os fãs para um show que ocorrerá em poucas horas; 2) atividades: em que observamos ações de maior duração e que constituem elementos significativos de envolvimento das pessoas, como, por exemplo, atenção em responder aos questionamentos dos fãs após um post no site de rede social; 3) relacionamentos: principalmente a conversação ocorrida entre artistas e público; 4) situações: que dizem respeito à completa situação do que está sendo estudado (GIL, 2008).

A técnica "dramatismo", desenvolvida por Kenneth Burke (1969), também contribuiu para a definição das categorias de observação (GIL, 2008). Com essa técnica, é possível analisar o comportamento social por meio de cinco questões: 1) Ato, em que temos que responder às seguintes questões: "O que está acontecendo? Qual é a ação?"; 2) Cena: "Onde está ocorrendo? Qual o cenário da situação?"; 3) Agente: "Quem está envolvido na ação? Quais são seus papéis?"; 4) Agência: Onde obtemos as respostas para: "Como os agentes agem? Quais os meios utilizados?"; 5) Propósitos. Resposta às questões: "Por que as pessoas agem dessa forma? O que eles querem?".



O netnógrafo não estuda textos online, mas sim as interações que as pessoas desenvolvem por meio da mediação da tecnologia. Logo, ao realizar a observação direta participante, indagamo-nos: 1) sobre o significado das postagens; 2) sobre o motivo que levou a banda a postar determinado conteúdo; 3) o que ele quis comunicar por meio dessa mensagem; 4) o que ele quis comunicar além das palavras ditas; 5) o que esse conteúdo diz a respeito da banda.

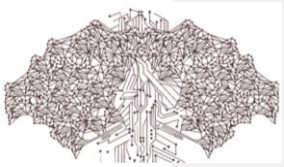
Assim como na pesquisa etnográfica, a netnográfica é uma prática intrinsecamente assimilativa e interliga muitos outros métodos, além dos propostos como base, sendo, portanto, uma "combinação de múltiplos métodos" (KOZINETS, 2014, p. 61).

Nesta pesquisa buscamos uma reconstrução do cenário cultural estudado. Para realizamos tal feito, incluímos ainda quatro diferentes tipos de coletas de dados (Id., 2014, p. 95):

1) Dados arquivais: são extraídos diretamente de comunicações mediadas por computador. Devido ao grande volume de dados que podemos obter por comunicações mediadas, é necessário que utilizemos critérios de filtragem de relevância;

2) Notas de Campo: são anotações em que o pesquisador faz a partir do que observa das comunidades, como suas interações, seus membros, os significados das mensagens e, até mesmo, sua própria participação nas comunidades ou culturas estudadas. Kozinets (2014, p. 110) ressalta a importância dessa prática de coleta de dados, pois "essas notas de campo com frequência fornecem entendimentos fundamentais do que a cultura é e o que ela faz". O autor frisa que "elas ajudam o netnógrafo a decifrar as razões por trás de ações culturais, em vez de oferecer o registro ou a descrição mais típica delas" (Id., 2014, p. 110).

3) Dados para análise de redes sociais: esses dados são retirados a partir de conexões e comentários em sites de redes sociais, nos quais observamos características estruturais e dinâmicas das redes. Esse método analítico é focado nas estruturas e padrões de relacionamento entre atores sociais em uma rede. A partir disso, nosso objetivo com a retirada de dados de redes sociais é analisar as características de laços e capital sociais construídos por meio da comunicação mediada por computador. Os desafios posteriores à coleta de dados em redes sociais são: compreender a estrutura da conversação em rede estabelecida pelas bandas estudadas; e analisar sua organização, bem como o contexto em que ocorrem, a fim de compreender como essas mensagens, laços e capitais sociais construídos impactam nos elementos mais abrangentes, como as práticas e os atos sociais realizados pelos artistas. A relevância de analisarmos as redes sociais se dá devido ao fato de a conversação gerada em rede não ser "apenas uma prática de conversação, mas [...] uma conversação emergente, gerada no âmbito do suporte às redes sociais e capaz de influenciar, em retorno, as práticas comunicativas e informativas da contemporaneidade" (RECUERO, 2014, p. 217).



4) Entrevista: utilizamos essa técnica de pesquisa por compreendermos ser uma forma de interação social, na qual conseguimos coletar dados por meio de informações dadas por pessoas que tinham sapiência para ser fontes do que almejávamos descobrir (GIL, 2008). Fizemos uso da entrevista semiestruturada, sendo essa uma técnica exploratória qualitativa, muito utilizada no campo das Ciências Sociais. Andrade (2003) considera a entrevista como a forma mais eficiente para obtenção das informações, conhecimentos e/ou opiniões sobre o assunto. Utilizamos uma combinação de perguntas abertas, na qual pretendemos ter uma opinião dos entrevistados, e fechadas, que buscavam respostas mais diretas e concisas.

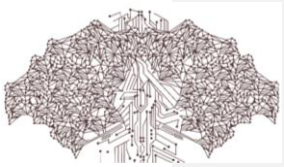
Gil (2008) sublinha que muitos autores consideram a entrevista como "a técnica por excelência na investigação social", e concedem a ela valores semelhantes aos "tubos de ensaio na Química e ao microscópio na Microbiologia" (Id., 2008, p. 109). Por isso, é fundamental para os avanços nos estudos na área das Ciências Sociais.

Trivinõs (1987) explana que a entrevista semiestruturada caracteriza-se por perguntas básicas, que são fundamentadas em teorias e hipóteses relacionadas ao tema da pesquisa. Dessa maneira, os questionamentos dariam fruto às novas hipóteses surgidas a partir das informações obtidas pelos entrevistados, sendo que o foco principal deve ser levantado pelo pesquisador. Destarte, essa técnica não só descreve os fenômenos sociais, mas suas explicações e dá ao pesquisador a compreensão da totalidade dos fatos analisados (Id., p. 152).

Como estamos no campo de pesquisa netnográfica, tínhamos três opções para realizar a entrevista: online, face a face ou pela combinação de ambas em proporções variadas (KOZINETS, 2014). Dentro das possibilidades apresentadas, concordamos com Kozinets quando afirma que "[...] outras técnicas e abordagens complementam e ampliam a netnografia", e que "isso é especialmente verdade em relação à etnografia em pessoa ou face a face. Etnografias face a face são extremamente valiosas na pesquisa industrial e acadêmica" (Id., 2014, p.58).

Após um contato inicial (por meio de mensagem privada nas Fanpages das Bandas), as entrevistas foram concedidas pessoalmente nas cidades de São Luís - MA e Teresina - PI. Como já estávamos em campo online, pesquisando por meio de observação participante, pudemos elaborar o roteiro da entrevista de forma mais específica e direcionada. Utilizamos blocos temáticos para tal fim.

O roteiro da entrevista passou pela validação de três juízes independentes das áreas de Ciências Humanas e Sociais. Eles receberam uma explanação inicial acerca dos objetivos da pesquisa e um roteiro prévio da entrevista. O pesquisador ficou à disposição (por e-mail) para responder possíveis dúvidas que os juízes pudessem ter ao longo do processo de avaliação. Esse processo foi essencial para percebermos que uma boa resposta do entrevistado está diretamente



associada à elaboração de uma boa pergunta, por isso, nosso roteiro foi pensado com antecedência e submetido a essa avaliação criteriosa dos juízes independentes.

Nossa entrevista semiestruturada teve 23 perguntas, sendo seis perguntas fechadas e 15 questões abertas. Para facilitar a coleta de dados, o roteiro de entrevistas foi dividido em quatro blocos: 1) informações gerais: pudemos conhecer o contexto social no qual o entrevistado/banda vive; 2) uso das mídias digitais: identificamos como o entrevistado/banda se relaciona com as mídias e ferramentas digitais, e quais estratégias utiliza para maior propagação de sua arte; 3) práticas artísticas e construção do capital social no ciberespaço: nesse bloco, verificamos a vivência do artista na cultura virtual, ou seja, como o artista/banda se relaciona com o público em sua Fanpage e quais laços busca manter com ele; 4) mercado da música no ciberespaço: nesse último bloco, identificamos o olhar dos entrevistados diante do mercado da música na web. Buscamos fazer associações das mídias digitais com os meios tradicionais de comunicação para ter uma perspectiva da importância de ambos os meios (digital e tradicional) para os artistas.

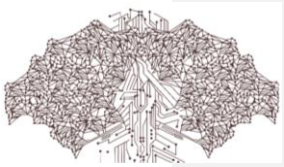
3. Análise de Dados

Posteriormente, partimos para a análise dos dados do nosso estudo netnográfico. *A priori*, e por se tratar, neste estudo, de dados obtidos em entrevista face a face, ponderamos ser pertinente utilizarmos, concomitantemente aos métodos analíticos propostos por Kozinets (2014), o método "análise de entrevistas" apresentado por Bardin (2011), na qual faremos em nível de decifração estrutural centrado em cada entrevista.

Posteriormente, e como suporte à pesquisa netnográfica, fizemos uso da análise da conversação em rede nas Fanpages das bandas dos músicos que entrevistamos. Nossa intenção é conhecer as estruturas e os padrões de relacionamento construídos por meio da conversação em rede entre os atores sociais dessas redes de relacionamento.

Por fim, realizamos a análise geral dos dados por meio da teoria indutiva, como sugere Kozinets, para analisar dados de pesquisa netnográfica. Procuramos, através desse método, categorizar, comparar, verificar, generalizar e teorizar os esclarecimentos obtidos nas entrevistas face a face, bem como as extraídas das notas de campo e dos dados coletados nas Fanpages das bandas. O objetivo era compreender como os músicos independentes estão se apropriando das mídias digitais e quais as dinâmicas de difusão e consumo da música independente em rede na contemporaneidade.

Essas análises nos levaram a entender a multiplicidade de usos artísticos e comunicacionais que são possíveis diante de "uma nova lógica representacional da tecnologia digital, da qual o



computador é a ferramenta básica e que engloba todas as áreas da arte tecnológica contemporânea" (SANTAELLA, 2014, p. 60).

4. Análise de Entrevistas

Para cada modelo de análise mencionado nas imagens que seguem, realizamos a decifração estrutural composta por: análise temática, características associadas ao tema central, análise da enunciação, sequências (BARDIN, 2011, p. 100), além de indicadores, os quais foram recolhidos a partir de fragmentos dos discursos dos entrevistados.

Na Análise Temática, por exemplo, dividimos as respostas da Banda 1 em alguns temas principais (BARDIN, 2011); nas "Características Associadas ao Tema Central", obtivemos significados associados ao tema central desta pesquisa; na "Análise da Enunciação", perscrutamos os discursos sob a égide dos objetivos da pesquisa. Segundo Bardin (2011) "uma leitura da 'maneira de dizer', separada da leitura temática, pode completar e aprofundar a análise" (Id., 2011, p. 105). Utilizamos ainda indicadores e sequências (a entrevista é dividida em sequências) para melhor compreensão das análises.

Separamos as entrevistas em quatro blocos: informações preliminares; uso das mídias digitais; práticas artísticas e construção do capital social no ciberespaço; e mercado da música na internet. Logo, cada modelo de análise conterá resultados específicos de cada bloco das entrevistas.

Atribuímos também uma letra para o entrevistado da Banda 1, seguido de número em ordem crescente, a partir de cada análise feita. Por exemplo, ao atribuirmos a numeração A4, queremos dizer que a seção está discutindo as respostas do entrevistado 1 referentes ao item 4 da lista de tópicos analisados, onde: o item 1 corresponde às análises temáticas do item "informações preliminares; o item 2 diz respeito às análises temáticas do item "uso das mídias digitais"; o 3 corresponde às análises temáticas das "práticas artísticas e construção do capital social no ciberespaço" e; o item 4 refere-se ao "mercado da música na internet", conforme exemplo abaixo:

Modelo de Análise: informações preliminares

Na esfera inicial de análise, procuramos indagar sobre as informações básicas dos artistas, no intuito de ingressarmos no contexto sociocultural em que estão inseridos.

a) Análise temática sobre informações preliminares – Entrevistado 1 (A1):

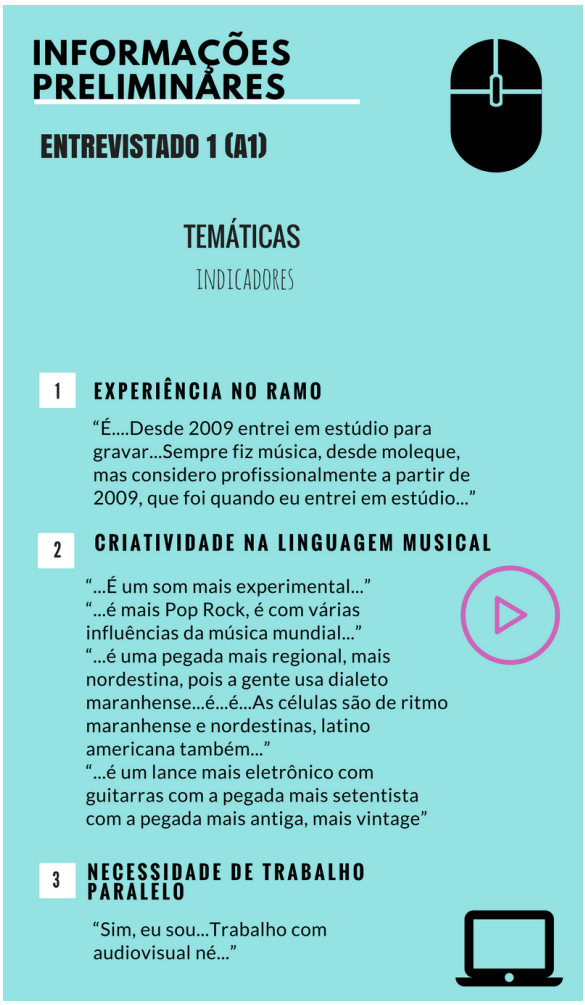
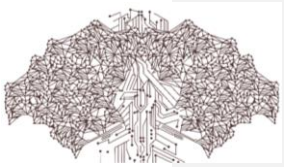


Figura 1: Análise temática A1.

b) Características associadas às informações preliminares – Entrevistado 1 (A2):

- estudioso sobre novas mídias;
- profissionalismo;
- diversidade na linguagem musical;
- múltiplos interesses musicais;



▪atuação profissional paralela em área da comunicação social (executivo de mídia).

c) Análise da enunciação sobre informações preliminares – Entrevistado 1 (A3):

▪ Observamos, por meio do discurso do entrevistado 1, que o início da profissionalização da sua banda ocorreu com a gravação do primeiro CD, no ano de 2010.

▪ O entrevistado 1 demonstra ser muito criativo no processo de produção musical. A partir de suas respostas, analisamos a necessidade que ele tem de expandir suas ideias, que aparentam ser singulares, por meio da música. Analisamos que seria complexo unir todas as suas concepções em um único projeto musical, logo, o entrevistado 1 caminha com três projetos paralelos de banda.

Modelo de Análise: uso de mídias digitais

A segunda etapa da entrevista teve como foco o uso que os artistas fazem das mídias digitais. Buscamos analisar os principais meios de comunicação virtual que eles utilizam e quais as dinâmicas de comunicação que eles empregam, bem como as estratégias utilizadas para difusão e circulação de suas músicas.

a) Análise temática sobre uso de mídias digitais – Entrevistado 1 (A4):

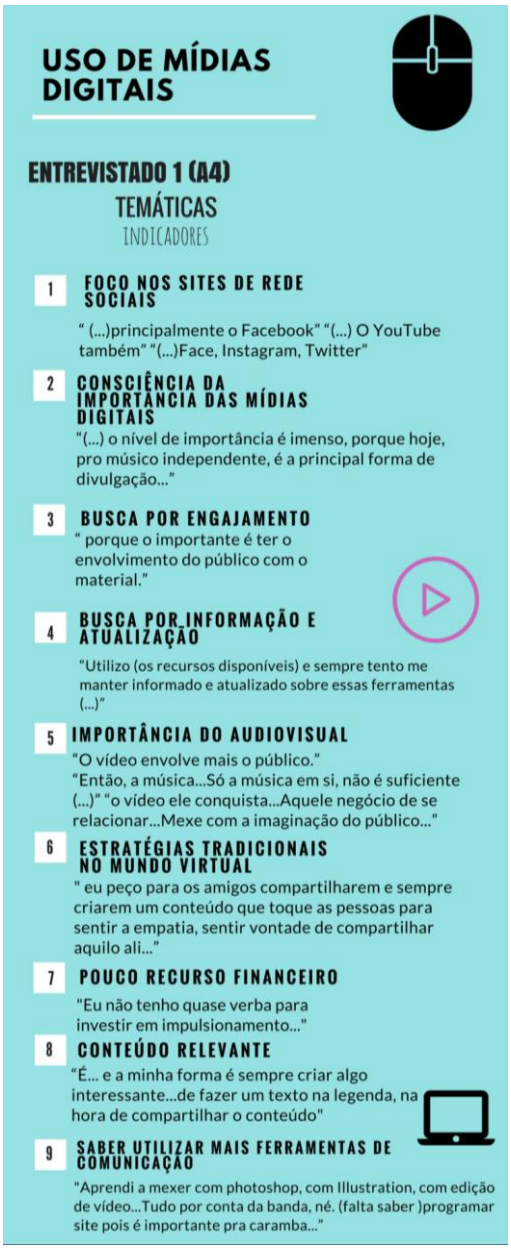


Figura 5: Análise temática A4.

b) Características associadas ao uso de mídias digitais – Entrevistado 1 (A5):

▪ compreensão da importância do público;
▪ atualização constante;
▪ criatividade;
▪ otimismo;
▪ parceria (com amigos);
▪ realismo (em relação às possibilidade financeiras);
▪ exigência (em saber fazer mais);
▪ maturidade;
▪ empenho.

c) Análise da enunciação sobre mídias digitais – Entrevistado 1 (A6):

▪ O entrevistado 1 apropria-se muito do seu discurso, com a utilização das frases em primeira pessoa, mesmo para falar de um uso coletivo, que é feito pela banda. Vejamos as sequências a seguir: "Mas também o que eu trabalho bastante no Facebook (...)"; "Utilizo e sempre tento me manter informado e atualizado sobre essas ferramentas"; "[...] eu ponho o link mais atual do meu de clipe ou websérie...". Essa característica em seu discurso indica, embora não de modo conclusivo, que ele seja o único responsável e/ou que possua maior domínio da área de mídias digitais da banda.

▪ Observamos ainda que o entrevistado 1 também domina a temática e passa confiança ao falar didaticamente sobre assuntos relacionados às "mídias digitais", como nesta sequência: "E o que é o engajamento? São os comentários das pessoas no meu conteúdo, compartilhamento, isso tudo é mais importante do que somente ter likes (...)"

▪ Analisamos que o entrevistado 1 busca utilizar ferramentas criativas e muito utilizadas no marketing tradicional (como a publicidade "boca a boca") para a difusão do trabalho de sua banda, especialmente por não possuir recursos financeiros disponíveis para promover o trabalho musical que desenvolve.

E assim segue-se as análises suscetivamente.

5. Análise de conversação e capital social construído em rede

O capital social, no âmbito do ciberespaço, é uma forma de construção de valores que ocorre por meio de trocas e interações nos sites de redes sociais (RECUERO, 2014, p. 172). Nesse

viés, analisaremos as Fanpages das bandas, cujos representantes foram entrevistados para esta pesquisa, a fim de ponderarmos sobre os efeitos e impactos das trocas conversacionais em rede, com intuito de compreender o capital social gerado.

Nosso foco são as conversações realizadas pelas bandas em um espaço de relacionamento com seus públicos, que são as Fanpages no site de rede social Facebook. Recuero (2014) ressalta que para que haja uma conexão das interações no ciberespaço, é fundamental que se estabeleça a conversação em rede. Logo, "através do estudo de sua estrutura é que será possível obter uma indicação de qualidade das conexões estabelecidas entre os atores (pessoas, instituições ou grupos)" (Id., 2014, p. 202). Para tal, devemos analisar aspectos qualitativos referentes à estrutura e aos aspectos semânticos/discursivos.

> O aspecto estrutural de uma conversação pode ser observado através da análise e negociação dos turnos estabelecidos entre os atores, de onde é possível se depreender a estrutura da rede social. O aspecto semântico auxilia na compreensão do significado das mensagens, de onde é possível depreender o conteúdo dos laços sociais. (RECUERO, 2014, p. 203).

Recuero (2014) sugere a enumeração dos aspectos a serem mapeados, de acordo com a Tabela 1 abaixo:

Tabela 1: Aspectos a serem mapeados.

Aspectos semânticos/discursivos	Aspectos estruturais
Conteúdo das interações	**Sequenciamento** das interações
Identificação dos pares conversacionais	**Estrutura** dos pares conversacionais
Negociação dos turnos de fala	**Organização** dos turnos de fala
Reciprocidade	**Persistência**
Multiplexidade	**Migração**

A autora propõe que o conteúdo e sequenciamento das interações sejam os primeiros aspectos analisados em uma conversação. Foi necessário, portanto, coletarmos as conversações para compreendermos como elas se relacionam entre si. Recuero relata que essa análise é essencial para que consigamos identificar as interações pertencentes a cada conversação. Aqui, os aspectos estruturais são observados por meio de elementos, como "marcações de

direcionamentos, links, data e horário das interações e assinaturas" (Id., 2014, p. 204). O estudo dos conteúdos das mensagens compõe o aspecto semântico.

Na análise da identificação e estrutura dos pares conversacionais, é necessário identificarmos quais as mensagens se relacionam com as outras mensagens, e qual mensagem é resposta a um determinado ator social. Aqui, buscamos a compreensão de quem fala com quem e em qual espaço ocorre a conversação: se em apenas uma plataforma ou se a conversação estende-se a diversas outras plataformas de comunicação mediada.

Na negociação e organização dos turnos de fala, a autora propõe que estudemos como a conversação é construída pelo ator social. A negociação e organização dos turnos de fala "pode[m] ocorrer pelo próprio sistema ou pela apropriação do mesmo pelo usuário" (RECUERO, 2014, p. 207). Essas características permitem que um observador da conversação possa acompanhar as interações decorrentes dessa conversa em rede. Nesse elemento, podemos analisar as relações sociais existentes entre as pessoas que estabelecem a conversação.

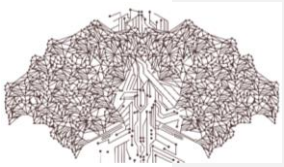
Como uma única mensagem não é suficiente para percebermos as relações sociais constituídas e os laços sociais estabelecidos, é fundamental que observemos a quantidade de mensagens existentes em uma determinada conversação entre um par de atores e quais as relações existentes entre si para que possamos definir o tipo de conexão que essas trocas estabelecem. Logo, veremos aqui a persistência da conversação e o valor das interações para estudarmos o nível de reciprocidade entre os atores envolvidos.

Na análise da multiplexidade e migração, verificamos a qualidade dos laços sociais mantidos e dos diferentes espaços de conversação em rede. Recuero considera que "a quantidade de interações relacionadas entre si, de forma a compor uma conversação [...] pode ser um indicativo interessante da força de um laço entre dois atores" (Id., 2014, p. 210).

Após as análises de amostras conversacionais em rede, extraídas das Fanpages das Bandas Diamante Gold (Banda 1), Validuaté (Banda 2) e Soulvenir (Banda 3), vamos verificar a existência de categorias construídas por Bertolini e Bravo (2004 apud RECUERO, 2005), nas quais aspectos do capital social podem ser encontrados. São elas: relacional; normativo; cognitivo; confiança no ambiente social; e institucional.

6. Análise e interpretação geral da pesquisa

Ao chegar ao fim de um percurso que nos envolveu na esfera da cultura online de três bandas independentes dos estados do Maranhão e Piauí. Como Kozinets (2014) preconiza, a pesquisa netnográfica envolve "uma abordagem indutiva da análise de dados qualitativos" (Id.,



2014, p. 113). O autor reitera também que a análise é a observação detalhada de um todo, em que precisamos decompor as partes constituintes e compará-las de diversas maneiras.

Após a coleta de dados, fruto da participação e observação netnográfica, e posterior análise em partes isoladas, é basilar uma representação acabada da pesquisa. Portanto, nesta etapa final, é necessário fazer tal representação por meio de análise indutiva, "em que observações individuais são construídas a fim de fazer afirmações mais gerais sobre um fenômeno" (KOZINETS, 2014, p. 114). É necessário manusear agora todo o volume de informações que registramos no decorrer deste estudo, para alcançarmos a etapa da generalização, seguida da teorização.

Primeiramente, faz-se a categorização retirada das notas de campo e entrevistas, além de materiais culturais, como postagens em texto, vídeos e fotos nas Fanpages das bandas e conversações em rede. É interessante eleger previamente às entrevistas quatro categorias principais de análise (em que nos baseamos também para a análise de entrevistas, no item 6.1), fundamentadas em referências teóricas e conhecimento de campo, e sob as quais estão integrados os objetivos da pesquisa.

É provável que o pesquisador depare-se diante de um extenso volume de dados, tão logo, é necessária a criação de categorias secundárias.

Palavras-chave: netnografia; etnografia online; cibercultura; comunicação; cultura digital

Referências bibliográficas

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BARABÁSI, Albert-lászló. **Linked:** A nova ciência dos networks. São Paulo: Leopardo Editora, 2009. 218 p. Título original norte-americano: Linked.

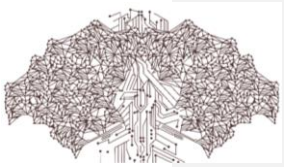
BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução**. In: BENJAMIN, Walter; HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W.; HABERMAS, Jurgen. Textos escolhidos. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BOAS, Franz. Antropologia cultural. Textos selecionados, apresentação e tradução Celso Castro. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

DESCARTES, René. **Discurso do Método**. Lisboa: Sá Costa, 1956.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2016.



GONÇALVES, Fernando do Nascimento. **Tecnologia e cultura**: usos artísticos da tecnologia como prática de comunicação e laboratório de experimentação social. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 38, p.100-110, abr. 2009. Quadrimestral. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/5307/3877>. Acesso em: 02 mar. 2016.

KOZINETS, Robert V. **Netnography 2.0.** In: BELK, Russell W. Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing. Edward Elgar Publishing, 2007.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução: Daniel Bueno; revisão técnica: Tatiana Melani Tosi, Raúl Ranauro Javales Júnior. Porto Alegre: Penso, 2014. 203p.

RECUERO, Raquel. **A conversação em Rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014. 238p.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PESQUISA-FORMAÇÃO *ONLINE* COM PROFESSORES DE CIÊNCIAS*:* UMA EXPERIÊNCIA NA PÓS-GRADUAÇÃO

Cristiane da Cunha Alves[1]; Valmir Heckler[2]

RESUMO

Apresentamos um recorte da pesquisa de mestrado em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação de Educação em Ciências (PPGEC), na Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Temos como propósito central indicar a proposição metodológica assumida na busca por compreender o que se mostra nas interações cocriadas com os professores em aulas registradas em Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) Facebook da disciplina Indagação *Online* na Experimentação em Ciências (IOEC), a qual foi desenvolvida em um programa de pós-graduação. Registramos as interlocuções teóricas sobre a pesquisa-formação de professores no espaçotempo da cibercultura e a descrição dos registros das aulas desenvolvidas na disciplina IOEC, como forma de organizarmos o campo empírico, dentro de uma abordagem da fenomenologia hermenêutica (BICUDO, 2011). Evidenciamos o recorte da análise a ser analisada através da Análise Textual Discursiva – ATD de MORAES & GALIAZZI (2011). Destacamos como resultados do estudo a emergência de uma metodologia de pesquisa-formação multirreferencial, que desafia a propor uma análise frente a complexidade dos registros produzidos pela comunidade de professores nas diferentes interfaces, como: AVA Facebook, Google Docs, fóruns, chats, WebConferência e conversas no Whatsapp.

Palavras-chave: Cibercultura; Pesquisa-Formação; AVA Facebook; Indagação *Online*; Pesquisa Narrativa.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho descreve a proposição do estudo interligado ao envolvimento ativo dos pesquisadores na constituição do campo empírico, significada com uma pesquisa-formação com professores de Ciências na disciplina de pós-graduação

1. Pesquisadora é mestranda da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Licenciada em Ciências da Natureza e participa do Grupo de Pesquisa CIEFI- Comunidade de Indagação no Ensino de Física Interdisciplinar. E-mail: crisalves1917@hotmail.com

2. Pesquisador é professor da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Doutor em Educação em Ciências e Líder do Grupo de Pesquisa CIEFI - Comunidade de Indagação no Ensino de Física Interdisciplinar. E-mail: prof.valmir@hotmail.com

Indagação *Online* na Experimentação em Ciências (IOEC), espaçotempo em que todos os sujeitos participantes são assumidos como cocriadores. No estudo mais amplo do projeto de dissertação de mestrado buscamos compreender como as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) auxiliam a constituir as interações com os professores envolvidos no processo da pesquisa-formação em AVA Facebook de uma disciplina de pós-graduação. Nisso estamos inclusos, por participarmos de ações individuais e coletivas construídas ao longo do segundo semestre de 2016, estando implicados no constituir o campo empírico (prática), bem como na análise do mesmo (estudo). Para a análise foi feito um recorte, escolhemos o oitavo encontro para analisar, por compreendermos que essa aula foi constituída coletivamente perpassando todas as outras. Utilizaremos a Análise Textual Discursiva – ATD de Moraes & Galiazzi (2011), com intuito de descrevermos o fenômeno situado nesta pesquisa.

2. PESQUISA-FORMAÇÃO COM PROFESSORES

Analisar a própria prática no campo da formação de professores é significada na perspectiva da pesquisa-ação. Portanto, assumimos que a pesquisa-ação é a pesquisa-formação, com uma epistemologia de pesquisa e prática desenvolvida em um coletivo de professores em formação da área de Ciências. Desse modo, reconhecemos que essa forma de conhecimento se interliga à proposição metodológica da pesquisa na/sobre a formação de professores (PIMENTA; FRANCO, 2008).

Nesse contexto assumimos a descrição do enfoque metodológico com o objetivo de organizar esse novo olhar do pesquisador que estuda a sua prática, através de uma metodologia que promova a recursividade, surgindo através dela diferentes possibilidades de reflexão, com (re)construções e ressignificações teórico-práticas.

Destacamos a importância de um olhar diferenciado para esta forma diferente de pensarmos a pesquisa na formação de professores. A constituição de uma abordagem, com o envolvimento ativo do sujeito consciente de transformações, que questiona a necessidade de outras metodologias investigativas (FRANCO, 2008). Nesse contexto, as espirais cíclicas têm como objetivo organizar esse novo olhar do pesquisador que estuda a sua prática, através de uma metodologia que promova a recursividade, surgindo através

dela diferentes possibilidades de reflexão, com (re)construções e ressignificações teórico-práticas.

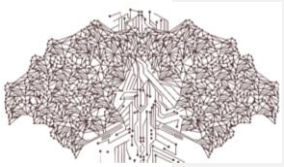
O primeiro movimento acontece a partir do planejamento, o sujeito realiza ação que organizou e a partir disso começa a refletir sobre sua própria ação. Nesse instante, busca um olhar diferente para a pesquisa, diante do grupo que está inserido, com auxílio de distintos referenciais e a constituição dos aspectos metodológicos. Produzindo no investigador da prática a possibilidade de diferentes reflexões, ao construir significados em grupo e reinterpretar o compreendido pela análise ao escrever sobre a experiência vivida. Um processo constituído pelo pesquisador em um movimento cíclico e recursivo, onde sempre que necessário pode retornar ao vivido (FRANCO, 2008).

Para ter a possibilidade de retorno ao vivido, o pesquisador necessita ter os registros das ações individuais e coletivas propostas e praticadas, bem como adentrar aos aspectos da lembrança do que lhe aconteceu ao longo do processo. Para Santos (2005), isto está intrínseco na pesquisa-formação, pois é necessário se olhar o fenômeno do lado de dentro, ou seja, se auto afirmar como pesquisador que reflete sobre sua própria prática. Sendo assim, ao vivenciar sua prática o sujeito sistematiza e conduz de maneira reflexiva, constituindo um aprendizado sobre aquela situação específica, o que pode aperfeiçoar tanto o conhecimento pedagógico do professor quanto a sua prática. Assim, no esforço de compreender e melhorar a prática, a teoria tanto surge a partir dela quanto a ajuda a dar sentido (SANTOS, 2005).

A pesquisa-formação que descrevemos constitui-se no cenário da Cibercultura, através do uso das tecnologias digitais na formação de professores. Neste cenário, de acordo com Santos e Santos (2015) é possível construir espaços de interação, onde ficam armazenados registros, atividades a trocas de novos conhecimentos pelos sujeitos envolvidos, em que:

> O conhecimento hoje se materializa cada vez mais pelos usos das tecnologias digitais, aqui entendidas como criação sociotécnica, cujos usos e aplicações são definidos pela atuação direta dos praticantes no momento sócio-histórico em que vivem (SANTOS; SANTOS, 2015, p. 71/72).

Nesse sentido, o espaçotempo da cibercultura pode envolver as práticas cotidianas de forma síncrona e assíncrona e a todo momento existe a interatividade. Neste cenário, novos saberes são construídos, para que isso ocorra se faz necessário "[...] aprender com o outro, criando uma rede de aprendizagem em um ambiente aberto, plástico, fluido, atemporal e ininterrupto" (SANTOS; SANTOS, 2015, p. 71). Isso possibilita que qualquer um dos sujeitos envolvidos tenha



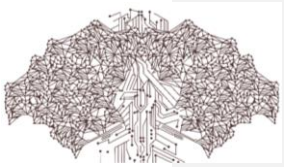
acesso às informações postadas no grupo de forma síncrona ou assíncrona, promovendo cada vez a interatividade via web.

Neste estudo, trabalhamos com uma proposta de metodologia da pesquisa-formação multirreferencial, em que a análise das informações cocriadas na cibercultura são analisadas a luz da ATD, porque compreendemos que ela ao desafiar os pesquisadores a efetuar a análise qualitativa pela (re)escrita se situa em uma perspectiva de compromisso acadêmico profissional dos professores que se assumem pesquisadores que abrange a reflexão sobre os aspectos teórico-práticos da experiência vivida. Uma metodologia que possibilita ao pesquisador e demais praticantes envolvidos reorientarem seu trabalho, a partir de significados construídos em torno de estudo sistematizado.

Caracterizamos o estudo como uma pesquisa-ação prático-colaborativa (FRANCO; LISITA, 2008), no campo qualitativo com base fenomenológica hermenêutica (BICUDO, 2011). Nesta perspectiva, a pesquisa-ação requer o trabalho em grupo [...] precisa organizar cenários, e mecanismos que construam a capacidade de trabalhar junto, a vontade de partilhar no e para o coletivo" (FRANCO; LISITA, 2008, p. 64). Desse modo, se constrói diferentes saberes, pois durante o processo coletivo se realiza uma reflexão crítica de autotransformação. A seguir apresentamos o campo empírico da pesquisa.

3.CONSTITUIÇÃO COLETIVA DO CAMPO EMPÍRICO

O estudo se interliga ao envolvimento ativo da pesquisadora no campo da prática da formação de professores na disciplina IOEC. Assim, buscamos compreender como as TDIC auxiliam a constituir as interações com os professores envolvidos no processo da pesquisa-formação em AVA Facebook de uma disciplina de pós-graduação. Nisso estamos inclusos, por participarmos de ações individuais e coletivas construídas ao longo de um semestre, estando implicados no constituir o campo empírico (prática), bem como na análise do mesmo (estudo).



O campo empírico foi constituído em dez encontros, os quais foram propostos/desenvolvidos pelos participantes, que na disciplina IOEC foram assumidos como colegas professores e não apenas alunos em formação. A proposta central foi de que cada um dos professores desenvolvesse uma aula com um experimento que já havia realizado em algum momento de sua experiência com a docência. Ao longo do segundo semestre de 2016, surgem diversos temas e propostas de aulas, que foram desenvolvidos, como: Aplicativos de Ciências para *Smartphone*, Estufa Solar, Realidade Aumentada no Ensino de Ciências, A Rota do Leite, Hardwares de Computadores, Experimentação em Ciências e Experiência de professores da escola com a Universidade. Todas as aulas foram gravadas e disponibilizadas em formas de videoaulas no AVA Facebook, e tivemos aulas que alguns colegas/professores participaram das atividades estando geograficamente distantes, através de webconferências. Na disciplina IOEC, os registros foram organizados utilizando as interfaces AVA Facebook, Google Docs. chats, WebConferência via Skype, conversas no Whatsapp e com diferentes metodologias como: construção de vídeos, análise de imagens, proposição de roteiros de aula, debate e questionamentos em fóruns, publicações de textos e aulas gravadas disponibilizadas para o grupo.

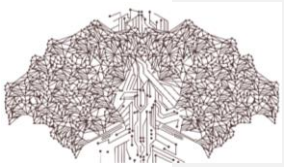
A partir do exposto há indicativos iniciais sobre o uso das TDIC nesta disciplina como auxiliares no processo de interações construídas coletivamente por todos os participantes e essenciais no constituir dos registros que compõem o campo empírico do estudo.

Para a análise realizamos um recorte no campo empírico, propomos desenvolver a análise do estudo em torno das interações emergentes no oitavo encontro. Justificamos a análise em torno da oitava aula, por esta se caracterizar como uma aula constituída no coletivo de professores, em interações com professores da rede pública, com auxílio das interfaces das TDIC e com os materiais propostos pelos colegas na disciplina, perpassando as demais aulas.

4.CONSTITUIÇÃO DO CORPUS DE ANÁLISE

A disciplina IOEC teve como propósito central organizar uma comunidade de professores em processo formativo na pós-graduação. Esta, constituída por 7 pós-graduandos, com formações em: licenciatura em Física (quatro); licenciatura em Química (um); licenciatura em Ciências da Natureza (um); Tecnóloga em Eletrônica (um).

Todos os participantes foram assumidos como professores em processo formativo, em uma perspectiva da Indagação Dialógica *Online*, caracterizada por "[...] dialogar, indagar, propor e praticar/teorizar a experimentação em Ciências com auxílio das ferramentas/interfaces da web, possibilitando constituir em um coletivo de professores" (SILVA, 2017, p. 13-14). Todos os



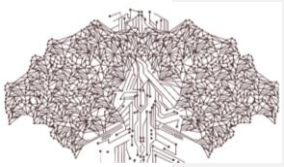
participantes da disciplina assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Anexo 1), bem como autorizaram o uso de seus nomes, imagens e dos materiais produzidos para este estudo.

Na busca de significar um fenômeno situado, descrevemos as aulas desenvolvidas pelos professores participantes da disciplina IOEC. Ao descrever buscamos compreender a vivência de cada sujeito e sua percepção sobre o que está exposto. BICUDO (2011) nos mostra o significado de descrever.

> A descrição, como o significado da própria palavra, descreve, diz do ocorrido como percebido. Não traz julgamentos interpretativos. Pode ser uma descrição efetuada pelo próprio sujeito que vivencia a experiência, relatando-a em suas nuanças. Pode ser um relato do pesquisador que, estando junto à situação em que as vivências se dão e com o sujeito que a vivência, descreve aquilo por ele visto, isto é, percebido. É importante que destaquemos que não se trata de o pesquisador dizer foi assim, mas conforme percebi, ocorreu de tal modo. A descrição é sempre explicitada pela linguagem e é por isso que solicita análise e interpretação efetuadas com o auxílio dos recursos hermenêuticos (BICUDO, 2011, p. 38).

Ao descrevermos algo, fazemos uma análise sob o que nos ocorre sobre o observado. A partir disto, iniciamos o movimento de descrever a disciplina IOEC, ou seja, relatar as práticas desenvolvidas a partir dos registros coletivos de materiais construídos (textos, vídeos, fotos...), links, fóruns e chats disponíveis nos ambientes virtuais da disciplina. Nessa descrição emergirão aspectos do que é isso que se mostra do uso das TDIC no auxiliar a constituição das interações com os professores envolvidos no processo da pesquisa-formação.

A apresentação da disciplina ocorreu primeiramente no AVA Moodle com um espaçotempo de sala de aula da referida disciplina. Nessa primeira apresentação destaca-se que o propósito central está em dialogar, indagar, propor e praticar/teorizar a experimentação em Ciências com auxílio das ferramentas/interfaces da web. Registramos o caráter da aposta do envolvimento ativo de todos os participantes deste processo formativo. Também que o grupo de participantes optou ao longo da primeira semana pela organização de um grupo fechado no Facebook. Percebemos que houve uma migração dos participantes do AVA Moodle para o AVA Facebook. Por isso, todas as informações sobre as atividades, os experimentos e as aulas gravadas que constituem os registros da disciplina IOEC encontram-se nesse espaço da Web.



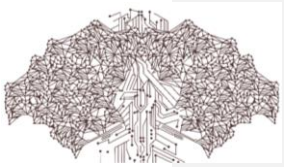
A diversidade de atividades e registros do grupo de professores que estiveram ativos durante todos os encontros constituem esta disciplina no AVA Facebook. A partir da ementa foi apresentada a carga horária e 40 horas (3 créditos) e o dia dos encontros presenciais síncronos e assíncronos (quinta-feira, início 14h /término 17h 00min).

Começamos a descrever as atividades e ações vivenciadas ao longo da disciplina que foi desenvolvida colaborativamente. Nesse sentido, os recursos utilizados na disciplina são: AVA, Web conferência, simuladores, aplicativos, vídeos, fóruns, Google Docs., Google Forms. Este material foi construído pelo grupo, ou seja, docentes das áreas de Física, Telecomunicações, Química e Ciências da Natureza.

Foi no primeiro encontro, que foi apresentada a ementa da disciplina, bem como a proposta da mesma. Conhecemos os participantes da disciplina, sendo eles: Charles, Cristiane, Karine, Roberta, Valmir, Vera e Willian. Estes relataram sobre sua formação, experiência na área de atuação e perspectivas acerca da disciplina. Fomos questionados sobre o que seria a Experimentação em Ciências, dando um exemplo de algum experimento que já desenvolvemos durante nossa trajetória e experiências como docentes e/ou no processo formativo. Neste instante, os participantes são desafiados a assumirem uma semana de aula cada um e a **proporem e desenvolverem a sua atividade experimental no coletivo de professores ao longo do semestre**. As interações aconteceram após encontro presencial, onde o professor disponibilizou um material de apoio sobre Aspectos Históricos da Experimentação em Ciências e na EaD (HECKLER, 2014). Todos os participantes são desafiados a fazerem suas postagens com as escritas em torno de suas ideias e reflexões sobre o que é experimentação em Ciências.

No segundo encontro da disciplina IOEC, teve seguimento o debate sobre o tema da experimentação. No entanto, a interação acontece nos primeiros momentos através de uma escrita em documento no Google Docs. Observamos no AVA Facebook um link ao documento em que fomos desafiados a escrever, "de forma livre", a partir dos pensamentos e os questionamentos que emergem sobre a Experimentação em Ciências no contexto educativo *online*. A fim, de instigar os participantes com a escrita, foi inserida uma imagem com diferentes linguagens.

A partir das informações contidas na imagem, o grupo construiu um texto coletivo no Google Docs., estabelecendo possíveis relações com conceitos, práticas, planejamentos e diferentes questionamentos que problematizam a proposta da experimentação em Ciências com base na linguagem. Registramos que atividade esteve centrada no diálogo escrito via/na internet, em que surgiram diversas indagações em interações entre colegas no referido documento on-line.



No terceiro encontro, durante a semana o colega Willian propôs, via postagem no grupo do Facebook, uma atividade inicial a ser desenvolvida de forma assíncrona, antes do encontro presencial, sobre o tema Realidade Aumentada (RA). O professor Willian, ainda na semana anterior do encontro presencial, desafiou o grupo a uma segunda atividade: a de se fazer uso de um simulador sobre RA. O grupo foi desafiado a escrever sobre a experiência com o uso do simulador que era constituído por um canhão e um alvo e indicar uma proposta de aula a ser aplicada em escola a partir do mesmo. Essa escrita foi desenvolvida em fórum aberto no Facebook. No encontro síncrono, o grupo construiu os marcadores e utilizou o simulador, com propósito de debater temas da Física.

No quarto encontro, o professor Valmir, trouxe a proposta de trabalharmos com leituras de episódios, escritas e diálogos sobre a experimentação em Ciências. O planejamento da aula teve distintos momentos, com quatro episódios, onde o grupo fez interlocuções e indagações, através de escritas no próprio documento disponível na web, a fim de que cada colega pudesse expressar seus significados sobre o tema.

O quinto encontro foi organizado pela professora Roberta que propôs atividades com enfoque no estudo da parte interna dos computadores, utilizando simulador e uma atividade prática (com material concreto). Ao longo da semana a colega disponibilizou um vídeo construído por ela no AVA Facebook, sobre Introdução de hardware de computadores, para que pudéssemos assistir antes do encontro presencial da aula. A professora ressalta que ideia de disponibilizar o vídeo é para introduzir o assunto e para que o grupo tivesse uma noção básica sobre hardware e os dispositivos que compõe o computador.

No sexto encontro, proposto pelo colega Charles, o tema abordado foi intitulado de "Investigação em Ensino de Ciências a partir de Aplicativos para Smartphone". A aula aconteceu de forma assíncrona durante duas semanas (entre os dias 29/09 a 07/10) e com um encontro presencial. Nesse sentido, cada colega deveria escolher um aplicativo escolhido e explicar como funcionava, além, de explanar sobre como aplicaria uma proposta pedagógica utilizando o aplicativo escolhido em sua sala de aula.

No sétimo encontro, o grupo trabalhou construindo um planejamento sobre dois aplicativos, sendo eles: Elements 4D e Stellarium. A partir dos aplicativos os professores foram divididos em dois grupos. Onde cada grupo ficou com um dos aplicativos e planejou uma aula, que deveria conter o conteúdo trabalhado, ano escolar que aplicaria e os momentos a serem desenvolvidos.

O oitavo encontro, foi desenvolvido pela professora Vera com a participação de professoras convidadas (na área da Química) da escola em que a professora Vera trabalha. As professoras da escola de Vera compartilharam a experiência delas com o uso do aplicativo Elements 4D.

A proposta central do nono encontro foi fazer com que o grupo pensasse quais são suas concepções iniciais sobre o que compreendiam de estufa. Essa ideia foi desenvolvida pela professora Cristiane. A mesma propôs de forma assíncrona, uma semana antes do encontro presencial, que cada um dos professores elaborasse e postasse um vídeo no AVA Facebook. Nesse vídeo, cada um deveria registrar um exemplo do que compreendia como uma estufa e explicar como o exemplo funcionava, a partir de em sua casa ou local de trabalho. Ainda durante o encontro presencial o grupo foi desafiado a montar uma estufa com os materiais que estavam dispostos na mesa.

O décimo e último encontro foi desenvolvido pela professora Karine e teve como proposta debater o tema leite. De forma assíncrona a tarefa consistia em fazer a fervura do leite que cada um usava em sua casa. A proposta da professora envolvia a possibilidade de se fazer um vídeo e ou escrever sobre as observações desenvolvidas durante o processo de fervura e das características descritas na embalagem do leite.

Assim, em cada encontro um participante/professor desenvolveu sua aula com diferentes temas, totalizando ao final dez encontros, como podemos ver no quadro a seguir 1.

Quadro 2: Temas trabalhados na disciplina IOEC.

Encontros	**Tema**
1º encontro	Experimentação em Ciências
2º encontro	Experimentação em Ciências
3º encontro	Realidade Aumentada
4º encontro	Episódios sobre experimentação
5º encontro	Hardware de computadores
6º encontro	"Investigação em Ensino de Ciências a partir de Aplicativos para Smartphone
7º encontro	"Investigação em Ensino de Ciências a partir de Aplicativos para Smartphone
8º encontro	A experiência compartilhada – Vera e as colegas da escola
9º encontro	Estufa
10º encontro	Leite

Fonte: Autora.

Percebemos no quadro 1, as atividades desenvolvidas na disciplina IOEC, em forma síntese, que foram utilizados: diferentes experimentos; ferramentas; softwares e metodologias. Além disso visualizamos uma diversidade de dispositivos e interfaces utilizadas em cada encontro, conforme registro no Quadro 2.

Quadro 2: Dispositivos utilizados em cada encontro

Aulas	WebConferência via Skype	Dispositivos
1º encontro	Não	AVA Moodle
2º encontro	Sim (2 pessoas) – 1h e 44 min	Google Docs. e fóruns
3º encontro	Sim (3 pessoas) – 2h 35 min	Simulador, vídeos e Skype
4º encontro	Não	Google Docs.
5º encontro	Sim (uma pessoa) – 2h 36 min	Vídeos, simulador e Skype
6º encontro	Sim (2 pessoas) – 1h e 47 min	Vídeos e aplicativos
7º encontro	Não	2 aplicativos
8º encontro	Sim (três pessoas) – 2h 24 min	Skype, registros no Whatsapp
9º encontro	Sim (uma pessoa) – 2h 35 min	Vídeos, Google Docs., Skype
10º encontro	Não	Google Docs., vídeos, Skype e fóruns

Fonte: autora

No quadro 2, percebemos a diversidade de dispositivos utilizados durante as aulas da disciplina de IOEC. De certa forma, apresenta indicativos iniciais sobre o uso das TDIC nesta disciplina como auxiliares no processo de interações construídas coletivamente por todos os participantes e essenciais no constituir dos registros que compõem o campo empírico do estudo.

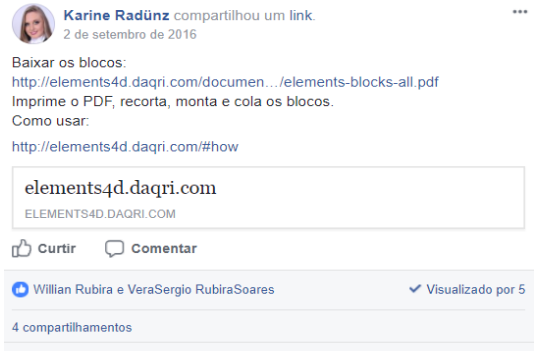
4.1 **O QUE NOS CONTA A OITAVA AULA?**

Desenvolver no campo da Fenomenologia nos permite investigar situações vividas e possibilita mergulhar no mundo dos sujeitos pesquisados, afim de que possamos revelar o fenômeno situado. Para que isso ocorra é importante descrever a experiência, para percebermos na fala do sujeito a essência ou a estrutura do fenômeno. Para Graças, "*É no discurso deste sujeito sobre sua experiência vivencial que se busca uma aproximação com a essência ou estrutura do fenômeno. Na experiência do sujeito, portanto, o fenômeno se mostra como essência vinculada à existência" (GRAÇAS, 2000, p. 28/29).* Por isso, descrevemos o oitavo encontro, onde mostraremos o primeiro recorte da construção das unidades de sentido, que estão em construção, afim de encontrar o fenômeno situado. O corpus de análise é composto pela construção coletiva do grupo de professores que participaram ativamente desenvolvendo as aulas durante a disciplina de IOEC. Ao analisarmos as marcas deixadas pelo coletivo de professores o AVA Facebook, percebemos uma diversidade de registros nos fóruns e materiais propostos pelos colegas na disciplina.

Como primeiro movimento de olhar para os primeiros registros, percebemos na aula desenvolvida pelo professor Willian, em que ele apresentou aos colegas um tema chamado Realidade Aumentada (RA), através deste tema foi possível compreender a relação da RA com a experimentação. Um dos momentos desta apresentação foi exposto aos colegas professores um aplicativo chamado de Elements 4D como exemplo. Então, após aula a professora Karine inquieta

com o que fora exposto nesta aula, foi até ao grupo fechado construído no AVA Facebook, com a finalidade de dar continuidade sobre suas indagações, expõe o link deste aplicativo para os demais colegas. Esta professora destaca o enfoque do aplicativo na sua área, ou seja, envolvendo elementos da Química. Podemos ver na figura 1, o registro realizado do link do aplicativo.

Figura 1: Postagem sobre o aplicativo Elements 4D.



Fonte: https://www.facebook.com/groups/990499861062772/

Neste movimento coletivo de interações, a professora Vera leva o material do aplicativo para a sua escola e mostra para seus colegas professores da disciplina de Química. A professora [3]Ângela encantada com o material do aplicativo, leva para casa as folhas impressas por Vera e constrói os dados que possuem a imagem dos elementos. A professora Ieda conhece o material em outro dia, mas também fica cativada com o que lhe foi apresentado. As duas professoras assumem o uso do aplicativo em suas aulas.

Encontramos uma parte do diálogo exposto na aula, onde a professora Vera mostra ao grupo a motivação da professora de Química ao usar o aplicativo Elements 4D e a partir dessa interação, o assunto torna-se o tema da aula da referida colega. O diálogo foi transcrito e disponibilizado no AVA Facebook, pelo professor Valmir, com o título: Como é o nosso diálogo em sala de aula? O que falamos em dois minutos (2min) de uma aula?

Prof. Valmir - Bom, então a gente está começando a aula de hoje, né Roberta…

Prof. Valmir - … e a Vera tem umas novidades para a gente

[3] Ângela - é professora da escola, que não era participante da disciplina IOEC e posterior a atividade com o aplicativo Elements 4D, começou a participar das atividades da disciplina e das interações via AVA Facebook.

Prof. Willian - é...nos conta o que aconteceu.

Prof. Valmir - o que aconteceu na escola?

Profa. Vera - Eu fui mostrar...eu até tinha comentado com o Willian, até imprimi os blocos [...] mas aí estavam nas folhas né...plano.

Prof. Valmir - estas folhas aqui…

Profa. Vera - É, aí eu peguei baixei o simulador no meu celular e fui olhar [...] aí eu olhei será que funciona assim, sem estar montado? ...eu vi que funcionava, mas …

Profa. Willian - ele pega todos os marcadores ao mesmo tempo, né?

Profa. Vera - Não, até...quer ver? [...] estou carregando, aí seu eu quisesse olhar como ele aparece na natureza...eu inclinaria né... Aí eu peguei e mostrei para a professora de Química, para a Angela, e ela: Bah que legal não sei o que; faz xerox para mim, ... e eu fiz o xerox para ela [...] e, ela montou os cubos, eu não havia montado.

Profa. Vera - e ela montou e chegou na escola: "Vera tu montasse os cubos, não!...Vera ele faz as ligações, Vera assim…" ela ficou uhh, assim radiante…

Prof. Valmir - ela deve ter visto pela primeira vez as ligações em um movimento tridimensional…

Prof. Vera - é…

Prof. Willian - é, na interface da realidade aumentada.

Profa. Vera - aí ela pegou e disse assim: "ai eu queria mostrar para os meus alunos, mas eu queria saber mais sobre...e se um aluno me pergunta [...]" Aí eu falei para ela que isso é realidade aumentada. Aí eu comecei a compartilhar na página [...]

Prof. Willian - eu vi que você compartilhando…

Profa. Vera - Aí vieram os professores da tarde, eles são de Química, 2, 4 ...5 que eu conheço..

Prof. Willian - em que escola?

Profa. Vera - Getúlio Vargas, de Química conheço 5 professores de Física só eu a [...]

Profa. Vera - ...começaram: olha a Vera! Vera, nos disseram que tu tens isso, tens aquilo [...]

Prof. Valmir - para mim está aí a aula da Vera.

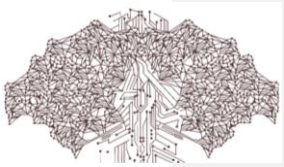
Prof. Willian - pois é né…

Prof. Valmir - a aula da Vera vai tentar incluir os colegas…

Profa. Vera - isso; ainda pensei de incluir a área, me preocupo tanto em trabalhar pela área, com a Química, a Física…e sinto a necessidade de saber mais de Química [...]

Profa. Vera - ...só vou mostrar aqui para vocês no whatsapp, eu pedi se eu posso usar e ela disse que pode usar [...] e mostrar o que ela me disse; eu perguntei para ela: qual foi o sentimento quando tu viu?

Percebemos neste recorte como foi se constituindo a aula da professora Vera, através do coletivo e com o envolvimento de seus colegas da escola auxiliados pelas TDIC. Assim, percebemos a existência de um potencial para desenvolvermos a análise do estudo, em busca de



responder **o que é isso que se mostra nas interações com os professores envolvidos no AVA Facebook da disciplina IOEC?**

Portanto, iniciamos o processo de significar um possível fenômeno situado, esse a ser analisado no estudo da dissertação. Um processo iniciado através da transcrição do oitavo encontro, com a interpretação das linguagens registradas nas interações entre professores e materiais no AVA e nas informações cocriadas durante os distintos momentos em que a aula da professora Vera foi se constituindo coletivamente.

Os registros foram transcritos e estão em processo de análise através da Análise Textual Discursiva (ATD) de MORAES & GALIAZZI (2011). Esta análise é composta por três etapas, sendo elas: a desmontagem que abrange a construção das unidades de significado, a construção de categorias iniciais, intermediárias e finais e por último a elaboração do metatexto.

A partir deste momento ampliamos o processo do desenvolvimento de compreensões pela escrita, afim de construirmos as unidades de significado, levando em consideração a linguagem, as ações e os registros do coletivo disponíveis no AVA Facebook, bem como nos registros da memória dos pesquisadores. Nesse sentido, realizamos um movimento provisório, nomeamos a cada unidade com um código e um título. Na figura 2, exemplificamos o registro de como foram organizadas as unidades na planilha Excel.

Figura 2: Recorte das unidades de significado.

A	B	C
Código da Unidade	Unidades de Siginificado	Título
A1. E5. R1	Aí se eu quisesse olhar como ele é na natureza, eu inclinaria né. Aí eu peguei e mostrei pra professora de Química a Ângela e ela bah que legal, não sei que, faz xerox pra mim, aí eu fiz xerox. Ela montou os cubos, eu não havia montado, e chegou na escola e disse Vera tu montaste os cubos, Vera ele faz as ligações, ficou radiante digamos assim. (Vera - Autor 1 - 5º encontro)	A experiência compartilhada de professores entre a |Escola e a Universidade
A3. E5. R1	Vera: É o Whatsapp. Willian: Então é ela mesma. Vera: Eu perguntei se eu podia usar isso pra mostra, ela disse pode. Willian: Eu achei que tu tava gravando.	O whatsapp como auxiliar na construção de diálogos online.
A2.E8.R1	É ótimo, e é isso essa é ideia que na comunidade aqui a gente vai trocando materiais, vai trocando ideias e vai montando aulas. Se nós tivéssemos um objeto para trabalhar aqui seria a aula, a aula que a gente pensa e toda vez que o colega falar a gente já modificou a aula de novo.	A comunidade de professores como espaçotempo para a co-criação

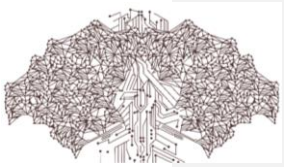
Fonte: Autora.

A figura 2 registra o recorte das unidades de significado e representa a estruturação do corpus de análise com unidades de significados, com seus códigos e títulos. Portanto, assumimos que a unitarização constitui um processo de leitura intensa e reflexão, afim de emergir diversos significados. Moraes e Galiazzi (2011), afirmam que "a unitarização constitui um exercício de leitura intensa e rigorosa, capaz de fazer emergir múltiplos significados a partir de textos, um exercício de desordenação na procura de uma nova ordem" (MORAES; GALIAZZI, 2011, p. 71). Por isso, é importante a apropriação e aprofundamento dos aspectos teórico-práticos da experiência vivida pelo pesquisador para que se possa perceber o fenômeno investigado, e a partir desse comunicar compreensões com a construção e a complexificação de argumentos

Após a leitura atenta dos registros e a construção de todas as unidades passaremos para o movimento da categorização. Essa etapa corresponde uma etapa distinta de auto-organização das informações, onde as unidades serão reorganizadas e agrupadas por afinidade, para que se possa ampliar os significados em torno do fenômeno que se destaca. De acordoo com Moraes e Galiazzi (2011), "[...] cada categoria corresponde a um conjunto de unidades e análise que se organiza a partir de algum aspecto de semelhança que as aproxima" (MORAES; GALIAZZI, 2011, p.116). Por isso, as unidades que tem características em comum provavelmente ficarão nas mesmas categorias.

E como um movimento posterior de aprofundamento da análise, consiste constituir a escrita de metatexto a partir das categorias que foram elaboradas na fase anterior. Esse metatexto, abrange o escrever recursivo do pesquisador, em que estabelece interlocuções com as unidades de significado iniciais para embasarem a discussão, o diálogo intenso com interlocuções teóricos, articulado com as percepções e significados desenvolvidos pelos pesquisadores sobre o fenômeno situado. Assim, um estudo que abrange a análise qualitativa, pautada fortemente na escrita, leitura e escuta atenta ao que dizem as diferentes vozes das informações coletadas, na busca de compreender o todo.

Registramos que a ATD está fortemente ligada a perspectiva da Fenomenologia Hermenêutica. Nesse sentido, reconhecemos que desenvolver o estudo no campo da pesquisa-formação de professores no contexto da fenomenologia nos possibilita a investigar situações vividas e a partir da experiência compreender o fenômeno das interações constituídas pela. Nesse sentido a perspectiva LIMA (2016) nos descreve como acontece o processo reflexivo na fenomenologia.



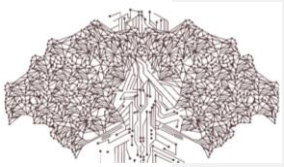
> "O sujeito que descreve sua experiência é situado no mundo e ao mundo com os outros; sua expressão e fala pertence a um contexto. [...] a essência do fenômeno não é no final da análise, mas no meio pelo qual traz à luz as experiências vividas e o que elas possuem" (LIMA, 2016, p. 535).

Nesse sentido, assumimos neste estudo que tanto a hermenêutica quanto a ATD permitem que os pesquisadores se assumam como autores das interpretações que constroem a partir do mundo em que estão situados, trazendo para a constituição da pesquisa suas experiências em distintas interlocuções com o outro.

4.JUSTIFICATIVA

Justificamos o desenvolvimento desse estudo no campo da pesquisa-formação *online* de professores por ser uma pesquisa-ação prático-colaborativa (FRANCO; LISITA, 2008), no campo qualitativo com base fenomenológica hermenêutica (BICUDO, 2011). Nesta perspectiva, a pesquisa-ação requer o trabalho em grupo "[...] precisa organizar cenários, e mecanismos que construam a capacidade de trabalhar junto, a vontade de partilhar no e para o coletivo" (FRANCO; LISITA, 2008, p. 64). Desse modo, se constrói diferentes saberes, pois durante o processo coletivo se realiza uma reflexão crítica de autotransformação.

Observamos que as ações da disciplina também foram desenvolvidas no AVA Facebook, onde a comunidade de professores pode interagir através de fóruns, chats, bem como compartilhar postagens, materiais e assim constituindo coletivamente os registros das aulas. Para além do AVA, foram utilizadas interfaces do Google Docs. para escritas e atividades específicas de algumas aulas. Assumimos que essa disciplina constitui-se um espaço colaborativo, onde cada sujeito contribuiu com as atividades propostas/desenvolvidas pelos colegas e participou ativamente dos momentos das aulas, estando presencialmente ou geograficamente distante. Nesse sentido, Silva (2010) nos aponta que essa ideia de aula está pautada na cocriação da comunicação.



> Enquanto ambientes ou espaços de encontro, propiciam a criação de comunidades "virtuais" de aprendizagem. O professor pode lançar mão dessas interfaces para a co-criação da comunicação e da aprendizagem em sua sala de aula presencial e *online*. Elas favorecem integração, sentimento de pertença, trocas, crítica e autocrítica, discussões temáticas, elaboração, colaboração, exploração, experimentação, simulação e descoberta (SILVA, 2010, p. 47).

Visualizamos nessa concepção teórica de Silva (2010) uma visão diferenciada do contexto de sala de aula a partir das TDIC, centrada na interatividade. A partir da análise inicial das aulas percebemos que diferentes elementos surgiram, como a interação frequente entre colegas, a integração de colegas distantes geograficamente, trocas de ideias e dinamização dos diferentes enfoques da experimentação em Ciências, frente a experiência de cada participante da disciplina. Consideramos importante e significativo o número expressivo de registros constituídos na disciplina, o que nos aponta para a possibilidade de investigarmos o que se mostra nessas interações no processo da pesquisa-formação com os professores envolvidos na disciplina IOEC.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BICUDO, M. A. V. **Pesquisa qualitativa segundo a visão fenomenológica**. São Paulo: Cortez, 2011.

FRANCO, M. A. S. LISITA, V. M. S. de S. Pesquisa-ação: limites e possibilidades na formação docente. In: PIMENTA, Selma Garrido; FRANCO, Maria Amélia Santoro (Org.). Pesquisa em educação: possibilidades investigativas/formativas da pesquisa-ação. São Paulo: Loyola, v.2, 2008, p.41-70.

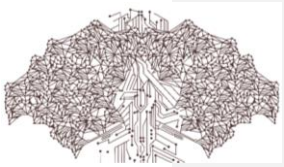
FRANCO, M. A. S. Pesquisa-ação e prática docente: articulações possíveis. In: PIMENTA, S. G. FRANCO, M. A. S. (Org.). Pesquisa em Educação: Possibilidades Investigativas/formativas da pesquisa-ação. São Paulo: Loyola, v. 1, 2008, p. 103 -138.

GRAÇAS, E. M. das. PESQUISA QUALITATIVA E A PERSPECTIVA FENOMENOLÓGICA: FUNDAMENTOS QUE NORTEIAM SUA TRAJETÓRIA. Revista Mineira de Enfermagem - Rev. Min. Enf., 4(1/2):28-33, jan./dez., 2000.

LIMA, L. A. N. O Método da Pesquisa Qualitativa do Fenômeno Situado. Uma criação do educador brasileiro Joel Martins, seguida pela Professora Maria Aparecida Vigianni Bicudo. As análises: Idiográfica e Nomotética. Atas do CIAIQ 2016. Investigação Qualitativa em Educação. Link de acesso: http://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2016/article/view/640/629

MORAES, R; GALIAZZI, M. C. **Análise Textual Discursiva**. 2.ed. Ijuí: Editora UNIJUI, 2011.

PIMENTA, S. G. FRANCO, M. A. S. (Org.). **Pesquisa em educação: possibilidades investigativas/formativas da pesquisa-ação**. São Paulo: Loyola, 2008.



SANTOS, E. O. dos. **Educação online:** cibercultura e pesquisa-formação na prática docente. 2005. 351 p. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós Graduação em Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador. 2005.

SANTOS, R. Dos. SANTOS, E. O. dos. Pesquisando nos cotidianos da Cibercultura: uma experiência de pesquisa-formação multirreferencial. Revista da FAEEBA – Educação e Contemporaneidade, Salvador, v. 24, n. 44, p. 69-82, jul./dez. 2015.

SILVA, M. Educar na Cibercultura: Desafios à formação de professores para Docência em cursos O*nline.* Revista Digital de Tecnologias Cognitivas. Número 3. Janeiro – Junho/2010, p. 36 – 51.

SILVA, W. R. da. PESQUISA-FORMAÇÃO EM UMA COMUNIDADE DE INDAGAÇÃO *ONLINE* COM PROFESSORES DE CIÊNCIAS. 2017 p.136. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências) - Programa de Pós Graduação em Educação em Ciências- Química da Vida e Saúde, Universidade Federal do Rio Grande - FURG, Rio Grande. 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PLATAFORMA EDUCATIVA *GUTEN NEWS*: ALGUMAS REFLEXÕES ACERCA DAS LITERACIAS DE MÍDIA E INFORMAÇÃO E USO DA TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TDIC) [1]

Gláucia Silva Bierwagen[2]

Resumo

Neste trabalho pretende-se relatar uma investigação e análise de uso de plataformas educativas pelo público infantojuvenil dentro de uma escola com atividades/situações pedagógicas mediadas pelas tecnologias digitais de comunicação e informação usadas pelos principais agentes educativos – os professsores. Para desenvolver este trabalho realizou-se uma pesquisa bibliográfica que se fundamentou teoricamente nos estudos das literacias de mídias e informação (MIL), da educomunicação, das teorias das representações e a pesquisa de campo na escola municipal da cidade de São Paulo, Amorim Lima, cujos instrumentos de coleta de dados foram a observação direta e análise do uso de uma plataforma educativa especializada em textos jornalísticos chamada *Guten News*[3],

Palavras-chave: literacias de mídia e informação; educomunicação; tecnologias digitais de informação e comunicação.

1. Introdução

Atualmente, nota-se alta relevância em práticas apoiadas em tecnologias digitais de comunicação e informação[4] (TDIC) na educação básica porque estamos imersos em uma

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2Pesquisadora e doutoranda do programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Mestre pela Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. É professora pela prefeitura do município de São Paulo. E-mail: galsilv@usp.br

3 Disponível em: https://www.gutennews.com.br/

4 Inicialmente, para desenvolvermos este artigo consideraremos do ponto de vista tecnológico as tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) como: rádio, a televisão, fotografias, filmes, computadores, aplicativos, internet com sua rede de hiptertextos (RODRIGUES; COLESANTI, 2008), só para citar algumas. Jenkins (2009, p.29) amplia-nos o conceito de TDIC comentando que "a ideia de convergência [não] deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos" mas como: "convergência dos meios de comunicação por meio de cooperação de múltiplos suportes midiáticos, cultura participativa aonde um indivíduo ou corporações podem participar do processo de elaboração da comunicação e inteligência coletiva, ou seja, as habilidades das pessoas são unidas para construção coletiva do saber ou de um produto".

sociedade que encontra-se em constante transformação, tanto em suas relações sociais, culturais, econômicas e está potencialmente conectada em rede, dependente das TDIC.

Neste contexto temos um público infantojuvenil[5] que possui várias experiências midiáticas fora da escola dependentes das TDIC, como por exemplo: bater papo; postar fotografias ou ver as que acham interessantes; realizar novas amizades; jogar sozinhos ou com outras pessoas; expor suas opiniões; produzir conteúdos; reunir informações; compartilhar informações e, por fim aprender[6].

Por outro lado, dentro da escola, as experiências midiáticas podem ser de pouca qualidade, mas ainda assim, a mesma pode exercer um importante papel para a formação de alunos com "ênfase na literacidade crítica das mídas e da informação" (LIVINGSTONE, 2011).

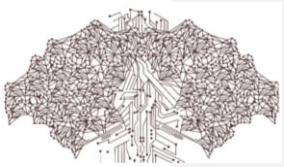
A "literacidade das mídias e da informação"[7] não compreende apenas o uso funcional do computador - usar o teclado, fazer pesquisas na internet, saber localizar e selecionar navegadores, *hyperlinks*, mecanismos de buscas, dentre outros – mas abrange o fato de que as crinças e jovens tenham habilidades em usar e avaliar a informação de forma crítica. Buckingham (2010) chama de letramento midiático "o fazer perguntas sobre as fontes de informação, os interesses dos produtores", as formas como a mídia representa o mundo, a compreensão dos "desenvolvimentos tecnológicos [que] estão relacionados a forças sociais, políticas e econômicas mais amplas." Citelli (2011) comenta que a inserção das TDIC na área de educação ainda tem os professores como grandes agentes mediadores desses dispositivos.

Posto isso, como é possível, dentro da escola e principalmente os educadores, na educação básica, poderem promover práticas apoiadas em tecnologias digitais de comunicação e

5 O público infantojuvenil segundo Vygotstsky encontra-se em processos de formação psicológica, afetiva, mental, social, conceitual, dentre outras, dependente das interações que tem com as pessoas e os meios culturais que os rodeiam utilizando-se para isso de um imporantante signo: a linguagem (VYGOSTSKY, 1993).

6 Mais informações em *Pesquisa sobre uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil.* Disponível em: http://cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-tic-kids-online-brasil-2015/

7 Existe amplo debate sobre o termo para designar "educação para a mídia e informação" e as concepções subjacentes. Alguns autores chamam de "educação midiática", "educação para a mídia", "*media literacy"* e "alfabetização midiática". Os termos para denominar tal educação variam e depedem do contexto sócio-histórico, concepções ideológicas, referencias teóricos em que foram desenvolvidos.



informação, sem que estas sejam simples ferramentas funcionalistas de aplicação do conhecimento discplinar, mas antes contribuir para a formação educandos que tornem-se leitores/usuários/produtores ativos e capazes de identificar processos de construção de sentidos combinados com imagens e palavras em suas interpretações dos textos socialmente utilizados, como por exemplo textos jornalísticos?

2. Objetivo principal e metodologia

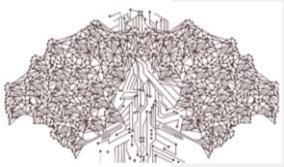
Na tentativa de responder tal complexa questão, sob à perspectiva da interface comunicação e educação, o objetivo deste trabalho foi realizar uma pesquisa bibliográfica que se fundamentou teoricamente nos estudos das literacias de mídias e informação (MIL), da educomunicação, das teorias das representações e a pesquisa de campo na escola municipal da cidade de São Paulo, Amorim Lima, cujos instrumentos de coleta de dados foram a observação direta e análise do uso de uma plataforma educativa especializada em textos jornalísticos chamada *Guten News*[8], que tem como proposta fornecer aos alunos atividades com notícias jornalísticas e jogos, propondo aos mesmos possibilidades de desenvolver uma leitura crítica das notícias.

3. Contribuições das Literacias de Mídia e Informação

O termo "literacia" tem sido empregado como uma tradução literal do inglês *literacy*[9]. Geralmente, associado a outros conceitos como literacias digitais e literacias de mídia e informação. Na área de Comunicação e Educação, esses conceitos tem sido usados para indicar habilidades desenvolvidas pelos sujeitos expostos às mídias, informações e tecnologias. Para Passarelli (2010, p. 73) os letrados digitalmente tem habilidades de "ler, escrever, interagir, comunicar-se por meio da linguagem de multimídia, reconhecendo as práticas sociais e gêneros textuais que envolvem cada elemento dessa interface". Sendo que a literacia informacional, segundo PASSARELLI (2010, P. 74) "engloba tanto o

8 Disponível em: https://www.gutennews.com.br/

9 Na área de Educação, a tradução para o português da palavra inglesa *literacy - the condition of being literate,* está associada a palavra *literate*, que por sua vez, significa "*educated; especially able to read and write*", ou seja educado, especificamente, que tem a habilidade de ler e escrever. O estado ou condição daquele é *literate* (letrado) é aquele que não sabe somente ler e escrever, mas também faz uso competente e frequente da leitura e escrita (SOARES, 2003).



conhecimento dos recursos informacionais e a habilidade de identificá-los, localizá-los, avaliá-los, organizá-los, quanto o poder de recriar problemas."

O documento da Unesco (2013) mostra-nos que os educadores, devem ter uma ampla formação para o letramento midiático e informacional (MIL) para que seja possível realizar processos de ensino que contemplem o estímulo e interpretação de textos midiáticos, além de uma compreensão de que estes não são reflexos exatos da sociedade, mas construções que tem por objetivo direcionar criação de identidades. É apresentado um conjunto de habilidades nas quais os professores deveriam conhecer e se apropriar, sobre mídia e no âmbito informacional. Por exemplo, é apresentado, no que tange ao letramento midiático e informacional[10] , que os professores conheçam e se apropriem de(o/a): as funções das mídias e de outros provedores de informação; operação dessas funções; como a informação apresentada deve ser criticamente avaliada dentro do contexto específico e amplo de sua produção; ética nas mídias e ética na informação, dentre outras (UNESCO, 2013, p.20).

Deste modo, a literacidade de mídia e informação permite que no contexto escolar os sujeitos envolvidos tanto professores como alunos possam conhecer e se apropriar da mídia, bem como identificar e avaliar informações.

4. Contribuições da Educomunicação

A partir de princípios filosóficos da obra de Paulo Freire e obras de diversos autores latinoamericanos – Ismar Soares, Adilson Citelli, Guilhermo Orozco-Gomes, Mario Káplun, Jesus Martín-Barbero, dentre outros - o referencial teórico da educomunicação vislumbra uma concepção de educação que auxilia os indivíduos envolvidos a se tornarem sujeitos protaganonistas em seu processo de ensino e aprendizagem, além de transformadores da própria realidade social.

Para o desenvolvimento do protagonismo dos atores envolvidos existe a forte necessidade de estimular dentro das escolas uma *educação dialógica* que estimule o pensamento crítico (FREIRE, 1987). Segundo Freire (1987)[11], para a substituição do pensamento ingênuo pelo

[10] O documento foi traduzido no Brasil com o termo "alfabetização midiática".

[11]"[...] não há diálogo verdadeiro se não há nos seus sujeitos um pensar verdadeiro. Pensar crítico. Pensar que, não aceitando a dicotomia mundo-homens, reconhece entre eles uma inquebrantável solidariedade[...] Este é um pensar que percebe a realidade como processo, que a capta em constante devenir e não como algo estático[...] opõe-se ao pensar ingênuo, que vê o tempo como um peso[...] Para o pensar ingênuo, o

pensamento crítico seria necessário o diálogo. Dentro desta concepção, cabe aos educadores estimular uma educação baseada no diálogo problematizador para que o aluno seja ativo e participativo em seu processo de ensino e aprendizagem.

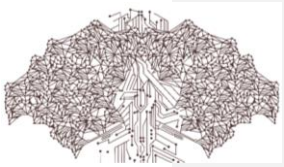
O professor também precisa ser protagonista, ou seja, deve ter condição de dialogar com seus alunos e a comunidade que o mesmo pertence tendo a preocupação de buscar uma ação, um pensamento crítico e não de mero reprodutor. Desta maneira, existe a necessidade de mudar o ambiente do professor e as condições de ensino, para que o mesmo tenha condições de participar na elaboração de novos currículos (que inclua a linguagem do aluno, os saberes presente nas comunidades escolares). A escola não é mais espaço privilegiado de aprendizagem[12]; o professor, a escola e a nossa sociedade devem estar sensíveis à essas mudanças. Nessa perspectiva, os estudos da educomunicação podem contribuir para a realização desta mudança. O professor Ismar Soares[13] explica a educomunicação como um ecossistema comunicativo que permeia um "conjunto de ações que permitem que educadores, comunicadores e que outros agentes promovam e ampliem as relações de comunicação entre as pessoas que compõem a comunidade educativa" (ISMAR, 2011). Isso dá-nos caminhos para que haja diálogo entre professores e a comunidade, respeito ao pensamento do aluno, a reflexão sobre o papel de cada um e a transformação do currículo. Para tanto, o mesmo sugere alguns princípios da educomunicação aplicados na escola, que convergem com a perspectiva acima citada:

> 1º No *âmbito da gestão escolar*, convidando a escola a identificar, e se necessário, rever as práticas comunicativas que caracterizam e norteiam as relações entre direção, os professores e os alunos no ambiente educativo.

importante é a acomodação a este hoje normalizado. Para o crítico, a transformação permanente da realidade, para a permanente humanização dos homens[...] somente o diálogo, que implica um pensar crítico, é capaz também de gerá-lo[...] Sem ele não há comunicação e sem esta não há verdadeira educação[...]" (FREIRE, 1987, p.82)

[12] Entende-se que a escola não é mais local privilegiado e exclusivo de legitimação do saber, pois há uma ampla gama de saberes que circulam por outros canais como a internet, televisão, rádio, por exemplo (MARTÍN-BARBERO, 2006).

[13] Ismar de Oliveira Soares é professor Titular Sênior da Universidade de São Paulo. Coordenou, de 1996 a 2014, o NCE (Núcleo de Comunicação e Educação da ECA-USP). Responsável pela realização dos Encontros Brasileiros de Educomunicação, numa iniciativa do NCE em parceria com a ABPEducom e outras instituições. Autor de 50 artigos sobre Educomunicação. Fonte: <http://www.cca.eca.usp.br/cca/docentes/soares>. Acesso em: 20 dez. 2017.



> 2º No *âmbito disciplinar*, sugerindo que a comunicação, enquanto linguagem, processo e produto cultural (seus sistemas, linguagens e tecnologias), se transforme em conteúdo disciplinar, isto é, em objeto específico do currículo no âmbito da área denominada "Linguagem, Códigos e suas Tecnologias (este é o foco disciplinar dos programas internacionalmente reconhecidos como *media education, media literacy, educación em medios*)
>
> 3º No *âmbito transdiciplinar*, propondo os educandos se apoderem com as linguagens midiáticas, ao fazer uso coletivo e solidário dos recursos da comunicação tanto para aprofundar seus conhecimentos quanto para desenhar estratégias de transformação das condições de vida à sua volta, mediante projetos educomunicativos legitimados por criatividade e coerência epistemológica (SOARES, 2011, p.10)

A educomunicão sugere um amplo e constante diálogo com toda a comunidade educativa para que as práticas educativas sejam reorientadas. No caso das TDIC, propõe que o processo educativo possa ir além do estudo e habilidades funcionais-técnicas das tecnologias digitais de comunicação e informação, ou seja, propõe utilizá-las como meio de transformação da vida social, política, estética, um meio para formação do cidadão conforme a Lei de Diretrizes e Bases também indica-o[14]. A educomunicação contribui para modificar o olhar do professor com relação a inserção das tecnologias digitais de informação em suas práticas escolares, pois a mesma defende que:

> o lugar das tecnologias na escola, ...deve ser aquele voltado para o interesse de uma educação anteriormente definida como emancipadora, capaz de facultar autonomia de pesquisa, e, sobretudo, reconhecimento do sujeito no mundo. (CITELLI, 2011, p.80, grifo da autora)

Deste modo, a educomunicação propõe que todo o ambiente escolar esteja envolvido em um concepção de educação em que as práticas educativas sejam emancipadoras e os princiapais atores – professores, alunos, gestores e comunidade – sejam protagonistas neste processo.

5. Contribuições das Teorias das Representações

[14] No artigo 32 da Lei de Diretrizes e Bases (LDB) encontramos o seguinte texto: "O ensino fundamental [...]terá por objetivo a formação básica do cidadão mediante: [...] II – a compreensão do ambiente natural e social, do sistema político, da tecnologia, das artes e dos valores que se fundamentam a sociedade;" No texto da LDB nota-se que a formação básica de um cidadão compreende vários fatores como: a compreensão do ambiente natural, do sistema político, das artes, da *tecnologia*, dentre outros. Compreendê-los é saber porque existem e como influenciam suas vidas. Compreender e entender o uso das tecnologias se faz como parte integrante da vida do cidadão.

As teorias das representações nasceram de discussões principalmente da Sociologia e da Psicologia Social. Podem ser instrumentos de análise da realidade social bem como compreensão das relações sociais. Primeiramente, o que são representações?

Lefèbvre (1980) mostra-nos que o conceito de representações para os indivíduos pode se tratar de formas de comunicar e formas de reelaborar o mundo. Em sua perspectiva, as representações "vêm de dentro, são contemporâneas da constituição do sujeito, tanto na história de cada indivíduo como na gênesis do indivíduo na escala social" (LEFÈBVRE, 1983, p. 20)[15]. As representações não se tratam propriamente de ideologias, muito menos de conhecimentos sobre o mundo impostos aos indivíduos; também não substituem o mundo vivido, pelo contário, necessita deste.

Para Lefèbvre (1983), o conceito de representação tem uma longa trajetória filosófica. Na obra *La presencia y la ausencia: contribucion a la teoria de las representaciones*, o autor refaz a trajetória histórica e filosófica do conceito em autores como Hegel, Marx, Nietzsche, Heidegger e Kant. Para o autor, as representações são:

> [...] fatos de palavras e de práticas sociais. [..] fenômenos da consciência individual ou social que acompanham uma palavra – ou uma série de palavras – e um objeto – ou uma constelação de objetos – em uma sociedade e em uma língua determinadas (1983, p. 23)[16].

Lefèbvre considera que as representações são fatos de palavras (ou uma série de palavras) e de prática social, caracterizando-se por serem de natureza social, psíquica e política ao mesmo tempo. Ainda, segundo Lefèbvre (1983) o espaço vivido é lugar das ambiguidades das relações sociais, ocupado pelas representações, cujos pequenos mundos se associam com o saber, as lembranças e as próprias ficções. O espaço pode se constituir um meio do homem se dedicar em uma ação transformadora. As representações sociais não são estáticas, mas podem se adaptar a novos contextos.

[15] Tradução livre do texto original: Ahora bién, las representaciones también vienen de dentro, contemporáneas de la constituición del sujeito, tanto em la historia de cada individuo como em la génesis del individuo em a escala social.

[16] Tradução livre do texto original: hechos de palabras y de prácticas sociales. [...] fenómenos de la conciencia individual o social que acompañan una palabra - o una serie de palabras - y un objeto - o una constelación de objetos - en una sociedad y en una lengua determinadas

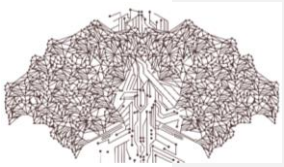
Diante disso, podemos observar que as práticas e os discursos dos professores com relação a TDIC não são estáveis. Como sujeitos individuais e sociais, agem e produzem modos de fazer de falar, reproduzem, rejeitam e transformam realidades. As práticas dos professores podem representar modos diversos, suas representações do que é ser docente, do que é a tecnologia e do que são as práticas com as tecnologias em sala de aula.

6. Conhecendo a Plataforma *Guten News*

A plataforma *Guten News*[17] possui acesso gratuito[18], bastando preencher um cadastro ou utilizar uma conta como a do *Google* já existente para acessá-la. Tem como proposta a realização de atividades de leitura, em especial de gêneros jornalísticos. É possível utilizá-la em versões para computadores e aplicativos de celulares e/ou *tablets* tanto para equipamentos *Apple* como outros por meio de sistemas *androids*. O *Guten News* é atualizado toda semana, com edições e notícias adaptadas sobre política, meio ambiente, economia, dentre outras sobre o Brasil e o mundo.

[17] Plataforma desenvolvida pela startup *Guten* no ano de 2014. Maiores informações disponíveis em: https://gutennews.com.br/.

[18] Existem planos pagos específicos para acompanhamentos dos pais e planos para as escolas com uma plataforma de gestão, relatórios e acompanhamento do aproveitamento dos alunos; além de planos de aulas já prontos para os professores utilizarem.



Na escola Amorim Lima[19], a plataforma é utilizada nas tutorias semanalmente[20] com os 6º e 7º anos. Para os alunos e professores usarem a plataforma, individualmente, são utilizados *tablets* ou *Ipads* com o aplicativo *Guten News*, já instalada por estes mesmos. Até o momento da elaboração deste artigo, algumas atividades, como a que descreveremos sobre "Alerta na Europa" foram realizadas nesta unidade escolar por meio da plataforma *Guten News*. A introdução do *Guten News* teve bastante incentivo de um programa no qual a escola faz parte, chamado "Escolas Conectadas" promovido pela *Fundação Telefônica*[21]. O professor responsável pela tutoria da turma pode acompanhar o desempenho dos seus alunos por meio de relatórios e controle semanais. O aluno também pode ter um *feedback* instantâneo e também se torna responsável pelo seu próprio progresso e aprendizagem. Essa é uma das vantagens que esse tipo de plataforma possibilita ao aluno. O aluno pode escolher seu percurso, embora o mesmo seja elaborado pela equipe responsável. Neste sentido, conforme

[19] A escola municipal Desembargador Amorim Lima, localizada na região oeste do município de São Paulo, sob inspiração do projeto pedagógico da Escola da Ponte e concepções teóricas de Paulo Freire tem como proposta pedagógica privilegiar a formação de um indivíduo autônomo, com posicionamento crítico; conhecedor de si mesmo; conhecedor das características fundamentais do Brasil, bem como valorizador da pluralidade sociocultural brasileira; utilizador das diferentes linguagens (verbal, matemática, gráfica, plástica e corporal) e que saiba utilizar de forma consciente e crítico das fontes de informações e recursos tecnológicos. Para o desenvolvimento do projeto, o currículo escolar é adaptado para a composição de roteiros temáticos de pesquisa, onde a aula expositiva não é um dos recursos fundamentais para o ensino. Durante a elaboração teórica do projeto viu-se a necessidade de transformação: as paredes das salas de aulas foram quebradas e deram lugar aos salões. A escola é composta por três grandes salões. Um deles é destinado às turmas de alfabetização (2º anos), agrupados em grupos de 4 a 5 alunos; um segundo salão as turmas de 3º, 4º e 5º anos (as crianças também estão agrupadas em grupos de 4 a 5 alunos); e um terceiro salão dedicados às turmas de 6º ao 9º anos (agrupados em grupos de 5 alunos). Existe uma sala de alfabetização de primeiro ano. Há outros espaços na escola em que os alunos têm aulas como na Biblioteca, Sala de Ideias, Sala Vazada, Tenda, Átrio, Laboratório de Ciências e Sala de Artes. Além dos horários dedicados aos roteiros de pesquisa, os alunos de todos os anos escolares têm oficinas de Matemática, Inglês, Leitura e Escrita, Artes e Educação Física. Todos os dias os alunos têm rodas de conversas com os educadores durante meia hora. Atende a uma comunidade diversificada de alunos oriundos do bairro e de outras regiões da cidade. A comunidade de pais é muito atuante. Site: <http://amorimlima.org.br/institucional/projeto-politico-pedagogico/> Projeto Político Pedagógico: <https://drive.google.com/drive/folders/0B2THpy-rATR9blU3X2Q3b2xQUTg?tid=0B2THpy-rATR9M3dWNUJPO VdBU2s>. Acesso em 20 dez. 2017.

[20] O aluno é acompanhado mais de perto por um tutor(a) que ao ater-se a um grupo menor de alunos (cerca de 20 alunos), pode orientá-los com olhar mais atento, indicando e corrigindo rumos. Durante esse percurso de formação é o tutor(a) quem realiza a avaliação processual e formativa. Existem encontros semanais com as tutorias.

[21] Maiores informações disponíveis em: http://fundacaotelefonica.org.br/acervo/escolas-conectadas/. Acesso em 22 dez. 2017.

Dewey[22] tinha como proposta, uma educação voltada para as situações cotidianas, a partir das coisas práticas, mais prazerosas e interessantes para as crianças e jovens. Antes do uso da plataforma *Guten News* são realizadas rodas de conversas com os alunos acerca dos temas que eles desenvolverão na plataforma. No momento do uso da plataforma, o professor sugere o tema que foi debatido na roda de conversa, mas ainda assim os alunos podem escolher outros temas, se assim desejarem.

Restringimo-nos a analisar a plataforma em si e alguns usos que os alunos e professores fizeram da mesma por meio de observações, utilizando às contribuições das propostas teóricas das literacias midiáticas e informacionais, à perspectiva educomunicativa, as teorias de representação acerca das práticas apoiadas em TDIC.

Nesta plataforma, antes de ler o texto, as crianças podem jogar e serem introduzidas a um tema ou algum aspecto da linguagem da notícia. Para cada edição, inicialmente, há uma atividade que é elaborada com o objetivo de investigar o que os alunos sabem sobre o assunto nas três primeiras telas – um menu inicial para orientar a navegação e orientação dos alunos ao estudo da temática; a segunda uma questão sobre o assunto, com um bloco de notas aonde o aluno pode anotar o que sabe sobre o tema, nas terceiras e quartas um *quiz* ou um jogo com pistas de informações - como podemos observar a seguir, quando os alunos estudaram acerca de fatores climáticos a Editoria: “Alerta na Europa”.

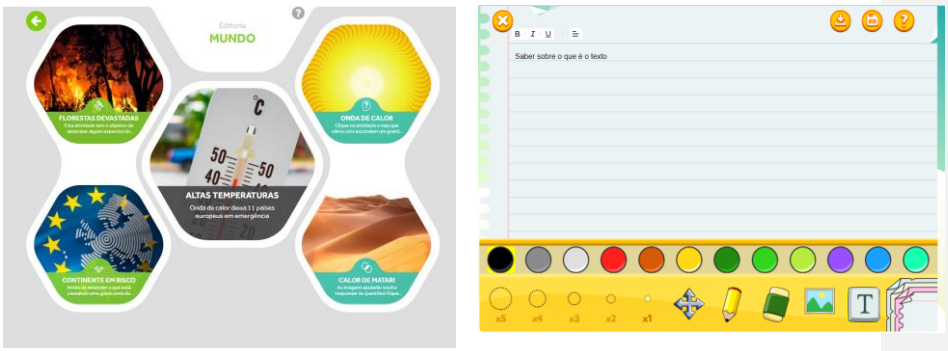


Figura 1 – Telas iniciais sobre a temática “Altas Temperaturas” (Edição nº 114)

[22] WESTBROOK, R. B. John Dewey. Tradução Anísio Teixeira, José Eustáquio Romão, Verone Lane Rodrigues (org.). Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010. Disponível em: < http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me4677.pdf> . Acesso em: 20 dez. 2017.

Fonte: *Guten News* https://gutennews.com.br/webapp/sistema/public/v1/webapp/caderno-atividades.php?edition_id=148&section_id=738

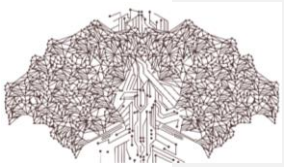


Figura 2 – Telas iniciais sobre a temática "Altas Temperaturas" (Edição nº 114). Fonte: *Guten News* https://gutennews.com.br/webapp/sistema/public/v1/webapp/games/association/tabuleiro.php?activity_id=2336&edition_id=148&section_id=738#

A linguagem utilizada na plataforma busca ser lúdica e orientadora. Conforme, já comentado, os textos são elaborados para aproximar crianças e jovens da linguagem jornalística. Desta forma, busca-se utilizar uma linguagem com alguns elementos jornalísticos: aspas para expressar diferentes opiniões e explicações entre parênteses. Como exemplo, é possível visualizar o texto escrito a partir da temática sobre o clima, "Alerta na Europa" no link a seguir: https://goo.gl/mV11Zh.

7. O uso da Plataforma *Guten News* na escola Amorim Lima: algumas discussões

Ressaltamos que a plataforma não permite que os professores façam modificações, ou mesmo, possam incluir o próprio conteúdo. Já possui os conteúdos elaborados por uma equipe de desenvolvimento. Neste caso, cabe ao professor analisar o conteúdo da plataforma. Podemos considerar que de certa forma, a criança e ou/jovem é levado a ter contato com gênero textual encontrado na sociedade que é o jornalístisco, embora o mesmo seja, adaptado. Mas, seria tão interessante utilizar um texto jornalístico adaptado? Ou o texto real poderia introduzir a criança e ou/jovem a ter contato com textos socialmente produzidos? No caso da produção do texto real, como investigar essa fonte? Neste ponto, o professor pode ser essencial como orientador do educando para que o mesmo possa aceder a esse conhecimento



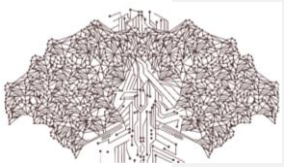
e buscar avaliar de onde vem as informações. Seria bastante importante introduzir o uso de notícias de jornais reais sejam *online* ou em papel combinadas ao uso da plataforma *Guten News.* Além de analisar, compreender e discutir acerca da notícia real, de quais são objetivos, quem a produziu e o porquê, a quem se dirige; os alunos podem verificar que as mesmas circulam em diferentes mídias e que há diferenças na linguagem de cada uma destas.

Segundo Livingstone (2011) a literacidade crítica das mídias e da informação, requer que o usuário tenha capacidades interpretativas diferentes, além de um complexo suporte educacional. Desta forma, o simples uso de uma plataforma educativa, como a plataforma *Guten News* sem intervenção de um professor, sem atividades mediadas por professores não garantem um processo de aprendizagem e literacidade crítica de mídia e informação. O professor também necessita estar amparado por uma estrutura física, político, ideológica, filosófica e pedagógica dentro da escola que o auxiliem neste processo. Percebemos que, no caso, da escola Amorim Lima, a simples introdução da plataforma educativa sem a presença dos educadores, não representou um trabalho significativo entre as crianças e jovens; os mesmos se desinteressaram rapidamente pelo uso. Quando houve a intervenção dos educadores, com sugestões, conversas e problematizações observou-se mais interesse das crianças e dos jovens no uso da plataforma educativa *Guten News*.

Os princípios da educomunicação sugerem que os atores – professores, alunos, gestores, comunidade – enfim, todos envolvidos na escola em um ecossistema comunicativo possam participar nas decisões da escola e, portanto isso possibilita, por exemplo discutirem o porquê de usarem determinados recursos tecnológicos e o porquê usarem determinada plataforma educativa. Neste sentido, a plataforma e o uso da plataforma *Guten News* foi proposto aos professores nas reuniões pedagógicas e os professores que desejassem utilizar em seus planos de trabalho, assim puderam fazê-lo. Mas, não houve uma discussão mais ampla durante a elaboração do projeto pedagógico, por exemplo, de quais seriam as concepções pedagógicas que nortearam o uso de determinados recursos tecnológicos, sejam eles plataformas educativas, *sites*, pesquisas na internet, jogos, dentre outros.

Os estudos da educomunicação contribuem para tornar o olhar do professor atento com relação a inserção das tecnologias digitais de informação em suas práticas escolares, pois a mesma defende que:

> o lugar das tecnologias na escola, ...deve[m] ser aquele[s] voltado[s] para o interesse de uma educação anteriormente definida como emancipadora, capaz



> de facultar autonomia de pesquisa, e, sobretudo, reconhecimento do sujeito no mundo. (CITELLI, 2011, p.80, grifo nosso)

Com isso não estamos querendo dizer que os professores não devam utilizar TDIC, como plataformas educativas já elaboradas. Muito menos, não incentivar seus alunos a usarem, até mesmo porque nos atuais tempos tornou-se impossível não usá-las e, muito menos não aceitá-las como elemento de mudanças nas práticas escolares. Mas, antes é importante compreender qual é o principal compromisso como professores com relação às determinadas TDIC. OROZCO-GÓMEZ (1998) percebe que a inserção de tecnologias digitais de informação e comunicação nas escolas depende de mudanças políticas, econômicas, paradigmas educacionais, práticas metodológicas e filosóficas. Para ele:

> não adianta a tecnologia reforçar o processo educativo tradicional. Isso não contribui. É preciso pensar na educação em primeiro lugar. Repensar a educação e repensá-la a partir das contribuições dos próprios educandos e, a partir daí pensar um novo desenho do processo educativo, ver o replanejamento desse processo e verificar para que pode servir a tecnologia. (OROZCO-GÓMEZ, 1998, p. 81)

Neste sentido, é importante "pensar o processo educativo", saber quais são as concepções dos próprios alunos sobre o ensino-aprendizagem, repensar projetos, repensar planejamentos, repensar infra-estrutura, e a partir disso verificarmos quais são as tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) que deverão ser usadas em nossas práticas escolares. A mera inserção das TDIC nas práticas escolares sem esse processo de reflexão, investigação e mudanças no processo educativo, poderá trazer consequências inesperadas, como por exemplo: reforço ou (não mudança) de práticas tradicionais com o uso de TDIC, abandono do uso das TDIC e falsas crenças com relação às TDIC.

As teorias das representações mostraram que as práticas e os discursos dos professores com relação a TDIC não são estáveis. Podem demonstrar as representações do que é ser docente e de quais são as práticas que os mesmos tem com relação ao uso das tecnologias em sala de aula. Notou-se que as representações que alguns professores tinham é a de que: os alunos, crianças ou adolescentes, são usuários extremamente habilidosos; sabem utilizar *tablets*, aplicativos ou plataformas educativas sem a orientação de alguém, seja algum colega ou o próprio professor. Desta maneira, não realizaram orientações iniciais sobre quais seriam os procedimentos de uso da plataforma educativa *Guten News.* Simplesmente, entregaram os equipamentos aos alunos para uso, após a roda de conversa. Os alunos estão em estágios diferentes de aprendizagem, mesmo com relação ao uso das tecnologias. Alguns tem mais

facilidade, outros nem tanto. Alguns tem acesso em seus lares, outros não. É importante que o professor não desconsidere isso.

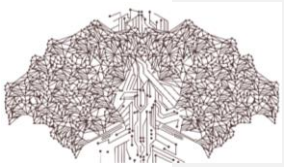
8. Conclusões

Dentro de um laborioso processo educomunicativo, unificado por uma escola com mudanças de paradigmas, filosóficas, práticas em sala de aula, políticas e econômicas, as literacias de mídia e informação contribuem para que o usuário tenha capacidades interpretativas diferentes: ler, escrever, interagir, comunicar-se por meio da linguagem de multimídia; identificar, localizar, avaliar e organizar as informações. Torna-se imperioso que os professores tenham consciência da representação do seu papel como orientadores e interventores em todas as fases do processo educativo. Não queremos dizer que os alunos, não sejam protogonistas em seu processo de ensino-aprendizagem, mas os professores tem papel relevante em orientar, problematizar e dialogar neste procesos. Dentro de todo esse encadeamento, as tecnologias digitais de informação e comunicação (plataformas educativas, como a *Guten News*, por exemplo) podem contribuir ou não para que o processo de ensino-aprendizagem.

Desta maneira, dentro da escola e principalmente os educadores, na educação básica, podem promover práticas apoiadas em tecnologias digitais de comunicação e informação, sem que estas sejam simples ferramentas funcionalistas de aplicação do conhecimento discplinar. Podem contribuir para a formação educandos que tornem-se leitores/usuários/produtores ativos e capazes de identificar processos de construção de sentidos combinados com imagens e palavras em suas interpretações dos textos socialmente utilizados, como por exemplo os textos jornalísticos. Essa contribuição é bastante dependente de quais são as premissas teóricas, paradigmas da educação, políticas de educação que introduzem as TDIC no interior da escola. Neste sentido, o papel dos mesmos é extremamente significativo na compreensão das políticas, concepções teóricas, ideologias e metodologias que determinam o uso de TDIC.

Referências bibliográficas

BUCKINGHAM, D. Cultura Digital, Educação Midiática e o Lugar da Escolarização. **Educação Realidade**, Porto Alegre, v. 35, n. 3, p. 37-58, set./dez., 2010. Disponível em: http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/13077/10270, (útimo acesso em 10/11/2017).



CITELLI, A. O; COSTA, M. C. C. (orgs). **Educomunicação:** construindo uma nova área do conhecimento. São Paulo : Paulinas, 2011.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido.** Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1986.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia:** saberes necessários à prática educativa. São **Paulo** : Paz e Terra, 1998.

JENKINS, H. **Cultura da convergência:** : a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação / Henry Jenkins ; tradução Susana Alexandria. – 2a ed. – São Paulo : Aleph, 2009.

LIVINGSTONE, S. Internet Literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. In. **Revista Matrizes.** Ano 4. Ano. 2 – São Paulo: ECA/USP/: 2011. p 11-42.

LEFÈBVRE, H. **La presencia y la ausencia.** Fondo de Cultura Económica. México, 1983

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 1997.

PASSARELLI, B. **Atores em rede:** olhares luso-brasileiros. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

RODRIGUES, G. S. S. C.; COLESANTI, M. T. M. Educação ambiental e as novas tecnologias de informação e comunicação. **Sociedade e Natureza,** Uberlândia, v. 20, p. 51-66, jun. 2008.

SOARES, I. O. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação. São Paulo: Paulinas, 2011.

VYGOTSKY, L. S. **Formação social da mente:** os processos psicológicos superiores**.** São Paulo: Martins Fontes, 1987.

VYGOTSKY, L. S. **Pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

WESTBROOK, R. B. **John Dewey.** Tradução Anísio Teixeira, José Eustáquio Romão, Verone Lane Rodrigues (org.). Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010. Disponível em: < http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me4677.pdf> . Acesso em: 20 dez. 2017.

WILSON, C. **Alfabetização midiática e informacional:** currículo para formação de professores /Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong e Chi-Kim Cheung. – Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.

PLURALIDADE CULTURAL E AS DIMENSÕES DE ENSINO-APRENDIZAGEM COM O USO DO SOFTWARE MYWEBFACE NO ENSINO FUNDAMENTAL[1]

Josivania Maria Alves de Freitas-UFPE[2] ; Ana Beatriz Gomes Carvalho-UFPE[3]

Resumo:

O estudo apresenta um relato de experiência vivenciado no projeto didático sobre pluralidade cultural e as dimensões de ensino-aprendizagem com uso do *software Mywebface*, em aulas-atividade desenvolvidas em quatro turmas de uma escola pública municipal da cidade do Recife-PE. A metodologia aplicada possibilitou a vivência nas dimensões de aprendizagem presencial e virtual sendo vinculada aos conteúdos por área, com articulação entre as disciplinas e os temas transversais, abordando questões sociais com ênfase na pluralidade cultural. As dimensões teórico-práticas que alicerçaram o processo de aprendizagem discente foi além do domínio de um determinado conteúdo, de conhecer a tecnologia e saber utilizar seus princípios. O objetivo do projeto didático foi propor a afirmação da diversidade como traço fundamental na construção de uma identidade, fazendo-se um recorte na dimensão didático-pedagógica. A coleta dos dados foi realizada através dos registros das aulas-atividade propostas aos alunos para o uso do s*oftware Mywebface* e das entrevistas mensais realizadas nas sessões de intervenções pedagógicas com os pais e responsáveis. A análise dos dados possibilitou confirmar que a proposta de uso do s*oftware Mywebface* contribuiu para explicar a diversidade cultural e étnica no contexto que o compõe, compreendendo suas relações e apontando as transformações necessárias no que tange aos aspectos da identidade pessoal como traço fundamental da coexistência cultural ao longo das suas histórias. O resultado do estudo indicou que abordar a diversidade cultural, reconhecendo-a ao identificar as discriminações nos mecanismos de exclusão, nos levou a compreender que, mesmo sendo um encaminhamento importante na dimensão do processo de ensino-aprendizagem, ainda é insuficiente para caminhar na direção de uma sociedade mais democrática e aberta às transformações necessárias.

Palavras-chave: pluralidade cultural; estilos de aprender; tecnologias na educação; *mywebface.*

1.Introdução

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 19: Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora é professora da Pós-Graduação de Instituição Privada de Ensino Superior. É Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica –PPGEDUMATEC- UFPE. E- mail: josifreitas.eadufpe@gmail.com

[3] Pesquisadora é professora de Instituição Pública de Ensino Superior. É doutora em Educação (UFPB) e professora do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica- PPGEDUMATEC-UFPE. E-mail: anabeatrizgpc@gmail.com

Durante anos a escola omitiu e desvalorizou a presença afirmativa do negro e do índio na história do Brasil, à medida que ocultaram/ocultam de nossas memórias, criando e alicerçando territórios de exclusão. Assim, um louvável avanço que deve ser considerado foi o reconhecimento da diversidade na escola e para a efetivação da luta da população negra na lei 10.639/03 que altera os artigos 26 e 79 da lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional 9.394/96, colocando como obrigatório o ensino de História e Cultura Africana e Afro-Brasileira, bem como a luta dos negros no Brasil e a sua contribuição social, política e econômica na história nacional. Avançando nesta perspectiva em 2008 com a aprovação de lei 11.645/08, que torna obrigatório o ensino de história e cultura dos povos indígenas em toda a educação básica.

A discussão teórico-pedagógica na contemporaneidade reconhece a escola como espaço-tempo de luta pela significação da diferença e do contexto cultural, considerando que a instituição escolar deve acolher diversidades de possibilidades de leituras sobre ser e estar no mundo. Nesse sentido o currículo escolar participa do processo de construção de identidades possibilitando a produzir, entre outras dimensões de aprendizagem e fortalecimento, a identidade étnico-racial dos envolvidos no processo de ensino e aprendizagem.

A proposta pedagógica de criação de avatares através do *Software Mywebface*[4] foi vinculada ao tema transversal *"Pluralidade Cultural"*[5] e os contextos das relações familiares, em conjunto com a abordagem reflexiva sobre questões étnico-raciais, consubstanciadas pela lei 10.639/03, transcrita no currículo escolar como ferramenta pedagógica a contribuir para o ensino.

A proposta, fundamentada nos Parâmetros Curriculares Nacionais, utilizou o aplicativo como artefato para viabilizar a reflexão sobre as questões relacionadas com poder e identidade.

> A nova realidade social, consequente da industrialização e da urbanização crescentes, da enorme ampliação da utilização da escrita, da expansão dos meios de comunicação eletrônicos e da incorporação de contingentes cada vez maiores de alunos pela escola regular colocou novas demandas e necessidades, tornando anacrônicos os métodos e conteúdos tradicionais (PCN, 3º e 4º ciclos, 1998, p.17).

[4]Programa gratuito de criação/representação de desenho animado do seu próprio rosto. O programa permite chegar o mais próximo possível de suas características físicas.

[5]De acordo com o PCN, é aprender a conhecer e a respeitar as diferentes etnias (raças) da sociedade brasileira, conhecer e aprender a respeitar as diferenças regionais brasileiras, combatendo o preconceito, discriminação, exclusão social, incentivando a tolerância, o respeito, a solidariedade para um convívio harmonioso.

Nesse cenário de aprendizagem e transformações construídas numa teia de relações do *ciberespaço*[6], por meio da socialização de percursos de aprendizagem, envolveu a diversidade de ritmos de aprendizagem e a necessidade da escola se adaptar a esses cenários exigindo que a atuação do professor enquanto docente-pesquisador considere que suas práticas registram vínculos indissociáveis com a transformação humana.

> [...] desde a sala de aula presencial até a sala de aula virtual temos que questionar se as estratégias utilizadas de fato possibilitam o diálogo, a formação de competências e a formação humana, ou apenas legitimam o ritual pedagógico (CORRÊA, 2014, p. 47).

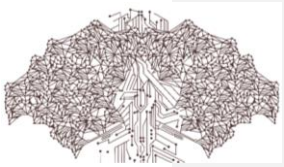
No contexto do município do Recife-PE, no âmbito da Secretaria de Educação algumas iniciativas vêm contribuindo no sentido de garantir o cumprimento destas leis. Para nortear o processo de ensino-aprendizagem, o MEC através da Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (SECAD) disponibilizou alguns documentos importantes, livros e publicações no site oficial visando responder, na área educacional, a demanda regulamentando políticas de ações afirmativas. Assim, em 2006, através da portaria 489, foi criado o Grupo de Trabalho das Relações Étnico Raciais (GTERÊ).

> A criação deste grupo foi impulsionada pela proposição do Orçamento Participativo Temático- Negras e Negras, em 2004: de que maneira a Escola vem incorporando História e cultura dos povos africanos, indígenas e dos afro-brasileiros no currículo e na política educacional como um todo? (Política de ensino, 2014, p.58).

Nesse sentindo, o currículo é uma seleção da cultura, assim como a cultura se constitui como um espaço em que vários significados são produzidos, cabe compreender o currículo com uma prática de significados que, dialogando em meio às relações de conflitos e de poder, tem desempenhado um importante papel na produção da identidade e da diferença frente à articulação das propostas pedagógicas que promovam transformações significativas a partir do diálogo.

Para fins explicativos do estudo realizado, o artigo foi organizado em duas seções. Na primeira apresentaremos discussões teóricas dialógicas e a segunda o acervo metodológico do projeto didático. Na seção teórica dimensionamos algumas reflexões sobre a Pluralidade Cultural e seus princípios sobre situações e causas do preconceito contra a comunidade escolar de maioria

[6]Segundo Lévy(1999), em seu livro Cibercultura, ciberespaço é um " novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga".



negra, cujas diretrizes tratam da política curricular buscando combater o racismo e o preconceito que atinge particularmente as comunidades periféricas escolares.

Em seguida delineamos a relação dos estilos de aprender mediados pelas tecnologias digitais na educação considerando o uso do software Mywebface em torno da temática do preconceito na comunidade escolar; tendo em vista as temáticas aplicadas a partir do estudo das etnias e suas relações na dimensão tecnológica digital, a qual permite entre diversos estilos de aprendizagem no virtual, novos debates através de narrativas compartilhadas.

Na segunda seção delineamos a ação metodológica realizada a partir do uso do Software *Mywebface*, o qual permitiu desenvolver análises através de narrativas em torno da temática do racismo e suas discriminações em redes sociais e escolares que, ao longo dos anos, vem atingindo a população negra em que os sujeitos analisados estão culturalmente imersos.

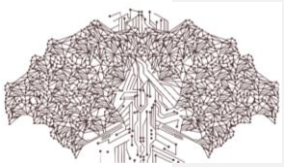
Nesta perspectiva, apresentaremos o resultado do conhecimento produzido visando a formação de atitudes, posturas e valores que (re) eduquem cidadãos a serem orgulhosos de seu pertencimento étnico-racial e que possam ser capazes de interagir, em busca da construção de uma sociedade em que todos igualmente, tenham seus direitos garantidos e sua identidade valorizada e respeitada.

Assim, iniciamos nosso percurso teórico a seguir abordando a Pluralidade Cultural, seus princípios legais e causas do preconceito na comunidade/ população escolar de maioria negro (a).

2. Pluralidade Cultural

Com intuito de potencializar a ação pedagógica substanciada no Parecer 03/2004- Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana- que regulamenta a implantação da Lei 10.639/03, elaboramos o projeto didático Pluralidade Cultural visando atender a demanda das políticas de ações afirmativas na prática escolar junto à comunidade/familiares.

> Pedagogias de combate ao racismo e a discriminações elaboradas com o objetivo de educação étnico-raciais positivas têm como objetivo fortalecer entre os negros e despertar entre os brancos a consciência negra. Entre os negros, poderão oferecer conhecimentos e segurança par orgulharem-se de sua origem africana; para os brancos, poderão permitir que identifiquem as influências, a contribuição a participação e a importância da história e da cultura dos negros no seu jeito de ser, viver, se relacionar com outras pessoas, notadamente as negras (BRASIL, 2004, p.6).



O documento não tem como ponto de partida a diversidade étnica dos povos indígenas, mas é possível adaptar de forma compreensível que os princípios e conceitos apresentados podem ser estendidos para estes, assim como para outras etnias. Para tal é necessário que a escola tenha a flexibilidade e o entendimento que na escola existe discriminação, racismo e que, em sua maioria, os envolvidos não se reconhecem em suas relações étnico-raciais no cotidiano escolar; sendo necessária a identificação de como eles se manifestam em sua dimensão e contexto de aprendizagem.

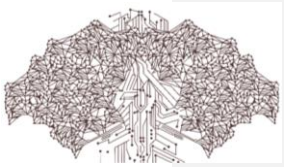
As comunidades periféricas escolares participam, na contemporaneidade, de um grupo simbólico que luta contra a discriminação e preconceito com uma minoria mobilizadora que busca reparações e reconhecimentos após contato escolar, e uma maioria que sobrevive de turbulências e conflitos por buscar inserção em grupos aos quais não são pertencentes e não tem reconhecimento, respeito, nem aceitação étnico-raciais da própria comunidade escolar e em seu entorno. Neste contexto, "a minoria vive desse eterno recomeço" (SODRÉ, 2013, p.13).

> (...) preconceitos persistem em um dado momento em uma cultura. Basta que seja uma sociedade que acredite em certos tipos de estereótipos depreciativos ou veja como normal o trato diferenciado a determinado grupos étnicos, regionais, ou, ainda, a mulheres ou a praticantes de uma religião (JABLONSKI, 2010, p. 158)

O ato preconceituoso ou o preconceito na concepção da palavra é uma doença social categorizada na esfera do cotidiano através de atitudes e comportamentos negativos que são direcionados impiedosamente a determinados grupos e indivíduos. Todos baseados em um julgamento pré-concebido que se converte na existência do racismo e da discriminação.

Embora saibamos que o preconceito não tem seu nascedouro na vida escolar, também concordamos que nela o racismo assume suas próprias características que interferem diretamente na permanência e no rendimento escolar negativo dos discentes negros (as) e de outras etnias como as indígenas. Conforme Bernardo Jablonski, o preconceito "tão velho quanto a humanidade, e, por isso de difícil erradicação" (JABLONSKI, 2010, p.135), abrangeria neste contexto os termos racismo, sexismo ou segregacionismo.

> No Brasil, os negros, ainda, dispõem de péssimas condições educacionais em todos os níveis de ensino. Uma parte considerável confronta com uma escola que, apesar de ter realizado algumas mudanças, a exclusão e a desigualdade são marcas históricas, que afastam as possibilidades iguais para todos. A prática pedagógica oficial é contrária à formação da auto-estima de crianças, jovens e adultos negros, na perspectiva de silenciá-los enquanto cidadãos. Sejam



> escolas públicas ou particulares, estejam no centro ou na periferia, nas zonas urbanas ou rurais. Essa violência praticada dentro da escola traz consequências nem sempre visíveis de imediato, tanto para garantia dos direitos fundamentais da pessoa humana, quanto para o cidadão negro em formação (AQUINO, 2003, p.5).

O desenvolvimento de projetos didáticos que vise uma ação pedagógica de fortalecimento ao reconhecimento da diferença é uma questão não apenas curricular por estar entrelaçado ao processo de ensino-aprendizagem de uma determinada rede de ensino, mas eminentemente pedagógica para sua efetivação. Na concepção do autor Tomaz Tadeu Silva isto ocorre pelo seguinte contexto.

> [...] não apenas porque as crianças e os jovens, em uma sociedade atravessada pela diferença, forçosamente interagem como o outro no próprio espaço da escola, mas também porque a questão do outro e da diferença não pode deixar de ser matéria de preocupação pedagógica e curricular (SILVA, 2000, p. 97).

Nesse sentido, é possível compreender que a ideia de estabelecer processos dialógicos na prática pedagógica não está alicerçada em uma receita ou fórmula e não é uma questão de consenso, pois está configurada na luta e na resistência e envolve as relações de poder.

Na seção a seguir apresentaremos os estilos de aprender mediados pelas tecnologias digitais na educação, com o uso do software Mywebface.

2.1 Estilos de Aprender mediados pelas Tecnologias na Educação

Mediar o processo de ensino-aprendizagem considerando estilos de aprender em contextos tecnológicos, não se resume apenas a operacionalizar serviços interessantes da rede, identificar comportamentos e posturas on-line, mas exige repensar as práticas e estruturas curriculares em sintonia com os avanços tecnológicos e contextuais no campo educacional.

> O tipo de aprendizagem que a influência da tecnologia potencializa nos contextos atuais passa, necessariamente, por dois aspectos: primeiramente, o relativo à flexibilidade e à diversidade e, em seguida, o relativo aos formatos. A aprendizagem do indivíduo sobre os temas e assuntos do mundo deve ser realizada de maneira flexível, com diversidade de opções de línguas, ideologias e reflexões (BARROS, 2009, p.59).

Estamos inseridos na era das mídias digitais, onde cada um pode acessar um volume infinito de diferentes informações na forma que quiser e no horário que achar mais

conveniente; levando-nos a constatar o quanto as tecnologias potencializam as nossas capacidades.

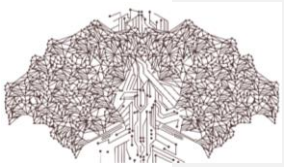
Nesse sentido, percebemos que a informação em rede permanece sendo um dos principais elementos da comunicação virtual, embora, compreendemos que não é o elemento central para a aprendizagem. Pensamos que, o que caracteriza o elemento central no virtual, para a concepção da aprendizagem, é a forma de processar a informação.

Assim, pensar na forma de processamento da informação é refletir sobre os estímulos que ocorrem no espaço virtual e que são responsáveis diretos por incentivar formas diferentes e automáticas de registros e esquemas mentais, dentre eles: agilidade na visualização; leitura e interpretação de textos; capacidade indescritível de se posicionar e atribuir atenção a uma variedade de opções ao mesmo tempo; percepção aguçada em selecionar uma informação; uso de imagem como referencial; e a visualização do texto enquanto imagem – o que caracteriza a linguagem como elemento primordial para o processo da informação (BARROS, 2009, p. 61).

Embasada na concepção das competências identificadas on-line, Barros (2009, p. 66-67) conseguiu traçar um perfil de usuário do virtual e categorizar a existência de quatro (4) características de uso do espaço virtual: estilo de uso participativo no espaço virtual; estilo de uso busca e pesquisa no espaço virtual; estilo de estruturação e planejamento no espaço virtual; e estilo de ação concreta e produção no espaço virtual.

Para melhor compreensão, detalhamos como estão caracterizados os estilos de aprendizagem no virtual, a saber:

> No estilo de uso participativo no espaço virtual, o indivíduo necessita de diversos estímulos online e é preciso considerar o processo metodológico com prioridades de procedimentos para as diversidades de materiais disponíveis, o que envolve grupos de discussão online e fóruns temáticos, tendo em vista que a participação é a base do estilo.
> No estilo de uso busca e pesquisa no espaço virtual, o indivíduo sente a necessidade de buscar variedades de informações, assim como de realizar pesquisa online. Sendo a busca e pesquisa responsável por conteúdos, desenvolve-se no sujeito que tem esse estilo um perfil colaborativo no espaço virtual. No estilo de estruturação e planejamento no espaço virtual, o indivíduo prioriza os aplicativos visando à elaboração de atividade e desenvolvimento de conteúdos em redes; assim, planeja, estrutura e organiza participações online, além de



> contribuir para o processo de aprendizagem que envolve a interação e a colaboração no espaço virtual. No estilo de ação concreta e produção no espaço virtual, o usuário intensifica sua perspectiva na produção online, considerando que vivencia, no espaço virtual, ações para confirmação de resultados do aprendizado (FREITAS, 2013, p.54-56).

Considerando os aparatos tecnológicos que são contemplados com a evolução das tecnologias digitais a partir do destaque que as ferramentas, softwares e aplicativos que a web possui e disponibiliza, percebemos formas de aprender com as possibilidades desses aparatos tanto no que se refere aos campos educacionais virtuais e presenciais como no que tange à sociedade em geral.

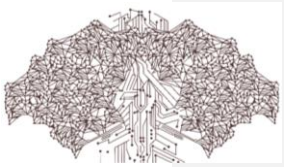
Tendo em vista a dimensão pedagógica apresentada, na segunda seção descreveremos a ação metodológica realizada no projeto pluralidade cultural a partir do uso do Software *Mywebface*, o qual permitiu desenvolver análises diversas através de narrativas entre os discentes e colaboradores familiares, em torno da temática do racismo e suas discriminações em redes sociais e escolares por meio da pesquisa-ação.

3. Metodologia: Software *Mywebface* na dimensão prática

A abordagem metodológica do estudo das etnias apresentado foi pautada na interação e socialização do projeto didático vivenciado entre os alunos e grupos de colaboradores familiares, numa Escola pública da cidade do Recife, localizada na comunidade do Pina em Pernambuco.

O projeto didático teve como método o uso do *Software Mywebface*, visando à afirmação da diversidade cultural e étnica como traço fundamental na construção de uma identidade; configurada na dimensão teórico-prática do processo de construção e organização da aprendizagem, articulados numa perspectiva interdisciplinar e respaldados nos contextos da dimensão social, fazendo-se um recorte didático-pedagógica qualitativa por meio da pesquisa-ação realizada a partir da trajetória dos seguintes temas: ocupação e conquista, escravização, imigração e migração.

De acordo com Thiollent, a pesquisa-ação implica numa percepção de ação, que "requer, no mínimo, a definição de vários elementos: um agente (ou ator), um objeto sobre o qual se aplica a ação, um evento ou ato, um objetivo, um ou vários meios, um campo ou domínio delimitado" (THIOLLENT, 1997, p.36). Ainda na concepção do autor, ele considera a existência de quatro fases na pesquisa-ação:



> a fase exploratória (diagnóstico para identificar um problema); a fase principal (planejamento da ação, considerando as ações como alternativas para resolver o problema); a fase de ação (execução das ações, com seleção de um roteiro de ações); a fase de avaliação (avaliação das consequências da ação) (THIOLLENT,1997,p.44).

Assim, o processo da pesquisa consiste na compreensão da ação por meio dos atores que participam em conjunto com os (as) pesquisadores (as), visando elucidar a realidade os quais estão inseridos (as). Nesse sentindo configuramos a proposta do projeto em construir avatares considerando os estilos de aprendizagem no virtual com o uso do Software *Mywebface.*

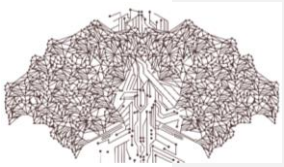
> [...] seja fácil desenvolver projetos específicos relativos ao uso das tecnologias de informação e comunicação, o difícil, no entanto, é inovar as práticas educativas cotidianas. Para isso, precisamos enfrentar os dilemas presentes na prática pedagógica, romper com a lógica transmissiva e unidirecional e investir na constituição das redes colaborativas de aprendizagem (CORRÊA, 2014, p. 49).

As tecnologias digitais perpassam as diversidades de aprendizagem, pois são caracterizadas como uma nova forma de materialização que ao longo da história sofreu modificações significativas. Migraram da era de produção e difusão de "suportes atômicos" (madeira, pedra, papiro, papel, corpo) para a circulação de "bits"-códigos digitais universais (SANTOS, 2010, p.33).

3.1 Produção e socialização dos Avatares

No primeiro momento do processo de construção e produção do conhecimento inserimos os pais/responsáveis no processo de ensino-aprendizagem, considerando toda a dimensão e contexto analisado previamente numa sondagem pedagógica que realizamos sobre reconhecimento étnico-racial em reuniões pedagógicas de pais e mestres durante seis meses anteriores (abril/2014 a outubro/2014) ao estudo realizado.

Para configurar o processo de aprendizagem entre os pares partimos da confirmação que cada grupo familiar possui sua forma de buscar o conhecimento e o seu próprio ritmo para aprender. Assim, disponibilizamos uma agenda com dias marcados para cada grupo familiar escolher e realizar a atividade solicitada de forma mais flexível. Os ambientes proporcionados para a realização da atividade foi a quadra poliesportiva e a biblioteca escolar, ficando a critério



do grupo escolar e familiar optar pelo ambiente que proporcionasse melhor estadia e conforto aos grupos estudados, despertando assim a ideia de autonomia entre eles.

O trabalho solicitado foi construído no grupo familiar que voluntariamente tinha disponibilidade de estar presente na escola quando da escolha para participação conjunta, entre os demais envolvidos no processo de aprendizagem. A atividade correspondia à construção de avatares que apresentasse a identidade virtual dos(as) alunos(as) envolvidos(as) no processo, através do uso do software *Mywebface.*

Na sequência, os(as) alunos(as) escreveram seus textos tendo como ponto de partida a imagem do Avatar e as perguntas da entrevista construída pelo(a) aluno(a) a qual foi realizada com um responsável familiar. Após o término da atividade nos grupos voltavam à sala de aula para explicar junto ao entrevistado/colaborador familiar, suas respectivas respostas, conforme apontaremos os diálogos construídos a partir de situações didáticas vivenciadas para produção textual durante o processo.

Considerando a residência digital dos(as) alunos(as) e suas buscas na rede Youtube, decidimos apresentá-los o Filme épico de ação e aventura "AVATAR", lançado em 2013, por James Cameron, diretor do Filme: "Titanic", o que nos levou a um mundo espetacular e mais além da nossa imaginação. Promovemos diálogos de diversas formas e formatos em lugares diferenciados na escola, assim como decidimos por interpretar trechos que consideramos interessantes do filme para configurar uma atividade de produção e interpretação textual. Na transposição da atividade presencial experimentamos a vivência na rede "Facebook" e chegamos a conclusão que, a partir deste filme o uso de AVATARES tornou-se mais frequente em redes sociais digitais.

Partindo do contexto virtual dos(as) alunos(as) inseridos no processo de construção e produção da aprendizagem, elaboramos situações interdisciplinares de ensino e aprendizagem. Partimos para o contexto das redes e solicitamos uma pesquisa virtual, entre os pares, em sala de aula, e os resultados começaram a fortalecer a partir da busca de informação sobre a origem dos Avatares, conforme texto coletivo produzido pelas turmas participantes após coleta em redes.

> "Na linguagem informatizada, AVATAR é um cibercorpo inteiramente digital, uma figura gráfica e de complexidade variada, que empresta sua vida simulada (inventada) para o transporte identificatório de cibernautas, para dentro dos mundos paralelos (diversos) do ciberespaço ("mundo ou vida virtual"). O termo AVATAR é de origem sânscrita avatāra. Esse conceito vem do Hinduísmo desde 1986, e significa "descida de uma divindade do paraíso (Terra)". Por esse motivo a aparência terrena é de um "ser celestial", conforme podemos

> conferir no jogo de Video *Game Habitat* [7]para representar corpos virtuais. O cibernauta pode incorporar uma ou mais dessas máscaras digitais para representá-lo em ambientes bidimensionais ou tridimensionais, podendo encontrar outros avatares e comunicar-se com eles, além de teleportá-lo de sala a sala, controlar sua posição no quadro, fazê-lo dizer coisas e até mesmo produzir efeitos de som e gestos animados pré-programado"(Descrição textual pelos discentes do 4º e 5º anos, 2014).

Assim, compreendemos que neste nível de imersão, o aluno produz múltiplas ideias sobre a sua identidade, uma verdadeira hesitação entre presença e ausência, estar e não estar, ser e não ser, certeza e fingimento, sonho e realidade.

No encontro seguinte dinamizamos a construção da aprendizagem contemplando as disciplinas de Arte, Língua Portuguesa, História e Geografia, a partir da descrição do AVATAR da professora.

Figura 1- Identidade étnico-racial docente



Fonte: print de tela do blog da autora, 2015.

[7] Consulte: https://en.wikipedia.org/wiki/Habitat_(video_game)

Os alunos realizaram a descrição de como se veem na dimensão presencial e virtual de suas vidas. As temáticas específicas correspondentes aos conteúdos das disciplinas foram discutidas no GV(Grupo Verbal)- Grupo escolhido para concordar e/ou discordar do GO(Grupo Observador) apontando suas inferências nas produções descritivas, relações e respostas aos conteúdos interdisciplinares, assim como nos desenhos dos AVATARES produzidos para representar a identidade dos envolvidos. Coube ao autor (a), ao final da discussão coletiva, decidir pelo AVATAR que descreveu ou mudá-lo.

Figura 2- Identidades étnico-raciais discentes



Fonte: Print de tela da produção de Avatares, pesquisa 2015.

3.2 Resultados

Nas quatro (4) turmas as quais desenvolvemos aulas-atividade durante 1 ano e 8 meses (Abril/2014 à Dez/2015), percebemos toda uma dimensão de estilos de aprendizagem no virtual e presencial que instigou o processo de ensino e aprendizagem e, portanto, necessitou de diversas observações e análises estratégicas que suscitaram em intervenções pedagógicas no processo de aprendizagem individual, coletiva e de trocas de aprendizagem no ambiente escolar, assim como com os seus genitores durante a pesquisa.

A proposta de inserir os pais/responsáveis como parte fundamental do processo de ensino-aprendizagem na realização do projeto foi uma forma de possibilitar conhecimentos sobre alguns desafios lançados durante as atividades de pesquisa, em grupos nas redes sociais *Facebook e YouTube* e do blog[8] da docente que eram correlacionadas com as atividades em sala de aula presencial.

Nesse sentido, priorizamos encontros mensais para promoção de diálogo, construção de ações relacionadas ao incentivo e condução de atividades, encorajando a autonomia e promovendo a iniciativa dos(as) alunos(as) quanto à cultura e identidade étnico-racial os quais estão imersos(as).

Na análise realizada, dos 66 alunos investigados, 20 dependeram de uso em Lan House para realizar suas pesquisas de socialização no grupo virtual. Dos 66 discentes, 46 se autoafirmaram "brancos", “misturados ou mesclados”, "moreno clarinho ou morena clarinha". No “Facebook”, 20 autodeclararam sua cor: “moreno escuro/morena escura”, em sala de aula 15, demonstraram insatisfação com a cor da pele e reafirmaram a preferência em serem vistos diferentes em suas características físicas. Conforme apresentaram frases destacadas em seus textos descritivos: “tenho a pele escura, mas não nasci negra/negro”; "não aceito ser negro (a)"; "meu pai é preto, mas minha mãe é branca e, eu puxei a ela"; "Eu nasci mais branquinho, mas com o sol da praia do Pina eu fui escurecendo e, agora, eu sou moreno puxando mais pra cor do meu pai que é moreno escuro".

Dos 5 alunos declarados “morenos mais escuros” no processo, 3 retificaram: "sou negro (a), mas prefiro não falar da cor da minha pele, porque sou muito diferente da turma”; “sou negra, mas não quero ser chamada assim, prefiro ser chamada de moreninha ou cor de canela”; “sou negro, mas não vou ser chamado de negão. Já basta ser diferente de todas as pessoas que vejo nos lugares que eu vou”. Apenas 2 dos estudantes declararam ser negro/negra , inclusive, relacionando ao meio social a qual pertencia: “moro na favela do Pina,sou negra, meu pai e irmãos são negros e aqui na sala tem um monte de negros que não se olham no espelho. Pronto, falei tia Josi!”; “Minha vó sempre disse que eu sou negro e sou mesmo, sou igual a todos da família, não tem nenhum branco”.

Conforme resultado descrito na pesquisa-ação, dos 46 alunos identificados como negros afirmaram que gostariam de ter olhos azuis ou verdes, cor da pele clara, branca ou parda. As informações foram transcritas pelas crianças, no documento *Word*, durante as atividades

[8] Confira: http://josivaniafreitas.blogspot.com.br/

desenvolvidas no processo de interação e socialização entre eles, por Duplas (D),Trios(T) e com os pais por Grupos Familiares (GF), como printado nas narrativas a seguir:

Trecho 1: Narrativa do Grupo Familiar "A"



Produção do Avatar (https://home.mywebface.com/)

GF-A: "Fiz meu Avatar da cor que sou: "sou moreno bem clarinho puxando pra um branco, eu sou igual ao meu avô que é da Paraíba. Ele é um branco que puxa pra um moreno claro e tem os olhos azuis. O meu pai é bem moreninho puxando pra um moreno escuro e tem o cabelo ruim e tem os olhos bem pretos. Já minha mãe é uma morena mais escura e tem o cabelo bem grande e liso. Ela usa umas coisas pra alisar o cabelo porque era muito cacheado e ela odiava o cabelo dela porque era ruim. Eu queria ter olhos azuis ou até verde mesmo. Porque com a minha cor quase branca como eu avô já dava uma diferença quando os bacanas dos supermercados daqui de Boa Viagem olhassem pra mim. Né, pai?".
Resposta do pai: "em casa quem tem a cor, olho e cabelo mais bonito é meu pai. Teve sorte! Ainda bem que ele puxou ao avô pelo menos na cor. É o mais claro da cor na família, porque o cabelo e a cor da gente não é coisa boa não. Tenho pena da irmã dele porque tem o cabelo bem mais sofrido e ainda é uma morena bem escurinha como a gente. Ela estuda aqui na escola e a senhora também é professora dela. Olha professora, eu não vou mudar a minha cor como Michael Jackson fez, mas nossa cor para os bacanas,ricos e branco e até na favela não vale nada. Eu vim da Paraiba há 20 anos e aqui negro que mora na favela é bandido. Porque essa história de ter nome bonito/comunidade não muda nada. A gente continua sendo da favela, da periferia mesmo. Eu não queria ter essa cor. Mas agradeço a Deus de ter feito meu filho mais claro que a gente, porque vão olhar pra ele diferente, eu acho. Eu só não entendo porque tem que ter essa diferença de cor no mundo" (Apresentação da produção do Avatar do aluno (11 anos) do 5° ano "B" em ação colaborativa com o pai(45 anos), na culminância da aula-atividade, em dez/2015).

(Print de tela da narrativa digitada no *Word*)

Fonte: pesquisa, 2015.

Trecho 2: Narrativa do Grupo Familiar "B"



Produção do Avatar
(https://home.mywebface.com/)

GF-B: "O meu Avatar eu já desenhei como vou estar no Galo da Madrugada/2015, pulando com a minha mãe, por isso coloquei a cor do cabelo que eu quero. Sou uma morena clarinha. Só fico mais escura quando vou pra praia do Pina, mas é do bronzeado porque o sol é quente demais. Mas não sou negra. Eu queria ter a cor mais clara e os olhos verdes. É o meu sonho! Eu ia poder visitar as minhas amigas que moram naqueles prédios altos. Com essa minha cor e cabelo os guardas não deixam nem eu chegar perto do portão. Minha mãe sempre diz que eu puxei a família do meu pai. Não é mãe?"
Resposta da mãe: "Sim, ela é todinha a família do pai. Cara de um focinho do outro. O pai dela não mora conosco por isso ele não veio também. É um moreno misturado, mas o cabelo é de negro. Ele usa umas tranças no cabelo. Já o irmão dela que estuda no outro 5º ano puxou a mim, é mais clarinho que ela e ainda tem cabelo bom. É como a professora Josi. Eu fui ver o seu Avatar no seu blog antes de conhecer a senhora aqui na escola. Você é uma morena clara, tem cabelo bom e liso, se fosse negra tinha o cabelo ruim. A gente conhece o negro pelo cabelo e os dentes. A senhora é índia, mas negra nunca vai ser"(Apresentação da produção do Avatar da aluna(11 anos) do 5° ano "A" em ação colaborativa com a mãe(32 anos), na culminância da aula-atividade, em dez/2015).

(Print de tela da narrativa digitava no *Word*)

Fonte: pesquisa, 2015.

Nas narrativas e durante o processo de ensino e aprendizagem foi possível, entre as análises da pesquisa-ação perceber o quanto modifica a forma de como os alunos são identificados na comunidade, nas relações familiares, como se veem e estão inseridos na dimensão escolar, e como eles gostariam de serem vistos no meio social.

O resultado do projeto didático Pluralidade Cultural vivenciado confirmou o problema inicial de que os alunos do Ensino Fundamental 1, têm reconhecimento bastante limitado nas questões étnico-raciais, no processo de autorreconhecimento de sua identidade pessoal, familiar e escolar, assim transpõem a confirmação da identidade nas redes sociais de forma ingênua.

Quanto às características apontadas no processo de construção da identidade étnico-racial a partir do uso do software *Mywebface*, percebemos que o estilo que tendencia nos discentes é o estilo de aprendizagem ativo no presencial, e no espaço das redes, o estilo de uso participativo no espaço virtual. Conforme apresenta a teoria dos estilos de

aprendizagem, os indivíduos que predominam nesse estilo apresentam formas de aprender desenvolvendo características específicas, entre elas: adoram novas descobertas; são bastante ágeis em suas diversidades de buscas por novas atividades; são entusiasmados com diversas tarefas simultâneas, e gostam de vivenciar novas experiências com entusiasmo.

Considerações finais

Diversos autores têm discutido sobre transformar/inovar a sala de aula convencional a partir do uso das tecnologias, principalmente no contexto da geração atual. Porém, é necessário lembrar que a tecnologia por si só não ultrapassa fronteiras do conhecimento; faz-se necessário a imersão do aprendiz para a apropriação e contextualização do significado do uso. É incumbência docente redimensionar uma proposta pedagógica que motive o aprendiz ajudando-o a desenvolver suas potencialidades e estilos de aprender.

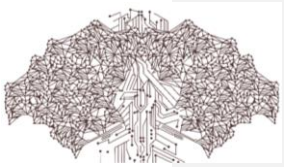
Refletimos que uma visão mais ampla e humana da educação pode efetivar o desenvolvimento de um trabalho de renovação da prática pedagógica capaz de garantir condições mais favoráveis no processo. A aplicabilidade de estratégias didáticas que devem ser contempladas em suas diversidades, sem esgotar a relação entre o professor e o aluno sempre considerando que os contextos de vidas sejam respeitados, valorizados e, portanto, contemplados no processo de ensino-aprendizagem.

Nesta perspectiva finalizamos a experiência das produções no projeto didático Pluralidade Cultural cientes de que, o reconhecimento e importância de um caráter inovador de todo projeto pedagógico está relacionado com a prioridade que vinculamos ao ser humano, de forma a produzir uma escola mais humana e que atenda especialmente ao objetivo de fazer que cada indivíduo perceba-se como um cidadão de bem sem rupturas das suas próprias identidades históricas.

Referências

ANTUNES, Celso. **Novas maneiras de ensinar, novas formas de aprender.** Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.

AQUINO, Julio Groppa (Org.) **Diferenças e preconceitos na escola:** alternativas teóricas e práticas. São Paulo: Summus, 2003.



BARROS, Daniela Melaré Vieira. **Estilos de Uso do Espaço Virtual**. Inter-Ação: Rev. Fac. Educ. UFG, v.34, n. 01, p. 51-74, jan./jun. 2009.

BRASIL, MEC, Secretaria de Ensino Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais.** Apresentação dos Temas Transversais e Ética, vol.8; Pluralidade Cultural, vol.10. Brasília: Ministério da Educação e do Desporto, 2004.

CORRÊA, Juliane. Novas tecnologias da informação e da comunicação; novas estratégias de ensino/aprendizagem. In: COSCARELLI, Carla Viana (Orgs). **Novas tecnologias, novos textos, novas formas de pensar**. 3ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014. p. 43-50.

FREITAS, Josivania Maria Alves de. **Estilos de aprendizagem no virtual: as preferências do discente do ensino superior a distância.** 2013. 195f. Dissertação (Mestrado em Educação Matemática e Tecnológica) – Programa de Pós-Graduação. Centro de Educação. Universidade Federal de Pernambuco. Recife/PE, 2013.

JABLONSKI, Bernardo. et al.. **Psicologia Social**. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

LIBÂNEO, José Carlos. **Didática.** São Paulo: Cortez, 1990.

MORAN, José. Mudando a educação com metodologias ativas. In: SOUZA, Carlos Alberto; MORALES, Ofelia Elisa Torres (Orgs). **Convergências Midiáticas, Educação e Cidadania**: **aproximações jovens.** Vol II. Coleção Mídias Contemporâneas. PG: Foca Foto- PROEX/UEPG, 2015. p.15-33. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/moran/wpcontent/uploads/2013/12/mudando_moran.pdf. Acesso em: 17 de agosto de 2017.

PERRENOUD, Philippe. **Construir competências desde a escola.** Porto Alegre: Artes Médicas Sul,1999.

PIERRE, Levy. **Cibercultura.** Rio de Janeiro: Ed.34,1999.

SANTOS, Edméa. Educação *online* para além da EAD: um fenômeno da cibercultura. In: SILVA, Marco. PESCE, Lucila. ZUIN, Antônio (Orgs.). **Educação *Online:* cenário, formação e questões didático-metodológicos.** Rio de Janeiro: Wak Ed; 2010. p.33.

SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da diferença e da identidade. In: Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

THIOLLENT, M. **Pesquisa-ação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.

PODE O *CROWDFUNDING HACKEAR* A LEI ROUANET?[1]

Tomás German[2]

1) Por trás da Lei

Sancionada em 1991, no governo de Fernando Collor de Mello, a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/91) foi elaborada pelo filósofo Sérgio Paulo Rouanet, o que motivou seu nome: Lei Rouanet. Ela substitui a Lei Sarney, de 1986, que foi considerada muito fraudável. A lei instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) que constitui em três mecanismos de fomento à cultura: o incentivo fiscal, o Fundo Nacional de Cultura e o Fundo de investimento cultural e artístico (Fiscarts).

De 1995 até 2011, a Lei Rouanet captou 13,5 bilhões de reais, número que parece contradizer o rótulo de ineficiente, ainda mais no tocante que durante esse período a captação de recursos cresceu 3.500%; começando de R$ 35.517.655,00, em 1995, para R$ 1.339.510.402,00, em 2011, segundo dados analisados por Sá-Earp et al. (2012).[3] Entretanto, como mesmo nos demonstram os autores, esse valor de 13,5 bilhões

> [...] expressa uma captação acumulada de pouco menos de 71 reais para cada brasileiro em todo o período – na media anual de 4,18 reais por habitante. Isso mesmo: quatro reais e dezoito centavos per capita. (SÁ-EARP *et al.*, 2012, p. 3).

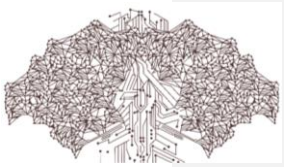
Sá-Earp et al. (2012) mostram que apenas 23% do valor aprovado foi, de fato, captado, 43% dos projetos conseguiram captar algum recurso (o que não quer dizer que conseguiram 100% do valor aprovado, muito menos que conseguiram ser executados). Na realidade, a Lei Federal de Incentivo à Cultura demonstra um problema de desigualdade no país, visto que onde há maior concentração do PIB brasileiro, também concentra a maior quantidade de projetos aprovados e captados na Lei Rouanet:

> [...] a região sudeste conta com 42% da população, 55% do PIB, 67% dos projetos aprovados e captados, 74% dos valores aprovados e 80% dos valores captados. Em contraste, a região

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 21 – Cultura hacker, cultura maker, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisador é graduado em Comunicação Social: habilitação Publicidade e Propaganda, pela FAFICH-UFMG; CMO (Diretor de Marketing e Comunicação) da Evoé. E-mail: tomas@evoecultural.com

[3] Os dados dessa pesquisa foram cedidos pelo Ministério da Cultura.



> norte tem 8% da população, 5% do PIB e 1% de projetos e valores autorizados e captados. (SÁ-EARP, *et al.*, 2012, p. 4).

A concentração também se dá para as categorias que abrangem a lei, em que duas das sete categorias concentram 39% dos recursos. Os destaques são as categorias de música, em que se enquadram grandes festivais, e artes cênicas, com projetos estrelados por artistas de projeção nacional e internacional[4].

Ao contrário do que muitas pessoas possam imaginar, aprovar um projeto na Lei Rouanet não é complicado. São somente três passos que o proponente deve seguir para inscrever um projeto na Lei. São eles:

a) Cadastro no novo Salic: uma plataforma online do Ministério da Cultura em que o proponente informa dados pessoais e do projeto (como apresentação, justificativa, democratização e demais dados técnicos).

b) Anexo dos documentos: em que o proponente comprova algumas informações cadastradas, como carta de anuência da equipe envolvida, direitos autorais, entre outros.

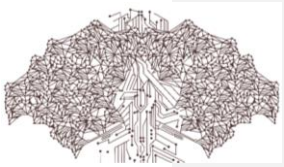
c) Envio: o proponente envia de forma online para o MinC, que irá analisar o que foi enviado. Na falta de algum documento ou informação o próprio Ministério entra em contato com o proponente por meio de diligências.

Pessoas físicas e pessoas jurídicas têm direito de apoiar projetos incentivados pela Lei com uma parcela de seus Impostos de Renda. Dentre os maiores incentivadores à cultura, registra-se a esmagadora presença de empresas estatais, como, por exemplo, a Petrobras, seguida das grandes empresas privadas, com uma participação secundária. Vale ressaltar, que o direito do abatimento fiscal só se dá para aqueleas empresas que declaram lucro real e se limita a 4%. Pessoas físicas, que podem destinar 6% de seu Imposto de Renda para doação aos projetos incentivados (desde que optem pela declaração completa), possuem uma participação quase insignificante nesse processo.

A baixa participação de pessoas físicas no apoio a projetos culturais não é motivada pelo pequeno potencial que podem destinar aos projetos. Em 2015, cerca de 7,9 mil cidadãos brasileiros doaram a projetos culturais incentivados via Lei Rouanet, segundo o Ministério da Cultura.[5] Em seu site oficial, o Ministério divulgou uma matéria em que afirma:

[4] O audiovisual é a área cultural que mais recebe incentivo no Brasil, inclusive por motivos estratégicos. Entretanto, na Lei Rouanet o audiovisual não é tão expressivo, visto que há mais editais de fomento da ANCINE (Agência Nacional do Cinema) e por limitações da própria Lei que não enquadra longa-metragens ou produções seriadas para televisão.

[5] Disponível em: <goo.gl/0EuJ0t>. Acesso em: 22 maio 2017.



> Segundo a Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), mais de 10 milhões de brasileiros fazem a declaração do IRPF [Imposto de Renda Pessoa Física] no modelo completo. Considerando a faixa de renúncia de 6%, a captação de recursos de pessoas físicas para a cultura, via incentivo fiscal, tem um potencial de mais de R$ 4 bilhões por ano, mais de três vezes do que o mecanismo movimenta atualmente. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2016).

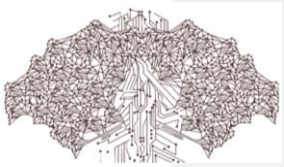
A resposta para a baixa captação por pessoas físicas está no fato de poucas pessoas saberem como funciona a lei e que podem destinar parte de seu imposto para projetos culturais. De acordo com pesquisa realizada pelo Instituto para o Desenvolvimento Social (IDIS) com mil pessoas, em 70 cidades de sete regiões metropolitanas brasileiras, 84% dos entrevistados desconhecem que podem destinar parte de seu imposto para projetos (MENEZES, 2016).

> Ao considerar que o número de investidores pessoas jurídicas na Lei Rouanet tem se mantido estável e o potencial de crescimento de pessoas físicas ainda é muito grande, o Ministério da Cultura poderia atuar diretamente nesse cenário adotando medidas simples que melhorariam o resultado da captação anual. [...] Além disso, a razão para o investimento certamente não seria a visibilidade de quem investe, mas a possibilidade no financiamento de uma ação realizada ao alcance do doador. (MENEZES, 2016, s/p.)

Para efetivar a restituição, o apoiador precisa realizar um depósito identificado na conta do projeto que é aberta pelo MinC. O proponente, ciente dos apoios,[6] deve emitir um Recibo de Mecenato, documento hábil em que informa dados do projeto, do proponente e do apoiador, além do valor destinado ao projeto. Esse recibo deve ser emitido em três vias, uma delas deve ser enviada ao Ministério, outra para o apoiador e outra deve permanecer com o proponente por no mínimo cinco anos.[7] A conta aberta pelo MinC fica bloqueada até atingir, pelo menos, 20% do valor aprovado pelo projeto na Lei. Caso o projeto não atinja 20%, o valor obtido é transferido para o Fundo Nacional de Cultura e os apoiadores continuam com o direito do abatimento fiscal.

Como é de se perceber, todo o trâmite de apoio ao projeto não segue a simplicidade da inscrição na Lei Rouanet. A burocracia se dá não somente para o apoiador, mas também para o proponente do projeto que precisa ficar atento para garantir o abatimento fiscal de seus

[6] É comum a nomenclatura da Receita Federal utilizar o termo "doação" ao invés de "apoio" para indicar o ato de destinação de parte do imposto para projetos incentivados. Preferimos o termo "apoio" por ele indicar mais proximidade com a produção do projeto, uma vez que a pessoa (física ou jurídica) que destina parte de seu imposto para um projeto viabiliza sua execução.
[7] Quase todos os documentos que envolvem a Receita Federal devem ser guardados por no mínimo cinco anos para o caso do contribuinte, cidadão ou empresa, ser questionado.



colaboradores. Dessa forma, é exigido do apoiador e do proponente o conhecimento de vários processos bancários e contábeis para permitir que se garanta o direito estabelecido na Lei.

2) *Crowdfunding*/financiamento coletivo: uma alternativa

Visto a dificuldade de concorrer e angariar recursos nos modelos de incentivo à cultura, uma nova modalidade de financiamento surge. Baseado no esforço coletivo, produtores culturais, principalmente aqueles inexperientes, iniciantes ou aqueles que não podem oferecer vantagens comerciais a empresas patrocinadoras, recorrem ao chamado financiamento coletivo.

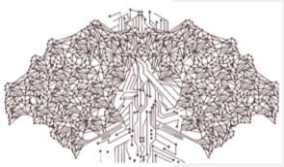
O *crowdfunding*, ou financiamento coletivo, por sua vez, surgiu em 2006 com a plataforma europeia *Sellaband*, que financiava bandas por meio do "poder da multidão". Mas foi a plataforma estadunidense *Kickstarter* (fundada em 2009) que difundiu a modalidade pelo mundo. Não é uma novidade, como destaca Hoew (2009). Trata-se da adaptação das convencionais "vaquinhas", (um hábito antigo e popular em que amigos e conhecidos contribuem financeiramente para a compra de alguma coisa ou realização de algum projeto) para o meio virtual. Dessa forma, pessoas se unem para financiar projetos nos quais acreditam. Segundo Valiati *et al.* (2012),

> O *crowdfunding* teve a sua origem no processo denominado *crowdsourcing*. O *crowdsourcing* é um modelo de criação e/ou produção baseado em redes de conhecimento coletivo para solucionar problemas, criar conteúdo ou inventar novos produtos de forma colaborativa. O termo surgiu a partir de um artigo de Jeff Howe, em 2006, para a revista *Wired*[8]. [...]
> Na mesma época, também houve o desenvolvimento do termo *crowdfunding* como uma das possibilidades do *crowdsourcing*. A prática teve origem na evolução de iniciativas como o banco de microempréstimos americano Kiva[9], uma organização que usa as doações de pessoas físicas para realizar empréstimos a usuários de países em desenvolvimento sem acesso ao sistema bancário convencional. (VALIATI *et al*, não paginado, 2012)

Como salientam Viliati e Tietzmann (2012) uma das motivações dos produtores para optar para o *crowdfunding* na hora de financiar suas ideias é a falta de burocracia no processo. Em geral, as plataformas não cobram documentos dos proponentes e estão abertas a todo tipo de pessoas que podem livremente cadastrar um projeto e buscar financiadores.

A segurança se dá por meio da ativação das redes, em que os *hubs*, ou nós, possuem um

[8] Disponível em: <https://www.wired.com/2006/06/crowds/>. Acesso em: 24 maio 2017.
[9] Disponível em <https://www.kiva.org>. Acesso em: 24 maio 2017.



importante papel de divulgação, credibilidade e engajamento (BARABÁSI, 2009). Segundo Recuero (2010, p. 24 [grifo no original]), "uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)". Barabási (2009, p. 53) completa:

> Os *hubs* são o mais forte argumento contra a visão utópica de um ciberespaço igualitário. Sim, todos temos o direito de colocar o que quisermos na *Web*. Mas alguém perceberá? Se a *Web* fosse uma rede randômica, teríamos a mesma chance de ser vistos e ouvidos. Coletivamente, de certa forma criamos *hubs*, *Websites* a que todo mundo se conecta. São muito fáceis de encontrar, independentemente de onde estejamos na *Web*. Em comparação a esses *hubs*, o restante da *Web* é invisível. Para todos os propósitos práticos, páginas conectadas por apenas um ou dois outros documentos simplesmente não existem. É quase impossível encontrá-las. Até as ferramentas de busca lhes são desfavoráveis, ignorando-as quando rastreiam a *Web* à procura de novos sites mais interessantes.

Trata-se da força da cultura da participação (JENKINS, 2008) que agora, com a popularização da internet, instaura uma alternativa à indústria cultural, um favorecimento do comportamento "pavloviano" (MORIN apud VALIATI, 2013).

> [...] Estamos deixando de ser apenas consumidores passivos para passar a atuar como produtores ativos. E o estamos fazendo por puro amor pela coisa (a palavra "amadora" vem do latim amator, "amante". De amare, "amar"). O fenômeno se manifesta por toda parte - a extensão em que os blogs amadores estão disputando a atenção do público com a grande mídia, em que pequenas bandas estão lançando músicas sem selo de gravadora e em que colegas consumidores dominam as avaliações on-line de produtos e serviços. É como se a configuração básica da produção tivesse mudado de "conquiste o direito de fazê-lo" para o "o que está impedindo de fazer?". (ANDERSON apud VALIATI, p. 46, 2013 [grifo do original]).

O processo de cadastro nas plataformas de financiamento coletivo é simples. O proponente descreve sua ideia, elabora algumas recompensas para serem oferecidas aos seus apoiadores (que podem ser simbólicas, como agradecimentos, ou produtos, como canecas e camisetas), diz de forma simplificada como o dinheiro arrecadado será usado e cria um vídeo apresentando a equipe e o projeto (o que não é obrigatório, mas faz toda diferença para o sucesso da campanha).

A modalidade já alcançou mais de 34,4 bilhões de dólares em 2015, em todo o mundo.[10] Na América Latina foram movimentados cerca de 57,2 milhões de dólares, nesse mesmo ano, o que representa um crescimento de +167%.[11] A falta de pesquisas e transparência de dados de instituições nacionais impedem que tenhamos uma visão mais aproximada do cenário brasileiro, mas não é difícil perceber o crescimento da prática aqui. O modelo também vem ganhando força, ampliando o leque de atuação,[12] com o desenvolvimento de novas modalidades e formas de financiamento.

Como exemplo dessa ampliação, destacamos a plataforma Evoé (www.evoecultural.com), que surgiu em outubro de 2015. Essa plataforma se dedica mais a projetos culturais, mas não exclui outros tipos de projetos de se integrarem nela. A Evoé surgiu para enfrentar o gargalo apresentado anteriormente, de que a maioria dos projetos incentivados pela Lei Rouanet não conseguem captação. Um de seus diferenciais é mesclar mecenato (ou seja, apoios via Imposto de Renda) com apoios diretos sem mecenato. Trata-se de uma plataforma que aceita projetos incentivados e não incentivados por leis de incentivo.

3) A cultura hacker

Mas pode o *crowdfunding*/financiamento coletivo *hackear* a Lei Rouanet? Antes de responder a essa pergunta, sugiro nos debruçarmos sobre o próprio universo *hacker*.

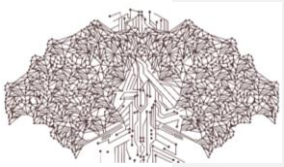
A história dos *hackers* se baseia no surgimento de um grupo colaborativo de programadores do MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) na segunda metade do século passado. Formado por jovens estudantes que ocupavam garagens, porões e laboratórios de universidades americanas com a paixão do desenvolvimento tecnológico.

A colaboração desse grupo se dava para aperfeiçoar as descobertas e desenvolvimentos. Assim era incentivado que os membros comentassem o trabalho um do outro, compartilhassem conhecimentos e não estabelecessem hierarquias. Esse comportamento deu origem a uma *ética hacker* que, para Himanen (2001), é caracterizada por sete pontos: paixão, liberdade, valor social (abertura), nética (ética na rede), atividade, participação responsável e criatividade.

Como Nelson Pretto (2010), salienta, para o desenvolvimento da comunidade *hacker* deveria-se imperar alguns princípios.

Primeiro, pensar que o acesso aos computadores deveria ser

[10] Disponível em: <https://tab.uol.com.br/crowdfunding/> Acesso em: 22 maio 2017.
[11] Idem.
[12] Disponível em: <http://hojeemdia.com.br/almanaque/mercado-do-financiamento-coletivo-amplia-leque-em-cinco-anos-de-atuação-1.327811> Acesso em: 22 maio 2017.



> total e ilimitado. Mais do que computadores, deveria ser liberado o acesso a "qualquer coisa que pudesse ensinar a você alguma coisa sobre como o mundo funciona" (LEVY, 2001, p. 40). Segundo, que toda informação deve ser livre (*free*), porque "se você não tem acesso à mesma, não terá como consertar as coisas" (p. 40). Aqui é importante lembrar que, em inglês, a palavra *free* pode tanto significar livre quanto grátis, o que nos permite considerar que toda informação deve ser livre e gratuita. O terceiro princípio indica que se deve sempre desconfiar da autoridade e, assim, estimulam-se procedimentos pouco burocráticos, com liberdade de circulação de informações e acesso a elas por qualquer um. A descentralização passa a ser a palavra de ordem. O julgamento dos hackers deve ser feito pela qualidade do que eles efetivamente fazem e realizam, afirmam em seu quarto princípio, e não por critérios falsos, como escolaridade, idade, raça ou posição. Confrontando a dureza aparente das máquinas, o quinto princípio defende que "é possível criar arte e beleza num computador" (p. 43). Por último, e não menos importante, acredita-se que os computadores podem fazer a vida melhor. (PRETTO, p. 312, 2010 [grifo do original]).

Para Sérgio Amadeu da Silveira (2010) "o verbo "*hackear*" deve ser entendido como "reconfigurar", explorar novas características, ir além do que os protocolos delimitaram, buscar a superação do controle (grifo do original, p. 38)." Em seu texto "Ciberartivismo, cultura *hacker*, e o individualismo colaborativo", Silveira (2010) analisa diversos manifestos e textos de ciberativismo e percebe suas ações como uma certa contra-cultura ou contra-sistema, de modo que o desenvolvimento humano está acima do desenvolvimento econômico e do capitalismo.

> A contracultura tem grande participação na formação da cibercultura porque ela está na origem da construção da própria Internet. O movimento social inspirado pela contracultura, que pregava distribuir o poder e emancipar as pessoas pelo acesso às informações, tem nos *hackers* a sua principal representação. A definição original de *hacker* era a de "um programador de computador talentoso que poderia resolver qualquer problema muito rapidamente, de modo inovador e utilizando meios não convencionais". Entretanto, esse termo foi colocado em disputa quanto mais as redes informacionais adquiriram importância econômica e social. Em um primeiro momento, porque os compromissos dos *hackers* com a liberdade de informação e com o compartilhamento de códigos eram vistos como negativos para a acumulação e lucratividade das grandes corporações. (SILVEIRA, p. 34, 2010 [grifo do original]).

Nesse sentido o comportamento do *hacker* pode ser estendido à outras modalidades que não sejam somente as tecnológicas, mas que ficam mais evidentes no processo da informatica. A

liberdade e a colaboração, principalmente do conhecimento, é o que impera nessa cultura e a valorização das individualidades para a construção de um coletivo. Não se trata, portanto, da exclusão do sujeito, mas é na valorização de suas qualidades perante a um bem-comum, de toda humanidade.

> A cultura e a ética de grande parte dos *hackers*, principalmente os vinculados ao desenvolvimento de *softwares* de código- fonte aberto, incentivam a emancipação individual pelo conhecimento. Tudo indica que um pensamento típico-ideal do hacktivismo passa por considerar que o custo da liberdade é o conhecimento. Ninguém pode ser autônomo em uma rede lógica se não sabe quem está no controle e o que estão fazendo com o seu computador. (SILVEIRA, p. 38, 2010 [grifo do original]).

Respondendo a pergunta que inicia esse trecho e dá nome ao artigo, é sim possível *hacker* a Lei Rouanet, torná-la menos burocrática e distante da população. Conhecer sobre esse mecanismo permite que mais pessoas pleiteiem seus projetos e consigam recursos para viabilizá-los, transformando o Brasil em um país mais criativo e mais desenvolvido culturalmente. Uma iniciativa que pode ser realizada pelo poder público, mas que encontra no meio civil, como nas plataformas de financiamento coletivo, uma forma mais livre para fazê-lo.

A seguir analiso como a plataforma de *crowdfunding* Evoé está *hackeando* ou ao menos contribuindo para "reconfigurar" (para retomar Silveira, 2010) o sistema de incentivo cultural brasileiro, valorizando a potencialidade das pessoas físicas no processo de fomento à cultura.

4) *Hackeando* a Lei Rouanet

Alinhada aos interesses dos produtores culturais no processo de desburocratização do financiamento, a Evoé simplifica o processo de captação também para os projetos incentivados pela Lei Rouanet. A plataforma oferece materiais online que auxiliam o produtor na hora de inscrever na lei e por meio de reuniões e contatos via e-mail, soluciona algumas dúvidas que podem ocorrer. O processo de cadastro é bem similar ao de outras plataformas com o único acréscimo de um campo em que se solicita o número do Pronac[13] no caso do projeto ser incentivado.

Para o apoiador também é algo simples. Se no modelo tradicional ele deve fazer um depósito identificado na conta do projeto, a Evoé cuida desse passo. O apoiador somente escolhe

[13] Logo após o envio do projeto para análises do Ministério da Cultura é emitido o número do Pronac que irá identificar o projeto nos arquivos do governo.

a recompensa e o quanto irá investir, além da forma de pagamento (boleto ou cartão de crédito). A plataforma também se encarrega de criar os recibos de mecenato e do envio deles ao apoiador, ao Ministério da Cultura e ao proponente, assim que o proponente assinar esse documento. Junto com o recibo de mecenato, também é enviado ao apoiador um passo-a-passo de como declarar o apoio ao projeto cultural no *software* da Receita Federal que recebe as declarações do Imposto de Renda.

A plataforma também indica e sugere para os proponentes a contratação de gestores culturais para cuidar do processo burocrático de prestação de contas e movimentação financeira dos projetos. Dessa forma, são eliminadas diversas dificuldades que o produtor cultural, principalmente iniciante, possui com as leis de incentivo e captação de recursos.

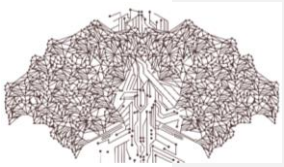
Um dos indicativos de que a plataforma Evoé, está *hackeando* a Lei Rouanet, é que a plataforma democratiza as informações sobre a Lei. Tanto para os produtores culturais, que antes poderiam ver no mecanismo federal de incentivo uma dificuldade para inscrever seus projetos; quanto para apoiadores, que deveriam cumprir vários passos para efetivar seu apoio. Isso tudo, retomando Nelson Pretto (2010), é realizado de forma gratuita, uma vez que a plataforma cobra somente 12% do valor que foi captado (nenhuma taxa a mais pelas informações).

Outro indicativo é que ao facilitar o apoio a projetos culturais para pessoas físicas, descentraliza-se o poder do incentivo às empresas, que representavam a maioria dos apoios. Nesse processo, empodera-se o cidadão comum, que decidirá de acordo com seus princípios e valores, quais projetos merecem parte de seu imposto.

Nesse sentido, a plataforma "reconfigura" (retomando Silveira, 2010) o atual modelo de financiamento por meio da Lei Rouanet, em que se baseia na destinação de impostos de grandes empresas, e para projetos já aclamados e com potencial de oferecer ganhos comerciais e de imagem aos seus patrocinadores. O financiamento coletivo, por si só, ao valorizar o poder da comunidade e não pretender um aporte monetário grande, realiza projetos com uma projeção menor, que impactam a comunidade. É a comunidade solucionando seus próprios problemas.

Um dos projetos da plataforma foi o projeto Documentário Nonô que arrecadou R$ 25.197,13, equivalente a 101% do valor solicitado. Teve 150 apoiadores, dentre eles 43 optaram por destinar parte de seu imposto, o que representou 53% do valor arrecadado.[14] A maior parte dos apoiadores são amigos e familiares[15] dos proponentes do projeto, em segunda escala, pessoas relacionadas com a temática dele.

[14] Dados colhidos nos relatórios de apoio da plataforma de financiamento coletivo.
[15] Ainda que não seja permitido o apoio de familiares do proponente ao projeto na Lei Rouanet, a Evoé conseguiu cambiar apoios de familiares de proponentes de outros projetos.



O curta documentário fala sobre o Bar do Nonô, considerado o "rei do caldo de mocotó", localizado no centro[16] de Belo Horizonte, com mais de 50 anos de história. Lá passam pessoas de todas as idades e classes sociais à procura da iguaria mais famosa: o caldo de mocotó.[17] A tradição de frequentar o bar é passada de geração a geração, assim como a misteriosa receita do caldo, que agora está sob a responsabilidade dos filhos de Seu Raimundo,[18] responsável pela receita original.

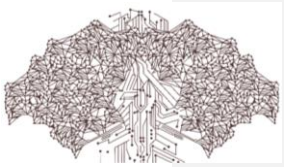
Em 2009 a cidade de Belo Horizonte foi decretada, pela Lei Municipal nº 9.714, capital mundial dos botecos, por possuir a maior concentração de bar e restaurante *per capta* do Brasil.[19] Os botecos parecem constituir um semióforo (CHAUÍ, 2000) dos belo-horizontinos que costumam divulgar a cidade por meio de seus bares e festivais gastronômicos destinados à comida de boteco.

Com intuito de registrar as histórias que já se passaram no bar e refletir sobre a tradição dos botecos na capital mineira, surgiu a proposta do documentário do Bar do Nonô. Os idealizadores, Bárbara Monteiro, Breno Alvarenga e Luiza Garcia, não possuíam um grande portfólio com suas produções, além de não terem projeção midiática que atraísse o interesse de grandes empresas patrocinadoras. Eles haviam tentado diversos editais de fomento à cultura e ao audiovisual para conseguirem recursos para gravação do documentário, sem sucesso em nenhum dos que concorreram.

Foi então que procuraram a Evoé para criar uma campanha de financiamento coletivo. Na Evoé, foram aconselhados e ajudados a se inscrever na Lei Rouanet. A plataforma indicou contatos que os auxiliaram na inscrição e os acompanharam em todo o processo. Também receberam auxílio no percurso de planejamento, estruturação e execução da campanha de financiamento coletivo, sugerindo recompensas, ampliando a divulgação do projeto e propondo ações de engajamento.

Trata-se, como se pode perceber pelo valor arrecadado, de uma proposta incipiente, que ainda não mobilizou milhares de pessoas, mas que usa do esforço e inteligência coletiva (LÉVY, 2003) para solucionar problemas e necessidades. A Evoé democratiza informações e facilita a

[16] Às vezes a região é também chamada de "baixo-centro" ou "hiper-centro", para distinguir das zonas mais luxuosas do centro de Belo Horizonte. Trata-se de uma região em que há uma intensa circulação de pessoas e um polo comercial. O Bar do Nonô se localiza entre a Avenida Amazonas e a Rua dos Tupis.
[17] Mocotó são as patas de bovinos cozidas sem o casco. A palavra é uma derivação do quimbundo mukoto e significa "pata de animal". Em português de Portugal o termo que mais se aproxima é "mão-de-vaca".
[18] Senhor Raimundo Corrêa, o Nonô. Utilizamos no texto Seu Raimundo, em função de ser a forma como ele é identificado e é mais conhecido, depois de Nonô, para não confundir com o nome do bar.
[19] Disponível em <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/noticia.do?evento=portlet&pAc=not&idConteudo=29900&pIdPlc=&app=salanoticias>. Acesso em: 27 maio de 2017.



participação de pessoas físicas por meio de sua própria tecnologia, ao retirar passos burocráticos tanto do proponente quanto do realizador do projeto.

Ao mesclar a Lei Rouanet com o financiamento coletivo, a Evoé incentiva que os apoiadores destinem mais dinheiro para os projetos, ao permitir que o benefício fiscal seja também uma recompensa, todavia, ainda não soluciona o problema de baixa captação da Lei. Esse é um dilema diário, ainda não solucionado nem mesmo pelos órgãos cabíveis, muito menos pelas propostas sugeridas e discutidas, atualmente, de mudanças na Lei Rouanet.[20]

A Evoé, contudo, permite a proximidade de direitos do cidadão aos próprios cidadãos. Aqui falamos não só do direito de decidir quais projetos devem ser viabilizados com os impostos nacionais, mas aproximar o cidadão comum, e não os "Olimpianos", como dizia Morin (2001), dos privilégios de leis de incentivo.

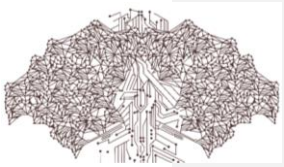
5) Conclusões

Com mais de 20 anos de existência, a Lei Rouanet ainda enfrenta sérios problemas no tocante ao incentivo cultural brasileiro. Os problemas vão mais além do que expôs a Operação Bocas Livres, deflagrada pela Polícia Federal em junho de 2016, em que se encontrou irregularidades na utilização dos recursos da Lei. O que se pode encontrar nessa operação além da má utilização da lei pelo Grupo Bellini, que forjava a execução de projetos culturais[21], é um desvio do problema.

Ao invés de atacar a concentração dos recursos que geram problemas de corrupção, uma vez que instaura um processo hierárquico excludente, grupos do governo e militantes de direita estudam a possibilidade da revogação da Lei[22]. Será que se os projetos incentivados fossem um pouco mais afastados de eixos econômicos e estivesse mais próximo da população, dos cidadãos brasileiros, não seria mais fácil dos brasileiros perceberem se houve fraude ou algum processo corrupto na execução dos projetos?

A repercussão midiática, sensacionalista e próxima a espetacularização, da Operação Bocas Livre também contribui para uma alienação dos cidadãos brasileiros frente aos problemas

[20] Disponível em <https://oglobo.globo.com/cultura/o-que-deve-mudar-na-lei-rouanet-o-que-setor-pensa-disso-21039966> Acesso em: 28 de maio de 2017.
[21] Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2017/11/epoca-negocios-procuradoria-acusa-31-por-fraudes-na-lei-rouanet-na-operacao-boca-livre.html> Acesso 30 de janeiro de 2018.
[22]Por meio de um processo online, no site do Senado, recolheu-se mais de 20 mil apoios a anulação da Lei Rouanet em setembro de 2017. Com o número de apoios, a pauta precisa ser debatida pelos senadores. Disponível em: <http://www.ilisp.org/noticias/em-38-horas-extincao-da-lei-rouanet-alcanca-20-mil-apoios-e-virara-projeto-no-senado/> Acesso 30 de janeiro de 2018.



do incentivo cultural e faz com que eles interpretem que a exceção é regra, quando se fala em fraude na Lei de Incentivo.

O site *Ideia Legislativa*[23] que permite a participação dos cidadãos nos projetos e debates de leis do Senado, utilizou de informações equivocadas, que diz que 11 bilhões de reais em impostos foram investidos na cultura por meio da Lei Rouanet entre 2005 e 2015, o que mascara o problema e evidencia a ineficiência dos políticos no debate.

Quando vemos os números investidos na cultura pela Lei Rouanet, principalmente quando se vê o crescimento do incentivo à cultura desde que foi sancionada a Lei, parece que estamos em um cenário de abundância. Entretanto, como evidenciam as análises de Sá-Earp et al. (2012), os valores investidos em cultura estão concentrados na região sudeste do país em uma desigualdade que supera o PIB e a concentração populacional do país. Além disso, poucos projetos conseguem ser executados e uma porcentagem mínima de 23% do que é aprovado é de realmente captado. O fato de só serem investidos 4 reais e 18 centavos por ano para cada cidadão brasileiro expõe que uma boa parcela da população não tem acesso aos bens culturais produzidos pela Lei Federal de Incentivo à Cultura.

Quando Juca Ferreira, então ministro da Cultura, em 2009, critica a concentração do investimento em cultura no Brasil ele expõe que apenas 14% dos brasileiros vão ao cinema uma vez por mês no país[24]. O ex-ministro já havia percebido a necessidade de uma modernização da lei, frente às novas necessidades dos artistas e o problema de concentração de recursos que são anteriores ao sancionamento da Lei Rouanet em 1991[25]. Não se trata, como diz Juca Ferreira, de demonizar a Lei[26], mas de pensar em estratégias de melhorias.

Quando Edward Snowden, em 2013, torna público um esquema de *Big Data* dos Estados Unidos que detinha informações estratégicas de países e governos como o Brasil, um escândalo sobre privacidade e espionagem norte-americana vem a tona no mundo. A comprovação de que o governo americano detém informações sobre cidadãos do mundo inteiro como um Grande Irmão (ou *Big Brother*), levou a uma crise diplomática, que se solucionou com acordos tímidos de defesa de privacidade.

Nenhum governo quis se indispor com a maior nação econômica do planeta, mas a repercussão do caso, obrigou o governo americano a ter mais cautela. Grandes empresas

[23] Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoideia?id=89939> Acesso 30 de janeiro de 2018.
[24] Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/lei-rouanet-ministro-da-cultura-critica-concentracao-de-recursos-publicos-nas-maos-de-poucos-3144542> Acesso 30 de janeiro de 2018.
[25] idem.
[26] idem.

prestadores de serviços de comunicação e redes sociais, como o Google (com o G-Mail), WhatsApp, Facebook, viram-se obrigadas a criptografar as mensagens trocadas por seus usuários para evitar a espionagem evidenciada.

Longe de gerar problemas diplomáticos ou de forçar empresas a adotarem medidas em seus serviços, a exposição de problemas na Lei Rouanet gera dois caminhos. Um deles, o mais simplista e menos complexo, seria aquele de acabar com a Lei, cancelá-la para estancar uma fonte de desvio de dinheiro público. Outra, seria moderniza-la, democratizar seu acesso e deixá-la mais próxima dos brasileiros.

A falta de conhecimento da população sobre a Lei Rouanet, somado aos trâmites bancários pouco convencionais e o desconhecimento de quanto será 6% do imposto devido antes de fazer a declaração inibem a presença de pessoas físicas no incentivo à cultura. Da parte do produtor, a burocracia dos documentos necessários para garantir um apoio via Imposto de Renda, afastam produtores independentes que não tem estrutura e nem conhecimento para desempenhar tais tarefas.

Desse modo, a facilidade inicial de enviar e aprovar um projeto pela Lei Rouanet , encontra na captação de recursos o principal desafio. O que inibe que produtores independentes espalhados por todo país possam usufruir do benefício da Lei Federal de Incentivo à Cultura.

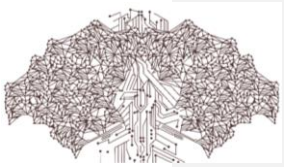
Para enfrentar o gargalo apresentado da baixa captação de recursos pelos projetos incentivados pela Lei Rouanet, surge a plataforma Evoé. Um de seus diferenciais é mesclar mecenato (ou seja, apoios via Imposto de Renda) com apoios diretos sem mecenato.

Ao mesclar mecenato com o *crowdfunding* a Evoé se aproxima do *hackerativismo* inserindo nos objetivos da própria empresa difundir informações públicas e democratizando direitos dos cidadãos. Isso é, ela se aproxima na definição de Silveira (2010) que entende que o verbo "*hackear*" deve ser interpretado como "recomfigurar", subverter o controle, desenvolver novas características e ir além do que já está estabelecido.

Isso é, a Evoé pulveriza a decisão de quais projetos merecem financiamento e facilita tanto que projetos independentes utilizem a Lei Rouanet, quanto que pessoas físicas os apoiem. Facilita o trabalho do apoiador, ao fazer o depósito identificado na conta do MinC, e cuida dos trâmites burocráticos que tanto dificultam o produtor independente e sem experiência.

O próprio movimento *hacker* e de *softwares* livres, inclusive, assemelham-se da lógica do *crowdsorcing* (HOWE, 2009). Quando privilegiam a descentralização da informação e a participação coletiva no processo de desenvolvimento tecnológico e criativo (PRETTO, 2010 e SILVEIRA, 2010).

Como exemplo, analisamos a campanha de financiamento coletivo do Documentário



Nonô. A campanha durou 90 dias e contou com 150 apoiadores, dentre eles apenas 43 optaram por destinar parte de seu Imposto de Renda para o projeto, o que representou 53% do valor arrecadado.

Ainda que incipiente, e que não demonstra a uma solução aos projetos milionários que são aprovados pela Lei Rouanet, o financiamento coletivo com o mecenato consegue inserir produtores independentes, com trabalhos menos valorizados no processo de incentivo. A partir dessa análise é possível vislumbrar uma ação *hacker* nos processos vigentes do incentivo cultural pela Lei Roaunet por meio do *crowdfunding*, permitindo que os cidadãos participem do processo.

Referências bibliográficas

AGORA é oficial: Belo Horizonte é a Capital Mundial dos Botecos. Prefeitura de Belo Horizonte, 2009. Disponível em <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/noticia.do?evento=portlet&pAc=not&idConteudo=29900&pIdPlc=&app=salanoticias> Acesso em: 27 maio 2017.

ALENCASTRO, Catarina. Lei Rouanet: ministro da Cultura critica concentração de recursos públicos nas mãos de poucos. *O Globo*, Brasília, 05 de janeiro de 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/lei-rouanet-ministro-da-cultura-critica-concentracao-de-recursos-publicos-nas-maos-de-poucos-3144542> Acesso 30 de janeiro de 2018.

ALVES, Breno Castro. A seleção natural do crowdfunding no Brasil: hoje há mais arrecadação e menos plataformas. *Projeto Draft*, São Paulo, 21 de ago. de 2015. Disponível em: <https://projetodraft.com/a-selecao-natural-do-crowdfunding-no-brasil-hoje-ha-mais-arrecadacao-e-menos-plataformas/>. Acesso em: 2 de outubro de 2017.

BARABÁSI, Albert-László. *Linked (Conectado)*: a nova ciência dos *networks*. São Paulo: Leopardo Editora, 2009.

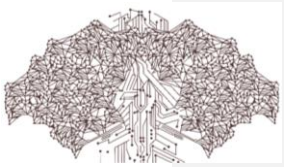
CAZES, Leonardo, REIS, Luis Felipe. O que deve mudar na Lei Rouanet, e o que o setor pensa disso. *O Globo*, Rio de Janeiro, 10 mar. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/o-que-deve-mudar-na-lei-rouanet-o-que-setor-pensa-disso-21039966> Acesso 28 de maio de 2017.

CHAUÍ, Marilena**.** *História do Povo Brasileiro*: mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Perseu Abramo, 2000.

ESTADÃO CONTEÚDO. Procuradoria acusa 31 por fraudes na Lei Rouanet, na Operação Boca Livre. *Época Negócios*, São Paulo, 06 de novembro de 2017. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2017/11/epoca-negocios-procuradoria-acusa-31-por-fraudes-na-lei-rouanet-na-operacao-boca-livre.html> Acesso 30 de janeiro de 2018.

EVOÉ, 2015. Disponível em: <www.evoecultural.com> e <www.evoecultural.com/nono>. Acesso em: 28 maio 2017.

FARIA, Marcelo. Em 38 horas, extinção da Lei Rouanet alcança 20 mil apoios e virará projeto



no Senado. *ILISP*, sem localização, 14 de setembro de 2017. Disponível em: <http://www.ilisp.org/noticias/em-38-horas-extincao-da-lei-rouanet-alcanca-20-mil-apoios-e-virara-projeto-no-senado/> Acesso 30 de janeiro de 2018.

HIMANEN, Pekka. *A ética dos Hacker*. São Paulo: Campus/Elsevier, 2001.

HOWE, Jeff. *O poder das multidões*: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

IDEIA LEGISLATIVA. *Revogação da Lei 8313/1991 (Lei Rouanet) com redução de impostos na mesma proporção*, 2017. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoideia?id=89939>. Acesso em 30 de janeiro de 2018.

LÉVY, P. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MENEZES, Hemilton. *A Lei Rouanet:* muito além dos (f)atos. São Paulo: EGalaxia, 2016.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Financiamento à cultura por pessoa física bate recorde em 2015*, 2016. Disponível em: <http://zip.net/bgtKcf>. Acesso em: 22 maio 2017.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

OLIVEIRA, Cinthya. Mercado do financiamento coletivo amplia leque em cinco anos de atuação. *Jornal Hoje em dia*, Belo Horizonte, 26 de out. 2015. Disponível em: <http://hojeemdia.com.br/almanaque/mercado-do-financiamento-coletivo-amplia-leque-em-cinco-anos-de-atuação-1.327811> Acesso em: 22 maio 2017.

PRETTO, Nelson. Redes Colaborativas, ética hacker e educação. *Educação em Revista*, Belo Horizonte, dezembro de 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/edur/v26n3/v26n3a15.pdf> Acesso em: 30 de janeiro de 2018.

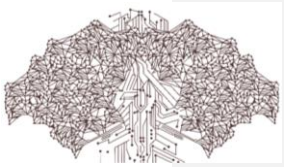
RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SÁ-EARP, Fabio, KORNIS, George e JOFFE, Perla Sobrino. *A lei Rouanet às vésperas da maioridade*. 2012 Disponível em: <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Fabio-S%C3%A1-Earp-et-alii.pdf >. Acesso em: 21 maio 2017.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Ciberativismo, cultura e o individualismo colaborativo. REVISTA USP, São Paulo, n.86, p. 28-39, jun/ago 2010.

TAB-UOL. *Tire da caixa:* o financiamento coletivo pode ser melhor teste para você descobrir o potencial da sua ideia, #60. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/crowdfunding/>. Acesso em: 22 maio 2017.

VILIATI, Vanessa Amália Dalpizol; TIETZMANN, Roberto. *Crowdfunding*: O Financiamento Coletivo como Mecanismo de Fomento à Produção Audiovisual. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, XIII. 2012, Chapecó. **Anais**... Chapecó: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1090-1.pdf>. Acesso



em: 24 maio 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PODERIA TER SIDO VOCÊ: VÍNCULOS SOCIAIS E SIMBÓLICOS NO PROCESSO COMUNICACIONAL A PARTIR DA PRODUÇÃO DO COLETIVO TELA FIRME PARA O CANAL YOUTUBE[1]

Luciana Gouvêa[2];

RESUMO

O artigo se propõe a refletir a respeito do conceito de vínculos sociais e simbólicos a partir do vídeo "Poderia ter sido você", produção audiovisual do coletivo paraense Tela Firme lançada no dia 06 de janeiro de 2015 na plataforma virtual Youtube[3]. O vídeo foi realizado para criticar as violências policiais e intervenções de milícia urbanas, cuja atuação é recorrente nos bairros da periferia de Belém (PA).Tomando como ponto de partida a obra de Bruno ([1591] 2009), Mauss ([1924] 2007), Norval Baitello Jr. (1997;1999; 2009) e Malena Contrera (2002; 2009), discutimos os sentidos de vínculos associados aos processos comunicacionais empreendidos por grupos de comunicadores que buscam não apenas manter informados os moradores do bairro, como também estabelecer relações de proximidade entre as pessoas e ainda buscar outro viés representativo diferente daquele imposto pelas mídias comerciais da cidade.

Palavras-chave: Comunicação Popular; Vínculo comunicativo; Direitos Humanos; Comunidade

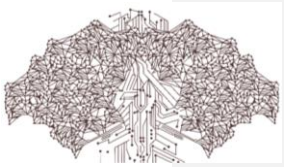
"Aquilo que está embaixo é como aquilo que está em cima, aquilo que está em cima é como aquilo que está embaixo"

Hermes Trismegisto

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 – Net-Ativismo, teoria da ação, conflito e participação em rede, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 A pesquisadora é mestranda em Comunicação Social da Universidade Paulista (UNIP-SP), sob orientação do Prof. Dr. Jorge Miklos e bolsista CAPES. No mestrado, integra o Grupo de Estudos Mídia e Imaginário. E-mail: lucigouveiac@gmail.com

[3] Link para o vídeo "Poderia ter sido você" – https://www.youtube.com/watch?v=nTymevrDkF8&t=390s. Acesso em 02/10/2017.



A frase acima define a 2ª lei hermética estabelecida pelo alquimista egípcio Hermes Trismegisto. O princípio filosófico ocultista sugere que a perspectiva em que nos encontramos na Terra nos impede de enxergar outros mundos que estão acima e abaixo de nós. E esta Lei, conhecida como da Correspondência, nos alerta que tudo o que é verdadeiro no microcosmos também o é no macrocosmos.

Os escritos sobre o hermetismo são considerados misteriosos, assim como os vários vínculos que nos mantém unidos no contexto social ou pelos quais somos atravessados simbolicamente. Eles também são tidos como um fenômeno mágico e abstrato presente no cotidiano, de uma forma que poucos se dispuseram a explicar como, por que, quando se dão e como se dissolvem.

Sobre o assunto, não há conclusões definitivas e muito menos rígidas, mas dispomos de percursos científicos etológicos, biológicos, sociológicos, filosóficos e comunicacionais que se destinam a conceituar, delimitar, identificar e refletir a respeito da natureza dos muitos vínculos que nos envolvem. Um dos primeiros a apresentar esta temática de maneira mais direta foi o italiano Giordano Bruno (1548-1600)[4].

De acordo com o autor, os vínculos são "sutis, e aquilo que liga é quase imperceptível, profundo, passível apenas de se examinar ligeiramente, na superfície, por assim dizer, como aquilo que está sujeito a transformações a cada momento" (p. 34). Isto é, os vínculos são dinâmicos, difusos, multidimensionais e podem ser materiais, ou seja, estar baseado em objetos ou fenômenos visíveis ou até mesmo imateriais.

Outra obra que merece destaque pelo seu pioneirismo sobre o estudo dos vínculos, especialmente no ambiente societal, é o "Ensaio sobre a dádiva", de Marcel Mauss ([1924] 2007), que observou os sistemas de trocas em diversas sociedades arcaicas. O sociólogo identificou que estas relações de "dádiva" não se baseavam apenas na Economia, nas obrigações sociais, ou na manutenção de status, tampouco na profunda consciência sobre as implicações da vida em comunidade – Todos estes elementos, na visão dele, jamais podem ser concebidos de forma isolada, pois se tratam de fenômenos transversais e imbricados.

As formas de dádiva estão presentes de maneira híbrida, como ressalta Mauss, "trata-se no fundo de misturas. Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se

[4] Giordano Bruno foi um frade italiano condenado à morte pela Inquisição romana, acusado de heresia. De acordo com Baitello Jr. (2009), a obra Os Vínculos, de 1591, é "obscura e profunda". "O ensaio de Bruno pode ser considerado um pioneiro na compreensão de forças que atraem e aproximam as pessoas e constituem campos de afinidade" (BAITELLO JR., 2009).

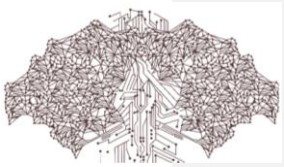
misturam: o que é precisamente o contrato e a troca" (p.212). Ele nomeou esta analise sobre os sistemas de trocas de *fenômenos sociais totais*, e a respeito destas formas de vinculação, conclui "Há, certamente, um vínculo nas coisas, além dos vínculos mágicos e religiosos, os das palavras, e dos gestos do formalismo jurídico (p.269),

> Todos os fenômenos são ao mesmo tempo jurídicos, econômicos, religiosos, e mesmo estéticos, morfológicos, etc. São jurídicos, de direito privado e público, de moralidade organizada e difusa, estritamente obrigatórios ou simplesmente aprovados e reprovados, políticos e domésticos simultaneamente, interessando tanto as classes sociais quanto os clãs e as famílias. São religiosos: De religião estrita, de magia, de animismo, de mentalidade religiosa difusa (...) Portanto, são mais que temas, mais que elementos de instituições, mais que instituições complexas, mais até que sistemas de instituições divididos, por exemplo, em religião, direito, economia, etc. São "todos" sistemas sociais inteiros cujo funcionamento tentamos descrever. Vimos sociedades no estado dinâmico ou fisiológico. Não as estudamos como se estivessem imóveis, num estado estático ou cadavérico, e muito menos as decompusemos e dissecamos em regras de direito, em mitos, em valores e preços (MAUSS, 2007, p.269)

Um dos aspectos metodológicos interessantes que a obra de Mauss nos apresenta é que não é possível analisar estas relações de troca apenas por dentro das instituições e dos contratos sociais estabelecidos. E este pensamento dialoga perfeitamente com o que estamos nos propondo pesquisar, que é a Comunicação Popular[5] quanto potencial vinculativo. Ela é um modo que comunicar que assume diversos formatos e se propõe plural, se analisarmos a atuação dos grupos de comunicadores tomando como referencial apenas o jornalismo comercial e institucionalizado, tendemos a analises redutivistas, generalistas e até mesmo preconceituosas.

Para evitar um recorte superficial da temática, buscamos respostas não apenas no campo epistemológico que nos seria natural, como também citamos neste terceiro capítulo autores que analisam problemas estéticos, midiáticos, antropológicos e – porque não? – também trazemos o pensamento de quem cria os processos comunicacionais na prática e para a mobilização de seu espaço vivido.

[5] Gianotti (20016) conceitua o que é Comunicação Popular da seguinte forma, A Comunicação Popular é a comunicação produzida pelo povo e para o povo (...) Ela é a porta-voz dos interesses da comunidade em que está inserida e também ajuda a comunidade a se organizar em torno dos seus problemas (...) Falando em uma linguagem mais elaborada do ponto de vista da Comunicação Social, na Comunicação Popular o público destinatário é também emissor. Ou seja, a Comunicação Popular é uma tarefa militante de mobilização através da criação de veículos próprios que não são controlados pela burguesia ou pelos governos" (GIANOTTI, 2015, p.24)



OS VÍNCULOS COMUNICATIVOS

Dentro do campo da Comunicação, os estudos de Malena Contrera e Norval Baitello Jr. são pioneiros e fundamentais para compreendermos como o conceito é articulado dentro do campo comunicativo. O intuito é refletir sobre os vínculos sociais e simbólicos, considerando que eles são um componente fundamental do processo comunicativo.

Na Enciclopédia da Comunicação, Contrera (2009) classifica os vínculos comunicativos como "uma das questões centrais dos estudos sobre a comunicação humana, ainda que não tenham sido devidamente considerados até o presente momento".

> Nesse sentido, é importante que façamos uma ressalva acerca do fato de que é a desconsideração do papel do vínculo para a Comunicação que colabora para a manutenção de uma visão empobrecida sobre o processo comunicativo, muitas vezes conferindo às trocas de informação o seu aspecto central (...) Ao considerarmos um processo de vinculação, lançamos um novo sentido as relações comunicativas, evitando uma concepção de que trocas comunicativas se assemelham a meras relações comerciais e instrumentais, e chamando a atenção para a importância dos processos de significação constituído nessas relações (CONTRERA, 2009)

Nem todas as formas de vinculação, contudo, são consideradas positivas. Em sua crítica a Mídia, Contrera (2002) avalia que os processos de vinculação articulados pelos veículos de Comunicação de grande escala são muitas vezes realizados de maneira violenta, provocando na população o pânico e o medo,

> As discussões sobre a violência na mídia se atêm, em sua grande maioria, à análise dos temas considerados violentos, mantendo a discussão sobre a violência longe da dimensão da representação e da linguagem. Cremos que esteja aí o grande engano. Onde realmente está a violência na mídia? Certamente, não apenas em seus temas, que mais nos parecem ser uma consequência secundária, mesmo que possam até mesmo passar posteriormente a retroalimentar a violência. Essencialmente, ela nos parece ser estrutural, estar presente na própria linguagem (CONTRERA, 2002, p.98)

Então, como observamos, o vínculo possui várias interfaces e está presente inclusive nas imagens de violência que nos chegam através das mídias. Por isso, nomear o tipo de vínculo ao qual estamos nos referindo é fundamental. E baseado em Mauss, acreditamos que a nossa pesquisa ocorre nos termos de analisar os vínculos "sociais" e "simbólicos". Usamos aqui com predominância o termo "social" não no sentido de contratos, obrigações do cotidiano, tampouco

nos referimos a um processo massificado[6]. Com "social" nos referimos, portanto, a fenômenos que estão presentes na sociedade de forma organizada ou não. Já os vínculos simbólicos são aqueles que produzem sentidos e significados no interior da sociedade, que por vezes estão baseados na esfera imaterial, mas que impactam diretamente ou são a base das relações sociais. Consideramos aqui a dinamicidade destes vínculos e a sua hibridez, por isso, não será a nossa preocupação prioritária categorizar ou delimitar os tipos de vínculo que pertencem à ordem social ou à ordem simbólica.

Para Baitello Jr. (2009) vincular significa "ter ou criar um elo simbólico ou material, constituir um espaço ou território comum, é a base primeira para a comunicação" (p.87). Na visão do pesquisador, não é mais possível compreender a Comunicação como "simples conexão ou troca de informação, mas necessariamente é preciso ver nela uma atividade vinculadora entre duas instâncias vivas" (p.100). Baitello Jr.(2008) também reflete a respeito da formação destes vínculos e os seus aspectos dinâmicos,

> Vínculos se constituem em formas que se diferenciam e se complexificam cumulativamente ao longo da vida de um corpo, na ontogênese: desde o aconchegante vínculo maternal, ao qual se soma o vínculo filial, e ambos se abrem ao sistema fraternal, que se amadurece com a constituição do vínculo paternal e com o desenvolvimento dos vínculos sexuais. Na filogênese, os vínculos se constituem em diálogo estreito com as condições ambientais e as disponibilidades sensoriais, transformando-se em formas distintas de sociabilidade. Como são vivos, pois emanam de corpos vivos, os vínculos carecem de alimentação constante, necessitam estar ativos, requerem cuidados, atenção e amor (...) Graças à reconsideração e à nova inserção da corporeidade como ponto de partida e chegada de toda a comunicação, podemos dizer que a matéria-prima dos processos comunicacionais não é a informação, e sim o amor (BAITELLO JR., 2008, p.102)

Estes processos de vinculação estão presentes de maneira muito particular e contundente na Comunicação Popular. Analisá-la apenas sob a ótica da *necessidade ou da sobrevivência*, seria não enxergar o todo. Buscar um viés somente espiritual e etéreo também não daria conta de explicar a multidimensionalidade e riqueza dos vínculos presentes em uma experiência de

[6] Massificado no sentido de "cultura de massa" definido por T. W. Adorno, em trabalhos como a "Dialética do Esclarecimento" (1944), que identifica a existência de uma massa acrítica, de indivíduos que não se diferenciam uns dos outros, cuja construção de subjetividades é voltada aos ideais fascistas e totalitários. Miklos (2014) delimita o conceito: "As massas estão em oposição às minorias: as minorias são indivíduos ou grupos de indivíduos especialmente qualificados; a massa é o conjunto de pessoas não especialmente qualificadas. Massa é o "homem médio" – trata-se da qualidade do comum, do homem enquanto não diferenciado dos outros homens, mas que representa um tipo genérico" (Miklos, 2014, p.18).

Comunicação planejada e protagonizada pelos grupos sociais que ainda precisam lutar pela sua posição de fala e de representatividade sociopolítica. Diferente dos meios de comunicação comerciais, o repórter comunitário tem um envolvimento histórico, emotivo e sensorial com o local onde mora.

Os laços estabelecidos com o seu lugar vivido e a forma de narrar as tramas que se desenvolvem nele, são de outra sensibilidade cujo fator intelectual é um componente de peso, mas não é o único, como demonstraremos a seguir.

PODERIA TER SIDO *VOCÊ*

O vínculo comunitário como "nó" está presente em várias passagens das artes, da literatura e da filosofia com o intuito de promover uma reflexão salutar a respeito do tema. No entanto, este sentido negativo vem sendo especialmente realçado e distorcido na cultura capitalista, pois esta tende a privilegiar o individualismo como o seu elemento primordial.

Afinal, podemos citar algumas formas comunitárias que obtiveram resultados desastrosos – O nacionalismo alemão e italiano que culminou na 2ª Guerra Mundial, o desenrolar do socialismo russo, as comunidades de base religiosa que radicalizam nas regras para os seus devotos e nas punições impostas às mulheres, para citar algumas. Por estas experiências sociais perversas, muitos autores e teóricos passaram a criticar severamente os sentidos do comunitário em um contexto de empreendimento dos processos de massificação, por exemplo, Walter Benjamin, Theodor Adorno, Zigmund Bauman, Jean-Paul Sartre.

Cada um ao seu modo e com seus prognósticos muito particulares, os autores nos alertaram para os perigos de que a ideia de comunidade passasse a contribuir com a padronização e opressão do indivíduo e entendemos que este pensamento é compatível com o momento histórico, de ascensão da extrema direita na Europa.

Isto é, o comunitário também não está imune a distorções de sentido, mas ele também se ressignifica ao longo dos tempos históricos. Com os novos arranjos do comunitário a partir das experiências de movimentos das resistências atuantes no pós-guerra, o conceito se reestruturou ao denotar formas de organização orgânicas e solidárias que se contrapõe a cultura capitalista. Autores como Michel Mafessoli, Félix Guattari, Edgan Morin, Michel Foucault e Muniz Sodré contribuíram para entendermos a comunidade como algo plural, dotada de relações afetivas, simbólicas e de potencial transformador.

Dentro do campo da Comunicação, Cicilia Peruzzo, Raquel Paiva, Denise Cogo e Márcia Vidal, por exemplo, trouxeram novas perspectivas de estudos comunitários, tirando o estigma de

que os comunicadores orgânicos e de periferia faziam apenas uma "imitação" da prática jornalística e que o fazer deles é desprovido de um sentido amplificado, pois circula apenas em um meio local e que muitas vezes não tem a pretensão de ser hegemônico.

Raquel Paiva (2012), ao articular o conceito de comunidade, nos faz uma provocação a partir do quadro de Théodore Géricault, *La Radeau de La Meduse*,

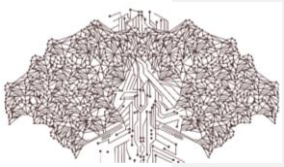
> Seria a comunidade ainda um destino? O fato é que, diante do atual ambiente de profundo estresse e ansiedade pelo cotidiano nas grandes cidades e a incerteza com os próximos tempos, percebemos que nos encontramos virtual e definitivamente ligados e dependentes uns dos outros, como nunca deixamos de ser e como talvez nunca gostaríamos de ter sido. No esforço de tentar visualizar e definir este sentimento/ambiente, antes de qualquer conceito, vem-nos à mente a impactante tela de Théodore Géricault (1791-1824), Le Radeau de la Méduse1 , sobre o famoso naufrágio ocorrido em 1816, próximo ao Senegal (...) O acidente e a obra têm produzido inúmeros discursos e reflexões, a começar pelas causas do naufrágio: a imperícia e a inexperiência de um capitão de origem monárquica, portanto, vinculado ao Ancien Régime. Entretanto, as informações sobre a perda de todos os postulados éticos e morais e a vigência de uma regra baseada na sobrevivência, com a eliminação dos mais frágeis e o relato do canibalismo não eram menos chocantes. Finalmente, até mesmo a preocupação com a análise da obra, em especial a filiação ao chiaro-scuro e ao estudo de anatomia revelado na representação dos corpos nus, tem inserido o Radeau no podium das obras em discussão no mundo todo (PAIVA, 2012, p.63)

No vídeo "Poderia ter sido você", do coletivo Tela Firme, que atua no bairro da Terra Firme[7], em Belém (PA), o vínculo como "nodação" é evidenciada. No intuito de fazer uma crítica ao extermínio da juventude da periferia, o grupo criou uma atmosfera escura, sombria, alinear e caótica.

Ele é muito diferente do vídeo de lançamento do coletivo, chamado Terra Firme, que apresentava um bairro com uma feira ao ar livre com produtos e trabalhadores diversificados, com moradores antigos falando sobre a sua paixão pelo lugar, contando lendas e divagando sobre os laços comunitários. A relação simbólica e afetiva com o lugar onde se mora, tendo o vídeo Terra Firme como referencial, já foi tratada em outro artigo[8] da autora.

[7] Bairro de Belém que possui 61.439 habitantes (IBGE, 2010), é o quarto mais populoso da cidade e está localizado na periferia da metrópole. "A renda familiar no bairro da Terra Firme oscila entre meio a dois salários mínimos. A informalidade absorve a maior parte da força de trabalho" (...) Boa parte da população da área é composta por migrantes internos ou do Nordeste, em particular do Maranhão". **FONTE:** LEITE JR, Daniel,;ALMEIDA, Rogério. *(Ver referências bibliográficas).*

[8] **"É nois" na tela:** comunicação, territórios simbólicos e produção de vínculos a partir da experiência do coletivo Tela Firme na cidade de Belém (PA). Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, no XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) realizado entre os dias 5 e 9 de setembro na



O vídeo "Poderia ter sido você" foi produzido em janeiro de 2015. Com a duração de 9m49s, ele contou com a participação de 12 jovens do bairro, representando personagens de histórias reais que vão de 1994 a 2014, recapitulando os principais episódios de violências policiais com um grande número de vítimas fatais na capital paraense.

O material audiovisual foi todo filmado em um dia e teve a consultoria da ONG Sociedade Paraense de Defesa dos Direitos Humanos (SDDH) e a participação de jovens atores do curso de formação da Universidade Popular (Unipop-Belém). O roteirista do minidocumentário e líder do grupo, Francisco Batista, em entrevista realizada no dia 14/11/2015, nos relatou como foi este processo,

> A proposta inicial do Tela Firme era adotar um formato jornalístico para apresentar pautas de valorização social da comunidade. Mas os Direitos Humanos sempre foram uma lacuna no bairro e também uma demanda antiga dos moradores. Depois da chacina, os vizinhos paravam na rua para perguntar o que faríamos. Não só perguntavam por curiosidade, mas cobravam um posicionamento, porque para eles, nós somos uma mídia. Apesar disso, não nos vemos como a voz de ninguém, nós queremos ser uma voz, mas queremos também que cada cidadão do bairro possa ter a sua (BATISTA, 2015).

A chacina citada Francisco, que inspirou o vídeo, ocorreu na madrugada do dia 05 de novembro de 2014. Onze pessoas foram mortas em cinco bairros da periferia de Belém – Guamá, Canudos e Terra Firme – com características de execução. Em abril do ano seguinte, 2015, a Promotoria Militar do Estado indiciou 14 policiais e começou a investigar 9 deles, por haver a suspeita de estarem envolvidos na chacina, mas determinou que respondessem o processo em liberdade.

Dois anos depois do ocorrido, ninguém foi condenado pelos crimes[9] e poucas iniciativas foram adotadas para esclarecer o que realmente ocorreu na madrugada do dia 05 de novembro. Uma delas foi a Comissão de Inquérito Parlamentar (CPI) instaurada na Assembleia Legislativa do Pará, no final de 2014. Uma das principais conclusões do relatório final produzido pela Comissão é a que os assassinatos daquele novembro foram

Universidade de São Paulo (USP-SP). Link: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1918-1.pdf.

[9] Chacina de Belém é marcada pela impunidade. FONTE: Diário do Pará. http://m.diarioonline.com.br/noticias/policia/noticia-364384-%E2%80%9Cchacina-de-belem%E2%80%9D-e-marcada-pela-impunidade.html#!. Acesso em 19/12/2016.

cometidos por um grupo de extermínio com policiais militares à paisana envolvidos. Eles promoveram o massacre para vingar a morte de um cabo da Polícia Militar, Antônio Figueiredo, este sim, comprovadamente ligado a milícias[10].

Na ocasião do acontecimento, a cobertura jornalística foi protocolar, muito baseada em fontes oficiais e dando pouco destaque às versões de testemunhas e famílias das vítimas. Atualmente todos os poderes já admitem que a chacina foi um caso de violência policial, mas inicialmente houve uma certa relutância do governo do Estado em reconhecer os agentes de Segurança Pública como autores dos crimes[11].

A resposta do Tela Firme a complexidade do ocorrido e à representação negativa do bairro na grande mídia foi contundente: "Poderia ter sido você" começa com uma série de colagens e sobreposições de áudios oriundos das coberturas telejornalísticas do fato, e toma de empréstimo depoimentos reais, com atores representando os papeis das vítimas, e os mistura com a ficção, pois imagina o que as vítimas teriam narrado depois de mortas. O resultado é um panorama documental dos massacres ocorridos em vários bairros da periferia de Belém nos últimos 20 anos, desde o do Tapanã (1994), passando pelo de Icoaraci (2011), e o que motivou a produção comunitária, em 2014.

O resultado foi lançado primeiramente em um telão na praça da Matriz, uma das principais da Terra Firme. O evento contou com os parentes das vítimas, além de ter repercutido em programas telejornalísticos locais[12]. A ação também rendeu ao grupo uma condecoração na Assembleia Legislativa (Alepa-PA), concedida a entidades que promovem os Direitos Humanos no estado[13].

O artigo "Mídias Alternativas na Amazônia: articulações de contrapoder na internet", apresentado no XXXVIII Intercom nos relata a respeito do processo de produção de "Poderia ter sido você",

> Nele os jovens fazem um panorama, de forma crítica, sobre várias chacinas que ocorreram na cidade. E dizem que o problema pode atingir a todos se não for

[10] Relatório aponta que PM morto em chacina estava envolvido com milícia. FONTE: Portal G1. http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2015/01/relatorio-aponta-que-pm-morto-em-chacina-estava-envolvido-com-milicia.html. Acesso em 19/12/2016.
[11] Governador diz que é leviano apontar envolvimento de policiais em chacina. FONTE: Portal G1. http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2014/11/governador-diz-que-e-leviano-apontar-envolvimento-de-policiais-em-chacina.html. Acesso em 19/12/2016.
[12] Filme narra chacinas que ocorreram na região metropolitanas de Belém. FONTE: Portal G1. http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2015/01/filme-narra-chacinas-que-ocorreram-na-regiao-metropolitana-de-belem.html. Acesso em 19/12/2016.
[13] Em 2015, o coletivo recebeu a comenda Paulo Frota, concedida pela Assembleia Legislativa do Estado do Pará (Alepa) a entidades, organizações e pessoas que militam pelos Direitos Humanos.



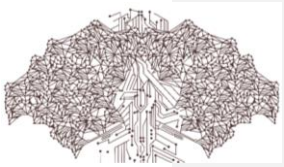
> tratado por meio de políticas públicas sérias. A mais recente chacina ocorreu no dia 4 de novembro de 2014. Nesse dia, madrugada do dia 4 para o dia 5 de novembro de 2014, um cabo da polícia militar, Antônio Marcos da Silva Figueiredo, de 43 anos, foi assassinado. Logo após a notícia da morte, começaram a surgir através de Facebook e Twitter informações de que policiais foram em busca dos criminosos na periferia da cidade e estavam matando pessoas pelas ruas como forma de vingança. Os comentários foram diversos, como o número de mortes, que passava de 30. Fotos de corpos foram compartilhadas através do aplicativo de conversa WhatsApp. A chacina foi o principal tema a ser discutido em redes sociais e chats de conversa ao longo do mês de novembro. O número oficial: 11 pessoas assassinadas, supostamente por policiais. Dois meses depois, nenhum responsável pela tragédia foi encontrado, e segundo a polícia, a investigação ocorre em segredo de Justiça. O Estado ainda não apresentou nenhuma resposta efetiva à população (AMORIM etall, 2015, p.11)

A partir destas iniciativas de Comunicação, o grupo se configura como agente vinculador do bairro, pois utiliza de seu poder de mobilização para colocar em pauta assuntos que atingem a comunidade como um todo, a exemplo da violência policial. Consideramos que esta possibilidade de se estreitar os laços no contexto comunitário contribui para o avanço de direitos e consolidação de narrativas que fortaleçam a noção de solidariedade entre os moradores do bairro.

Como destacou Sonia Serra (2002), em seu artigo "Comunicando a violências contra crianças brasileiras: dos protestos locais", faz um percurso histórico sobre a execução de adolescentes, intensificado nas grandes cidades brasileiras a partir de meados de 1980, sem que isso causasse uma indignação da população e também sem ganhar uma repercussão significativa na mídia,

> Como Ruth Pistori, da Pastoral do Menor de São Paulo, comentou: Eram os pobres que estavam morrendo...e a imprensa brasileira não queria gastar o seu espaço com pessoas consideradas insignificantes. Esta mesma visão era confirmada por jornalistas como Tim Lopes, do Jornal do Brasil, que enfatizava os preconceitos raciais e o caráter elitista da imprensa brasileira, e por Paulo Martins Moreira Leite, editor de assuntos nacionais da Veja, que admitiu que a revista demorou a se interessar pelo assunto porque o mesmo não interessava à classe média brasileira. O repórter Mário Simas, da mesma revista, também se queixou de que encontrava forte resistência editorial ao assunto e recorreu ao espaço opinativo da revista para colocar sua visão em questão (SERRA, 2002, p.43)

Por conta desta aversão dos grandes veículos da mídia comercial em apresentar determinados temas importantes e urgentes para a sociedade como um todo, a formação de coletivos de comunicação locais é fundamental para que os problemas sejam dialogados com a seriedade e frequência que prescindem para que as soluções floresçam. É uma questão que está



para além de uma auto-representação que busca apenas "imitar" o jornalismo comercial, mas de se fazer presente na sociedade, visibilizando discursos que geralmente não tem espaço nas mídias comerciais.

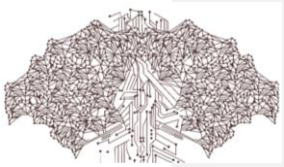
No jornalismo comercial, quem assume o protagonismo sempre é o repórter e a instituição jornalística, ao sempre assumir a condução da narrativa, ao ser responsável pelo protagonismo de traduzir e revelar os fatos, ao selecionar as suas fontes, tentar explicar a realidade, como muito bem observou Walter Benjamin em seu ensaio "O Narrador" ([1936] 1985), texto que permanece atual ao descrever os acontecimentos contemporâneos,

> Cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes. A razão é que os fatos já nos chegam acompanhados de explicações. Em outras palavras: quase nada do que acontece está a serviço da narrativa, e quase tudo está a serviço da informação. Metade da arte narrativa está em evitar explicações. Nisso Leskov é magistral. (Pensemos em textos como A fraude, ou A águia branca). O extraordinário e o miraculoso são narrados com a maior exatidão, mas o contexto psicológico da ação não é imposto ao leitor. Ele é livre para interpretar a história como quiser, e com isso o episódio narrado atinge uma amplitude que não existe na informação (BENJAMIN, 1985, p. 203)

Já a Comunicação Popular – apesar de não estar imune às reproduções discursivas da mídia comercial – se permite buscar outras lógicas narrativas, nem sempre atreladas a rigidez da técnica jornalística – a função do repórter que "destrincha" os fatos, os explicando, nem sempre é escolhida como recurso de linguagem dentro desta modalidade.

Além de "Poderia ter sido você", realizado pelo Tela Firme, outro exemplo muito bem executado foi realizado pelo coletivo Papo Reto (RJ)[14], ao noticiar em 2015 a morte do menino Eduardo Ferreira, de 10 anos, no Complexo do Alemão, assassinado por policiais militares. No vídeo, realizado pelo grupo, a mãe da criança que foi baleada em casa, se desespera, falando com o outro filho pelo celular. A produção, de 2m44s, se resume a mostrar este momento de dor, a fúria dos vizinhos, detalhes do corpo da vítima sendo recolhida pelo IML, e no final, a comoção

[14] Coletivo de Comunicação Popular do Rio de Janeiro, com atuação no Complexo do Alemão desde 2013, com forte cobertura em relação as violências físicas e simbólicas sofrida pelos moradores da região. Uma das ações do coletivo foi contra a marca Coca-cola, que durante anos teve uma fábrica no Complexo do Alemão, sem jamais ter dado uma contrapartida social para a comunidade. O grupo, formado por oito pessoas, criou a hashtag #capitalizaapobreza. Com a repercussão, a Coca-cola decidiu procurar o coletivo para saber qual a melhor forma de fazer doações que beneficiassem as pessoas daquela área. Raull Santiago, um dos integrantes do Papo Reto, foi convidado a falar na ONU em 2015 sobre as estratégias de auto-representação no combate ao racismo no Brasil. FONTE: GIANOTTI, Cláudia Santiago. **Experiências em comunicação popular no Rio de Janeiro ontem e hoje.** Rio de Janeiro: Núcleo Piratininga de Comunicação/Fundação Rosa Luxemburgo, 2016.



da vizinhança pedindo por justiça. Nenhum repórter do grupo interrogou os familiares do menino para saber como estavam se sentindo ou querendo arrancar deles alguma declaração de indignação.

A câmera funcionou como uma sutil observadora, que não comunica expressamente as suas impressões e julgamentos sobre o caso – Isto é, temos outra forma de reportar os fatos que transita entre o sensível, pois não apela ao racional para formar os seus conceitos e pré-conceitos, e o tátil, uma vez que ao conhecerem com muita propriedade a realidade do bairro, ao se relacionarem com os vizinhos que sofreram a violência, tem outra maneira de tratar o assunto e de traduzi-lo para quem é de fora do complexo de favelas.

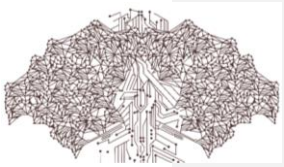
Avaliamos que estas outras formas de comunicar que estão presentes no trabalho destes coletivos de comunicação contribuem para que a comunidade possa ter a oportunidade de estar mais unida, ampliando os seus espaços e ambiências para a construção de um diálogo que enfrente as formas de violências reais e simbólicas aos quais podem estar sujeitados.

Na visão de Baitello Jr. (1999) o rebaixamento do sentido do tato, que é aquele que gera a sensação de proximidade, é um dos motivos geradores de violências modernas,

> Os sentidos da proximidade, em particular no sentido do tato, tem sido considerados toscos, e quando muito, auxiliares menores do conhecimento racional. As linguagens do tato e a comunicação tátil cincurscreveram-se a áreas de refúgio, sendo desenvolvidas apenas quando da perda da visão ou então como terapias específicas, destinadas a excepcionalidades patológicas. Sobre estas lesões, das quais o fenômeno da moderna violência urbana (incluindo-se aí também a violência doméstica) faz parte, já se teceram muitas considerações, sobretudo a respeito das suas raízes socioeconômicas. O que pouco se considerou foi o fenômeno da violência sobre o ponto de vista de suas raízes, por assim dizer, comunicacionais, em outras palavras, como e por que desenvolve-se uma tipologia de códigos comunicativos da violência, e se estes códigos tem a ver com a crescente perda da proximidade (...) (BAITELLO JR, 1999, p.82)

Neste sentido, de avaliar os impactos da perda da proximidade e do rebaixamento da tatilidade a um sentido menor atrás da visão e da audição (ambos sentidos de distância, quando inseridos no contexto midiático), Miklos (2014) considera também que apenas pela mediação de redes telemática, o estabelecimento do vínculo não é possível. À estas relações, podemos chamar de conexão, que se caracterizam pela oportunidade de se ampliar contatos, sem que necessariamente se estabeleçam laços de solidariedade e intimidade,

> O sentido do vínculo está exatamente em sua processualidade e complexidade, dificilmente garantidas pela mera possibilidade de conexão (...) Comunicamo-nos porque carecemos de afeto, de calor, de segurança. Quando isso não ocorre,



> germina um imenso vazio. É no imenso vazio que nasce o desejo de comunicação, de religação com o "outro" (MIKLOS, 2014, p.32)

Como observamos, a Comunicação transcende o seu caráter funcional de apenas informar, facilitar a circulação dos fatos e de "mostrar" realidades. Ela também "faz" os vínculos, os transforma, os move, os ressignifica, mas também os destrói. E do quê são feitos os vínculos, um mistério que ainda não foi amplamente desvendado pelas ciências, também está longe de ser um mero devaneio ocultista – ele é uma necessidade, mas também um meio possível de transformação do real e fundamental para que o processo comunicativo re-exista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, Célia Regina Trindade Chagas, SOUSA, Milene Costa de, MOTA, Gabriel da, et all. Mídias Alternativas na Amazônia: articulações de contrapoder na internet. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3706-1.pdf. *Acesso em 01/03/2016.*

BAITELLO JR, Norval. **O animal que parou os relógios**: Ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1997.

_____. Mídia e violência – A perda do presente. São Paulo: Scielo, 1999. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88391999000300011. Acesso em 11/12/2016.

_____. Vínculo. In: MARCONDES FILHO, C.J.R. de (org.). Dicionário de Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009.

BENJAMIN, Walter. O narrador – Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. **Obras Escolhidas** – Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.

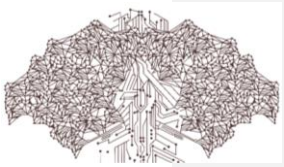
CONTRERA, Malena. **Mídia e Pânico** – Saturação da informação, violência e crise cultural na mídia. São Paulo: Annablume, 2002.

_____. Vínculo comunicativo. In: MARCONDES FILHO, C.J.R. de (org.). Dicionário de Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009.

GIANOTTI, Cláudia Santiago. **Experiências em comunicação popular no Rio de Janeiro ontem e hoje.** Rio de Janeiro: Núcleo Piratininga de Comunicação/Fundação Rosa Luxemburgo, 2016

GIORDANO, Bruno. **Os vínculos.** São Paulo: Editora Hedra, 2012.

LEITE JR, Daniel, ALMEIDA, Rogério. Terra Firme, um quilombo urbano em Belém. São Paulo: Carta Maior, 03/06/2012. Disponível em: http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/DireitosHumanos/Terra-Firme-um-quilombo-urbano-em-Belem/5/25093. *Acesso em 19/12/2016.*



MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva** – Forma e razão de troca nas sociedades arcaicas
MIKLOS, Jorge. Cibercomunidades: A relevância dos vínculos para a constituição de comunidades contra-hegemônicas na cibercultura. São Paulo: Universidade Paulista, 2014.

PAIVA, Raquel. Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: A comunidade do afeto. São Paulo: Revista Matrizes, Ano 6, nº 1, jul/dez 2012. P.63-75. Disponível em: file:///C:/Users/Acer/Downloads/48050-58216-1-PB.pdf. *Acesso em 19/12/2016.*

SERRA, Sonia. Comunicando a violências contra crianças brasileiras: dos protestos locais. In: COGO, Denise, KAPLÚN, Gabriel, PERUZZO, Cicilia K. (orgs.). **Comunicação e Movimentos Populares: Quais Redes?/Comunicácion y Movimentos Populares: ¿Quales Redes?**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos – Universidade do Vale do Rio dos Sinos: La Habana: Centro Memorial Dr. Martin Luther King Jr.; Montevideo: Ciências de la Comunicación. Universidad de La República, 2002.

REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS

TERRA firme. Direção: Maílson Souza/Coletivo Tela Firme. Belém, 2014. (11m42s). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=giSq294yphQ. *Acesso em 19/12/2016.*
PODERIA ter sido você. Direção: Maílson Souza/Coletivo Tela Firme. Belém, 2014 (9m43s). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=nTymevrDkF8. *Acesso em 19/12/2016.*
MENINO de 10 anos é assassinado no alemão. Cinegrafista: Carlos Coutinho. Rio de Janeiro, 2015. (2m44s). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=OdBSLcjwtIE. *Acesso em 19/12/2016.*

PRIVACIDADE / EVASÃO: O SUJEITO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO E EVASOR DA PRÓPRIA INTIMIDADE

Lucilene Cury[1]; Mauricio Barbosa da Cruz Felício[2]

A extrema conectividade de dispositivos tecnológicos nos dias atuais não basta para explicar a quantidade de dados coletados e armazenados sobre cada indivíduo, viabilizando não apenas a micro-vigilância, mas através da consolidação dos hábitos comunicacionais vinculados à internet, permite também o fortalecimento da auto-censura e auto-vigilância, além da evasão consentida de dados pessoais, através da espetacularização e estetização acelerada da conduta em sociedade.

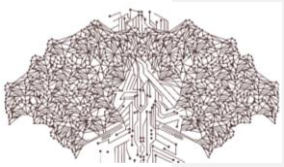
Este artigo tem como proposta trazer ao plano do debate acadêmico algumas das manifestações midiáticas e sociais da cultura emergente da hiperconectividade, dentro do **eixo temático 8 do X Simpósio Nacional da ABCiber, que trata de Privacidade, Vigilância e Controle.**

Para tanto, alguns pensadores são necessários para problematização dos itens mais profundos, tal como Trivinho (2007), que propõe a releitura de Paul Virilio e indica um meio de compreender o fio condutor da vida contemporânea dromocrática através da aceleração dos meios técnicos, pressionando a sociedade de modo sutilmente violento.

Em outras palavras, a aceleração dos processos tecnossociais trará a percepção de aumento de velocidade das trocas informacionais a cada momento. Ainda tratando dos reflexos do pensamento do autor, não há apenas uma percepção de excesso de consumo de informações, mas sim um aumento e, novamente, aceleração no acesso aos meios de comunicação, porém não apenas isso. Na medida em que os telefones inteligentes são produzidos e vendidos com processadores cada vez mais potentes, câmeras com resolução melhores, aceitando aplicativos de edição de texto, foto e vídeo com alta qualidade e precisão, não se trata apenas de acesso, mas também de produção de conteúdo, que aliado ao crescimento do acesso à internet, aporta uma massa de pessoas produtoras e consumidoras de conteúdo. Não há de se pensar, porém, que tais pessoas não produziam discurso anteriormente. O que se pode perceber é que hoje a midiatização

[1] . Pesquisadora é professora da Universidade de São Paulo. É Livre-Docente em Comunicação (USP) e coordena o Grupo de Pesquisa em Comunicação Cibernética Pedagógica – Laboratório de Linguagens Digitais – LLD (USP). E-mail: lucurys@yahoo.com.br

[2] . Pesquisador é professor da AnhembiMorumbi. É Mestre e doutorando em Comunicação (USP) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Cibernética Pedagógica – Laboratório de Linguagens Digitais – LLD (USP). E-mail: mauricio.felicio@usp.br



do discurso atrelada à estética informacional e ao acesso às redes digitais torna este processo comunicacional mais intenso e perceptível.

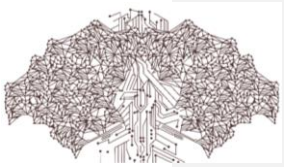
Haverá, então, de se consultar outros trabalhos para aprofundar-se no nível qualitativo da transformação no âmbito da produção e consumo de informação, ponto relevante para o pensamento complexo das comunicações no cenário contemporâneo, mas que não se coloca como ponto central deste artigo. Desta forma, recomenda-se fortemente leituras complementares, como o caso da utilização do pensamento de Lipovetsky (2015) como será mencionado a fortiori.

Outro autor relevante necessário para a visão crítica de impacto da tecnologia sobre a vida contemporânea é Mayer-Schonberger (2011), e sua percepção sobre as estruturas de vigilância através da tecnologia e, neste caso, como as formas de coletas de dados passam a ser um novo agente a ser considerado no ecossistema me que as sociedades humanas estão se inserindo.

A mesma discussão sobre o desenvolvimento de tecnologias com capacidade de processamento se converte, no pensamento deste autor, em uma questão de armazenamento e acesso. Na medida em que houve o barateamento da lembrança e o encarecimento proporcional do esquecimento, a sociedade promove o fortalecimento de uma infraestrutura vigilante que não necessariamente entende o que ou com qual finalidade se vigia.

Este barateamento da memória e encarecimento do esquecimento é trabalhado pelo autor na medida em que apresenta o cenário do passado, em que poucos suportes de memória eram baratos. Papiro, papel, cadernos, jornais. Produtos que se barateara ao longo do tempo mas que não registravam todos os detalhes. Fotografias, câmeras VHS, todos artefatos de curva longa de incorporação e que, ainda assim, mesmo após seu barateamento, não eram utilizados indiscriminadamente. Em outras palavras, o custo se tornava um viés, um filtro para decidir quais memórias deveriam ser registradas e quais não seriam alçadas ao patamar dos itens memoráveis. O corpo orgânico era o contador das histórias, com suporte paralelo de artefatos de memória, como fotos e filmes.

Com a produção em larga escala de aparelhos celulares que mencionamos acima, o registro dos momentos memoráveis deu espaço para o registro constante da vida comum. Banalidades se tornaram registráveis, pois na medida em que celulares se tornam capazes de registrar e guardar milhares de fotografias em sua memória local, a imagem amplia seu espectro de registro e um artefato comunicacional se converte rapidamente em um artefato de registro da banalidade. Há de se questionar, inclusive se o registro do banal se tornará, em dado momento, um não registro, pensamento este que considera o excesso de fotos e vídeos como condição basal para a desconstrução da aura do registro, do momento de consolidação de discurso em uma memória pontual.



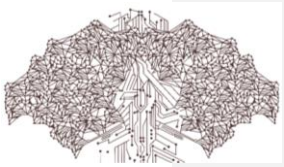
Sem a reserva do registro para os momentos significativos, a instância da imagem sacra, da imagem íntima, do momento de glória passa a disputar espaço, ou fazendo um paralelo sobre a aceleração viriliana, passa a disputar tempo de observação com a imagem transitória, efêmera.

Tem-se aqui dois pontos de vista que em dado momento convergem para criar um protopensamento vinculado às transformações oriundas das tecnologias comunicacionais ao longo do tempo, através de Trivinho (2007), e de seu aspecto mais contemporâneo a partir dos meios de comunicação vigilantes dos dias atuais, através de Mayer-Schonberger (2011),

Mas está claro que ambos não bastam para compreender o impacto comunicacional no âmbito da vida privada. Muito ainda é necessário para se abrir caminho em meio à tecnologia.

Assim, indo em busca de efeitos da tecnologia pervasiva sobre os processos comunicacionais, muito se falou, inclusive na mídia de massa, sobre a criação de uma bolha de valores e de artefatos comunicacionais promovida pelas redes algorítmicas de comunicação, como se mostra no caso clássico da polarização dos discursos dentro dos grupos construídos pelos algoritmos do Facebook.

Há de se fazer uma crítica que serve para incrementar a visão de Pariser (2012) sobre o "filtro-bolha" nos quais as pessoas estariam enclausuradas em uma visão de mundo que é fortalecida pelos filtros de similaridade criados artificialmente em busca de constância e permanência das pessoas conectadas às redes comunicacionais digitais. Na medida em que o conflito, ainda que leve, pode fazer com que as pessoas decidam sair temporariamente da internet ou de redes específicas, o oposto, pautado pela manutenção de relações assépticas faz com que os conflitos sejam reduzidos, fomentando um consumo afásico de informações digitais. Para gerar esta crítica, é possível considerar o Tratado da Servidão Voluntária, escrito há mais de quatro séculos por La Boétie (1579), como um prisma que decompõe a servidão em um estado de educação, porém esta educação é apresentada no sentido de forma, de limites, de condutas validadas, de troféus conquistados através, talvez, da deformação do indivíduo para que este atenda às expectativas de um sujeito coletivo, de um grande observador (lembrando que este pensamento é uma extrapolação do tratado mencionado). Para o autor, agora sendo mais direto, a servidão ensinada faz com que os indivíduos se alegrem no ato de servir, mesmo que isso tenha degradado historicamente seu eu original. Servir estaria vinculado à forma como todos foram ensinados a desejar um senhor, a desejar a relação de servidão. A problematização toca no âmbito do indivíduo em estado passivo das massas em um nó-conectivo produtor de artefatos espetáculo-midiáticos a respeito da vida cotidiana. Em outros termos, o voluntariado aprendido e reforçado pelos meios de comunicação será pano de fundo na compreensão do afloramento de bases de dados sem precedentes, e que prometem compreender, através da Inteligência Artificial, os



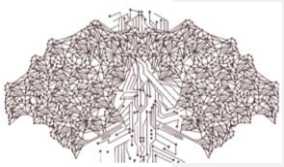
próximos passos de consumo e comportamento de cada participante desta rede de computadores, celulares e pessoas. Esta atualização de La Boétie (1579) se faz necessária para que se compreenda que enquanto a seu tempo o senhor de tantos servos poderia ser um rei, nos dias atuais a tecnologia se mostra agente, interagente. O rei se tornou difuso e muito mais pervasivo. Na medida que não há um corpo orgânico, o alvo se torna fugidio.

Conseguir compreender o papel da tecnologia e a forma como nos relacionamos com ela é um passo avançado na visão de mundo. Ser capaz de compreender como a estrutura comunicacional de torna estrutura de vigilância de modo silencioso, mas muito profundo faz com que o indivíduo que em dado momento é produto e produtor do conteúdo se torne alvo da grande estrutura. Os servos da tecnologia, nos dias atuais, exercem força, violências sutilizadas para impelir seus amigos, parentes, clientes etc. a ingressarem nas redes. A pressão social para que todos os indivíduos estejam conectados e evadindo informações a respeito de sua intimidade é constante e notório.

Na mesma linha de provocação que foi apresentada pouco antes, é possível novamente se questionar se o excesso não está sendo produtor da desvalorização, da desconstrução da aura. Neste caso, a aura da intimidade, considerando que o íntimo está visível para as grandes redes. Ao se considerar que a intimidade deixa o espaço restrito da casa, ou do próprio corpo, quando este se hipertrofia como campo de produção de discurso estético, é possível perceber a rarefação do lugar de reflexão íntimo, do corpo preservado, do que é velado. Não raro encontram-se pessoas expondo seus corpos no Instragram, Facebook, Whatsapp. Note que aqui não estamos referenciando fotos de nudez explícita, mas principalmente o avanço da sensualização fotográfica que deixou de estar reservada a poucas pessoas do círculo íntimo para fazer parte do discurso coletivo apoiado pelas curtidas e comentários das pessoas em rede.

Não se pretende aqui produzir um discurso moralista e que feche o corpo a expressões castradas de si, mas sim lembrar que o conceito de intimidade pode estar passando por transformação similar ao que passa o conceito de esquecimento através das redes.

Enquanto no passado, esconder era o padrão, assim como o esquecimento, hoje esta conduta expositiva começa a se avolumar através da aprovação algorítmica que reflete as curtidas em mais do mesmo conteúdo. O corpo exposto, a intimidade deflagrada, a abertura do canal entre o que era restrito e o que é de conhecimento coletivo é resultado do mesmo tecido social que traz os debates propostos neste artigo. O que se busca deixar claro é que as transformações tecnossociais não correm de modo isolado. Ocorrem de modo sistêmico.



O estrelado reservado a poucos no passado agora se pulveriza através das subcelebridades de nicho, rotulados como influenciadores digitais em muitos casos. O anonimato deixou de ser um campo neutro para se tornar o exílio para muitas pessoas.

A mesma angústia que afligia o indivíduo da obra de Bauman (2005) que buscava o desprendimento de sua identidade nacional para ser o criador de sua própria identidade líquida, percebe-se um discurso que aflora nos grandes centros urbanos da construção do jovem midiático, que está autoexposto em suas redes sociais. Mais importante é conseguir lembrar que Lipovetsky (2015) trará a visão de que o modelo estético da vida sempre-jovem será assimilado pelo capitalismo contemporâneo em um grau de elevação do apelo artístico-comercial que, quando unimos tal pensamento ao anterior, poderá gerar nova aceleração sobre a produção de capital simbólico atrelado à manifestação constantemente expositiva da intimidade. Este padrão web-midiático acaba por propagar um discurso de emancipação através das redes que liberta, muitas vezes, o indivíduo de seu entorno físico, mas isso não significa, por si só, a libertação das amarras arquetípicas.

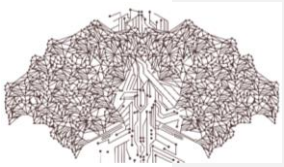
Ainda que haja certa amplificação da voz de muitos indivíduos através do potencial, e que se frise a palavra *potencial*, de disseminação da mensagem de um indivíduo para milhões de pessoas, tal potência não necessariamente se reflete em reflexões profundas, que demandam um tempo muito caro nos dias de hoje.

Um assunto do momento, um novo meme pede que sejamos rápidos, não que reflitamos demoradamente sobre este assunto.

Claro, os dois extremos são possíveis e conseguem encontrar seu nicho, mas a distribuição da curva normal pode ter sofrido, a se comprovar em estudos cada vez mais amplos, um deslocamento para a redução do tempo médio de reflexão na produção de artefatos informacionais, questão esta que afeta inclusive o jornalismo profissional.

Para, então, compreender a gravidade do tema proposto, resgata-se o estudo de ética questionável sobre influência nas manifestações de humor realizado pela empresa Facebook (2014) intitulado "*Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*", reforçando a capacidade objetiva de actantes algorítmicos influenciarem campos importantes da vida humana.

Tal estudo, que mesmo tendo sido publicado, recebeu nota de esclarecimento por parte da revista científica em sua edição subsequente, indicando que a comunidade científica não apoia este tipo de experimento, trouxe à tona com coragem uma prática muito comum no mercado. Em termos gerais, o que a empresa fez seguindo uma metodologia científica foi apenas um reflexo do que o mercado apresenta há muito tempo.



Em resumo, a pesquisa contou com um grupo controle e dois grupos de teste. Através do ocultamento de publicações com palavras negativas, mantendo apenas as publicações neutras ou positivas, o objetivo era avaliar se os membros deste grupo passavam a publicar textos majoritariamente positivos. Ou seja, a hipótese central vinculava a exposição a termos negativos com uma tendência de manifestação negativa, e como consequência de seu ocultamento, o inverso se manifestaria. O mesmo ocorreu com o ocultamento de publicações contendo termos positivos para o segundo grupo de teste.

O resultado esperado chancelou a hipótese de pesquisa através de dados estatísticos.

Membros do grupo de teste tiveram alteração na manifestação de humor utilizando mais termos vinculados ao que era lido, neste caso, ao ocultar as publicações positivas, os membros deste grupo passaram a postar mais termos negativos, e vice-versa.

Há de se questionar se a academia está se fazendo de puritana quando condena o Facebook por ter exposto abertamente sua pesquisa que pode ter impacto direto no humor das pessoas, ou se a academia se distanciou tanto da vida comum que não percebe tal prática ocorrendo no mercado a passos largos, ou, por fim, se tal temor se dá pela importância que o Facebook tem como empresa midiática que é capaz de compreender um volume de dados colossal, espaço este de difícil acesso. Este último pensamento também pode estar vinculado ao medo de que tamanha base de dados seja capaz de oferecer a uma empresa do mercado certo nível de conhecimento a ponto de reviver os tempos da comunicação do emissor-receptor, mas em uma escala mais vil, produzindo em larga escala através de inteligência artificial a capacidade de conduzir as pessoas não a um estado de propensão ao consumo, mas além disso, no viés ideológico, a um estado de propensão ideológica que fortaleceria visões de mundo desejadas pela empresa, gerando uma espécie de assepsia eugênica do livre pensar.

Claro que este tom fatalista soa apocalíptico, mas o temor vai além do Facebook. Este é apenas um alvo preferido pela facilidade de compreender sua atuação majoritária.

A questão central é que a humanidade não conseguiu, ainda que tenha passado pelos séculos científicos, compreender e consolidar valores universais de proteção à vida.

Desta forma, pouco alinhamento há entre as nações que dê segurança de que em um momento necessário todos serão capazes de se unir em favor de um bem maior à própria humanidade em detrimento a interesses particulares. Apenas a cunho comparativo, somos muito bem informados sobre o mapa da fome no mundo, e mesmo assim seguimos nossas vidas reclamando, mas agindo em um nível completamente insuficiente, sem doações significativas, postura tal que possivelmente se acentuará no caso de termos que abdicar de confortos tecnológicos para garantir a empregabilidade ou qualidade de vida das pessoas caso isso seja

necessário por um tempo. Quantos são os países que ainda detém uma pauta e prática realmente humanistas?

Tais questionamentos se encontram no debate sobre a mediação ocorrida através dos artefatos comunicacionais em rede que aparece muito bem na obra dos pesquisadores Nobre & Matuck (2016) sobre o avanço de robôs de inteligência artificial em campos antes notadamente humanos, como a composição de músicas e poesias, ou sobre os representantes robóticos produzindo conteúdo de difícil distinção entre os produtos de ação humana de modo direto.

É, então, foco da leitura crítica dos textos e autores propostos a produção de um questionamento que tenha como base a assumpção do papel jamais secundário da tecnologia e da técnica na constituição da visão de mundo dos indivíduos em sociedade, mas pretende-se dar o passo provocativo na mesma medida que se busca antever seus desdobramentos imediatos e mediatos de modo ainda singelo, mas necessário.

São tecnologias não mais passivas que hoje estão propondo comportamentos e respostas específicas, produzidas com base na massa probabilística.

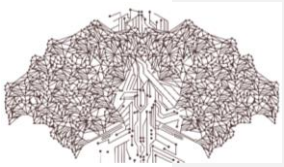
A nova onda de transformação comercial do mercado passa, nos dias atuais, pela nova plataforma de inteligência artificial da IBM, nomeada em um processo de mimesis antropológica, de Watson, nome comum para representar algo extraordinário, tomando aqui o significado básico da palavra, extra-ordinário.

Fato é que esta ferramenta traz respostas probabilísticas com base em bancos de dados diversos, para perguntas humanas. Ou seja, o ideal iluminista da razão operante e orquestradora da realidade se avoluma anos depois. Não que haja uma percepção atual de que as máquinas e computadores estejam no poder, mas a questão a ser colocada é se o padrão de conduta das empresas nas próximas décadas permitirá que um presidente ou diretor decida fazer algo que não foi recomendado por plataformas artificialmente inteligentes.

Em que medida a resposta probabilística pode aviltar princípios humanos, ainda que resulte em alto lucro, e, sendo assim, a que preço aceitaremos decidir em favor da conduta recomendada?

Estes apontamentos pretendem dar corpo a um pensamento sistêmico vinculado à comunicação e tecnologia, meios e conteúdo se influenciando de modo profundo como pensava McLuhan (1969).

Como resultado, espera-se contribuir ao longo do tempo para a percepção mais clara da sociedade sobre os temas que gravitam a privacidade, bem como sua transformação de contornos ao longo do tempo e, principalmente, suas características plásticas contemporâneas que podem, dependendo do encaminhamento coletivo e político que cada tema pode ganhar caso se tornem âncoras morais para os tempos futuros.



Não poderia faltar, em uma avaliação como esta, a avaliação, ainda que breve, da obra de Lipovetsky (2015) que trata da estetização da vida como um todo nos dias atuais.

Ainda que possa parecer estranho tratar os conceitos de privacidade no âmbito estético, é necessário compreender a capitalização da pulsão escópica como parte de extenso e complexo sistema tecnossocial, na medida em que o discurso opera em um nível estético para validar as condutas refletidas neste espelho agora digital.

Agir em sociedade, está para o autor, é agir de modo estético, é produzir estética, é incorporar discursos que sejam aprazíveis ao sistema prevalente, mas não apenas a ele, mas também aos nichos, aos micro-grupos. O capitalismo transestético proposto pelo autor não ignora ou desperdiça nenhum indivíduo capaz de ser produtor e consumidor de estética, então mesmo os grupos que anteriormente eram deixados à margem do consumo hoje são incluídos através do barateamento do processo produtivo de estéticas, produção grosseira e inflacionada de artefatos visuais, aceleração do processo produtivo que gera inundação de artefatos comercializáveis. O consumo acelerar retira o tempo do pensamento aprofundado, mantendo rasas as discussões sobre a arte e a estética vigente. Ao surfar uma onda, a próxima já chega com força arrebatadora. O indivíduo precisa estar disposto a seguir onda após onda, incansavelmente. Este pensamento se conecta parcialmente com Trivinho (2007) quando este traz o conceito de dromoaptidão, indicada como a capacidade de se manter apto a acelerar. Tal aptidão à aceleração e à estética se mostrariam mandatórias nos dias atuais.

Ao combinar as propostas de compreensão da conduta em sociedade pautada por um capital transestético do autor com o pensamento espetacular de Debord (1997), tem-se campo fértil para o questionamento do papel performático e estético das novas mídias na construção de um campo de debate dos interesses públicos que, cada vez mais carece passar pelo campo da imagem, do imagético, do espetacular, do consumo e produção de imagens. Imagens estas que são sobrepostas, empilhadas e acumuladas como capital, como produto, como base efêmera para o sentimento de pertencimento.

Começa a se avolumar o debate público sobre notícias falsas como exemplo da aceleração estética. Não que tais notícias falsas jamais tenham existido. O jornalismo profissional ainda está repleto de grandes exemplos, mas com os consumidores se tornando nós de legitimação, as notícias falsas agora usam suportes midiático-performáticos para ascender ao status de notícia. Comunicar agora sem tempo de rever o que se comunicou ontem. Um imperativo que retira, novamente, o tempo de reflexão.

Curiosa nossa cobrança de curadoria dos meios, a exemplo a pressão que sobrem redes sociais digitais como o facebook para que combata as notícias falsas, quando o papel de curadoria

não necessariamente deveria recair sobre o meio de comunicação, que poderia desencadear processos de censura prévia.

No nível da espetacularização dos processos comunicacionais atrelados a plataformas aceleradoras da comunicação, como as redes sociais digitais, percebe-se uma simbiose da imagem com a efemeridade.

A ascensão de plataformas como Snapchat ou mesmo a ferramenta de publicação temporária do Instagram nomeada de "Histórias" ou do Whatsapp que foi nomeada como "Momentos "acabam entregando uma construção de imagem liquefeita, em constante movimento. Bauman (2005) já indicava em sua obra que o rótulo de nacionalidade estava sendo preterido não necessariamente em busca de outra nacionalidade ou cidadania, mas sim por um desejo de transitoriedade ou, para sermos mais precisos, de movimentação.

A definição perpétua perde espaço para as imagens constantes e em fluxo sobre uma imagem que responde aos estímulos verborrágicos e imagéticos presentes nas páginas infinitas das redes sociais digitais.

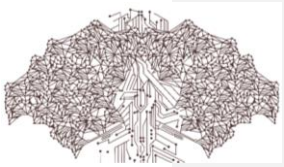
Ter uma identidade deixou de ser ponto central para muitos, tornando-se mais relevante conseguir sustentar discursos midiatizados que abram portas e vínculos entre os diversos discursos também transitórios da sua rede de contatos.

O sonho da casa própria de gerações anteriores dá espaço para o sonho da micro-fama. Ser conhecido é ter capital simbólico produtivo, é construir estética e produtos transestéticos a ponto de se tornar nó de valor na lógica sistêmica das plataformas comunicacionais.

Mas para se tornar conhecido, é preciso se tornar visível. Altamente visível. E neste âmbito, esta expressão ganha profundidade.

Se tornar visível não significa apenas estar em uma rede única com muitos contatos. Pelo contrário. Ainda que não se tenha muitas pessoas vinculadas em seus perfis, é esperado que cada pessoa insira o máximo de informações sobre si possível. Em tempos de alta integração de plataformas, chegamos ao extremo de fornecer dados e informações de modo compulsório através da configuração de compartilhamento automático de dados como localização, agenda, chamadas telefônicas, entre outros dados de aparelhos celulares, sendo entregues para empresas desconhecidas em troca de um aplicativo interessante de edição de fotos ou mesmo para ter um jeito diferente de ligar a lanterna do celular.

Através deste capitalismo transestético perceptível na obra de Lipovetsky (2015) será possível compreender o apelo das redes, de modo sedutor, para que cada indivíduo não seja apenas consumidor de conteúdos, mas se torne também produtor, evasor de dados, de sua intimidade, de sua vida.



Convidado a se tornar celebridade de seu microuniverso, cada indivíduo passa a agir contando com a espetacularização e alta cobertura dos meios de comunicação, muitas vezes ignorando que estes não se constituem como uma Ágora, aberta a todos os cidadãos de modo igualitário. Os interesses capitais fundadores dos algoritmos, bem como a ideologia capital prevalente, se mostrarão estruturas de alto grau de impacto e que, em instâncias mais críticas, podem ser condicionadoras da manutenção de discriminações em prol da valorização das ações na bolsa de valores e dos ativos de tais empresas.

As questões sobre nudez e identidade de gênero, muito em voga nos tempos atuais, podem ser tomadas como exemplos claros do papel desempenhado pelas empresas que oferecem serviços de comunicação em rede, como no caso da Facebook, em fazer parte do grande debate, ainda que não produza, de modo direto, o embate ideológico, dada sua característica assíncrona.

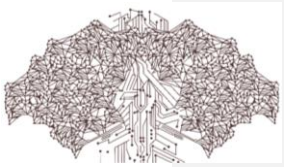
É necessário se perceber que cada aplicativo com o qual se compartilham dados compulsórios são vazamentos de privacidade em potencial. Não é preciso vilania por parte do coletor para que este dado possa ser convertido em hipervigilância e possa colocar comunidades inteiras em risco.

Um aplicativo de monitoramento de atividades físicas conhecido como Strava mantém há um tempo em seu site um mapa de calor indicando as movimentações de cada dispositivo conectado. Ainda que os dispositivos não estejam identificados diretamente com o nome de seu usuário, com um nível médio de interesse é possível intuir informações relevantes sobre grupos de pessoas. Exemplo disso é o escândalo envolvendo a marca a partir do momento que alguns analistas perceberam a trajetória de tropas americanas em guerra. Soldados sendo expostos não por ferramentas de espionagem governamentais, mas sendo entregues por dispositivos pessoais e aplicativos tidos como inofensivos.

No Brasil, a revista Piauí, através de seu repórter Brandalise (2018) indicou que através do mapa de calor exposto globalmente é possível inclusive rastrear a trajetória de agentes penitenciários mesmo nos presídios de segurança máxima do país.

Este ponto está disposto aqui para lembrar que não são necessários grandes ataques a bancos de dados complexos para que a privacidade, também vinculável à segurança pública, se torne frágil.

Aplicativos mobile permitem que amigos saibam quando outros amigos estão por perto. A questão crítica é que o compartilhamento deste dado não está ileso quanto aos riscos de evasão. Interessante notar que diversos aplicativos para celular pedem autorização para acessar dados do celular completamente irrelevantes para sua função, e ainda assim são aprovados pelos critérios técnicos das empresas construtoras dos sistemas operacionais.



Para tornar mais claro, é possível encontrar aplicativos de lanterna que apenas ligam e desligam a lanterna do aparelho de formas mais divertidas. Em troca, o aplicativo declaradamente gratuito cobra acesso à geolocalização do aparelho, aos nomes das redes Wi-fi, fotos, agenda de contatos, ligações realizadas. Ao pensar na função do Whatsapp, de permitir comunicação entre pessoas através de mensagens de texto, áudio e foto, faz sentido liberar acesso ao aplicativo para câmera, microfone e pasta de arquivos. Mas a que serve esta liberação para aplicativos de lanterna? Fica, então, mais óbvio que a função original do aplicativo jamais foi a de ligar luzes, mas sim coletar dados.

Ou seja, o aplicativo não realiza prioritariamente um serviço para o seu usuário, mas sim para seus criadores, que em troca precisam desenvolver algum serviço, ainda que marginal, que atraia a atenção flutuante de cada pessoa.

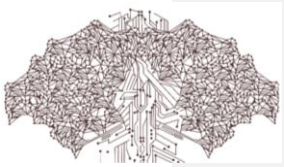
Bastaria simplesmente se ocultar destes aplicativos para jamais ser percebido por essas redes? Claro que não.

Na medida em que qualquer pessoa possui seus dados cadastrados em sua agenda e permite a estes aplicativos acessarem este dado, a pessoa que acredita estar oculta já pode fazer parte de um mapa de grafos com o qual empresas diversas passam a fazer análise sobre o valor que esta pessoa pode ter para cada marca.

Empresas de seguro se associam a clubes de desconto e redes de farmácias para fazer análise de risco ao aceitar um segurado de acordo com os produtos e medicamentos comprados em troca de centavos de desconto.

Para que este cenário sofra transformações, é preciso ir além. É preciso antes de mais nada a tomada de consciência por parte dos usuários de sistemas de dados. Ou seja, o passo a ser dado é muito longo para ser considerado simples. Demanda um processo de aprofundamento no conhecimento e na atitude dos usuários das plataformas.

Através de Wolf (2009) é possível recordar a percepção da vertente da Ação Comunicativa de modo ainda mais crítico. Ou seja, ao atualizar não só a própria concepção da atuação no mundo através da comunicação, mas também a letra do autor, será possível perceber os traços mais grossos de uma cultura de ciberativismo que ainda não atingiu os altos graus de engajamento, na mesma medida que a curtida e os compartilhamentos em redes sociais são massificados, gerando o efeito placebo de atuação no mundo através de marcadores de popularidade de publicações em sites e redes que pouco estão ligados à democracia ou garantia das representatividades, quanto mais estejam vinculados ao aumento da lucratividade e coleta de dados.



É de se considerar, ainda, o impacto superficial do Marco Civil da Internet sobre as questões de privacidade em um mundo que prescinde do território espacial para agir em grupo, seja através de ações lícitas e legítimas, seja na conduta ilícita.

Isso significa que tentamos, no Brasil, resolver aspectos positivados da legislação, mas que ainda necessita do território como eixo tripartite. Isso ignora a realidade infotécnica da comunicação e ação em sociedade contemporâneas.

Assim, o pilar territorial da justiça contemporânea ainda se vê pouco eficiente ante a distopia cibernética. O território não mais é base suficiente para sustentar a aplicação legal de valores humanos.

Sobre este quesito, é ainda apresentada uma autora capaz de trazer maior clareza sobre os processos de vigilância e escrutínio, seja do Estado, seja de entidades do segundo setor, a fim de compreender os caminhos que levam ao aparelhamento tecnológico da vigilância consentida e, de certa forma, normalizada, a fim de produzir uma evasão de privacidade em troca de benefícios ainda pouco claros. Bruno (2013) então se mostra base sobre a qual se compreende o panórgico, proposta que traz consigo parte do prazer vinculado nos dias atuais à auto exposição midiática, que apesar de estar vinculada, no discurso do Estado, à segurança, está no espetáculo apontada tanto para Lipovetsky (2015) quanto está na falácia do "senso comum" de que as pessoas honestas não teriam nada a esconder, declaração profundamente combatida por Bruno (2013), para quem o resultado final da vigilância panóptica se dará em um momento assíncrono à exposição, assim como presente em Nissenbaum (2010) ou Pieschl & Moll (2016).

É factível, então, ligar Bruno (2013) a La Boétie (2009) no quesito de servidão a algo que nos ensina a desejar tal sistema.

O Marco Civil da Internet no Brasil, apesar de apontar avanços, pode ser considerado mais como uma carta de intenções do que como remédio condizente para as demandas sociais que vêm aflorando nas últimas duas décadas, mas que no último quinquênio se mostram ainda mais verticais.

O acesso móvel à internet reconfigura o espaço territorial, fortalecendo o âmbito informacional de qualquer território, e o digitaliza, desconstruindo ainda mais as barreiras antigas que tornaram possível a definição de identidade.

Deste modo, privacidade contemporânea é resultante de diversas forças de incidem sobre o indivíduo de modo a compeli-lo em direção de comportamentos expositivos em busca de troféus transitórios cotidianos.

A conquista imagética realizada nos dias anteriores não traz grandes resquícios para o presente. A busca transestética por capital simbólico vai aflorar na convergência do barateamento

das estruturas de coleta, armazenamento e processamento de dados, inflação da arte de sobreposição e excessos, além de efemeridade acelerada dos processos dromocráticos de comunicação.

A evasão, então, em um olhar leviano, pode aparentar ter sua origem em uma desatenção ou interesse claro no indivíduo, mas ao ampliar o campo de visão sobre o assunto, é possível perceber as pressões sociais, vinculadas à tecnologia, que leva não apenas alguns, mas parte relevante das sociedades ocidentais, a mergulharem em um espetáculo midiático de geração de mensagens fugazes. O capital simbólico repousa, ao longo do tempo, não no produto que foi desenvolvido, mas no movimento constante de exposição e evasão da intimidade (ainda que seja uma intimidade também produzida).

Deixa-se então como proposta de evolução para as provocações apresentadas neste trabalho um espectro de campos nos quais a privacidade é fator constitutivo e produto. Ou seja, os contornos da privacidade nos dias atuais passam por campos vinculados à estética, tecnologia, estruturas comunicacionais de modo profundo e plástico. Há de se pensar, e outros trabalhos virão para desenvolver este questionamento, quais são as manifestações da privacidade emergentes. Avulta-se também a possibilidade de um estudo em campo para colher as impressões dos entrevistados a respeito das definições de privacidade e suas práticas no âmbito próprio ou a percepção da conduta das pessoas em seu entorno.

Palavras-chave: Privacidade; Evasão; Dromocracia; Mobilidade; Dados.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. Identidade. **Editora Zahar**. Rio de Janeiro: 2005.

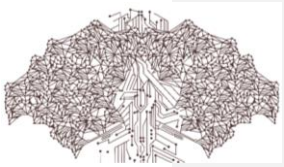
BRANDALISE, Vitor Hugo. **APP DE ESPORTES EXPÕE ROTINA DE MILITARES E AGENTES NO BRASIL.** 2018. Piauí. Disponível em: <http://piaui.folha.uol.com.br/c/app-de-esportes-expoe-rotina-de-militares-e-agentes-no-brasil/>. Acesso em: 29 jan. 2018.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade. **Editora Sulina**. Porto Alegre: 2013.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. **Editora Contraponto**. Rio de Janeiro: 1997.

KRANER, Adam D. I.; GUILLORY, Jamie E.; HANCOCK, Jeffrey T. Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. **PNAS**, nro 29, v. 111, p. 8878-8790, junho de 2014.

LA BOÉTIE, Étienne de. Discurso da servidão voluntária. **Editora Martin Claret**. São Paulo: 2009.



LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo: Viver na Era do Capitalismo Artista. **Companhia das Letras**. São Paulo: 2015.

MCLUHAN, Marshall, O meio é a Mensagem. In: Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. **Cultrix**, , São Paulo, 1969.

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor. Delete: The virtue of Forgetting in the Digital Age. **Princeton University Press**. Princeton: 2011.

NISSENBAUM, Helen. Privacy in Context. Technology, Policy, and the Integrity of Social Life. **Stanford University Press**: 2010.

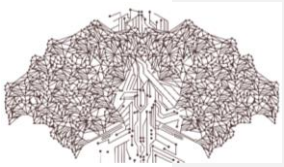
NOBRE, Guilherme F.; MATUCK, Artur. Communicative and Artistic Machines: Some Remarks on Authorship, Copyright, and Liability. **International Journal of Humanities and Applied Sciences (IJHAS)** Vol. 5, No. 2, 2016.

PARISER, Eli. O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você. **Editora Zahar**. Rio de Janeiro: 2012.

PIESCHL, Stephanie; MOLL, Ricarda. For they know not what they do? Target memory and metacognitive monitoring of self-disclosures on social networking sites. **Computers in Human Behavior**: 2016.

TRIVINHO, Eugênio. A dromocracia cibercultural: Lógica da vida humana na civilização mediática avançada. **Editora Paulus**. São Paulo: 2007.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



PRIVACIDADE NA MODERNIDADE: COMO A PRIVACIDADE ESTÁ SENDO AFETADA PELAS NOVAS TECNOLOGIAS[1]

Alvaro de Carvalho Pinto Pupo[2]

1. Introdução

O avanço da tecnologia permitiu que a quantidade de dados armazenados, processados e analisados crescesse drasticamente. Com essa mudança, aumentam os questionamentos sobre a legalidade e os limites dessas ações, tanto da parte governamental quanto de indivíduos.

A proposta desse artigo será abordar a evolução das teorias relacionadas com a proteção da privacidade ao longo da história, realizando um paralelo com a evolução tecnológica no mesmo período. Traçado esse histórico, será abordada a questão de quais são os limites mais aceitos sobre proteção da privacidade e dos dados pessoais e como eles estão refletidos no ordenamento jurídico brasileiro na atualidade.

2. Histórico da proteção da privacidade

A proteção da privacidade como a conhecemos atualmente é razoavelmente recente. Classicamente, a proteção outorgada aos cidadãos era limitada a integridade corporal, sem haver grande preocupação com relação a proteção psicológica. Exemplos disso são observados em alguns dos códigos mais antigos conhecidos pela humanidade, por exemplo, as leis de Talião no código de Hamurabi.[3]

Essa realidade sofreu uma primeira grande mudança com a ascensão do cristianismo. Consta da Bíblia que o ser humano foi feito à imagem de Deus e que, portanto, todas as potencialidades humanas devem ser protegidas (inclusive as psicológicas e artísticas)[4].

Diversos outros autores acabaram desenvolvendo essa concepção de que o ser humano é um conjunto de suas capacidades, incluindo o intelecto moral e prático, e com capacidade de

---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Privacidade, vigilância, controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é graduado e mestre em direito civil pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Pós-graduado em direito empresarial pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP). Advogado na BSH Law, em São Paulo. E-mail: alvaropupo@bshlaw.com.br

3 . BUENO, Carlos Manoel. Lei das XII Tabuas - Lei de Talião. Edijur, 2012.

4 . Comissão de tradução – SBI. *Bíblia Sagrada*: Nova Versão Internacional. São Paulo, Editora Vida, 2004. Gênesis, 1, 26-27.

construir uma identidade própria e determinar seu próprio comportamento; de se desenvolver da melhor forma como entender viável. Dentre esses autores é possível destacar Kant; Hasso Hofmann; Puchta & Carl Neuner; Joseph Kohler & Otto Von Gierke; e Walter Moraes[5]. Pode-se dizer que apenas com o desenvolvimento dessa percepção de que a pessoa tem direito a se desenvolver sem influências e interferências externas é que se desenvolveu o conceito de privacidade e mecanismos para sua proteção.

Doutrinariamente existem diversas correntes sobre proteção de dados e privacidade. As mais reconhecidas na atualidade são (i) direito a ser deixado só; (ii) controle sobre informações: (A) autodeterminação informativa; e (B) círculos de proteção.

Além das teorias que serão apresentadas, e para ajudar em seu entendimento, é importante apresentar algumas definições prévias. A primeira se refere a "titular da informação", ou "titular dos dados", ou, simplesmente, "titular". Titular é considerado como "titular legítima *dos seus elementos [dos dados]*, pois o vínculo dos dados com o indivíduo é demasiado estreito, ponderando que quando o objeto dos dados é um sujeito de direito, a informação representa um atributo de sua personalidade".[6] Utilizaremos essa mesma definição pois ela abarca inclusive aquele que não é o "autor" da informação, a pessoa que gerou ou "criou" essa informação, esse dado, que será tratado.

(i) Direito a ser deixado só

A teoria que defende que a privacidade se relaciona com o direito de ser deixado só se desenvolveu de forma mais estruturada a partir dos ensinamentos de Warren e Brandeis em seu artigo clássico *The Right to Privacy*[7], publicado pela primeira vez na Harvard Law Review nos Estados Unidos da América ainda em 1890.

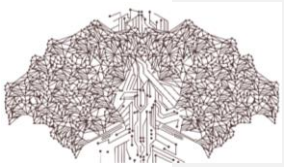
Os autores defendem que o indivíduo detém o direito de ser deixado só. Ou seja, livre da intromissão de terceiros em sua esfera pessoal. Ninguém possuiria o direito de bisbilhotar a vida de outrem e compartilhar suas descobertas publicamente. Essa teoria foi desenvolvida primordialmente em resposta aos casos cada vez mais comuns naquela época de fofocas sendo publicadas em jornais. Com o avanço tecnológico, principalmente das máquinas fotográficas, essas histórias se popularizaram e surgiram diversos jornais especializados em publicar fofocas das mais diversas, com vívidas ilustrações.

---

5 . Para um resumo dos pensamentos de cada um desses autores é possível encontrar referências no livro *Da privacidade à proteção de dados pessoais*, de Danilo Doneda, na página 70.

6 Marcel Leonardi, *Tutela e privacidade na internet. São Paulo: **Saraiva**, 2012*, p. 46.

7 . Samuel D. Warren; Louis D. Brandeis. *The Right to Privacy*. **Harvard Law Review**. Vol. IV, December 15, 1890, n. 5.



Warren e Brandeis defendem que existe um direito à privacidade que é autônomo dos demais direitos, um direito de o indivíduo ser deixado só. Apenas mediante sua autorização poderia ser publicado ou discutido publicamente algo a seu respeito. Esse é, essencialmente, o direito a ser deixado só defendido pelos autores.

Contudo, não demorou muito para que essa teoria se mostrasse insuficiente para proteger o indivíduo contra intervenções. Foram dois os principais problemas enfrentados que tornaram essa proteção insatisfatória. Ambos relacionados com a tecnologia.

O primeiro percalço enfrentado decorreu da evolução das tecnologias que permitiam divulgar uma determinada informação para o público em geral. De acordo com Warren e Brandeis, a proteção da privacidade cessa uma vez que o indivíduo tenha consentido com a publicação de determinada informação, ou tenha ele próprio divulgado a informação abertamente. Contudo, o conceito de "abertamente" não distinguia entre um grupo de conhecidos e um repórter, por exemplo. De forma que a divulgação para um pequeno grupo poderia ser considerada uma divulgação ampla e qualquer pessoa poderia publicar o que foi discutido.

A segunda dificuldade enfrentada decorreu do aumento da capacidade do Estado exercer alguma forma de controle sobre os cidadãos, armazenando mais dados e integrando dados de diversos setores. Criou-se uma exceção que, combinada com falta de distinção entre uma divulgação limitada e uma divulgação ampla, desestruturou a proteção da privacidade conforme pensada.

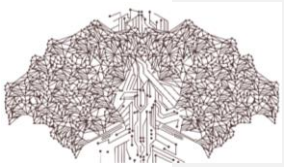
(ii) Controle sobre as informações: (A) Autodeterminação informativa e (B) Círculos de Proteção

Com isso, surgiram outras alternativas para defender o direito à privacidade que havia sido introduzido por Warren e Brandeis e reconhecido pelo resto da sociedade. Desenvolveu-se a teoria da privacidade associada com o direito de cada indivíduo controlar as informações sobre si e de buscar relações sociais que complementassem seu desenvolvimento pessoal. Conforme aponta Laura Schertel Mendes, "De um direito com uma dimensão estritamente negativa e com uma conotação quase egoísta, passou a ser considerado uma garantia de controle do indivíduo sobre as próprias informações e um pressuposto para qualquer regime democrático".[8]

O indivíduo passa a ter o direito de decidir como essas informações seriam comunicadas ao público em geral. Surge uma

> "proteção contra ser representado em uma perspectiva falsa, não divulgação de fatos irrelevantes e embaraçosos, publicação não autorizada de fotografias privadas,

[8] . Laura Schertel Mendes. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo, **Saraiva**, 2014, p. 29.



> proteção contra uso indevido de comunicações privadas, proteção contra divulgação de informações dadas ou recebidas de um indivíduo confidencialmente."[9]

Com isso, mesmo que houvesse uma interferência externa na vida do indivíduo, ele poderia evitar que isso o prejudicasse perante a sociedade. Ele poderia continuar se desenvolvendo mesmo diante de tais intromissões.

Essa ideia foi bem aceita e doutrinadores a alargaram ainda mais. Houveram duas correntes principais que se desenvolveram com base nessa mesma premissa apresentada: (A) a Autodeterminação Informativa e (B) os Círculos de Proteção.

(A) Autodeterminação Informativa

A autodeterminação informativa representa a obrigação de que terceiros respeitem a intenção do titular da informação, a finalidade da sua autorização para invasão da privacidade. De acordo com Marcel Leonardi, "a privacidade é a reivindicação de indivíduos, grupos ou instituições de determinar por si próprios quando, como e em que extensão informações a seu respeito são comunicadas a terceiros".[10]

Amplia-se, assim, o conceito do quanto o indivíduo pode interferir nos atos de terceiros. Existe quase um controle absoluto que pode ser exercido pelo titular da informação. É necessária autorização para a divulgação de informações a respeito de um indivíduo.

A ampla difusão dessa teoria da autodeterminação informativa coincide com o surgimento e propagação da internet e a capacidade de terceiros criarem e divulgarem conteúdos sobre determinada pessoa sem que essa pessoa tenha qualquer conhecimento a respeito desse fato. Com essa ampliação da possibilidade de divulgação de informações, a defesa encontrada foi um endurecimento da proteção outorgada ao indivíduo. Cabe ao indivíduo autorizar toda a comunicação de informações a seu respeito.

Apesar de amplamente aceita por conta da proteção efetivamente outorgada ao indivíduo contra os riscos apontados, essa teoria sofreu algumas críticas contundentes. Dentre elas, a de que quem busca se utilizar de informações de terceiros teria muita dificuldade em verificar se a informação foi tornada pública pelo titular ou permanece privada, ou mesmo até que extensão a divulgação foi permitida. Muitas vezes, essa informação é circulada de boa-fé pelo veículo ou

[9] . Resolução 428 (1970) da Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa, declaration on mass communication media and human right.

[10] . Marcel Leonardi. *Tutela e privacidade na internet*. São Paulo: **Saraiva**, 2012, p. 67.

pelo terceiro. René Dotti, um dos maiores defensores dessa teoria, defende que a proteção da privacidade deve ocorrer com base na individualidade.[11]

Concomitantemente, diante dessa realidade, o indivíduo não consegue controlar todas as informações a seu respeito que existem e são produzidas. Ele dificilmente tomará conhecimento de todas as informações a seu respeito.

Ainda que tome conhecimento de informações produzidas e divulgadas sem seu consentimento, o indivíduo pode entender que não compensa se insurgir contra essa divulgação. Que será empreendido um esforço muito maior do que o incomodo que a notícia lhe causa.

Por mais que todas essas situações sejam superadas, e por mais que exista a insurgência contra determinado veículo de divulgação de notícias, por conta da estrutura da internet, é provável que a informação já se encontre replicada em diversos locais e o indivíduo titular da informação tenha que repetir o processo contra diversos veículos ou pessoas.

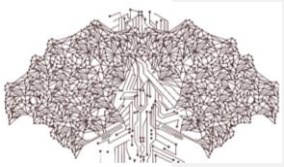
(B) Círculos de proteção

Conforme apontado, o maior problema do controle sobre as informações, para os defensores dos círculos de proteção, é a identificação de situações em que as informações merecem determinada proteção, ainda que o titular da informação tenha autorizado sua divulgação ou revelado a informação para determinada pessoa. Ao ser revelada, a informação não passa imediatamente a ser pública. Existem informações que são partilhadas com um grupo específico, para um propósito específico, e que não podem ser reproduzidas amplamente.

Essa delimitação de informações partilhadas com um grupo específico é determinada de círculo de proteção. Apenas pessoas dentro desse círculo podem utilizar e partilhar as informações com outras pessoas dentro desse mesmo círculo. Não pode haver uma ampliação ou divulgação da informação para um grupo maior de pessoas.

Nessa mesma linha, com nomenclatura divergente, Fulgencio Madrid Conesa e Daniel J. Solove desenvolveram a teoria do mosaico. A teoria do mosaico foi desenvolvida inicialmente por Fulgencio Madrid Conesa e adotada e ampliada por Daniel J. Solove. Para essa teoria, o que é público e privado são conceitos relativos. Não é possível delimitar com certeza o que se tornou público e o que ainda se mantém privado. O que importa são os usos feitos desses dados.

[11] . Conforme descrito em René Ariel Dotti. *Proteção da vida privada e liberdade de informação: possibilidades e limites*. **Editora Revista dos Tribunais**: São Paulo, 1980, p. 66.



Nessa linha, Fulgencio e Solove defendem a existência de dados irrelevantes do ponto de vista da privacidade, se vistos isoladamente. Dados que o titular não buscará proteger, caso perguntado. Contudo, unindo diversos dados aparentemente irrelevantes, ou dados irrelevantes com outros dados ao qual o terceiro já tenha acesso, pode haver a revelação de um aspecto novo e relevante relacionado com o titular dos dados. A teoria do mosaico surge em decorrência dessa ideia de união de informações e dados para se obter algo novo, com relevância para algum terceiro.

Por conta disso, ainda que exista uma proteção relacionada com a autodeterminação informativa, o indivíduo pode autorizar o uso de determinada informação sua por ignorância do quanto aquele terceiro já conhece a seu respeito. Pode, inadvertidamente, autorizar que o terceiro colete a chave que faltava para traçar todo um perfil a respeito do titular dos dados. Se fosse informado de tudo que o terceiro já possui, ou pretende coletar a seu respeito, o titular poderia agir de forma distinta. Com base na autodeterminação informativa, sem nenhuma obrigação adicional, o consentimento outorgado se mostra falho, ou mesmo equivocado.

Dessa forma, para Solove, o fator determinante para a proteção de dados pessoais não se relaciona com o dado ser público ou privado. O que importa é o uso que é feito desse dado. Caso o dado seja utilizado para realizar uma intromissão na esfera privada do indivíduo, o uso dessa informação que deve ser regulado, não devendo permanecer exclusivamente sob responsabilidade do titular essa proteção.

Assim, nenhuma dessas teorias sobre qual a forma de proteção da privacidade é aceita unanimemente. Todas apresentam alguma falha frente a determinada situação[12]. O que se considera mais relevante para defender a privacidade atualmente acaba sendo uma coletânea de diversos pontos comuns dessas teorias, dentre os quais alguns eixos centrais são o consentimento e a finalidade.

3. Consentimento

Como pode ser observado da apresentação das teorias acima, os sistemas de proteção outorgam uma proteção ampla para a privacidade e os dados pessoais. Essa proteção, todavia, é afastada se o titular consentir e autorizar o tratamento de seus dados. Existem outras exceções à proteção que se encontram previstas na legislação, que autorizam o uso de dados sem a

[12] . Conforme pode ser observado do livro de Daniel J. Solove, *Understanding Privacy*. **Harvard University Press**: Cambridge, Massachusetts, 2010.

necessidade de consentimento do usuário. Por serem casos bastante específicos, por exemplo, o uso de informações de interesse público, essas demais exceções para o tratamento de dados não serão analisadas em profundidade.

Consentimento é um elemento acessório, associado necessariamente com uma determinada situação fática. Para que o consentimento seja considerado válido é necessário que ele preencha alguns requisitos. O primeiro deles, de acordo com a legislação brasileira, é que tenha sido outorgado por uma pessoa considerada capaz (maior de 18 [dezoito] anos, com capacidades de exprimir sua vontade[13]). O segundo é a legitimidade, que se refere à autorização, legal ou contratual, para praticar um ato ou negócio jurídico. O terceiro e final é a idoneidade, o objeto que é considerado lícito pelo ordenamento.

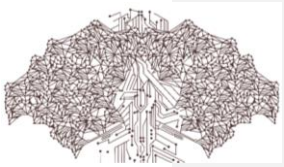
Superadas essas questões, são apresentadas três condicionantes para que o consentimento do titular seja considerado válido: que o consentimento seja (i) livre, (ii) expresso/inequívoco e (iii) informado.

O consentimento é livre quando não existe coação, estado de perigo ou lesão (todos os institutos previstos no Código Civil brasileiro) para a obtenção do consentimento. Em outras palavras, o titular não foi forçado a apresentar seu consentimento.

O consentimento é expresso quando o titular informou sua concordância com o tratamento a ser realizado por meio de uma assinatura ou alguma demonstração de aceite de um documento em que constam as condições do tratamento. É preciso que o titular tenha exteriorizado sua concordância específica com o tratamento. Consentimento inequívoco, de outra forma, ocorre quando o titular claramente demonstrou sua concordância com o tratamento dos dados, sem necessariamente ter assinado uma declaração nesse sentido.

O consentimento informado se relaciona com o titular ter recebido todas as informações sobre o tratamento dos dados, incluindo o uso que será feito deles. Se o titular não tiver acesso a essas informações, ou elas estiverem incompletas ou puderem de alguma forma ludibriar o titular,

13 . Conforme disposto no artigo 4º do Código Civil.
Art. 4º São incapazes, relativamente a certos atos ou à maneira de os exercer: (Redação dada pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência)
I - os maiores de dezesseis e menores de dezoito anos;
II - os ébrios habituais e os viciados em tóxico; (Redação dada pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência)
III - aqueles que, por causa transitória ou permanente, não puderem exprimir sua vontade; (Redação dada pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência)
IV - os pródigos.
Parágrafo único. A capacidade dos indígenas será regulada por legislação especial. (Redação dada pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência)



o consentimento prestado poderá ser considerado errôneo, ensejando sua anulação[14] (inclusive com fundamento nos arts. 138 e 139 do Código Civil, no caso brasileiro[15]).

4. Proteção de dados e privacidade no Brasil

Por conta de ser impraticável que o indivíduo avalie toda a informação produzida a seu respeito, desenvolveu-se a noção de que a proteção da privacidade é uma proteção ampla. Ou seja, a menos que exista o consentimento do titular do dado, considera-se que a publicação de qualquer informação a seu respeito deve ser evitada e, caso realizada, pode gerar danos ao titular.

No Brasil são poucos os casos em que se exige consentimento expresso e específico do titular para processamento dos dados. O mais emblemático está apresentado no Marco Civil da Internet[16]. De acordo com essa lei, o consentimento deve ser expresso para qualquer coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais. Além disso, o consentimento deve ser obtido de forma destacada das demais cláusulas contratuais. Por fim, o consentimento deve ser entendido de forma restritiva, sendo válido apenas para finalidades que tenham sido especificadas ao titular dos dados antes da obtenção do consentimento.

Todavia, essa proteção, que está alinhada com os principais e mais modernos padrões europeus de proteção de dados pessoais, também apresenta alguns problemas. Ela se aplica apenas para os casos em que exista um relacionamento direto e virtual entre o titular dos dados e aquele que coleta, usa, armazena ou trata esses dados. Qualquer coleta indireta de dados não está

---

14 .Conforme se observa da seguinte passagem: "Entretanto, o consentimento não se resume à livre manifestação da vontade humana. É preciso que o sujeito compreenda exatamente em que consiste o tratamento autorizado e que não pairem quaisquer dúvidas sobre a vontade exteriorizada. Além de livre, a manifestação deve ser também informada e específica. Informada, pois antes autorizar um tratamento de dados o sujeito deve conhecer plenamente a finalidade e os limites dessas atividades. Se a pessoa referida não foi suficientemente esclarecida sobre os processos que envolverão suas informações pessoais, o consentimento prestado reputar-se-á nulo" (Andrés Felipe Thiago Selingardi Guardia, *Teoria Geral da Proteção de Dados*. O Tratamento de Dados como Relação Jurídica. São Paulo: **Max Limonad**, 2014, p. 284-285).

15 . Código Civil. "art. 138. São anuláveis os negócios jurídicos, quando as declarações de vontade emanarem de erro substancial que poderia ser percebido por pessoa de diligência normal, em face das circunstâncias do negócio."
"Art. 139. O erro é substancial quando:
I - interessa à natureza do negócio, ao objeto principal da declaração, ou a alguma das qualidades a ele essenciais;
II - concerne à identidade ou à qualidade essencial da pessoa a quem se refira a declaração de vontade, desde que tenha influído nesta de modo relevante;
III - sendo de direito e não implicando recusa à aplicação da lei, for o motivo único ou principal do negócio jurídico."

16 . Lei 12.965 de 23 de abril de 2014, regulamentado pelo Decreto nº 8.771 de 11 de maio de 2016.



abarcada por essa lei e depende de uma construção doutrinária muito mais complexa relacionada com princípios constitucionais de privacidade, vida privada e intimidade para ser regulada.

Alguma consideração a respeito da proteção da privacidade poderia ser retirada do Código Civil, nos artigos 20 e 21[17]. Contudo, esses artigos foram analisados pelo Supremo Tribunal Federal e houve decisão de que sua aplicabilidade é restrita[18]. Foi determinado que a autorização prévia não é necessária para a circulação de informações.

A Ação Direta de Inconstitucionalidade 4.815 julgou o caso das biografias não autorizadas pelos biografados. Discutiu-se de forma aprofundada o direito de liberdade de expressão e direito à informação e, de outro lado, o direito à privacidade dos biografados. Ao final do julgamento, o Supremos Tribunal Federal – STF – autorizou a publicação dessas biografias independentemente da autorização prévia dos biografados, por não ser aceita a censura prévia no Brasil.

Complementarmente, existe o julgamento da ação em que o STF esclareceu que a liberdade de expressão é direito máximo no ordenamento brasileiro, não passível de censura prévia[19]. A consequência da violação da privacidade acaba sendo o pagamento de indenização aos ofendidos, em regra. Em poucos casos, a retirada do conteúdo de circulação também é aceita.

O outro artigo do Código Civil a ser estudado é o artigo 421[20], que determina que toda contratação, no caso a autorização para tratar dados privados ou pessoais de um indivíduo, deve respeitar a função social, de acordo com o que dispõe o art. 5º da Constituição Federal. Dessa forma, qualquer autorização do titular para tratamento de seus dados estará limitada com uma finalidade legítima e legal, que não traga prejuízo ao titular.[21]

---

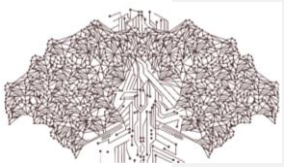
[17] .Código Civil. "Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais. (Vide ADIN 4815)
Parágrafo único. Em se tratando de morto ou de ausente, são partes legítimas para requerer essa proteção o cônjuge, os ascendentes ou os descendentes.
Art. 21. A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma. (Vide ADIN 4815)"

[18] . ADI 4815, Relator(a): Min. Cármen Lúcia, Tribunal Pleno, julgado em 10/06/2015, processo eletrônico DJe-018 divulg 29-01-2016 public 01-02-2016.

[19] . ADI 4451 MC-REF, Relator(a): Min. Ayres Britto, Tribunal Pleno, julgado em 02/09/2010, processo eletrônico DJe-125 divulg 30-06-2011 public 01-07-2011 republicação: DJe-167 divulg 23-08-2012 public 24-08-2012 RTJ vol-00221-01 pp-00277.

[20] . Código Civil. Art. 421 do CC " A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato."

[21] Art. 1º da CF "Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:
I - a soberania;
II - a cidadania



Já o Código de Defesa do Consumidor apresenta uma disposição similar ao dos artigos 20 e 21 do Código Civil, e que deverá ser igualmente entendida com ressalvas, apesar de até hoje não ter havido nenhum pronunciamento oficial quanto a sua interpretação.

O Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/1990, apresenta os artigos 43 e 44.[22] Ambos determinam que os fornecedores devem comunicar os consumidores sobre a abertura de cadastro dos consumidores, ainda que não exista nenhuma relação direta entre o fornecedor e o consumidor no momento da abertura do cadastro. O Superior Tribunal de Justiça, por meio da súmula 359,[23] determinou que a obrigação de notificação deve ser cumprida pelo mantenedor do cadastro, e não pelo fornecedor que mantenha relação direta com o consumidor.[24]

III - a dignidade da pessoa humana;
IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;
V - o pluralismo político".

[22] . Lei 8.078/1990 - "Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.
§ 1° Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.
§ 2° A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.
§ 3° O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.
§ 4° Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.
§ 5° Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.
§ 6º Todas as informações de que trata o **caput** deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor (Incluído pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência).
Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.
§ 1° É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.
§ 2° Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código."

[23] . "Cabe ao órgão mantenedor do Cadastro de Proteção ao Crédito a notificação do devedor antes de proceder à inscrição" (Súmula 359, SEGUNDA SEÇÃO, julgado em 13/08/2008, DJe 08/09/2008).

[24] . É importante observar que a jurisprudência determinou que essa comunicação deve ser encaminhada ao endereço fornecido pelo credor, sem ser necessário ao remetente comprovar o recebimento dessa comunicação pelo consumidor, conforme se observa do seguinte julgado: "Direito processual civil e bancário. Recurso especial. Inscrição em cadastro de proteção ao crédito. Prévia notificação. **Desnecessidade de postagem da correspondência ao consumidor com aviso de recebimento. Suficiência da comprovação do envio ao endereço fornecido pelo credor**.
I- Julgamento com efeitos do art. 543-C, § 7º, do CPC.

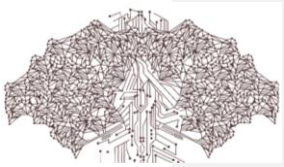


Considerando a dificuldade para o cumprimento dessa disposição do CDC, o Superior Tribunal de Justiça já apontou algumas exceções à aplicação dessa regra.[25] Exemplificativamente, quando o dado for colhido de fontes de natureza pública, por exemplo dos cartórios distribuidores, essa norma não se aplica. Similarmente, a anotação de dado verídico, de amplo acesso ao público em geral, também dispensa a notificação.[26]

- Para adimplemento, pelos cadastros de inadimplência, da obrigação consubstanciada no art. 43, §2º, do CDC, basta que comprovem a postagem, ao consumidor, do correspondência notificando-o quanto à inscrição de seu nome no respectivo cadastro, sendo desnecessário aviso de recebimento.
- A postagem deverá ser dirigida ao endereço fornecido pelo credor.
(...) Recurso especial improvido." (Brasil. STJ. REsp 1083291/RS, Rel. Ministra Nancy Andrighi, segunda seção, julgado em 09/09/2009, DJe 20/10/2009)

[25] . Como se observa, por exemplo as seguintes ementas:
"REPRODUÇÃO FIEL EM BANCO DE DADOS DE ÓRGÃO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO DE REGISTRO ATUALIZADO ORIUNDO DO CARTÓRIO DE DISTRIBUIÇÃO. RECURSO ESPECIAL REPRESENTATIVO DA CONTROVÉRSIA. REGISTROS DOS CARTÓRIOS DE DISTRIBUIÇÃO. UTILIZAÇÃO SERVIL DESSAS INFORMAÇÕES FIDEDIGNAS POR ÓRGÃO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. EXERCÍCIO REGULAR DE DIREITO. HIPÓTESE QUE DISPENSA A COMUNICAÇÃO AO CONSUMIDOR.
1. Para fins do art. 543-C do Código de Processo Civil: "Diante da presunção legal de veracidade e publicidade inerente aos registros do cartório de distribuição judicial, a reprodução objetiva, fiel, atualizada e clara desses dados na base de órgão de proteção ao crédito - ainda que sem a ciência do consumidor - não tem o condão de ensejar obrigação de reparação de danos".
2. Recurso especial não provido."
(Brasil. STJ. REsp 1344352/SP, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, segunda seção, julgado em 12/11/2014, DJe 16/12/2014).
E, ainda,
"RESPONSABILIDADE CIVIL. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. AUSÊNCIA DE COMUNICAÇÃO (ART. 43, § 2º, DO CDC). DADO COLHIDO EM CARTÓRIO DISTRIBUIDOR. NATUREZA PÚBLICA. INEXISTÊNCIA DE DANO.
– Tratando-se de atividade lícita por parte da entidade cadastral, que se colheu dados já dotados de ampla publicidade, a ausência da comunicação do registro ao consumidor não lhe causa dano moral algum.
Recurso especial não conhecido."
(Brasil. STJ. REsp 684.489/RS, Rel. Ministro BARROS MONTEIRO, QUARTA TURMA, julgado em 16/08/2005, DJ 10/10/2005, p. 384).

[26] Conforme se observa do seguinte REsp: "RECURSO ESPECIAL - DIVERGÊNCIA JURISPRUDENCIAL - NÃO COMPROVAÇÃO - OMISSÃO - INOCORRÊNCIA - AÇÃO DE INDENIZAÇÃO - DANO MORAL - INSCRIÇÃO NA SERASA - EXECUÇÃO FISCAL - FATO VERÍDICO, PÚBLICO E PREVIAMENTE CONHECIDO PELO CONSUMIDOR - AUSÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DO CADASTRAMENTO - IRRELEVÂNCIA - RECURSO NÃO CONHECIDO.
(...) 4 - **A falta de prévia comunicação acerca da inserção da recorrente no cadastro mantido pela SERASA não lhe acarretou efetivo dano moral, porquanto anotado dado verídico**, qual seja, a existência de Execução Fiscal em desfavor da recorrente, perfazendo-se irrelevantes a declaração de inexistência da dívida e a extinção da ação após o cadastramento e o ajuizamento da Ação de Indenização, pelo que descabido cogitar-se de retificação da informação ainda que comunicada a negativação.
5 - Reconhecimento pela própria recorrente, de inequívoca ciência do procedimento administrativo fiscal ajuizado, com vistas à inscrição de débito como dívida ativa e à expedição da respectiva certidão, o qual, segundo tramitação legalmente prevista, apenas culminou com a propositura da Execução Fiscal.



A Lei de *Credit-Scoring* passou por situação semelhante. Existe nessa lei a previsão da necessidade de autorização prévia para inclusão de determinada pessoa no cadastro positivo, nome atribuído ao registro. O texto do art. 4º da Lei de *Credit-Scoring* trata dessa questão é bastante claro no sentido de que "A abertura de cadastro requer **autorização prévia** do potencial cadastrado mediante **consentimento informado** por meio de **assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada**." (grifos nossos).[27]

E, ainda, o art. 9º da mesma lei que afirma que: "O compartilhamento de informação de adimplemento só é permitido se autorizado expressamente pelo cadastrado, por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada".

Entretanto, ao julgar o REsp 1.457.199/RS, os Ministros decidiram que a autorização prévia prevista na lei deve ser dispensada. Inclusive, dado o grande número de ações relacionadas com o assunto, editaram uma súmula a respeito do tema.[28] O STJ entendeu que o consentimento prévio poderia levar à inoperabilidade do sistema previsto na lei, afastando a aplicação de norma nesse ponto. Os Ministros ainda afirmaram que esses registros de *credit-scoring* não são bancos de dados.

Identificamos assim que existe confusão no sistema jurídico brasileiro quanto a proteção que deve ser outorgada à privacidade. Em casos práticos, observamos um tratamento distinto e

---

6 - Em se cuidando de **dado extraído do Diário Oficial e constante do Cartório Distribuidor da Justiça Federal**, ainda que não passasse a constar de cadastro mantido por órgão de proteção ao crédito, **já possuía acesso franqueado ao público**, pelo que inviável cogitar-se de prejuízo moral originário da sistematização de dados públicos pela SERASA.

7 - À vista do somatório das peculiaridades do caso sub judice, quais sejam, inserção de dado verídico, público e previamente conhecido pela recorrente, em banco de dados mantido pela SERASA, não obstante a ausência de prévia comunicação acerca do cadastramento, afasta-se a ocorrência de dano moral imputável à recorrida.

8 - Recurso não conhecido" (Brasil. STJ. REsp 720.493/SP, Rel. Ministro Jorge Scartezzini, quarta turma, julgado em 16/06/2005, DJ 01/07/2005, p. 558).

[27] . O artigo 5º da mesma lei também determina que:

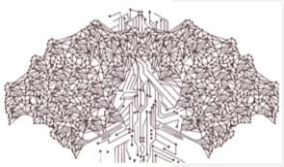
"Art. 5o São direitos do cadastrado:

III - solicitar impugnação de qualquer informação sobre ele erroneamente anotada em banco de dados e ter, em até 7 (sete) dias, sua correção ou cancelamento e comunicação aos bancos de dados com os quais ele compartilhou a informação;

V - **ser informado previamente** sobre o armazenamento, a identidade do gestor do banco de dados, o objetivo do tratamento dos dados pessoais e os destinatários dos dados em caso de compartilhamento;

VII - ter os seus dados pessoais utilizados somente de acordo com a finalidade para a qual eles foram coletados." (grifos nossos).

[28] ."A utilização de escore de crédito, método estatístico de avaliação de risco que não constitui banco de dados, **dispensa o consentimento do consumidor**, que terá o direito de solicitar esclarecimentos sobre as informações pessoais valoradas e as fontes dos dados considerados no respectivo cálculo." (Súmula 550, segunda seção, julgado em 14/10/2015, DJe 19/10/2015) Disponível em: http://www.stj.jus.br/docs_internet/SumulasSTJ.pdf.



conflitante no caso da ação em que é objeto o acesso ao site "Tudo sobre Todos"[29], e o caso em que é objeto o acesso ao site "Cartório Virtual"[30].

Ambos os sites fornecem acesso a informações que podem ser consideradas privadas, como o endereço de uma determinada pessoa, ou até mesmo informações financeiras como a participação de determinado individuo em uma sociedade. O Cartório Virtual chega a oferecer até mesmo o conteúdo de conversas do aplicativo de celular WhatsApp. Por conta das informações disponibilizadas, tanto o site Tudo sobre Todos quanto o site Cartório Virtual foram objeto de ação em que se pediu a retirada dos sites do ar, ou a implantação de mecanismos que impedissem o acesso ao site. O pedido contra o site Tudo sobre Todos foi atendido e o site foi retirado do ar, enquanto o site Cartório Virtual permaneceu em uso. Posteriormente, o site Tudo sobre Todos voltou a ser acessível. Como o processo está em segredo de justiça, podemos apenas presumir que a decisão inicial de bloqueio de acesso foi revertida em segunda instância, o que demonstra uma certa uniformização das decisões. Porém, não se pode deixar de mencionar que houveram essas duas decisões de primeira instância contraditórias entre si, justamente na interpretação do que são dados privados e a proteção devida a eles.

Cabe, ainda, um alerta sobre uma possível alteração que virá para confundir ainda mais os magistrados brasileiros. Os principais projetos de lei sobre proteção de dados pessoais tramitando no Congresso (PL 4.060/2012; PL 181/2014; PL 5.726/2016; e PL 6.291/2016) todos apresentam, na presente data e com a atual redação (que costuma ser alterada quando da sua votação), previsões de que o consentimento para tratamento de dados deve ser inequívoco ou mesmo tácito, e não expresso.[31]

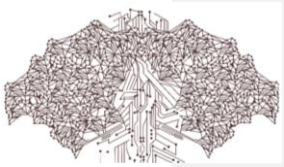
Essa previsão pode gerar um conflito, se entendido que o Marco Civil da Internet e demais normas prevendo a necessidade de consentimento expresso são aplicáveis por serem mais específicas. Nessa hipótese, deverá prevalecer a previsão de consentimento inequívoco ou outra forma que venha a ser estabelecida pela norma de proteção de dados pessoais, uma vez que será a norma mais recente e também específica sobre o tema proteção de dados. Porém, até que esse entendimento seja consolidado, é possível que a confusão nos tribunais brasileiros permaneça. Também será necessário aguardar a aprovação dessa lei específica de proteção de dados pessoais para saber qual será a redação final aprovada.

---

29 . Processo nº 0805175-58.2015.4.05.8400 – Cautelar Inominada. 1ª Vara Federal de Natal, Rio Grande do Norte.

30 . Processo nº 0017772-98.2015.8.26.0050 - 26ª Vara Criminal do Foro Central de São Paulo.

31 .Por exemplo, a redação do anteprojeto de lei de proteção de dados pessoais 5.726/2016, art. 5º, "VII - consentimento: manifestação livre e **inequívoca** pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada" (grifo nosso).



5. Conclusão

A proteção da privacidade atualmente se baseia em uma defesa forte dos direitos da privacidade. Essa proteção é afastada mediante o consentimento do titular dos dados. Contudo, muitas vezes, esse consentimento pode não preencher os requisitos estabelecidos na legislação brasileira. O consentimento pode ser viciado, sendo que o caso mais comum é por falta de informação suficiente para o titular compreender com o que está consentindo. Por esse motivo, entre tantos outros, é importante que seja estabelecido um marco legal de proteção de dados pessoais para que ao menos parte desse problema possa começar a ser solucionado.

Palavras-chave: privacidade; consentimento; tratamento; exceções.

Referências bibliográficas

BUENO, Carlos Manoel. Lei das XII Tabuas - Lei de Talião. **Edijur**, 2012.

BRASIL. Constituição Federal – CF de 1988

BRASIL. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil Brasileiro.

BRASIL. Lei 12.414, de 09 de junho de 2011. *Lei do Credit-Scoring*.

BRASIL. Lei 12.965 de 23 de abril de 2014, regulamentado pelo Decreto nº 8.771 de 11 de maio de 2016.

BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. CDC

Brasil. STJ. REsp 1083291/RS, Rel. Ministra Nancy Andrighi, segunda seção, julgado em 09/09/2009, DJe 20/10/2009

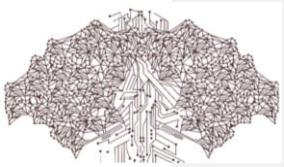
Brasil. STJ. REsp 684.489/RS, Rel. Ministro BARROS MONTEIRO, QUARTA TURMA, julgado em 16/08/2005, DJ 10/10/2005, p. 384

BRASIL. STF. ADI 4815, Relator(a): Min. Cármen Lúcia, Tribunal Pleno, julgado em 10/06/2015, processo eletrônico DJe-018 divulg 29-01-2016 public 01-02-2016.

BRASIL. STF. ADI 4451 MC-REF, Relator(a): Min. Ayres Britto, Tribunal Pleno, julgado em 02/09/2010, processo eletrônico DJe-125 divulg 30-06-2011 public 01-07-2011 republicação: DJe-167 divulg 23-08-2012 public 24-08-2012 RTJ vol-00221-01 pp-00277.

DONEDA, Danilo. Da privacidade à proteção de dados pessoais. Rio de Janeiro: **Renovar**, 2006.

DOTTI, René Ariel. *Proteção da vida privada e liberdade de informação*: possibilidades e limites. **Editora Revista dos Tribunais**: São Paulo, 1980.



FRANÇA, Rubens Limongi. *Direitos da personalidade*: coordenadas fundamentais. RT 567/9, jan. 1983. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 1983.

GUARDIA, Andrés Felipe Thiago Selingardi. *Teoria Geral da Proteção de Dados*. O Tratamento de Dados como Relação Jurídica. São Paulo: **Max Limonad**, 2014.

LEONARDI, Marcel. *Tutela e privacidade na internet*. São Paulo: **Saraiva**, 2012.

MENDES, Laura Schertel. *Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor: linhas gerais de um novo direito fundamental*. São Paulo, **Saraiva**, 2014.

MORAES, Walter. A Concepção Tomista de Pessoa - Um contributo para a teoria do direito da personalidade. In: Nelson Nery Junior; Rosa Maria de Andrade Nery (Orgs.). Doutrinas Essenciais. Responsabilidade Civil, v.1 – Teoria Geral. São Paulo: **Editora Revista dos Tribunais**, 2010.

RESOLUÇÃO 428 (1970) da Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa, declaration on mass communication media and human right.

RODOTÀ, Stefano. *A vida na sociedade da vigilância*. Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. Rio de Janeiro: **Renovar**, 2008.

SBI - Comissão de tradução – SBI. Bíblia Sagrada: Nova Versão Internacional. São Paulo, Editora Vida, 2004. Gênesis, 1, 26-27.

SOLOVE, Daniel J. *Understanding Privacy*. **Harvard University Press**: Cambridge, Massachusetts, 2010.

WARREN, Samuel D.; BRANDEIS, Louis D. *The Right to Privacy*. **Harvard Law Review**. Vol. IV, December 15, 1890, n. 5.

ZANON, João Carlos. *Direito à proteção dos dados pessoais*. São Paulo: **Editora Revista dos Tribunais**, 2013.

PROGRAMINAS: COMO AS VAGAS EM GRUPOS DO FACEBOOK REFLETEM O MERCADO DE TI PARA MULHERES[1]

Fernanda Nunes[2]; Larissa Gould[3]; Meriangela Farias[4]; Nathalia Andrijic[5]; Vanessa Fujihira[6]; Tamara Melo[7]

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a linguagem e as informações presentes nas postagens de vagas em grupos de Facebook direcionados ao mercado de tecnologia da informação; e como elas (linguagem e informação) impactam na candidatura de mulheres a essas mesmas vagas. O trabalho também analisa e compara linguagem e informação em grupos voltados somente para o público feminino, trazendo as diferenças e como elas também impactam neste mercado. Para isso, a pesquisa levantou além de referências bibliográficas e entrevistas, a análise de 180 postagens em 18 grupos, sendo 9 gerais e 9 especializados em vagas para mulheres, levando em conta suas características aparentes e latentes, tanto escrita quanto visual, segundo a metodologia de Análise de Conteúdo. Desta forma, as autoras trazem à tona o debate fundamental

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é aluna da especialização da Universidade de São Paulo. É Bacharela em Comunicação Social - Jornalismo (Universidade São Judas Tadeu). E-mail: fernanda.fnunes1@gmail.com

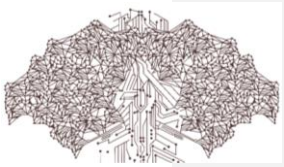
[3] . Pesquisadora é aluna da especialização da Universidade de São Paulo. É Bacharela em Comunicação Social - Jornalismo (Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação). E-mail: larissagould@usp.br

[4] . Pesquisadora é aluna da especialização da Universidade de São Paulo. É Bacharela em Comunicação Social - Jornalismo (Universidade de Santo Amaro). E-mail: mfarias@usp.com.br

[5] . Pesquisadora é aluna da especialização da Universidade de São Paulo. É Bacharela em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Universidade de São Paulo). E-mail: na.andrijic@gmail.com

[6] . Pesquisadora é aluna da especialização da Universidade de São Paulo. É Bacharela em Comunicação Social - Midialogia (Universidade Estadual de Campinas). E-mail: vanessa.fuj@gmail.com

[7] . Pesquisadora é aluna da especialização da Universidade de São Paulo. É Bacharela em Comunicação Social - Jornalismo (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo). E-mail: tamara.alves0@gmail.com



da questão de gênero nas convocatórias de vagas do mercado de trabalho, sob o recorte da Tecnologia da Informação.

Palavras-chave: Mulheres, Facebook, TI, Emprego, Linguagem, Informação.

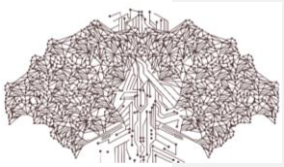
RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo analizar el lenguaje y las informaciones presentes en las publicaciones de ofertas de empleo en grupos de Facebook dirigidos al mercado de tecnología de la información; y como ellas (lenguaje e información) impactan en la candidatura de mujeres a esas mismas ofertas. El trabajo también analiza y compara lenguaje e información en grupos dirigidos solamente al público femenino, trayendo las diferencias y cómo ellas también impactan en este mercado. Para ello, la investigación levantó además de referencias bibliográficas y entrevistas, el análisis de 180 publicaciones en 18 grupos, siendo 9 generales y 9 especializados en ofertas de empleo para mujeres, teniendo en cuenta sus características aparentes y latentes, tanto escrita, como visual. De esta forma, las autoras traen a la superficie el debate fundamental de la cuestión de género en las convocatorias de ofertas del mercado de trabajo, bajo el recorte de la Tecnología de la Información.

Palavras Clave: Mujeres, Facebook, TI, Empleo, Lenguage, Información.

ABSTRACT

This proposal intends to analyse language and information in job ads published on Brazilian Facebook groups targeted to the technology information market. Furthermore, this study examines how those elements (language and information) impact on women application for the job openings. The paper also analyses and compares language and information in groups oriented only to the female audience, revealing the differences and how it impacts to the IT market. In addition to bibliographical references and interviews, the research analysed 180 posts in 18 groups, which nine were considered as“general group” and nine were groups specialized in job opportunities only for women. This study considered the apparent and latent features of these



posts, both in writing and visual aspect. In this way, the authors bring into focus a fundamental debate about gender in ads of job opportunities in the information technology market.

Keywords: Women, Facebook, Information Technology, Job, Language, Information.

1. INTRODUÇÃO

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres representavam 20% das 520 mil pessoas que trabalhavam com Tecnologia da Informação em 2009. A mesma pesquisa revela que apenas 15% dos alunos matriculados em cursos de ciência da computação e engenharia eram mulheres, sendo que 79% desse total desiste do curso no primeiro ano da universidade.

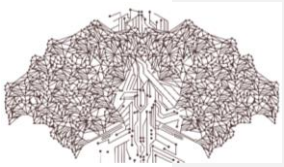
No início da história da computação, esse cenário era muito diferente. Durante as décadas de 1930 e 1940, o termo "computadoras" era utilizado para designar mulheres que trabalhavam com cálculos complexos, como as "ENIAC Girls", equipe que trabalhou no desenvolvimento do ENIAC, primeiro computador eletrônico de larga escala, capaz de realizar cálculos complexos. Enquanto os homens eram responsáveis pelos trabalhos que envolviam a criação de hardware, as mulheres ficavam com a parte matemática, que incluía o desenvolvimento de programas. Esse tipo de trabalho não obtinha muito prestígio e os salários eram baixos. [8]

Já em 1974, na primeira turma de bacharelado em Ciências da Computação do Instituto de Matemática e Estatística da Universidade de São Paulo (IME-USP), as mulheres ocupavam 70% das vagas. Carlos Ferreira[9], coordenador do IME, explica que a computação era um desdobramento do curso de matemática e era aplicada principalmente como secretariado e o processamento de dados, profissões que nos primórdios da tecnologia da informação eram predominantemente femininas.

> As mulheres, desde a sua incorporação ao trabalho, estão acostumadas ao uso de tecnologias eletrônicas, dada a distribuição de postos de trabalho em relação ao gênero - as mulheres têm desempenhado a maior parte do trabalho de escritório utilizando máquinas de escrever, faxes e

[8] Disponível em "Como a programação passou do pioneirismo feminino para o 'clube do bolinha'" – Canaltech <https://goo.gl/JYdV2j>

[9] Disponível em "Por que há menos mulheres no setor de tecnologia?" – Época Negócios. <glo.bo/1L3Vcn2>



> telefones. Mas, de novo insisto, trabalhos de segunda categoria.[10] (MARTÍNEZ-COLLADO; NAVARRETE, 2010, online)

A década de 1980 muda consideravelmente esse cenário, estabelecendo clichês que ainda perduram: com a proliferação dos PCs (Computadores Pessoais, em inglês, *Personal Computers*), os computadores se tornam um negócio bilionário e os homens passam a dominar esse mercado.

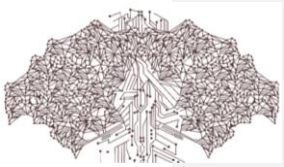
> Na década de 80, com a VLSI (VERY LARGE SCALE INTEGRATION – integração em escala muito grande), o número de transistores podendo ser integrados numa pastilha de silício atingiu a faixa dos milhares e, logo em seguida, dos milhões, surgindo máquinas menores e mais potentes. A partir da passagem da LSI para a VLSI houve uma queda significativa nos valores, tornou-se possível uma pessoa ter o seu próprio computador — começava então a era da informática pessoal. (CARDI, 2002, online)

É durante esse período também que se estabelece o estereótipo do "*nerd"* profissional da tecnologia, amparado em figuras como Bill Gates e Steve Jobs. Patricia Gnipper, em matéria para o portal Canaltech, aponta que até mesmo a publicidade passa a reforçar esse estereótipo. É durante esse período que surge o estigma que os melhores programadores eram antissociais, racionais e objetivo, enquanto as mulheres geralmente são associadas a características de personalidade que privilegiam a comunicação e aspectos emocionais.

Dados coletados em 2015 para Programme for International Student Assessment (PISA), que tem por objetivo produzir indicadores sobre a qualidade da educação dos países participantes, revelam que esse cenário pode ter raízes na infância. A pesquisa mostra que os pais estão propensos a esperar que os filhos, em vez de suas filhas, trabalhem em áreas da ciência, tecnologia, engenharia ou matemática - mesmo quando os meninos e meninas de 15 anos de idade obtinham o mesmo desempenho em matemática. E que apenas 5% das meninas possuem expectativas profissionais nessas áreas. No livro Unlocking the Clubhouse: Women in Computing[11], a pesquisadora Jane Margolis reforça como é na infância que esses padrões se estabelecem, como quando o computador se torna um brinquedo de garoto: metade das famílias americanas coloca o PC doméstico no quarto do filho.

A internet e as redes sociais como forma de mudar esta realidade

[10] Disponível em "Estudios Online sobre Arte y Mujer." Tradução de Sofia Panzarini < https://goo.gl/Hzs9fY>
[11] "Entrando no clubinho: mulheres na computação", em tradução literal



Em 2015, as mulheres correspondiam a 30% dos funcionários do Google. Na divisão de engenharia, a relação era ainda menor: 17%. A mesma relação entre homens e mulheres acontece no Facebook (31% são mulheres), na Apple (30%) e no Twitter (30%). Segundo estudo da Harvard Business School, apenas 10% dos aportes financeiros em *startups* são comandadas por mulheres.[12] Dados do PNAD, compilados pela pesquisadora Bárbara Castro para o seu doutorado na Unicamp, mostrou que as profissionais de tecnologia no Brasil ganham 30% menos que os homens, mesmo elas possuindo grau de formação superior.

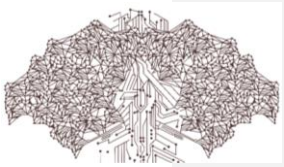
A realidade da desvalorização das mulheres em relação aos homens no mercado de trabalho não é uma exclusividade do setor da tecnologia. No Brasil, mulheres receberam 23,6% a menos do que os homens em 2015, de acordo com pesquisa[13] realizada pelo Cadastro Central de Empresas (Cempre) e divulgada em julho de 2017 pelo IBGE.

Como forma de mudar esta realidade, mulheres têm usado a internet, e mais recentemente as redes sociais, para criar grupos de acolhimento e fortalecimento femininos e feministas. Nesse contexto, o Ciberfeminismo têm sido uma ferramenta fundamental para o fortalecimento destas relações. O termo nasceu em diversas redes eletrônicas, muito antes das redes sociais e até mesmo do www (World Wide Web). Mulheres já se articulavam nas intranets das universidades na Austrália e Alemanha, por exemplo, como aponta Marina Gazire Lemos em Ciberfeminismo: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas (2009).

> A Internet, instrumento basal do Ciberfeminismo, é uma força poderosa para conectar e dividir, o conhecimento e as fontes. Mas também, é a tecnologia que originalmente pretendia a dominação global e militar. Há muitos benefícios, desde que tenhamos em mente o uso consciente e o conhecimento histórico de seu contexto. (LEMOS, 2009, p.121)

Nos anos 2000, com a popularização da internet, surgem as redes sociais como forma de potencialização deste Ciberfeminismo e destes grupos de interação de mulheres. No Brasil, de acordo com pesquisa realizada pela eMarketer[14], instituto especializado em pesquisas de mercado, em 2016, existiam 93,2 milhões de usuários ativos em redes sociais. 70% dos usuários ativos de redes sociais estão no Facebook de acordo com pesquisa realizada pela Reuters Institute News Report, divulgada em junho de 2015.

[12] "Por que há menos mulheres no setor de tecnologia?", disponível em <https://goo.gl/WnZPVg>
[13] Disponível em "Mulheres receberam 23,6% a menos do que os homens em 2015, revela IBGE" < http://bit.ly/2tidxJ3>
[14] Disponível em http://bit.ly/2wUMEKS



> Surge, em 2010, a função Grupos do Facebook e abriu espaço reservado para debate e interação de assuntos específicos e interação reduzida. (...) Menos de uma década depois do lançamento desta funcionalidade, os grupos tornaram-se conglomerados gigantescos, segmentados, mas com um intenso fluxo de conteúdos e usuários, gerando uma interação mais ampla do que a linha do tempo comum oferece. (PONTE, 2017, online)

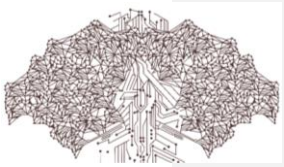
Estes grupos são dos mais diversos assuntos e segmentos: grupos de estudo, de debates, de aconselhamento, de entretenimento, games, quadrinhos e, também grupos de interação profissional, de divulgação de cursos e vagas especializados em determinadas áreas. Dentro do Ciberfeminismo, eles ganharam um espaço de destaque como interação, e como a criação de uma economia solidária voltada para as mulheres, que passa desde a formação, empreendedorismo até a indicação de vagas, estabelecendo-se como comunidades virtuais.

Formação de comunidade, uma reflexão teórica

Recuero (2001) no artigo "Comunidades Virtuais – Uma abordagem teórica", ressalta o caráter gregário da palavra comunidade:

> Para Tönies, Gemeinschaft (comunidade) representava o passado, a aldeia, a família, o calor. Tinha motivação afetiva, era orgânica, lidava com relações locais e com interação. As normas e o controle davam-se através da união, do hábito, do costume e da religião. Seu círculo abrangia família, aldeia e cidade. Já Gesellschaft (sociedade) era a frieza, o egoísmo, fruto da calculista modernidade. Sua motivação era objetiva, era mecânica, observava relações supralocais e complexas. (RECUERO, 2001, online)

Recuero define Comunidade Virtual como "agrupamentos humanos que surgem no ciberespaço, através da comunicação mediada pelas redes de computadores." A autora destaca que o pertencimento é dos elementos essas comunidades e cita Primo (1997) para afirmar o elemento de identificação emocional "Os participantes de chats reconhecem-se como parte de um grupo e responsáveis pela manutenção das relações", sentimento visto como condição necessária para a existência de comunidade no ciberespaço. Martins (2015), ressalta também a afinidade como elemento de ligação entre os participantes dessas comunidades. "Esse fato não é algo recente na internet e que já podia ser notado em redes sociais anteriores ao Facebook, como o



Orkut, por exemplo. Outras redes sociais da atualidade, como Twitter, Instagram e WhatsApp, também permitem agrupamentos por afinidade."

Além da noção de pertencimento e afinidade temática, outro ponto que distingue as comunidades virtuais é a interatividade, já que comunidade pressupõe relações entre os seus membros. Essa questão tem suscitado as mais variadas discussões.

> A interatividade não é uma característica do meio, mas 'a extensão em que as mensagens, em uma sequência, relacionam-se umas com as outras, especialmente na extensão em que mensagens posteriores tem relação com as anteriores.' (JONES apud RECUERO, 2001, online)

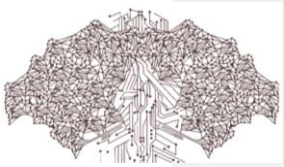
Kerckhove exemplifica como esses fatores são identificados nas mídias sociais:

> A mídia social, o hipocampo da Internet, transmite e armazena imagens e textos que estimulam as emoções e permitem a reunião de informações e o compartilhamento de fatos e opiniões em tempo real. O Facebook, o Twitter, as salas de bate-papo e os fóruns, assim como outros sites que são altamente regionalizados, fazem as pessoas reagirem em ondas emocionais que podem congregar outras de diferentes culturas, religiões e contextos sociais. O imediatismo da mídia social permite ao indivíduo se envolver num nível emocional com as questões políticas e sociais. (KERCKHOVE, 2015)

Informação e linguagem

A palavra informação tem raízes latinas (*informatio*). Capurro (2007) aponta o caminho a explorar quando se examina o verbete. "Devemos considerar os dois contextos básicos nos quais o termo informação é usado: o ato de moldar a mente e o ato de comunicar conhecimento." Capurro destaca como esse conceito de informação ganha disseminação a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, com a popularização global do uso das redes de computadores. O autor explica que quando se usa esse termo, é necessário ter em mente que informação é o que é informativo para uma determinada pessoa. "O que é informativo depende das necessidades interpretativas e habilidades do indivíduo (embora estas sejam frequentemente compartilhadas com membros de uma mesma comunidade de discurso)."

Fidalgo (2004) define informação como "unidades de escolha entre múltiplas possibilidades", sendo que os diferentes contextos, razões, causas e fins de uma mensagem podem estabelecer qual é a melhor relação entre a informação e o rigor que a mensagem deve conter. Um indivíduo pode telefonar, mandar um e-mail ou carta, mas mesmo essas escolhas são feitas dentro de um quadro determinado de possibilidades. É o que acontece dentro de um grupo fechado de Facebook, onde é possível se comunicar de forma abrangente, mas com as limitações que a



plataforma impõe como quantidade limitada de receptores e regras específicas definidas para cada comunidade.

Estes aspectos definem ajudam a delimitar uma linguagem em comum dentro dos grupos. Ramos (2016) destaca como os textos da cultura gerados por computador contam uma atuação específica:

> Trata-se de uma linguagem mediada pela máquina, cujos sistemas de signos são gerados por rotinas de cálculos matemáticos que não passam, pela modelização da língua natural, mas essencialmente, pela modelização dos números. (RAMOS, 2016. p. 61)

Já Amaral (2011), aponta a linguagem como disputa simbólica por espaço:

> Percebe-se que a disputa simbólica pelo espaço das redes é uma disputa de diferentes identidades e grupos sociais em suas demarcações de "territórios" através de estratégias de linguagens características. Nesse contexto, há uma ressignificação das práticas comunicacionais dentro e fora da própria internet em um fluxo de reconfigurações que só pode ser apreendido enquanto fenômeno a partir da diversidade cultural e de suas ressonâncias nas sociabilidades envolvidas nas ruas. (AMARAL, 2011, online)

2. PROBLEMA

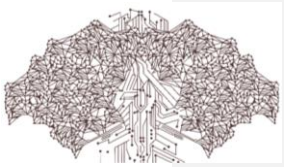
O presente artigo tem como objetivo analisar a linguagem e a informação dentro dos grupos especializados em indicação de vagas de Tecnologia da Informação – TI da rede social Facebook.

Foram analisados dois grandes macros grupos: grupos de indicação de vagas em TI gerais (com homens e mulheres); e grupos de indicação de vagas em TI voltados para mulheres.

O artigo pretende analisar como a Linguagem e a Informação presentes nas convocatórias destas vagas impactam na candidatura de mulheres e como os grupos só de mulheres estão influenciando esse cenário.

3. METODOLOGIA

Para isso, foram usadas análises de autoras e autores especializados na temática de redes sociais/grupos, internet e tecnologia, Ciberfeminismo, mercado de trabalho e linguagem/informação. Além de pesquisas de institutos referenciados nas temáticas abordadas.



O artigo também utilizou de entrevistas (oito) com especialistas em recrutamento de recursos humanos (RH) e na área da Tecnologia da Informação (TI).

Para analisar os grupos, as autoras/pesquisadoras utilizaram duas metodologias: análise de conteúdo (em ambos os macros grupos) e entrevistas com integrantes dos grupos voltados para as mulheres.

Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo desta pesquisa teve como base 180 posts de grupos especializados em indicação de vagas de TI: nove grupos gerais (90 posts) e nove grupos específicos de vagas para mulheres (90 posts)

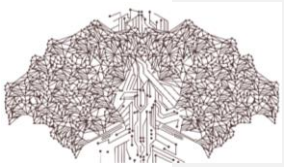
Essas postagens foram analisadas, no âmbito da linguagem e da informação, escrita e visual, de acordo com suas características na escala aparente e latente.

> No movimento interpretativo podemos salientar duas vertentes. Uma delas relaciona-se a estudos com uma fundamentação teórica claramente explicitada a priori. Nesses estudos a interpretação é feita através de uma exploração dos significados expressos nas categorias da análise numa contratação com esta fundamentação.
>
> Na outra vertente a teoria é construída com base nos dados e nas categorias da análise. A teoria emerge das informações e das categorias. Neste caso a própria construção da teoria é uma interpretação. (MORAES, 1999 p. 7-32)

Dentro da escala aparente, foram analisados no campo da linguagem, escrita e visual: descrição, nome do grupo, foto de capa, perfil de quem postou, gênero do texto do post, imagem do post, comentários e interações dos posts. No campo da informação: quantidade e tipo de requisitos pedidos, benefícios, nível hierárquico, salário.

Já na esfera latente foram analisadas, respeitando um critério de 1 a 5, a formalidade, informalidade, animação, incentivo e união presentes nos posts.

> Entretanto, o analista de conteúdo exercita com maior profundidade este esforço de interpretação e o faz não só sobre conteúdos manifestos pelos autores, como também sobre os latentes, sejam eles ocultados consciente ou inconscientemente pelos autores. (MORAES, 1999 p. 7-32)



Nos grupos voltados para mulheres, também foram realizadas pesquisas qualitativas (quarenta), via formulários, nas quais foram preservadas as identidades das participantes, de modo que elas pudessem relatar suas experiências dentro da Tecnologia da Informação e dos grupos específicos de mulheres sem medo de serem expostas.

4. HIPÓTESES

Ao debruçarem-se nesta pesquisa, as autoras tinham em mente quatro hipóteses, que se confirmaram ou não após o término das análises, leituras e entrevistas. Foram elas:

- As vagas divulgadas em grupos gerais favorecem mais os homens. Tanto no âmbito da linguagem quanto no da informação se direcionam mais para o lado masculino;

- Linguagem e informação em grupos para mulheres, ou postado por elas, são muito diferentes e tendem a ser mais voltadas a elas, não neutras ou com tendência masculina. Ex: Desenvolvedor(a);

- Termos como “manas”, “minas” e textos de suporte às mulheres reforçam a irmandade em posts nos grupos para mulheres e são frequentes;

- Características emocionais e de personalidade não são informações de requisitos tão exploradas na divulgação de vagas.

Hipótese 1: As vagas divulgadas em grupos gerais de vagas em Tecnologia da Informação favorecem a candidatura de homens

Após análise, observou-se que a linguagem e as informações nos grupos gerais de fato favorecem a candidatura de homens em detrimento das mulheres.

As vagas são majoritariamente escritas no masculino, mesmo entre as vagas postadas por mulheres. Ao todo 55% da amostragem tinha sua linguagem voltada para o masculino. As vagas neutras apareceram em um número considerável, 45%, principalmente devido aos termos ligados à área de atuação serem muitas vezes neutros (ex: analista) ou na língua inglesa. Não houve caso de vagas com linguagem voltada para o feminino nos grupos gerais.

O padrão se repete na linguagem visual. Há predominância de imagens neutras e, entre as imagens com gênero, as figuras masculinas são maioria.

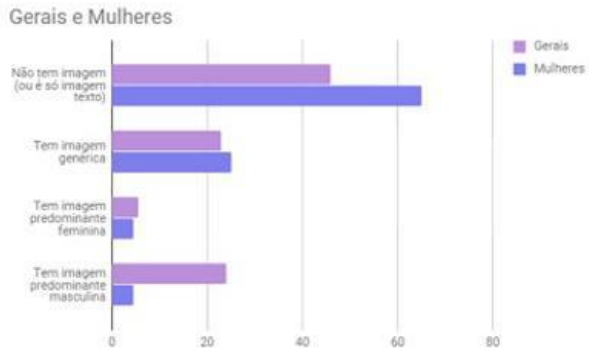
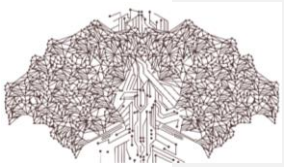


Gráfico 1: Presença e qualidade das imagens dos posts, comparativo entre Grupos (%). Crédito: Autoras.

Dentro do âmbito da informação, observou-se que há predominância de muitos requisitos técnicos e pouquíssimos benefícios. Em relatório interno publicado pela Hewlett Packard Enterprise, grupo responsável pela HP, foi revelado que homens se candidatam para vagas quando eles possuem apenas 60% das qualificações pedidas, enquanto mulheres só de candidatam se tiverem 100% de compatibilidade com os requisitos da vaga[15]. Embora elas estudem mais: no Brasil mulheres estudam em média oito anos, enquanto os homens estudam em média 7,5 anos, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2014, realizada pelo IBGE[16].

[15] Why Women Don't Apply for Jobs Unless They're 100% Qualified, disponível em https://hbr.org/2014/08/why-women-dont-apply-for-jobs-unless-theyre-100-qualified
[16] Disponível em Brasileiras estudam mais, ganham menos e aumentam atuação como chefe da família - http://bit.ly/2yJMZUZ



De maneira geral, as mulheres têm mais dificuldade de inserção e de permanência no mercado de trabalho. De acordo com a nota técnica do IPEA: Mulheres e trabalho - breve análise do período 2004-2014:

> No Brasil, considerando toda nossa herança histórica e nossa cultura política marcada pela hierarquização de pessoas e grupos e pela exclusão de muitos deles de espaços socialmente valorizados, o mundo do trabalho segue marcado por importantes desigualdades de gênero e de raça. Essas desigualdades refletem-se nas diferentes possibilidades de inserção apresentadas a mulheres, homens, negros e negras. (IPEA: Mulheres e trabalho - breve análise do período 2004-2014)

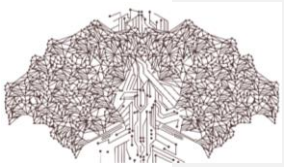
Um estudo técnico de julho de 2016 realizado Câmara dos Deputados mostra que a questão materna influencia muito as relações de trabalho das mulheres, por isso, benefícios como auxílio-creche são definitivos para a permanência feminina no mercado de trabalho:

> O cuidado com os filhos pode ser um obstáculo concreto à participação feminina no mercado de trabalho. Desse modo, o acesso à creche é indispensável para que as mulheres possam exercer atividades remuneradas.
>
> De todos os fatores relacionados à esfera reprodutiva, a presença de filhos pequenos é aquele que mais dificulta a atividade produtiva feminina, na medida em que o cuidado com os filhos é uma das atividades que mais consome o tempo de trabalho doméstico das mulheres. As mães dedicam a essas atividades quase 32 horas do seu tempo semanal, um número muito superior ao da média feminina geral e mais ainda ao das mulheres que não tiveram filhos. (BRUSCHINI, 2007, p.545/546 *apud* ANDRADE[17])

O Estudo também aponta que a taxa de ocupação aumenta à medida em que as mulheres possuem acesso à creche para seus filhos.

> Segundo os dados da PNAD, em 2012, entre as pouco mais de 20% das mulheres com filhos de 0 a 3 anos que tinham acesso à creche para todas as suas crianças, verifica-se alta taxa de ocupação, próxima a 73% - próxima às taxas gerais de ocupação masculina. Por outro lado, nos quase 78% das mulheres que não tinham qualquer acesso à creche, mais de 57% permaneciam sem ocupação no mercado de trabalho. (ANDRADE, 2016, p.30)[18]

[17] Estudo Técnico Câmara dos Deputados disponível em <http://bit.ly/2gcfrUu>
[18] Estudo Técnico Câmara dos Deputados disponível em <http://bit.ly/2gcfrUu>



Nesse sentido, também no âmbito da informação, observamos nas vagas divulgadas nos grupos que 75% delas, considerando toda a amostra, não oferecem ou não divulgam nenhum tipo de benefício, como auxílio creche ou horários flexíveis que incentivariam jovens mães ou mulheres que pretendem ter filhos a se candidatar.

Desta forma, concluímos que tanto a linguagem, como a informação veiculada nas publicações favorecem a candidatura de homens.

Hipótese 2: Linguagem e informação em grupos para mulheres são muito diferentes e tendem a ser mais voltadas para elas, não neutras ou com tendências masculinas

Durante a triagem dos posts em grupos de mulheres, foi notada que a frequência de linguagem e informações voltadas ao público feminino era baixa. Após a análise do conteúdo e observação dos dados coletados, foi refutada a hipótese de que, em grupos voltados para divulgação de vagas para mulheres em tecnologia, a linguagem e informação seriam muito distintas das encontradas em grupos gerais.

Para esta análise, foi considerado um post com linguagem feminina aqueles nos quais era possível identificar o gênero feminino em elementos como substantivos e adjetivos das descrições, como, por exemplo, no cargo (ex.: desenvolvedora, programadora) ou requisitos da vaga (ex.: pró-ativa, organizada). Em contrapartida, posts classificados como masculinos apresentam linguagem com marcação do gênero no texto predominantemente masculina (ex.: desenvolvedor, programador, “o cara”, um estagiário). Por fim, foi apontado com um post de linguagem neutra aqueles que não possuíam ou não era possível identificar as marcações de gênero (ex.: especialista, analista, um(a) estudante, desenvolvedor(a)).

Nos nove grupos de mulheres analisados, apenas 31% dos 90 posts continham linguagem direcionadas ao feminino. Deste montante, 19% eram voltados para o masculino. O destaque e predominância foi por parte do posts de linguagem neutra, que representaram 50% do conteúdo analisado nos grupos de mulheres em tecnologia da informação.

Nesta análise, é preciso reforçar que grande parte dos posts considerados neutros entraram para o grupo por conterem termos já neutros por si só, como especialista ou analista ou mesmo termos em inglês, e não, necessariamente, por intencionalidade do recrutador.

Em estudo publicado em 2014 pela Technische Universität München (TUM)[19], pesquisadores mostraram a homens e mulheres anúncios de vagas, avaliando se as oportunidades eram ou não atrativas para candidatura. A pesquisa concluiu que é menos provável que mulheres se apliquem a vagas cuja linguagem adotada aparenta ser direcionadas para homens, com a utilização de descrições e palavras usualmente associadas a estereótipos masculinos (ex: adjetivações como assertivo, agressivo, analítico, etc). Por outro lado, as palavras utilizadas nas vagas não exerceram influência para os homens, mesmo que reforçassem qualificações mais associadas ao estereótipo feminino.

Já a pesquisa "Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality", publicada em 2011 pelo Journal of Personality and Social Psychology da Associação Americana de Psicologia (APA), aponta que anúncios de vagas para áreas com mais homens costumam utilizar terminologias predominantemente masculinas, o que ajuda a perpetuar iniquidades entre homens e mulheres no mercado de trabalho e manter tradicionais divisões de gênero.

> Quando anúncios de vagas eram construídos para incluir mais palavras masculinas do que femininas, participantes notaram mais homens nestas posições e mulheres acharam estas vagas menos atrativas. Os resultados confirmaram que percepções de pertencimento (mas não de habilidades) mediavam o efeito das terminologias ligadas ao gênero na atração em relação a vaga. (GAUCHER, 2011, online)[20]

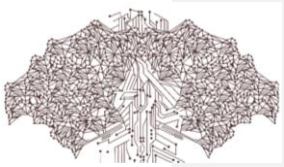
Trazendo um outro ponto de vista para a discussão, a consultora de recrutamento em TI, Natassia Perez, afirma em entrevista que as divulgações devem ser escritas de forma genérica, cumprindo os padrões de seleção já estabelecidos:

> As vagas devem ser escritas de maneira geral. Quem tem experiência ou capacidade de atuação em determinado perfil, deverá ser considerado para o processo. Não podemos fazer distinções nos anúncios das vagas, dando preferência para determinado perfil pessoal relacionado a sexo, idade, cor etc. (PEREZ, 2017, online)[21]

[19]Study: Women Do Not Apply To 'Male-Sounding' Jobs, disponível em http://time.com/48578/study-women-do-not-apply-to-male-sounding-jobs/

[20] GAUCHER, D., FRIESEN, J., KAY, A. C. Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. Journal of Personality and Social Psychology, 2011. Disponível em <https://goo.gl/3TUzQh>.

[21] PEREZ, Natassia. Associada na FIND HR - Consultoria de Recursos Humanos em Tecnologia da Informação. Entrevista concedida por formulário em 26 de setembro de 2017.



Por esta perspectiva, o uso de termos neutros (ex. Procura-se desenvolver/desenvolvedora; Contrata-se pessoa desenvolvedora) configura-se como alternativa de aplicação acessível e condizente com as práticas de mercado atualmente adotadas.

> Há 10 anos, só 'desenvolvedor', funcionava. Agora se a pessoa quer descolar padrões, 'o cara' não tem como ser uma mina, assim como uma mina não pode ser um cara. Se quer mesmo incentivar um perfil, tem que ser claro, ou usar algo neutro que abrace ambos. (SILVESTRE, 2017)[22]

Assim, por meio da análise dos posts, a hipótese em questão foi refutada. No entanto, o formulário divulgado nos grupos femininos, bem como as entrevistas, demonstraram que, embora o uso da linguagem voltada ao feminino não seja uma frequente nos grupos de mulheres em TI, existe um forte sentimento de comunidade entre as participantes, assunto que será abordada no próximo tópico.

Hipótese 3: Termos como "manas", "minas" e textos de suporte às mulheres reforçam a irmandade em posts nos grupos para mulheres e são frequentes.

A utilização de termos como "manas" e "minas" nos grupos específicos de mulheres é pontual e de frequência irregular, o que refuta a afirmação inicial da Hipótese 3.

Ainda assim, em comparação com os grupos gerais analisados, o tom (intencionalidade) utilizada no texto dos posts apresentou muito mais sentimentos de animação, incentivo e união, de acordo com a análise de Escala Latente (definida no capítulo 'Metodologia"), como apresentado nos gráficos apresentados abaixo:

[22] SILVESTRE, Vanessa. Analista de Governança na Pernambucanas e criadora do grupo Femme.it. Entrevista concedida em 25 de setembro de 2017.

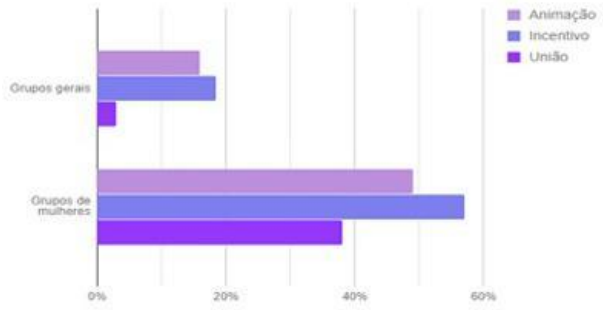


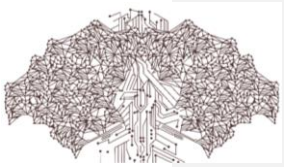
Gráfico 2:
Intencionalidade dos posts, comparativo entre Grupos (%). Crédito: Autoras.

A análise demonstra que 57% das postagens de vagas nos grupos específicos para mulheres demonstravam sentimentos de incentivo, enquanto apenas em 18,5% das vagas postadas em grupos gerais faziam o mesmo. Esse sentimento também aparece nas declarações anônimas de participantes dos grupos, que destacam a importância de sentir-se incentivada e orientada dentro desses espaços: [23]

> Como alguém que muito recentemente começou a estudar programação, já tive um apoio sensacional em relação a orientações para quem ainda não conseguiu se inserir no mercado. Tenho certeza que participar desses grupos vai me ajudar nesse início de carreira e mais para frente também! (CONTRIBUIÇÃO ANÔNIMA DE PARTICIPANTE)

No quesito "animação", alcançam 49% na Escala Latente, enquanto os grupos gerais apresentam 16% para o mesmo tema. Já quando se analisa "união", a diferença é ainda mais considerável: 38% dos posts nos grupos femininos despertam a sensação de união, enquanto apenas 3% dos grupos gerais evocam o mesmo sentimento. Segundo depoimento, estar em um grupo de mulheres encoraja a continuidade na área de TI e reforça o sentimento de capacidade em seguir a profissão (CONTRIBUIÇÃO ANÔNIMA DE PARTICIPANTE).

[23] Contribuição anônima de participante de grupo de TI para mulheres para questionário proposto pelas autoras.



> Quando estou em grupos assim, me sinto mais incluída. A sensação que dá é a de que não somos tão poucas e frágeis como parecemos ser. O legal também é poder compartilhar experiências e ajudar outras mulheres. (CONTRIBUIÇÃO ANÔNIMA DE PARTICIPANTE).

Hipótese 4: Características emocionais e de personalidade não são informações de requisitos tão exploradas na divulgação de vagas.

Com a observação dos posts e classificação das informações da vaga entre requisitos técnicos e requisitos de personalidade, a hipótese acima foi confirmada. Tanto nos grupos gerais quanto nos grupos de mulheres, houve uma maior predominância de aspectos técnicos nas descrições das vagas.

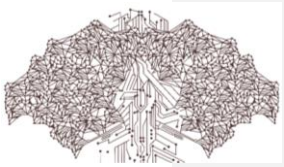
Para chegar a esta conclusão, todas postagens foram avaliados em uma escala aparente de acordo com as informações contidas nas descrições das vagas, como aquelas ligadas a requisitos, benefícios, salário, cargo e localização das oportunidades. Das informações presentes, cargo e requisitos técnicos eram os mais frequentes. Da amostragem total de 180 posts, 56,5% das vagas pediam requisitos técnicos (ex. Domínio de linguagem ou ferramenta específica), enquanto apenas 15% solicitaram requisitos emocionais (ex.: qualidades de personalidades e comportamento no trabalho). O nível hierárquico ou cargo estavam presentes em 61% das oportunidades.

Se analisados apenas os grupos gerais, 76% das vagas pediam requisitos técnicos, contra apenas 18% que solicitavam informações ligadas à personalidade do candidato. Deste total, 14% foram classificadas como contendo requisitos de personalidade emocional e 18% como racional. Nos grupos femininos, a tendência se mantém, mas em menor frequência: 36% dos posts solicitaram habilidades técnicos, enquanto apenas 5,76% pediram informações de personalidade emocional e 3,84% de personalidade racional.

Durante as sessões de entrevistas com profissionais de recursos humanos da área de tecnologia, foi percebido um padrão no fluxograma de contratação de profissionais da área, que inicia com o anúncio da vaga para captar currículo, passa por testes técnicos e comportamentais e é finalizado após uma entrevista com o gestor.

Para estes profissionais, bem como para os gestores, os requisitos técnicos são a maneira mais eficiente e exata para efetuar a primeira triagem, uma vez que são imprescindíveis para as posições. Já os aspectos de personalidades ganham mais relevância na fase final da contratação, uma vez que são melhor identificados em testes presenciais ou entrevistas.

> Quem trabalha com recrutamento, tem os requisitos técnicos como o item principal de sua caça aos profissionais, e os de personalidade para



> identificar sua compatibilidade com a cultura da empresa. (PEREZ, 2017)[24]

> Colocar itens de personalidade na vaga é encher linguiça, a pessoa vai colocar isso na hora de escrever (se é proativo, dinâmico etc) e não necessariamente será verdade. Quero ver mesmo isso no dia a dia, o que a gente consegue identificar mais na entrevista, nos testes de personalidade etc. (PEREIRA, 2017)[25]

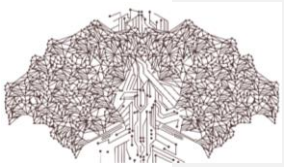
Desta maneira, verifica-se a confirmação da hipótese inicial de que características emocionais e de personalidade não são informações de requisitos tão exploradas na divulgação de vagas. Porém, com base nas entrevistas, é possível confirmar que os requisitos de personalidade e comportamentais são também de grande relevância, mas na fase final da contratação, bem como na permanência dos profissionais nas empresas.

5. CONCLUSÃO

O mercado de trabalho na área da tecnologia da informação atualmente é formado majoritariamente por profissionais masculinos, com homens ocupando as posições de destaque e liderança dentro das grandes e pequenas empresas de TI. Esta realidade é reforçada ainda no início no processo de seleção de novos colaboradores, com divulgação de vagas amplamente voltadas ao público masculino. A utilização da linguagem e a escolha de informações que incentivam a candidatura de homens, ainda que de forma sutil ou inconsciente, é uma constante. Como resultado, esta prática desestimula mulheres a se aplicarem às vagas e colabora para a manutenção do cenário desproporcional entre gêneros no mundo da tecnologia. Além disso, a falta de diversidade entre profissionais da área impacta diretamente e negativamente no desenvolvimento de produtos e de novos serviços oferecidos por estas empresas, uma vez que limita as possibilidades de criação e reforçam estruturas já enraizadas.

No entanto, a divulgação das vagas em tecnologia da informação é apenas um dos sintomas de uma estrutura social e cultural com fortes desigualdades de gêneros, cujas características influenciam todo o processo seletivo e também a formação de mulheres interessadas em seguir carreira na área.

[24] PEREZ, Natassia. Associada na FIND HR - Consultoria de Recursos Humanos em Tecnologia da Informação. Entrevista concedida por formulário em 26 de setembro de 2017.
[25] PEREIRA, Marina. Recursos Humanos na TQI. Entrevista concedida em 24 de setembro de 2017.



Por meio da análise dos posts, entrevistas, bibliografia e formulários compartilhados em grupos femininos, as autoras mapearam alguns exemplos de boas iniciativas para estimular a presença de mulheres do setor, que elucidaram a criação de quatro pilares principais de atuação. O primeiro pilar é a educação, com foco em escolas primárias e de ensino médio, com a adoção de ações que estimulem meninas a se enxergaram na área de tecnologia.

> Os lugares que passei a frequentar eram extremamente masculinos. Iniciativas vieram para endereçar esta questão da referência profissional, porque além de você não ter um par, você também não tem um *role model*. Descobrimos que esta era uma das causas de evasão na universidade, além de ser também uma barreira de entrada. (BONTURI, 2017)[26]

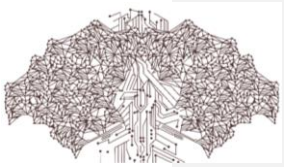
Verificou-se também relevante a criação de incentivos concretos para a contratação de mulheres em empresas, por exemplo, por meio da oferta de benefícios como auxílio-creche. Outro bom exemplo é a adoção de práticas como a escolha de mulheres para conduzir os testes técnicos de processos seletivos, o que deixa as candidatas mais seguras, além de estimular a representatividade inclusive durante a seleção.

O ambiente de trabalho, após a contratação, é outro fator de impacto para a manutenção dessas mulheres nas empresas de tecnologia. É necessário proporcionar espaços de discussão sobre questões de gênero entre a equipe, bem como valorizar a profissional, que precisa ver que tem espaço para crescer e se desenvolver na instituição.

> Ter um ambiente favorável e receptivo, que permita a conversa sobre esses assuntos, é super importante. E o primeiro passo para este caminho talvez seja trabalhar com a própria liderança, que é quem contrata, demite e gerencia a equipe. É inclusive um posicionamento que deve vir de cima para baixo, partindo a própria empresa. (AMORIM, 2017)[27]

Por fim, o grupo identificou que a criação de grupos e redes de relacionamento, sejam elas presenciais ou virtuais, fomentam a noção de comunidade e irmandade entre as participantes, proporcionando trocas de conhecimento e apoio entre as mulheres e fortalecendo laços que muitas vezes ultrapassam questões profissionais.

[26] BONTURI, Carolina. Desenvolvedora de software na QEdu e co-fundadora do coaShe. Entrevista concedida em 28 de setembro de 2017.
[27] AMORIM, Juliana. Gerente sênior de recursos humanos da R/GA. Entrevista concedida em 10 de outubro de 2017.



6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, A; Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas. ComCiência. Campinas, 2011. Disponível em <goo.gl/LSv2kP>. Acesso em 12 out. 2017.

CAPURRO, R. O Conceito de Informação. Annual Review of Information Science and Technology. Bloomington, 2007. Disponível em <goo.gl/y8pqgx>. Acesso em 25 set. 2017.

CARDI, M. Evolução da computação no Brasil e sua relação com fatos internacionais. Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

FELITTI, G. Por que há menos mulheres no setor de tecnologia?. Revista Época Online. São Paulo, 2015. Disponível em <goo.gl/JYdV2j>. Acesso em 13 out. 2017.

FIDALGO, A. Informação e redundância. Os Quadros da Incerteza. Teorias da Comunicação. Covilhã, 2004. Disponível em <goo.gl/rq6Avg>. Acesso em 27 set. 2017.

GAUCHER, D., FRIESEN, J., KAY, A. C. Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. Journal of Personality and Social Psychology, 2011. Disponível em <https://goo.gl/3TUzQh>.

GENDER ACTION PORTAL (GAP). Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. Disponível em <https://goo.gl/1SqNJg>.

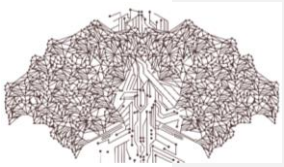
GNIPPER, P. Como a programação passou do pioneirismo feminino para o "clube do bolinha". Canaltech. São Paulo, 2017. Disponível em <goo.gl/JYdV2j>. Acesso em 13 out. 2017.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Censos de 2000 e 2010, dados referentes à Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

IPEA: Mulheres e trabalho - breve análise do período 2004-2014

KERCKHOVE, D. E-motividade: o impacto social da internet como um sistema límbico. Revista Matrizes. São Paulo, 2015. Disponível em <goo.gl/u1aJtz>. Acesso em 25 set. 2017.

LEMOS, M. Ciberfeminismo: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas. Tese (Mestrado em Comunicação e Semiótica). São Paulo: PUC-SP, 2009. Disponível em <http://bit.ly/2ie2PR3>



MOHR, T. Why Women Don't Apply for Jobs Unless They're 100% Qualified. Harvard Business Review, online, 2014. Disponível em <https://goo.gl/Upem39>

MORAES, R. Análise de conteúdo. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999

NAVARRETE, A. e MARTINEZ-COLLADO, A. Ciberfeminismo, também uma forma de ativismo. Disponível em <https://goo.gl/fHPxmu>

PISA Programme for International Student Assessment. Paris, 2015. Disponível em <goo.gl/ySDhsf>. Acesso em 25 set. 2017

PONTE, D. A Outra Timeline: Uma análise sobre os grupos do Facebook no Brasil. Centro de Estudos Latino Americanos Sobre Cultura e Comunicação – CELACC). São Paulo, 2017. Disponível em <https://goo.gl/TBD342>

PORTAL BRASIL, Brasileiras estudam mais, ganham menos e aumentam atuação como chefe da família. 2017. Disponível em < http://bit.ly/2yJMZUZ>

RAMOS, D. A Expansão do Jornalismo para o ambiente numérico. Appris Editora. Curitiba, 2016.

RECUERO, R. Comunidades virtuais - Uma abordagem teórica. V Seminário Internacional de Comunicação. Porto Alegre, 2001. Disponível em <goo.gl/KvejNw>. Acesso em 25 set. 2017.

SIFFERLIN, A. Study: Women Do Not Apply To 'Male-Sounding' Jobs. Portal Revista Time, 2017. Disponível em <https://goo.gl/6eM4YC>

7. ENTREVISTAS

AMORIM, Juliana. Gerente sênior de recursos humanos da R/GA. Entrevista concedida em 10 de outubro de 2017.

BONTURI, Carolina. Desenvolvedora de software na QEdu e co-fundadora do coaShe. Entrevista concedida em 28 de setembro de 2017.

FERNANDES, Adriano. Front end Developer na R/GA. Entrevista concedida em 25 de setembro de 2017.

MOL, Ariani. Recursos Humanos na Gestão Humana. Entrevista concedida por formulário em 28 de setembro de 2017.

PEREIRA, Marina. Recursos Humanos na TQI. Entrevista concedida em 24 de setembro de 2017.

PEREZ, Natassia. Associada na FIND HR - Consultoria de Recursos Humanos em Tecnologia da Informação. Entrevista concedida por formulário em 26 de setembro de 2017.

SILVESTRE, Vanessa. Analista de Governança na Pernambucanas e criadora do grupo Femme.it. Entrevista concedida em 25 de setembro de 2017.

VIARO, Daniela Viaro. Analista de RH no Grupo Personale. Entrevista concedida por formulário em 25 de setembro de 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PROJETO #SAVETHEFILM: COMPREENDENDO A FOTOGRAFIA ANALÓGICA NA CONTEMPORANEIDADE[1]

Laís Akemi Margadona[2]; Fernanda Henriques[3]; Ana Beatriz Pereira de Andrade[4]

Resumo

Este trabalho apresenta resultados parciais provindos do projeto *#savethefilm*, pesquisa de caráter teórico-prático que busca propiciar o entendimento e resgate da fotografia analógica na contemporaneidade conectada. Apresentaremos o embasamento teórico do projeto, bem como alguns produtos midiáticos e peças gráficas desenvolvidos no eixo prático. O caminho metodológico consistiu em revisão bibliográfica de autores que abordam o registro analógico na contemporaneidade digital; entrevistas a fotógrafos e artistas relevantes ao contexto da pesquisa; coleta e curadoria de registros analógicos provindos desses artistas e análise de projetos similares. No eixo prático, foi realizado o projeto de identidade visual do projeto *#savethefilm*, experimentações fotográficas em laboratório digital e analógico e o *layout* de um *site* apoiado por perfis nas mídias sociais *Instagram*, *Facebook* e *YouTube*, já em funcionamento na *web*.

Palavras-chave: fotografia; fotografia analógica; lomografia; contemporaneidade.

Introdução

Na contemporaneidade, marcada por "misturas, convergências e multiplicidades" (NOJIMA et al., 2014), a fotografia em filme foi incorporada ao ideal da realidade conectada, em aplicativos como o *Instagram* e o movimento internacional de amantes da fotografia experimental em filme, denominado Lomografia. Diversos jovens nascidos no crepúsculo da fotografia analógica descobrem no filme uma nova possibilidade de expressão, um diferencial estético em meio ao imenso fluxo de imagens digitais. Artistas e designers têm experimentado criar em plataformas ditas antigas (HENRIQUES et al., 2017), gerando uma demanda de cursos, materiais informativos e pesquisas teórico-práticas, capazes de apontar caminhos sobre o uso desses processos artesanais no contexto atual.

---

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 9 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Mestranda em Mídia e Tecnologia (UNESP). Graduada em Design – Habilitação em Design Gráfico (UNESP). É Professora Bolsista em Fotografia no Departamento de Design (FAAC/UNESP) e membro dos grupos de pesquisa Nova Ecologia dos Meio (GENEM) e Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol (GECEF). E-mail: laisakemi.ma@gmail.com

[3] . Docente e pesquisadora do Departamento de Design (FAAC/UNESP). Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica (PUC/SP). Líder do grupo de pesquisa em Design Gráfico Inclusivo: audição, visão e linguagens (UNESP/USP). Vice-diretora da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC/UNESP). E-mail: ferdi@faac.unesp.br

[4] . Docente e pesquisadora do Departamento de Design (FAAC/UNESP). Doutora em Psicologia Social (Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ) e Mestre em Comunicação e Cultura (Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ). E-mail: anabiaandrade@faac.unesp.br

Na fotografia analógica ressignificada pelo digital, observamos a existência da estética retrô, que busca inspiração no passado e resgata a materialidade dos tradicionais suportes físicos, em uma época marcada pela "assepsia visual do sistema digital" (ROCHA, 2011, p.152). O defeito é incorporado como um efeito.

Os principais destaques de uso maciço do analógico são a Lomografia, simultaneamente movimento, estética e marca de produtos fotográficos, e o *Instagram*, aplicativo e mídia social cujas fotografias digitais remetem ao visual analógico, como se intentassem adicionar ao arquivo em pixel a nostalgia e apelo retrô das antigas imagens em filme. Os filtros digitais oferecidos pelo aplicativo simulam a aparência do processo físico-químico e alguns são inclusive nomeados com práticas típicas de laboratório, como o filtro *X-Pro 2*. O nome remete à revelação cruzada de filmes coloridos, capaz de propiciar forte saturação à imagem fotográfica.

Todavia, não só o aplicativo *Instagram* e o movimento lomográfico são responsáveis pela ressignificação do analógico: antigos funcionários da *Polaroid* Corporation fundaram o *The Impossible Project*, responsável pela fabricação e venda de filmes polaroides para as antigas câmeras da *Polaroid*; a *Fujifilm* continua a comercialização da câmera instantânea *Fuji Instax*; e no digital, vemos diversos aplicativos similares ao *Instagram*, como o aplicativo *Retrica* e o programa *Pixlr-o-Matic*. No *Instagram*, produções analógicas digitalizadas têm sido publicadas com *hashtags* como *#keepfilmalive* ("mantenha o filme vivo"), *#filmisnotdead* ("o filme não está morto") e *#savethefilm* ("preserve o filme") – *hashtag* que inspirou o nome do projeto.

Dentro do design gráfico, em um processo híbrido semelhante ao que tem ocorrido na fotografia, trabalhos de cunho artesanal têm sido retrabalhados – ou até mesmo emulados – através de ambientes virtuais. Irregularidades e desgastes são capazes de conferir às peças gráficas "um aspecto 'humano' e pessoal, em contraposição à assepsia visual do sistema digital" (ROCHA, 2011, p.152).

Assim, neste trabalho, apresentaremos o embasamento teórico do projeto *#savethefilm*, bem como alguns produtos midiáticos desenvolvidos no eixo prático. O caminho metodológico consistiu em revisão bibliográfica de autores que abordam o registro analógico na contemporaneidade digital, tais como Martins (2014), Silva Junior (2014), Valle (2012), Henriques et al. (2017) e Xerez (2010); entrevistas a fotógrafos e artistas relevantes ao contexto da pesquisa; coleta e curadoria de registros analógicos provindos desses artistas e levantamento de projetos similares, como o *site* brasileiro Queimando Filme. No eixo prático, foi realizado o projeto de identidade visual do projeto *#savethefilm*, experimentações fotográficas em laboratório e o *layout* de um *site* apoiado por perfis nas mídias sociais *Instagram*, *Facebook* e *YouTube*, já em funcionamento na *web*.

Este projeto é fruto de pesquisas realizadas nos laboratórios de Design e Fotografia da FAAC/UNESP e teve financiamento parcial pela Pró-Reitoria de Pesquisa (PROPe/UNESP). É parte de uma pesquisa maior, que visa compreender os desdobramentos para a fotografia analógica advindos do contexto digital, em seus aspectos teóricos e práticos.

Fundamentação teórica

Este início de século XXI é marcado por uma farta produção fotográfica (MARTINS, 2014, p.16). Eventos como a democratização de vários tipos de equipamentos para a captura – de câmeras digitais a diversos modelos e tipos de *gadgets* –, auxiliados pela facilidade de compartilhamento da Internet e das mídias sociais, acabaram por incentivar e possibilitar a ampla produção e divulgação fotográfica. Segundo a fotógrafa brasileira Kitty Paranaguá em entrevista a Martins (2014), "A ordem agora é registrar tudo. O mundo está sendo tomado por imagens" (MARTINS, 2014, p.46). Ainda, a facilidade de compartilhamento permitido pela telefonia celular "é algo que está revolucionando o mundo dos negócios e o comportamento das pessoas" (YMAYO FILHO, 2003) e Silva Junior (2012) acrescenta que "agora, no início do século XXI, as fotografias são vistas de muitas maneiras. E a grande maioria delas não envolve a ideia clássica presente até os anos 1990" (SILVA JUNIOR, 2012, p.5).

Como todo processo artesanal, a fotografia analógica é passível de falhas visuais provindas do processo de produção. Para Rocha (2011, p.152), irregularidades e desgastes são capazes de conferir às peças gráficas "um aspecto 'humano' e pessoal", em uma contemporaneidade marcada pelos *pixels*. Nesse sentido, é possível observar as seguintes características formais em certas fotografias analógicas:

> Na fotografia analógica – a qual conferimos o também o caráter de "artesanal" devido à participação de manuseio humano em sua produção – também é sujeita a diversas falhas e defeitos visuais como: desfoques, alta granulação, vinhetas (escurecimento das bordas da imagem), cores saturadas ou esmaecidas, e vazamentos de luz. Tais imprevistos podem ser ocasionados por equipamentos com peças desgastadas, objetivas de baixa qualidade estrutural, filmes expirados e até mesmo erros no processo físico-químico de revelação e ampliação. (HENRIQUES et al., 2017, p.201).

A Lomografia, iniciada nos anos 1990 e forte correntemente, se vale de uma estética alternativa obtida por meio de câmeras analógicas de baixa qualidade estrutural, como o modelo russo LOMO LC-A, utilizado originalmente no regime soviético como uma forma barata de se registrar o dia-a-dia das famílias russas (LOMOGRAPHY, 2012). A hibridização com o digital acontece especialmente no *site* oficial do movimento (documento eletrônico), em que usuários de câmeras lomos em todo mundo são capazes de publicar seus registros de maneira maciça. Em 1991, após o declínio da União Soviética e fim da Guerra Fria, um grupo de estudantes austríacos descobre a Lomo LC-A (LOMOGRAPHY, 2012b, p.16). Utilizando-se das distorções da lente Minitar 1, o grupo captura de modo casual e informal as ruas de Praga e a si próprios (figura 1). Ao visualizarem as fotografias ampliadas, os estudantes se surpreenderam com o aspecto saturado e brilhante das imagens. "Eles se maravilharam como as fotos pareciam diferentes e vibrantes. Pareciam agora capazes de visualizar o mundo através de olhos diferentes" (LOMOGRAPHY, 2012b, p.16, tradução nossa[5]).

[5] Do original: *"They were amazed at just how different and vibrant all the photos seemed. They felt like they were seeing the world around them through different eyes."*



Figura 1 – Uma das primeiras fotografias lomográficas, capturada pelos jovens vienenses nos anos 1990. *Fonte: <http://microsites.lomography.com/lca+/history/>, Acesso: 01 ago. 2014.*

Ao navegarmos na homepage da *Lomography*[6], observamos diversos exemplos da hibridização entre as plataformas analógica e digital na fotografia. Primeiramente, as fotografias originais, antes em ampliações ou negativos físicos, foram transformadas em arquivo binário através do processo de escaneamento. Ou seja, a imagem original teve suas características nativas hibridizadas com as da plataforma digital.

Como ponto positivo, o manejo de pesados álbuns com ampliações é substituído pela facilidade de armazenamento e navegação das imagens binárias. Porém, a fotografia híbrida também sofrerá com questões e dificuldades da fotografia digital, como a efemeridade do registro fotográfico em um contexto de superprodução. Para Kitty Paranaguá (MARTINS, 2010, p.44), "as imagens se perdem da mesma maneira como circulam".

Por outro lado, a fotografia híbrida, originalmente analógica, se beneficia dos mecanismos de publicação da internet. Dificilmente a produção fotográfica em filme, realizada por amadores, seria tão vista e difundida somente dependendo do suporte do negativo e da ampliação. A homepage da *Lomography*, além de redes sociais como o *Flickr*, tornam eficientes a publicação e divulgação da fotografia analógica hibridizada.

Já com no aplicativo *Instagram*, há a ampla difusão de aplicativos que conferem às fotografias um visual e apelo semelhantes ao dos retratos antigos, adicionando ao arquivo em *pixel* as surpresas e inesperados resultados técnicos comuns ao processo analógico. Gratuito e lançado em outubro de 2010 para a plataforma *iOS*. Em abril de 2012, ao ser lançado para o sistema operacional *Android*, o aplicativo alcançou cerca de

[6] Disponível em: <www.lomography.com>. Acesso: 05 jan. 2018.

1 milhão de downloads em 24 horas[7]. No mesmo ano, o aplicativo foi comprado pela rede social Facebook por 1 bilhão de dólares[8].

> A empresa foi originalmente criada por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010, sem qualquer capital ou modelo específico de negócios. Não havia recebido financiamentos até fevereiro de 2011, quando anunciou a agregação de U$ 7 milhões em aportes provenientes de inúmeros investidores. (SILVA JUNIOR, 2012, p.2).

O aplicativo permite a aplicação de filtros em fotografias recém-tiradas, aliando a agilidade da captura e a facilidade de alteração dos resultados, típicos do digital, com a simulação de um visual analógico, ainda que feito inteiramente por processo digital. Os filtros gratuitos e a rede social do *Instagram* têm proporcionado a *experts* e, sobretudo a leigos, a possibilidade de produzir e divulgar de maneira sistemática a sua produção fotográfica dotada de apelo retrô, como se as fotos proviessem de máquinas analógicas. Sua clara inspiração provém dos filtros físicos, que podem ser anexados às objetivas das câmeras tradicionais. Correções podem ser efetuadas no tratamento de imagem, além dos filtros oferecidos. Na figura 2, fotografia alterada pelo filtro *Earlybird*. O formato quadrado simula as antigas *Polaroids* e câmeras de médio formato, e as vinhetas (bordas escuras) imitam defeitos de objetivas antigas, de baixa qualidade estrutural.

De maneira análoga à Lomografia, a produção imagética do *Instagram* também documenta o cotidiano valendo-se de falhas do processo analógico para a criação de uma identidade visual diferenciada. No entanto, no caso do *Instagram*, os usuários muitas vezes não possuem conhecimento dos processos fotográficos tradicionais.



Figura 2 – Fotografia original *versus* fotografia tratada pelo aplicativo. *Fonte: <http://instagram.com/laisakemi>. Elaborado pela autora. Acesso: 01 jan. 2018.*

[7] http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/instagram-no-android-1-milhao-de-downloads-em-24-horas. Acesso em 01/07/2014.

[8] http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-compra-instagram-por-1-bilhao-de-dolares. Acesso em 01/07/2014.

Logo, é importante afirmar que a plataforma analógica tem sido retomada e ressignificada pelos jovens fotógrafos. Para a Lomografia, "o futuro é analógico", ou seja, aqueles que nasceram dentro do domínio da fotografia digital agora podem desfrutar das "novas" possibilidades expressivas da fotografia analógica na contemporaneidade. Monforte (1997), também enfatiza a importância de se experimentar e praticar esse tipo de fotografia, "na qual o fotógrafo traduz a experiência visual nas múltiplas camadas de emulsão fotossensível" (MONFORTE, 1997, p.11). Ao veicular esses registros em mídias sociais, o fotógrafo adiciona novos aspectos à construção de sua subjetividade e *ethos* – Carrera (2012) debruça-se sobre a dinâmica de construção identitária neste aplicativo.

Movimento semelhante tem ocorrido, simultaneamente, no design gráfico: técnicas tradicionais têm sido recriadas e ressignificadas em ambientes virtuais, através de softwares e aplicativos de edição de imagem. Notamos, de forma análoga ao que tem ocorrido na fotografia, um diálogo entre tecnologias, estéticas e conceitos do presente e passado, em que já não é mais possível identificar as tradicionais fronteiras. Torna-se difícil detectar os sistemas envolvidos em uma expressão imagética, visto que são todas as ferramentas são utilizadas simultaneamente e entrelaçadamente. Para o Rocha (2011, p.152), estamos em um momento de subordinação dos códigos visuais a uma nova abordagem técnico-artística. Tomamos como exemplo a família tipográfica *Brush Up*, originalmente desenhada a mão em papel e transcrita digitalmente. A materialidade da tipografia caligrafada com pincel foi transferida para o sistema digital, em que os tipos, segundo Rocha (2005, p.20), "deixam de ser, definitivamente, objetos com propriedades físicas; passaram a ser sequências digitalizadas em código binário, vistos em tela de computador (...)". Dentro de ambientes virtuais, essa tipografia com características híbridas pode ser retrabalhada e aplicada conforme a necessidade do designer gráfico, em projetos impressos ou digitais (figura 3).



Figura 3 – Exemplos de uso da fonte *Brush Up. Fonte: <www.myfonts.com/fonts/pintassilgo/brush-up/gallery.html>. Acesso em: 27 abr. 2017.*

Desdobramentos práticos

O projeto "#savethefilm" é uma iniciativa transdisciplinar que busca unir o amor à fotografia analógica ao design gráfico e ao potencial colaborativo da Internet. Seu objetivo é preservar e difundir o registro imagético analógico na contemporaneidade digital, com foco em Lomografia e experimentalismo.

Do inglês "*save the film*", a *hashtag* pode ser traduzida como "salve o filme", fazendo uma alusão a real possibilidade do filme, principal substrato da fotografia analógica para registro da luz, ser extinto do mercado internacional devido à competitividade da tecnologia digital. A *hashtag* "#savethefilm" já existe e pode ser encontrada em diversas mídias sociais. Em abril de 2015, cerca de 1.100 publicações com essa *hashtag* podem ser encontradas no Instagram, contendo, geralmente, imagens analógicas digitalizadas.

O projeto *#savethefilm* consiste num plano global de várias ações, e deve ser veiculado tanto em mídias impressas quanto digitais. O *s*ite, em conjunto com as mídias sociais, deve ser o principal veículo de divulgação. No entanto, produtos gráficos e brindes devem ser utilizados para a divulgação *off-line*.

O *site* busca difundir informações e notícias ligadas ao universo da fotografia analógica, tendo como principal foco a Lomografia. Postagens ligadas somente à fotografia, sem distinções entre plataformas, podem também ser veiculadas em menor número. Produções de fotógrafos contemporâneos também são privilegiadas pelos canais *online* do projeto *#savethefilm*.

Em uma análise de similares, encontramos diversos canais *online* focados na difusão e ensino da técnica da fotografia analógica (figura 4).



Figura 4 – Sites internacionais encontrados na análise de similares: *I Still Shoot Film*, *Analogue Photography 101 – A Lomography Guide*, *Film Photography Project* e *Whattaroll Magazine*, respectivamente.

No Brasil, o principal canal *online* sobre fotografia analógica é o site Queimando Filme – Pense Negativo[9], fundado em 2011 (figura 5). Importante mencionar que o site possui uma estratégia de divulgação em diversas mídias sociais, a saber: *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *Instagram*, *Flickr* e *Youtube*.

[9] Disponível em: <www.queimandofilme.com>. Acesso em: 04 abr. 2015.



Figura 5 – Homepage do site Queimando Filme – Pense Negativo. *Fontes:* <www.queimandofilme.com>. *Acesso: 04 abr. 2017.*

O processo criativo do logotipo do projeto *#savethefilm* iniciou-se com uma pesquisa de famílias tipográficas digitais, devido à versatilidade e facilidade de manipulação em *softwares* de edição de imagem. Apesar de fontes digitais, buscamos aquelas que resgatassem elementos manuais ou falhas dos antigos sistemas de impressão tipográfica. Letrista Script, escolhida para o logotipo do projeto (figura 6) simula a caligrafia a pena.



Figura 6 – Logotipo do projeto *#savethefilm*. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

As fotografias foram produzidas para uso no projeto gráfico impresso e digital, e podem ser utilizadas como malhas ou planos de fundos. Entre as analógicas, buscamos enfatizar o aspecto experimental e não a perfeição formal – o defeito deve ser incorporado como efeito e diferencial estético (figura 7).

As fotografias selecionadas buscam enfatizar características como: contraste e cores esmaecidos pelo tempo, bordas "queimadas" por superexposição, poeira e falhas no negativo, granulação alta, forte saturação gerada por determinados tipos de filme ou erros na temperatura dos químicos na revelação. As principais referências para tanto são o já referido movimento lomográfico e os filtros do aplicativo *Instagram*.

Os assuntos das capturas são diversos e buscam seguir os preceitos da Lomografia, como unir a fotografia ao cotidiano, se aproximar o máximo possível dos motivos ao clicá-los e fazê-lo rapidamente, sem levar a sério nenhuma regra (LOMOGRAPHY, 2012b, p-18-20).

É desejável que não se efetue nenhuma aplicação de filtros digitais nas imagens, de modo a preservar suas características formais. Se possível, as fotografias devem ser compartilhadas na Internet sempre acompanhadas da câmera e filme utilizados.









Figura 7 – Grupo de fotografias analógicas produzidas para o projeto. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

Entre as digitais, foram retratados equipamentos como bobinas de filme e câmeras antigas. O intuito é o de despertar a curiosidade de fotógrafos iniciantes e nostalgia naqueles que já trabalharam com a plataforma. Como a proposta do projeto é a de ressignificar e unir tecnologias, sugere-se também tratar as imagens digitais para simular os efeitos da captura analógica.

O equipamento utilizado para as fotografias foi: câmera Canon “Rebel” EOS T3 e objetivas Canon EF 50mm f/1.8 II, Canon EF-S 18-55mm f/3.5-5.6 IS II e Canon EF 28-135mm f/3.5-5.6 IS. Flashes externos foram empregados nas fotografias em estúdio no Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP (figura 8).



Figura **8** – Captura em estúdio no Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP. *Fonte: Elaborado pela autora*

Utilizamos para a captura arquivos no formato RAW. Também conhecido como "negativo digital", esse tipo de formato apresenta resolução e qualidade superiores, visto que há um processamento e compactação mínimos interferidos pela câmera (MARTINS, 2012, p.168).

Na etapa de tratamento de imagem, utilizou-se o *software* Adobe Camera Raw 7.0 para o ajuste preliminar de itens como saturação, contraste e balanço de branco. Em seguida, aplicou-se o *software* Adobe Photoshop CS6 para a aplicação de nitidez, retoques e conversão das imagens ao formato JPEG, compacto e funcional, capaz de ser aplicado tanto em impressos quanto na plataforma digital (MARTINS, 2012, p.165). Em alguns casos, o programa Adobe Photoshop Lightroom 5.3 também foi utilizado.

Como a proposta do projeto é a de ressignificar e unir tecnologias, algumas fotografias foram tratadas para simular os efeitos da captura analógica. Para isso, utilizou-se o *software* Pixlr-O-Matic, o qual pode ser acessado gratuitamente online[10]. As imagens deste item, no entanto, estão sem a aplicação de filtros digitais e podem ser editadas conforme a necessidade.

O motivo das fotografias são equipamentos analógicos: bobinas de filme, câmeras, equipamentos de revelação e conta fio, usado na análise de ampliações. O intuito é o de despertar a curiosidade de fotógrafos iniciantes e nostalgia naqueles que já trabalharam com a plataforma (figura 8).

[10] Disponível em: <http://apps.pixlr.com/o-matic/>. Acesso em: 06 abr. 2015.



Figura 8 – Grupo de fotografias digitais produzidas para o projeto. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

Projetamos, também, um produto de *design* com bobinas de filme que seriam originalmente descartadas, doadas por laboratórios fotográficos das cidades de Ibitinga (SP) e Bauru (SP). Percebemos a possibilidade de explorar o potencial comunicativo e simbólico do rolo de filme, considerado um ícone da fotografia analógica. Criamos chaveiros para divulgação do projeto e que podem ser distribuídos como brindes. Cinco artes buscam emular os rótulos de filmes clássicos da *Fujifilm* e da *Kodak*. Também, experimentamos criar novos rótulos utilizando a identidade visual do projeto (figura 9).



Figura 9 – Chaveiro de bobinas de filme. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

Por fim, foi iniciado o *design* de alguns produtos para posteriormente serem comercializados em uma loja virtual para preservação do projeto (figura 10).



Figura 10 – *Mockup* digital de caneca com a identidade *#savethefilm*. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

O resultado completo da pesquisa foi diagramado em um livro (Figura 11), apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso em Design (FAAC/UNESP).



Figura 11 – Livro contendo o relatório de pesquisa do projeto *#savethefilm*. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

Partindo para os canais digitais, a metodologia de criação do *website* consistiu em pesquisa de *layouts* responsivos, adaptação do *layout* selecionado à identidade visual criada, preparação do servidor para hospedagem e instalação da plataforma *Wordpress*. Nas figuras 12 e 13, é possível observar o *layout* do protótipo inteiramente funcional do site.



Figura 12 – Visualização do *website* em multiplataformas: *desktop*, *laptop*, *tablet* e *smartphone*. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.

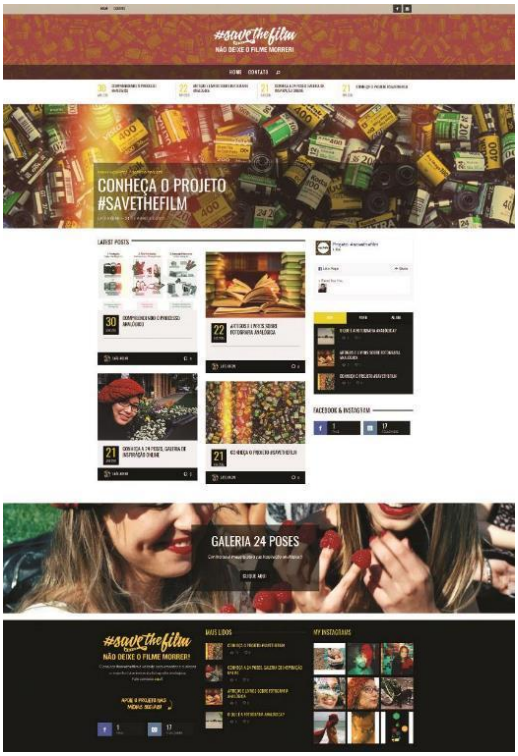
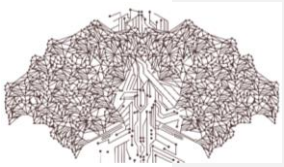


Figura 13 – Protótipo do website pertencente ao projeto *#savethefilm*. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada.



Desejava-se o *site* em um layout contínuo, não-baseado em menus, comuns na antiga web 1.0 datada nos anos 1990. Traçamos os seguintes conceitos preliminares para o webdesign do site do projeto: responsividade (isto é, a capacidade de um layout web se adaptar às diversas resoluções dos *gadgets* disponíveis atualmente), rapidez no carregamento dos dados e design diferenciado. Notamos que o *webdesign* em navegação contínua não cobriria a necessidade de veicular informações com rapidez: é sempre preciso rolar até o final da página, um processo demorado e não-intuitivo. Krug (2006) sentencia que uma página web "deve ser evidente por si só auto-explicativa", pois o usuário tende a rejeitar páginas em que a arquitetura de informação lhe é confusa e gera perguntas e esforços desnecessários (KRUG, 2006, p.3).

A implantação de um *webdesign* exige competências em computação, como o domínio das linguagens HTML, CSS e *Javascript*. Sendo assim, preferimos adquirir um *layout* pronto e adaptá-lo à identidade visual do projeto, utilizando-nos das ferramentas da plataforma Wordpress, as quais dispensam conhecimentos profundos em programação.

A metodologia de criação e implantação do site seguiu os passos abaixo:

1. Pesquisa de layouts responsivos em sites como o ThemeForest (http://themeforest.net/);
2. Adaptação do layout selecionado à identidade visual do projeto #savethefilm;
3. Preparação do servidor para hospedagem online e instalação da plataforma *Wordpress*;
4. Compra dos domínios: internacional (pelo Locaweb) e nacional (pelo Registro.br).
5. Alimentação do site com conteúdo preliminar.

As mídias sociais são ambientes de comunicação e, como tais, necessitam de um conjunto de códigos que as chancelem como linguagem para o cumprimento de seu propósito, o de informar.

Subdivide-se as mídias sociais em três categorias: comunicação (blogs, microblogs, fóruns, redes sociais e listas de discussão), colaboração (wikis, favoritos sociais, notícias sociais e resenhas), e entretenimento (WHEELER, 2012, p.82). A autora também enfatiza a importância das mídias sociais para a difusão da marca: "o consumidor não é mais uma estatística anônima em um relatório, mas sim um participante ativo no processo de construção de marcas. Os novos mantras são compartilhar, marcar e comentar" (WHEELER, 2012, p.82).

O objetivo do perfil na mídia *Instagram* é a divulgação de trabalhos analógicos realizados por fotógrafos contemporâneos. As imagens postadas são classificadas com a *hashtag #nofilte*r, isto é, não devem ser tratadas pelos filtros digitais. A ideia é preservar

as características formais da imagem analógica. Devem ser acompanhadas de autoria e equipamentos utilizados.

Utilizamos uma ampla quantidade de *hashtags* para indexar as imagens, visando otimizar a divulgação das fotografias pelo motor de busca da mídia social. Algumas das hashtags utilizadas: *#35mm*, *#savethefilm*, *#analogue*, *#believeinfilm*, *#vintage*, *#filmisnotdead*, *#keepfilmalive*, *#istillshootfilm*, *#filmlab*.

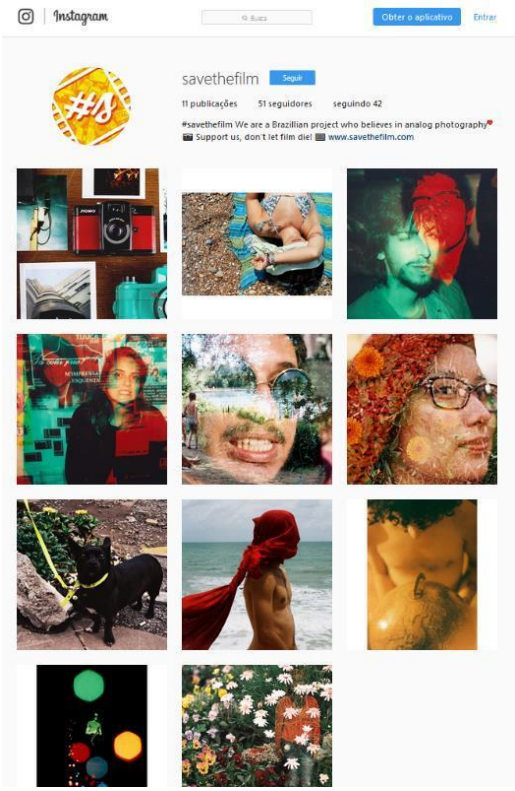


Figura 14 – Perfil do Instagram do projeto *#savethefilm.* Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada. Disponível em: <instagram.com/savethefilm>.

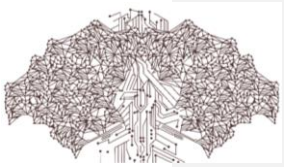
Na categorização proposta por Alina Wheeler (2012, p.82), o Facebook seria uma mídia social de comunicação. O perfil na mídia social *Facebook* deve servir como um canal de divulgação do *site*, bem como de notícias e curiosidades referentes ao mundo analógico (Figura 15). Algumas imagens com a identidade visual do projeto foram projetadas e postadas.



Figura 15 – Perfil do *Facebook* do projeto *#savethefilm*. Fonte: Elaborado pela autora, com base na pesquisa realizada. Disponível em: <www.facebook.com/savethefilm>.

Em entrevistas a respeito das motivações do uso da fotografia analógica feitas a *designers* da FAAC/UNESP, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), as seguintes respostas foram coletadas:

Letícia Missurini (UNESP, 17 mar. 2015) – Acho o processo prazeroso, ainda mais porque você não sabe como ficou ou vai ficar. O ato de fotografar é parecido quando você está capturando com um celular ou com uma câmera analógica. O que muda é sua intenção, o que você quer captar com aquela imagem. Daí se você tem a oportunidade de decidir qual o melhor meio, tanto melhor. O digital é mais acessível e popular. Uma câmera analógica pode ter um preço mais em conta, mas o gasto a longo prazo vai ser maior, se considerarmos a compra de filmes e revelação. Estes materiais e processos estão ficando cada vez mais caros porque a fotografia analógica está se firmando cada vez mais como um hobby ou como um resultado mais específico. A [câmera] digital mais popular do tipo *cybershot* tem um bom preço e é ótima para quem não tem intenção de fotografar

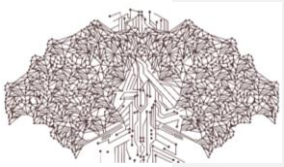


com uma qualidade mais alta, e pode ser preferida pela simplicidade de manuseamento e preço.

Ciro Bertolucci (UNESP, 19 mar. 2015) – A princípio não optei [pela fotografia analógica]. Um dia ouvi falar sobre *pinholes* em latas de sardinha. No dia seguinte, fiz uma para mim e sem pensar muito o porquê, continuei com o filme, mas em câmeras convencionais. Só então comecei a me fascinar pela granulação do analógico e perceber que o digital não alcança a textura do filme. Aí, sim, criei um motivo consciente para seguir com o analógico.

Tatiana Azevedo (UFRN, 08 abr. 2015) – Optei por utilizar câmeras analógicas porque sou apaixonada por esse mundo, não só pela sua estética – que já seria um ótimo motivo, porque é linda e única – mas por ser um processo, quase um ritual, com começo, meio e fim. O começo seria o ato de planejar o que fazer com suas 24/36 poses, pensar, pensar e pensar, decidir, compor as fotos cuidadosamente. Já o meio seria o processo de colocar o filme para revelar, ficar ansiosa, depois ir buscar e… Nossa, como definir a sensação de ver suas fotos ali, reais? Uma grande mistura de sentimentos, sejam eles de satisfação ou arrependimento, mas sempre com uma aprendizagem. E esse é mais um motivo para se gostar de fotografar com filmes, a aprendizagem que se adquire é preciosa, considerando por exemplo, que todas as bases da fotografia digital são fundamentadas pela analógica, exposição, ISO, foco… Enfim, é uma grande escola que eu recomendo para todos!

André Manfrini Garcia (UNESP, 12 abr. 2015) – Vou tentar responder sem pensar muito... Acho que escolhi conhecer o analógico porque foi onde tudo começou, e se você parar pra pensar, o analógico é atemporal para muitas coisas, não apenas a fotografia... É o processo que foi criado com um propósito e entrega resultados até hoje... Acho isso incrível, como o vinil ou a fita cassete, o relógio de corda, um Ford T... É onde a mágica ainda acontece! Também escolhi o analógico para entender melhor o processo como um todo na fotografia, é muito importante entender a teoria, porque afeta diretamente na sua prática e no seu resultado. Fotografar analogicamente exige que você saiba o que está fazendo, se quiser ter controle sobre o resultado, pelo menos. É claro que permite experimentação, como por exemplo, a dupla exposição [em filme fotográfico], que é naturalmente analógica. Também sou um colecionador nato, tenho amor pelos meus objetos, e poder ter mais um motivo para procurar modelos de câmeras ou bugigangas colecionáveis me instiga! Outro motivo é o p/b: meu trabalho é p/b e o digital não entrega isso naturalmente. Fui procurar no analógico os tons de verdade, sabe? Os que não são manipulados no [Adobe] Photoshop. Acho que o fato de eu saber mexer bem com Photoshop me motivou a fugir dele, para não "trapacear" nas minhas imagens, tentar atingir um resultado bacana sem recursos digitais que estão aí para todos. Tentar diferenciar minha arte, de certa forma.



Alex Mita (06 abr. 2015) – Eu fotografo com o digital também, mas quando quero relaxar, opto pelo analógico.

Considerações finais

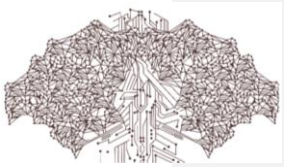
Em síntese, o projeto *#savethefilm* consiste num plano global de diversas ações no *design* e na fotografia. Nesta fase, iniciou-se a base para continuação futura do projeto, ao criar a identidade visual, fotografias para uso em peças gráficas e os canais *online*, representados pelo *website* e as mídias sociais *Facebook* e *Instagram*. Nesses produtos, esperamos ter resgatado e ressignificado a fotografia analógica ao hibridizar sua estética com a plataforma digital por meio do *design*. Neste trabalho, apresentamos também parte das entrevistas, no intuito de compreender os motivos de retomada do analógico por parte desses jovens fotógrafos, tendo em vista o alto custo de produção de registros analógicos no atual contexto.

A tendência contemporânea de ressignificação do analógico pelo digital tem tornado possível o beneficiamento mútuo entre as plataformas. O principal desafio na execução deste trabalho foi atender à complexidade exigida tanto no eixo teórico quanto prático, estabelecendo as ligações entre sistemas e tecnologias dentro do contexto da contemporaneidade.

Apesar de um possível panorama pessimista para o analógico na fotografia, sinalizado pela queda da Eastman Kodak e falência do setor analógico da Polaroid Corporation, e ademais transcrito por autores como Trigo (2012), acreditamos que a fotografia contemporânea vive um momento de diálogo entre presente e passado, executado principalmente pela Lomografia e o aplicativo Instagram. Para Valle (2012), estamos em uma época em que já foi superado o choque entre plataformas na fotografia, o que torna possível a coexistência e beneficiamento mútuo que descrevemos no Eixo Teórico.

Por fim, o projeto *#savethefilm* deve ser continuado futuramente com a publicação das fotografias criadas para a identidade visual em mídias sociais como o *Instagram* e alimentação do *website* com conteúdos informativos, tais como infográficos, vídeos, entrevistas e outras produções desta pesquisa. Os produtos gráficos podem ser comercializados em uma possível loja virtual para a preservação do projeto, e o estabelecimento da identidade visual permite que outras peças possam ser criadas futuramente.

Como resultado, observamos que a fotografia em filme é utilizada como plataforma capaz de oferecer um diferencial estético na imensa teia de registros digitais publicados na *web*. O mesmo é ocorrido com os filtros digitais que simulam a estética analógica. Esse potencial expressivo é utilizado tanto por artistas e fotógrafos, como por amadores desinteressados pelo intricado processo físico-químico.



Referências bibliográficas

CARRERA, Fernanda. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção da subjetividade em sites e redes sociais. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**. Santa Maria, v.11, n.22, p.148-165, 2012.

FILM PHOTOGRAPHY PROJECT. **Homepage do site Film Photography Project**. Disponível em: <filmphotographyproject.com>. Acesso em: 4 abr. 2016.

HENRIQUES, Fernanda; MARGADONA, Laís Akemi; GADOTTI, Marcela. O pensar híbrido contemporâneo no design e na fotografia: diálogos entre o artesanal e o digital. **Educação Gráfica**, v.21, n.1, 2017, p.198-208.

I STILL SHOOT FILM. **Homepage do site I Still Shoot Film**. Disponível em: <www.istillshootfilm.org>. Acesso em: 4 abr. 2016.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar:** uma abordagem de bom senso à usabilidade na web. Tradução: Acauan Pereira Fernandes. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006.

LOMOGRAPHY. **Homepage da Lomography internacional**. Disponível em: <www.lomography.com>. Acesso em: 4 abr. 2017.

LOMOGRAPHY. **Lomo Life – The Future is Analog**: The Story. Londres: Thames & Hudson, 2012.

MARTINS, Nelson. **Fotografia**: da analógica à digital. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.

MEGGS, P. B.; PURVIS, A. W. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

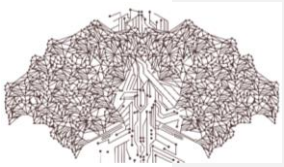
MONFORTE, Luiz Guimarães. **Fotografia pensante**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1997.

NOJIMA, Vera Lúcia M. dos Santos et al. A contemporaneidade híbrida nas Artes e no Design. In: Moura [Org.]. **Design brasileiro contemporâneo**: Reflexões. São Paulo: Estações das Letras e Cores, 2014.

QUEIMANDO FILME. Homepage do projeto Queimando Filme. Disponível em: <www.queimandofilme.com.br>. Acesso em: 28 out. 2017.

_____. **Materialidade digital**. In: CAMPOS, Gisela Belluzzo de; LEDESMA, María (Org.). Novas Fronteiras do Design Gráfico. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

RAIMES, J**. Design retrô**: 100 anos de design gráfico. Tradução: Claudio Carina. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.



ROCHA, Claudio. **Projeto Tipográfico:** análise e produção de fontes digitais. 3ª ed. revisada e ampliada. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

SILVA JUNIOR, José Afonso da Silva. Da fotografia expandida à fotografia desprendida: como a crise da Kodak pode explicar a emergência do Instagram ou vice-versa. **Líbero**, São Paulo, v.17, n.33, p.117-126, jan./jun. de 2014.

TRIGO, Thales. **Equipamento fotográfico**: teoria e prática. 5. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

VALLE, Isabella Chianca Bessa Ribeiro. Fotografando digitalmente, pensando analogicamente: os fotógrafos migrantes. **Ícone**, Pernambuco, v. 14, n. 2, dez. 2012.

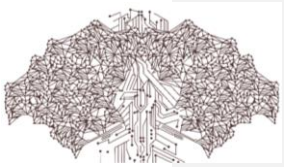
WHATTAROLL MAGAZINE. **Homepage da revista virtual Whattaroll Magazine**. Disponível em: <www.whattarollmag.com>. Acesso em: 4 abr. 2017.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca:** guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. Tradução: Francisco Araújo da Costa. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

XEREZ, Tatiana. **Lomografia**: fotografia pós-digital. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAP, 20. 2010, Rio de Janeiro. Anais do XX Encontro Nacional da ANPAP. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, p.4564-4577.

YMAYO FILHO, Fuzio. **Estudo sobre o valor, a qualidade e o sacrifício percebidos pelo consumidor de minilabs fotográficos digitais na cidade de São Paulo**. São Paulo: FGV-EAESP, 2003. 225 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2003.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



RADIOATIVIDADE: EDUCOMUNICAÇÃO E NARRATIVA ORAL NO ENSINO MÉDIO

Elisiane Alves de Oliveira[1]; Marciel Aparecido Consani[2]

1 O QUE É A RÁDIO-ESCOLA RADIOATIVIDADE

A "Radioatividade" é um projeto de implantação da rádio escolar solicitado por alunos do Ensino Médio de uma escola técnica do Estado de São Paulo em 2013. Desde sua implantação no mês de dezembro, quando um grupo de quatro meninas do 2º EM aproveitou o início de suas férias para organizar e pintar uma sala do Centro de Memória da escola, a rádio tem passado por reformas físicas e de conteúdo. Foi somente no segundo semestre de 2014 que outros alunos do 2º EM fizeram as primeiras programações no intervalo do lanche e, a partir do segundo semestre de 2015, grupos de diferentes turmas e séries do ensino médio e do ensino técnico integrado ao médio começaram a participar, fazendo suas escolhas musicais, imitando alguns programas de entretenimento e contribuindo para a veiculação da informação dentro dessa escola, que é uma fazenda no centro da cidade.

O uso da rádio nas aulas de Língua Portuguesa visou a abrir espaço para as culturas a fim de possibilitar novas formas de aprender. Para que a rádio-escola fosse ao ar, contou-se com: leitura e produção ou adaptação de notícias, matérias e obras literárias, pesquisa de opinião sobre músicas, leitura e seleção de mensagens de correio e treinamento de locução. De acordo com o plano de aula, deveriam ser estudados os gêneros narrar, relatar, expor e argumentar. Dentre as escolhas temáticas, destacaram-se, logo no início, os jogos online, as séries e as músicas, que parecem expressar claramente as opções de entretenimento; contudo, o tema "política" também foi escolhido pelos alunos e, mais recentemente, matérias sobre preconceito e saúde mental e física do adolescente.

O medo de falar ao microfone foi enfrentado por alguns e os alunos também tiveram contato com as seguintes tarefas: regular volume, instalar fios, verificar voltagem, adaptar celulares e *pen-drives* ao amplificador, e editar arquivos de áudio.

1 . Pesquisador é mestrando em Ciências e participa do Grupo de Pesquisa em Gestão de Políticas Públicas (USP). E-mail: elisianeoliveira@usp.br

2 . Pesquisador é professor da ECA/USP. É Doutor em Comunicação (USP) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação (USP). E-mail: mconsani@usp.br

Viu-se nesse projeto a possibilidade da promoção da tolerância e, mais do que isso, do respeito, quando os locutores da rádio enfrentaram adversidades, como mensagens de correio elegante ofensivas e intolerância às escolhas musicais. Esses problemas foram mediados pelos próprios estudantes, com o auxílio do professor, e foram solucionados. No entanto, a cada ano, há novos ingressantes no mesmo ambiente e as integrações e mediações precisam ser feitas para minimizar os impactos das estranhezas.

No segundo semestre de 2016, os alunos passaram a ter a oportunidade de usar a rádio também no intervalo do almoço. Além disso, entregaram relatórios de algumas programações. As últimas instalações da Radioatividade foram feitas no final de outubro do mesmo ano. O local se situa próximo ao refeitório, onde são servidos a merenda escolar e o almoço. Atualmente, estão instalados dois microfones, uma mesa de som, um amplificador e uma caixa de som (amplificador maior).

Grade de programação da Radioatividade elaborada em 9/11/16
pelos alunos da 1ª série do Etim Administração

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta
9h30	**Esportes** (Gabriel Ro., Lucas Roque, Matheus Philip e Vítor)	**Cultura musical – lançamentos, estilos, bandas, regravações etc.** (Beatriz, Caio, Maria Isabela, Marina, Nicole e Sara)	**Correio elegante** (Hyorrana, Karol, Laís e Yohan)	**Séries – matérias e debates** (Carla, Dayane A., Helen, Júlia, Maria Clara e Nícolas)	**Notícias da semana** (Gabriel Rib., Laís, Mariana e Nicholas)
12h30	**Jogos online – matérias e debates** (Ana B., Carlos, Gabriele, Nonato e Vanessa)	**Política** (Gabriel Góes, Guilherme, Lucas H. e Vinícius)	**Correio elegante** (Hyorrana, Karol, Laís e Yohan)		**As mais pedidas – pesquisa na u.e.** (Bianca, Dayane R., Gabrvel, Luís e Raphael)

Imagem 17: do autor

A professora de Língua Portuguesa e os alunos da primeira série do ensino técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, ao retomaram o projeto, dialogaram sobre alguns tópicos, como:

I – Seleção da informação;

II – Público-alvo;

III - Sonoplastia;

IV – Quadros e programações.

Após apresentarem seminários de literatura brasileira e portuguesa, os alunos gravaram os enredos das obras apresentadas para inserir no site da escola www.etecjbento.com.br, na aba da Radioatividade, em formato de *podcast*. Também o fizeram para ceder o material de áudio à biblioteca da escola, para deficientes visuais e quaisquer outras pessoas.

A Radioatividade voltou ao ar sob a coordenação dos mesmos alunos, da 2ª série do ETIM Administração em 2017, pois, além de comprometerem-se no ano anterior, recuperaram logo no início do ano letivo a estrutura local que havia sido afetada durante as férias, por interesse próprio. A rádio contribuiu, logo no início ao ano, com os alunos da 3ª série, para realizarem o trote de Carnaval em prol das festividades de Formatura; a rádio tocou marchinhas durante os 15 minutos de intervalo e os alunos se reuniram no pátio abaixo para festejarem. Em 7 de março de 2017, os alunos decidiram que em cada dia da semana uma turma faria o programa na Radioatividade.

No 2º semestre de 2017, houve uma reorganização: cada curso tornou-se responsável pela programação nos intervalos do café (15min) e do almoço (1h) em um dia da semana, conforme a seguinte distribuição:

Segundas-feiras – ETIM Administração (café e almoço)

Terças-feiras – ETIM Agropecuária (café e almoço)

Quartas-feiras – ETIM Meio Ambiente (somente intervalo do café)

Quintas-feiras – ETIM Meio Ambiente (somente intervalo do café)

Sextas-feiras – ETIM Química (café e almoço)

Observou-se que o espaço não foi ocupado por todos os alunos das onze turmas, mas por vários grupos que possuem maior interesse, cerca de dez alunos por turma. Esses estudantes aproveitaram o recurso para tocarem as músicas que mais gostam, sendo tocados com maior frequência o funk, o rap, o forró e a música eletrônica. Houve intervenção da professora e da direção em forma de orientação para que os alunos não ultrapassassem o horário permitido a fim de não prejudicar as aulas que acontecessem em salas muito próximas ou os estudos na biblioteca que se situa embaixo. Também houve orientação quanto às escolhas das músicas para que se evitasse discriminação, preconceito, desrespeito e violência promovidos em algumas letras.

Nesse mesmo semestre, os alunos do Grêmio Estudantil usaram, por diversas vezes, os equipamentos da rádio para promoverem suas atividades. As equipes escaladas demonstraram entusiasmo com as programações ao vivo, mas também estão curiosos e comprometidos com a alimentação da rádio no formato web, com o uso de *podcasts*.

Rádio web Radioatividade

Para criar a rádio web, conta-se com a contribuição do auxiliar técnico que trabalha na unidade e dos alunos que dominam a linguagem. Um dos benefícios será o exercício do protagonismo proporcionalmente à vontade do aluno, que é incentivado e instruído pelos colegas e professores. Os demais canais usados pela escola - rede social, jornais e site - contribuem para a elevação de uma autoestima coletiva, pois o que sobressai é o nome da instituição.

Após o planejamento, no final de setembro de 2017 foi pedido aos alunos de todas as que formassem grupos com cinco ou seis integrantes e escolhessem o tema sobre o qual gostariam de falar durante 1 (uma) hora de programação intercalando-se até dez músicas também escolhidas por eles. Para gravar, estão sendo usados os aparelhos celulares dos próprios alunos; após a gravação e edição, os grupos enviam à professora para a audição e esta encaminhará aos alunos voluntários na criação de um site para a rádio. Dez programas já foram enviados e nove transcritos. Pretende-se tornar a rádio web um canal aberto para toda a comunidade, mas sem perder a gerência pelos alunos.

Os temas sugeridos até o momento foram:

1 – Recomendação de livros, filmes, séries e animes.
2 – Entretenimento
3 – Sessão de piadas ruins
4 – Fast food
5 – Presença e influência da Ásia no mundo ocidental
6 – E-sports
7 – FAQ – amoroso
8 – Microcontos
9 – Os dois lados da sociedade (Músicas: Mato Seco/Brilho oculto; Realidade Cruel/Morador de favela; Síntese/Desconstrução; Kinky Reggae/Bob Marley; Rap do Silva; Criolo/Não existe amor em SP; A Família/Castelo de Madeira; Racionais MC's/O homem na estrada; Guns N' Roses/Patience; Capital inicial/Olhos vermelhos)
10 – Notícias dos famosos e tendências
11 – Correio elegante e oferecimento de músicas
12 – Questões sociais
13 – Futebol
14 – Conhecimentos de mundo (relacionamentos, séries e muito mais)
15 – Notícias e questões políticas
16 – Novas tecnologias, jogos e novidades do mundo geek
17 – Professores

18 – Profissões

19 – Manual de sobrevivência do adolescente

20 – Curiosidades

21 – Faculdades

22 – Recomendações de games

23 – Métodos de estudo e Momento cristão

24 – Notícias da agropecuária

25 – Depressão: a pressão na juventude sobre o ingresso na vida adulta

26 – Notícias do meio ambiente (efeito estufa, Amazônia, poluição, camada de ozônio etc)

27 – Arte como forma de linguagem

28 – Vestibular e influência da música nas pessoas

29 – A importância do esporte na mudança do cotidiano dos jovens

30 - Homossexualidade

31 – Catástrofes que afetam nosso mundo

"Entretenimento" foi escolhido por cinco grupos; "Esportes/Futebol" por três grupos; "Depressão" por dois e os demais por um grupo.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Além de ser um espaço para se expressar, a rádio também é um meio pelo qual a escola pode identificar conflitos, mediá-los e promover diálogos, conscientização e pacificação. Pela Internet, por exemplo, 20% das crianças e adolescentes já foram tratados de forma ofensiva; 12% agiram ofensivamente; 40% sofreram discriminação, sendo o maior índice por cor e raça: 25%, segundo dados do Centro Regional para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.br, referentes às ocorrências do período de 24 meses, nos anos 2015 e 2016, obtidos com 23.677.796 usuários de Internet de 9 a 17 anos.

A violência identificada nos meios virtuais é uma extensão do mesmo problema não resolvido no plano real. "Correr" para as redes sociais após um desentendimento no ambiente escolar, por exemplo, é um escape, uma forma de não ser punido pelos professores, gestores e pelos pais. Desde que se fira o outro, ainda que somente emocionalmente, o agressor poderá se contentar com a linguagem verbal, porque o que precisa é expor de alguma forma seu pensamento. Quando sua indignação é contra a instituição escolar e suas regras, não encontrando abertura para resolução por meio do diálogo, busca meios para expressar-se, fazendo suas marcas nas carteiras e paredes, danificando patrimônios ou até recorrendo à internet, onde tem a sensação de "ter voz", o que pode ser uma ilusão. Marília Pontes Sposito, na obra "O cotidiano infantil violento: Marginalidade e Exclusão Social", organizada por Elza Dias Pacheco (2007), afirmou, no capítulo

quatro, que o problema mais recorrente nas escolas é o ataque ao patrimônio. No mesmo capítulo, a autora relatou uma ocasião em que a polícia foi chamada para retirar jovens de cima de prateleiras, sendo que lá eles estavam para poderem melhor assistir a um show com debate para o qual foram convidados, cujo tema era racismo e violência. A autora questionou o fato de os profissionais da escola não se dirigirem aos alunos pedindo-lhes que descessem, por medo e até preconceito, o que simbolizou serem esses adolescentes pessoas que oferecem riscos.

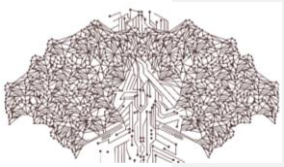
O fato é que não se pode esperar que um indivíduo ou grupo marginalizado, discriminado e excluído nunca reaja. A escola – alunos, professores e demais gestores - precisa assumir a nova postura que vem sendo discutida há alguns anos, ela precisa educomunicar, precisa colocar em prática um esquema de comunicação que compreende a participação do receptor, que não é mero ouvinte, mas é também comunicador nesse processo dialógico. Os turnos da fala devem continuar se alternando, mas não são papéis exclusivos de um grupo, todos têm que poder falar e todos precisam ouvir, inclusive os deficientes, tendo alguns deles, no passado, demonstrado a característica do comportamento violento exatamente por faltar-lhes acesso a formas de comunicar eficazmente.

> [...] A ausência de significados positivos para a vida escolar caminha ao lado de novas exigências de domínio de linguagens, informações, conhecimento, enfim de todo o campo da atividade simbólica contemporânea que pressupõe o domínio de habilidades a serem adquiridas principalmente na escola. [...] (SPOSITO. In PACHECO, 2007, p.62)

Melhorar a comunicação no espaço escolar é também criar oportunidades de desenvolvimento para que se domine a linguagem conforme as exigências contemporâneas. Além desse benefício, a resolução de conflitos no mesmo ambiente poderá evitar que eles se estendam para outros lugares.

> [...] se a Educomunicação pode apoiar práticas efetivas que reduzam a violência sem lançar mão de condutas repressivas (afinal, não se trata de "combatê-la"), nada impede, em tese, que ela seja adotada em outras áreas de conhecimento compatíveis com sua natureza transversal/transdisciplinar. Isso já vem ocorrendo, diga-se de passagem, em relação à área Socioambiental, de Saúde e até da formação profissional ("mundo do trabalho"). (CONSANI e MACAGNINI, 2015, p.90)

Marciel Consani, da Escola de Comunicação e Artes da USP, acrescenta que "o rádio na escola necessita ser concebido como um projeto comunitário, envolvendo diretores, coordenadores, professores, alunos e todos os integrantes da comunidade educativa" e nesse círculo de comunicação, locutor e receptor exercem papéis fundamentais, pois "o receptor ativo pode transformar-se também em comunicador criativo...".



> [...] o desenvolvimento da competência comunicativa dos sujeitos é essencial para uma educação que privilegie o diálogo, a cooperação solidária e valorize as identidades culturais, contrapondo-se a um processo educacional alienante e avassalado pelo mercado, pela competitividade e a tendência à homogeneização cultural. (CONSANI e MACCAGNINI, 2015, p.85)

Embora a rádio escolar seja já um grande passo em prol da valorização das culturas, do respeito à diversidade e da mediação de conflitos, existe, nesta unidade, a necessidade de dar maior visibilidade às atividades feitas pelos alunos. Decidiu-se, então, criar a rádio web com o uso de *podcasts*. Cabe a esta pesquisa estudar o conteúdo, analisando três principais pontos: o tema, as músicas e as narrativas. O primeiro poderá centrar-se na percepção do evento mais relatável. O segundo, na variedade cultural e percepção dos elementos musicais. E o terceiro, na comparação entre os eventos das narrativas discentes e das literaturas clássicas literárias, jornalísticas ou científicas.

Os estudos de Tzvetan Todorov (2006) serão um dos parâmetros de análise. Na obra "As estruturas narrativas", o autor opta por descrever a abordagem estrutural da literatura e ilustrar com exemplos de narrativas do *Decameron* de Boccacio. Todorov afirma que a análise não consiste em descrever uma obra concreta, mas analisar a manifestação de uma estrutura abstrata; o que está em jogo é o seu sentido lógico e o conhecimento das estruturas sociais e psíquicas, conforme agiam os marxistas e psicanalistas. Essas primeiras definições são esclarecedoras para a realização do estudo das estruturas narrativas, cujo conteúdo abstrato não é supérfluo e nem descartável; por ele, pode-se perceber o grau de tenacidade, de resistência, característica que chega a causar a impressão de que as narrativas, sejam tradicionais, modernas ou pós-modernas, possuem certa tautologia, o que se confirma quando pensamos em tradição oral e cultura; por outro lado, há graus de inovação que devem ser levados em conta, como a transição da coletividade para a individuação.

Mas o filósofo e linguista búlgaro vai além quando expressa claramente que a análise estrutural, além de não se conformar com a descrição da obra concreta, também não se instala no âmbito das discussões psicológicas, sociológicas ou psicológicas, o que desprezaria o discurso literário; em vez disso, propõe uma teoria do funcionamento desse discurso, uma propriedade da literatura, da poética.

Para realizar a análise das narrativas, o autor enfatiza: "Mas essa análise descobrirá em cada obra o que esta tem em comum com outras (estudo dos gêneros, dos períodos etc.), ou mesmo com todas as outras (teoria da literatura) [...]" (2006, p. 80). Percebe-se que a analogia é primordial; comparar obras pode revelar intenções do autor não percebidas durante uma análise

individual, também permite observar que os diferentes funcionamentos do discurso representam essas intencionalidades.

Por meio de três subdivisões da análise da narrativa – o estudo da sintaxe narrativa, estudo temático e estudo retórico – ele pôde introduzir as categorias da "intriga" e permitir uma descrição mais avançada e precisa de outras intrigas. Essas subdivisões correspondem, respectivamente, ao estudo das sequências, dos modos narrativos e dos pontos de vista.

Para demonstrar um pouco do caráter transformador dessa análise, ainda que sintética como afirmou o autor, usemos suas próprias palavras:

> As categorias que nos servem na descrição desses tipos são reveladoras para o universo de um livro. Em Boccacio, os dois equilíbrios simbolizam (em grandes linhas) a cultura e a natureza, o social e o individual; a novela consiste, habitualmente, em demonstrar a superioridade do segundo termo sobre o primeiro. (p. 87)

Muitas narrativas, embora transitem no mundo pós-moderno, são entranhadas de redundâncias que, por sua vez, refletem a persistência do comportamento das sociedades apesar das conversões individuais. A recorrência parece tornar comum aquilo que poderia ser considerado grave, como se diz da naturalização dos problemas nos mitos modernos. Há de se pensar, também, que se trata do seu imperioso caráter sedentário, mas que no atual século vem cedendo espaço ao nomadismo, o que certamente tem transformado as estruturas narrativas e o funcionamento dos discursos.

Por isso, esta pesquisa investigará alguns parâmetros de análise propostos também por autores pós-estruturalistas, como BRUNER (1981 apud FERREIRA NETTO, 2017) e CHARADEAU (2014), além de atentar-se ao estudo de autores como BALTAR (2012), CANCLÍNI (2012) e CONSANI (2015), que discorrem sobre narrativas, linguagem e discurso, rádio na escola, redes digitais e educomunicação. BRUNER (1981) apontou 10 características, que vão desde a diacronicidade narrativa até a coautoria, para mostrar que o texto narrativo opera como instrumento mental de construção da realidade.

A partir desse conhecimento, será iniciado um estudo que contemple as narrativas presentes, registradas por meio da gravação do programa de rádio. Essas narrativas serão comparadas a obras de autores consagrados que visaram a representar a sociedade. Posteriormente, as gravações atuais poderão ser comparadas às futuras.

No cenário de transformações pelas quais a escola deve passar no Brasil, projetos como rádio escolar e rádio web escolar devem ser cuidadosamente pensados. A pesquisa é o caminho para compreender a importância do uso dessa ferramenta que, mais do que considerar os

multiletramentos e as culturas juvenis, proporciona meios de se cultivar um processo de ensino e aprendizagem que seja educomunicativo.

> Resta considerar que, além de um aprofundamento aplicado do conceito de mediação educomunicativa aliado à noção mais precisa do que seja o Ecossistema Comunicativo (o que responderia pela demanda da segunda instância), se faz necessário, em momento posterior, acompanhar, registrar e avaliar a efetividade de tais ações na redução da violência. (CONSANI e MACCAGNINI, 2015, p.90)

É importante dizer que, com o projeto Radioatividade, pretende-se mostrar que papel a rádio escolar desempenhou na escola participante e o que tem a oferecer a outras escolas, especialmente às que oferecem o Ensino Médio, mas também poderá ser proveitoso com outros públicos. A rádio escolar não substitui, mas agrega formas de aprender, por colocar as áreas do conhecimento em rede pelo seu caráter transversal.

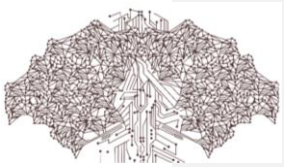
3 ASPECTOS RELEVANTES SOBRE A RÁDIO ESCOLAR

Radioatividade física:

- Autorização para uso do "estúdio" conforme o interesse dos alunos, respeitando-se, apenas, a escala das turmas, para que ninguém deixe de executar o planejado por encontrar o estúdio ocupado. Todas as turmas possuem representantes autorizados a retirar a chave da rádio na portaria.
- Tendo sido usada durante pouco mais de um bimestre por ano, de 2014 a 2016 a rádio contou com maior participação oral dos alunos falando sobre: notícias; preservação do meio ambiente e do patrimônio escolar; avisos sobre provas, excursões e eventos; piadas; concursos e oferecimentos musicais.
- Em 2017, uso mais frequente no segundo e terceiro bimestres, para tocar músicas e ler mensagens de correio elegante. Equipamentos puderam ser emprestados para outros eventos escolares.

Aspectos gerais da Rádio web (programas gravados):

- Escolha livre do tema, sem proposições do professor.



- Prática da linguagem oral: pronúncia, dicção e entonação.
- Respeito aos turnos da fala: ouvir e ser ouvido.
- Expressão das ideias, organizadas em textos coerentes e claros.
- Pesquisa: leitura, interpretação, paráfrase e citação.
- Gêneros: variação tipológica de textos, conforme a necessidade do programa.
- Exposição da opinião e dos sentimentos.

1º Programa: "Catástrofes que afetam nosso mundo" (alunos do 2º ETIM ADM)

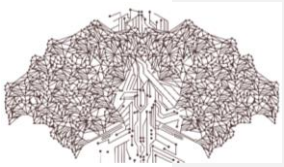
- Participação totalmente voluntária dos estudantes, considerando que a professora responsável pelo projeto não ministra aulas a essa turma.
- Um dos alunos se diz fã de *podcasts* e tem o desejo de usar mais essa ferramenta.
- O grupo fez um bate-papo, demonstrando claro entendimento sobre as questões políticas internacionais, relacionando-as com suas vidas.
- Foi manifesto um conflito entre turmas e houve proposta de apaziguamento.
- Para os conflitos pessoais também houve proposta de apaziguamento.
- Alguns temas vieram à tona expressando alguns pontos-de-vista: saúde, alimentação, direito, família, papel social da mulher e economia.

2º Programa: "Homossexualidade" (alunas do 2º ETIM ADM e Química)

- Participação totalmente voluntária das estudantes, considerando que a professora responsável pelo projeto não ministra aulas a essas turmas.
- Empatia e desejo de disseminar o respeito.
- Conhecimento sobre assuntos da atualidade.
- Total parcialidade, defesa de opinião e senso crítico.

3º Programa: "Bala de cereja" (alunos do 1º ETIM Meio Ambiente)

- União entre entretenimento e vida profissional.



- Tema “vingança” tratado por meio do relato de uma experiência, com reflexão final.
- Busca afetividade para com o ouvinte.
- Locução extremamente rápida e orientações da professora.

4º Programa: “Setembro amarelo” (alunos do 3º ETIM MA)

- Preocupação com a utilidade pública do programa.
- Pesquisa com turmas sobre o tema antes da gravação.
- Empatia e aconselhamento como forma de solução para uma situação-problema.
- Escolha temática das músicas conforme o tema.
- Criatividade na elaboração de uma vinheta.
- Intertextualidade: dicas de filmes relacionados ao assunto abordado.

5º Programa: Influência da música na sociedade brasileira (alunos do 3º ETIM MA)

- Desejo de aprimorar o próprio conhecimento.
- Seleção de informações.
- Sequência lógica das informações, com apresentação da contextualização histórica seguida de exemplos e músicas de época.
- Correção fonética e ortográfica.
- Proposta de melhoria da qualidade de vida por meio do investimento na produção e no acesso à cultura.

6º Programa: FAQ Amoroso (alunos do 1º ETIM MA e 1º ETIM Química)

- Entrosamento entre turmas.
- Realização da entrevista e do relato de uma experiência vivida, na modalidade oral.
- Valorização do sentimento juvenil e abertura da escola para o diálogo sobre o tema ‘namoro’.

7º Programa: Microcontos e canções (alunos do 1º ETIM MA)

- Interpretação de músicas e microcontos.
- Exercício da analogia e percepção de intertextualidades.
- Revelação de temas de forte impacto ao adolescente: relacionamento amoroso, violência, sofrimento e superação.

8º Programa: Esporte, qualidade de vida, mídia corporal e transtornos (alunos do 3º ETIM MA)

- Senso educativo (ou educomunicativo).
- Responsabilidade social e empatia.
- Altruísmo e solidariedade.

9º Programa: Entrevista "Ingresso na faculdade" (alunos do 1º ETIM MA)

- Valorização da professora entrevistada.
- Diálogo entre aluno e professor.
- Preocupação com o futuro.
- Serviço social.

Alguns fragmentos dos programas por tema

Depressão:

P4 - Samantha: Hoje estamos trazendo em pauta uma discussão sobre um assunto corriqueiro e que é tratado como um **tabu para a sociedade: a depressão**.

P4 - Maria Fernanda: Muitas vezes vista como frescura ou fraqueza, essa **doença perniciosa** acaba passando despercebida pela sociedade. **A depressão afeta não só você, mas os que estão a sua volta**, sua família, seus amigos e colegas, afeta a comunidade, as sociedades e tem um alto custo econômico.

Fracasso e estigmatização:

P1 - **Todo mundo é magro, só um gordinho**. - Nícholas: Se parar pra pensar, ser gordo lá tem que ser um padrão de beleza, porque o pessoal lá é meio comunista, né?
P1 - **Geração "mimimi"**.
P4 - *As vantagens de ser invisível*, filme e livro, roteirista Stephan Chbosky, lança luz sobre o amadurecimento **no ambiente da escola, um local por muitas vezes opressor e sinônimo de ameaça**, uma leitura que deixa visível **os problemas de crise próprias da juventude**.

Desilusão:

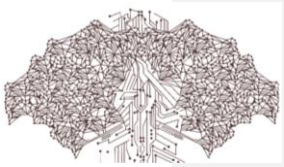
P1 - É o seguinte galera, eu acho que a **nossa situação não tá muito boa**.
P4 - Ana Júlia: pelo ponto de vista psiquiátrico, a depressão é um transtorno de humor caracterizado pela tristeza e **desinteresse pela vida** nos mais diversos graus. No ponto de vista filosófico, é a **dor da existência**, um estado de tristeza patológico no qual a pessoa se sente **desestimulada ou desesperançada frente à vida, sem ânimo para planejar seu futuro e pensar em si mesma**, isto é, pode ir desde a sensação de tristeza e desânimo até o desespero, sendo a causa mais frequente de suicídio.

Impaciência:

P3 - [...] tinha duas crianças pra dentro do portão e começaram a rir de mim (*bullying*), dar risada e achar engraçado, que eu 'stava encharcado. **E aí eu olhei assim e tinha uma pocinha de água na calçada; eu fui andando**. Depois de uns minutinhos, eu pensei bem e falei assim: eu vou voltar e vou bater o pé naquela poça de água e vou molhar aqueles dois meninos, que eles 'stavam pra dentro do portão, na garagem sequinha

Não escuta:

P4 - Maria Fernanda: Devido ao estigma social da depressão, **poucos querem falar sobre** ela.



Intolerância:

P2 - [...] mas alguns **pais têm essa dificuldade de aceitar como os filhos são** [...]
P2 - [...] talvez por *isso* (*falta de acesso à informação e cultura*) *lá* (*regiões norte e nordeste*) seja maior, é, **a homofobia e casos de morte contra qualquer pessoa que venha pertencer ao LGBT**.
P5 - A música pode ser considerada uma das artes que mais influenciam na sociedade. Por isso, muitas mídias optam pela monopolização do mercado fonográfico. Se há décadas era a censura a principal vilã, agora é a alienação, o controle do que vai ou não fazer sucesso. Isso somado ao **descaso pela qualidade musical atual na sociedade brasileira, especialmente nas classes mais pobres, provocam um declínio cultural**.

Agressividade:

P1 - Mas **segundo minha mãe eu não sou gente**, vida que segue...
P1 - Eu só acho que **a gente tá vivendo numa sociedade de hipócritas**, infelizmente.

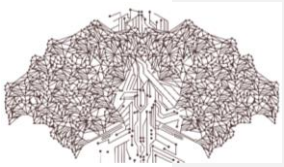
Solidão:

P4 - [...] sintomas dessa doença, esses que são fraqueza, emagrecimento, nenhum apetite, insônia, tristeza, sentimento de culpa, pessimismo, **necessidade de se isolar**, entre outros.
P6 - [...] houve muitos ciúmes e crise existencial, porque **eu achava que ela não gostava de mim e ela achava o mesmo**.

Angústia (ausência de paz):

P4 - Maria Fernanda: Há uma tendência em se confundir com a tristeza, que é um afeto natural frente às dificuldades e às perdas com depressão, talvez pela **dificuldade humana em lidar com a angústia** e querer soluções prontas para suas dores.

Humilhação:



P3 - E quando eu bati o pé com toda a força naquela poça d'água era um buraco, e eu entrei quase que do joelho pra baixo, assim, as pernas, fiquei entalado lá, cheio de barro. Daí quando eu olhei ainda, **os dois meninos tinham até deitado no chão pra dar risada de mim** e eu fiquei mais nervoso ainda. Aí eu tirei o pé do barro e fui embora nervoso, só que meu chinelo ficou no fundo do buraco; daí eu tive que voltar, deitar no chão, colocar a mão lá no fundo daquela poça de água e tirar o meu chinelo, que sai sujo e com a correio arrebentada ainda, e vim embora com eles dando risada.

Violência física:

P1 - Eu acho que **tem que ter treta** mesmo.

Otimismo:

P1 - **Adolescente gosta de falar de política**.
P4 - Érica: Olá, galera, aqui se inicia mais uma programação na rádio Atividade, compartilhando conhecimento e **dissipando alegria** pra você, nosso querido ouvinte.

Tolerância e Escuta:

P1 - Mas segundo minha mãe eu não sou gente, vida que segue...
- Mas nós te amamos.
P4 - [...] suicídio. O primeiro passo para conseguir ajuda, é falar; no entanto, **é necessário que exista alguém disposto a ouvir** e auxiliar neste caso, rompendo assim o silêncio.
P4 - Confrontar, questionar e julgar são os pilares para as desavenças, então, **seja paciente e saiba ouvir**.

Respeito:

P4 - Nós só precisamos de pessoas dispostas a ajudar, **tendo como base o respeito**, resiliência e empatia sempre.

P2 - [...] tem que aceitar que existem muitas pessoas que são diferentes da gente, que seguem padrões diferentes, então eu acho que a primeira coisa é a pessoa parar pra pensar que ela tem **aceitar o próximo da maneira como ele é** porque o jeito que ele é não vai influenciar em nada na vida dela e é basicamente isso, e, mais amor sempre que é bom pra tudo.

Amor:

P4 - Se você sofre com a depressão ou conhece alguém que tem sofrido com essa doença, esteja disposto a procurar ajuda e oferecer ajuda. **O nosso senso de humanidade nessas ocasiões precisa estar aguçado**, estendendo a mão para quem passa por uma doença tão destrutiva, fisicamente e psicologicamente falando.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante os meses de novembro e dezembro de 2017, foi possível identificar algumas necessidades a partir da observação das escolhas dos estudantes e das conversas com estes e com outros profissionais. Pode-se citar novos letramentos, para que os envolvidos adquiram competências para lidar com as linguagens e códigos presentes nas etapas de elaboração do programa de rádio; o conhecimento das informações circulantes em todos os setores da escola; a divulgação dos cursos e das formas de ingresso na unidade de ensino; recursos materiais; conhecimento das políticas de ingresso no ensino superior e inserção no mercado; regularidade nos prazos de lançamento dos programas e maior participação dos membros da comunidade escolar.

Novos letramentos: no período supracitado, verificou-se que cerca de cinco alunos em cada turma de quarenta sabe lidar com editores de áudio e vídeo, mesmo sendo esta uma tarefa bastante presente, já que esses jovens costumam gravar vídeos sobre conteúdos de diferentes componentes curriculares. Diante dessa realidade, duas turmas solicitaram a ida ao laboratório de informática da escola para aprenderem a usar essas ferramentas, e isso deverá acontecer como uma das etapas do processo de melhoria do projeto, contando com a instalação de programas específicos nos computadores do laboratório pelo auxiliar docente e o apoio de alunos tutores. Também inclui-se o domínio da linguagem oral e escrita para a elaboração e gravação dos programas.

Comunicação interna: esta é considerada um problema de longa data. Funcionários da portaria reclamam da falta de conhecimento a respeito dos eventos escolares para que possam

preparar-se com medidas de segurança; profissionais da cantina escolar e do refeitório também se queixam dessa falta de informação, pois muitas vezes não sabem a quantidade de refeições que devem preparar; professores e alunos lamentam não serem informados sobre o que acontece nos cursos dos quais não fazem parte, embora estejam todos na mesma escola; por fim, até os gestores esporadicamente se queixam de não serem avisados sobre algumas atividades. Uma situação bem presente é a necessidade de divulgação do trabalho da Cooperativa Escolar, que precisa de maior número de cooperados e promover atividades para angariar fundos a fim de cobrir despesas.

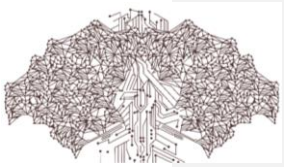
Divulgação dos cursos da ETEC: apesar dos seus 81 anos de existência, a unidade vem se tornando conhecida como escola técnica – e não apenas agrícola – há apenas cerca de cinco anos. Neste período, a direção e a coordenação conseguiram divulgar o vestibulinho em algumas mídias, professores e alunos foram a escolas e às ruas com cartazes e apresentações, e a instituição ganhou uma nova fachada com seu nome atual. Mas os familiares ainda pedem para serem mais informados tanto sobre as especificidades dos cursos nos quais seus tutelados estão como informações gerais, e essa é uma tarefa a ser desempenhada com o apoio do orientador educacional, que desenvolve um trabalho de vínculo entre escola, família e projetos futuros (mercado, estudos posteriores e outras formas de atuação social).

Recursos materiais: os alunos gostariam que fosse providenciado um novo servidor exclusivo para a rádio web. Também há sites bem estruturados próprios para se desenvolver a rádio web que podem ser utilizados a partir do pagamento de mensalidades. Porém, estas ações não serão tomadas sem a orientação do auxiliar técnico em informática, que está apoiando o projeto Radioatividade e já fez levantamentos de recursos gratuitos.

Ingresso no ensino superior e inserção no mercado: trata-se de um tipo de informação muito requerida pelos alunos e que nem sempre é de fácil acesso. Professores e orientador educacional compartilham e procuram acompanhar a busca por mais informações; contudo, com a participação também de representantes do Grêmio Escolar e de outras instituições, tornar-se-á possível a maior integração dos sujeitos e das ações, bem como o exercício de políticas que atendam ambos os lados.

Lançamento dos programas e participação da comunidade: vê-se nesse tópico o eixo do projeto, que garantirá o interesse contínuo tanto por ouvir os programas como por deles participar. O cronograma de elaboração e execução deverá ser respeitado, e o apoio de outros professores será essencial.

A rádio poderá se tornar, então, um meio de comunicação dos conteúdos de interesse da comunidade escolar e externa, sem perder de vista o seu principal objetivo, que é contribuir para a redução dos problemas de falta de socialização e de intolerância, e até psicológicos, a partir de



espaços para o protagonismo juvenil mais significativos, em especial, aqueles que estabelecem relações com a realidade externa à escola; espaço para as narrativas orais dos adolescentes, sua observação, reflexão e evolução.

Referências bibliográficas

BALTAR, Marcos. **Rádio Escolar: uma experiência de letramento midiático.** Capítulo 4. São Paulo: Cortez, 2012.

CANCLÍNI, Néstor García; CRUCES, Francisco; POZO, MaritzaUrteaga Castro. **Jóvenes, Culturas Urbanas Y Redes Digitales**. Ariel. ColecciónFundación Telefónica. 2012. 301pp.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização.** Tradução coordenada por Angela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2014.

FERREIRA NETTO, Waldemar. **Tradição, Narrativas e Sociedade**. Paulistana: São Paulo, 2017. 367pp Disponível em http://doi.editoracubo.com.br/10.4322/85-99829-94-3. Acesso em 12/11/2017.

PACHECO, Elza Dias et al. **O cotidiano infantil violento: Marginalidade e Exclusão social**. São Paulo: LAPIC: L'Editora: FAPESP, 2007, 177pp.

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. Traduzido por Leila Perrone-Moisés. Coleção Debates. São Paulo: Perspectiva, 2006. 202pp.

Educomunicação e expressão comunicativa: a produção radiofônica de crianças e jovens no projeto educom.rádio. JUNIOR, Renato T. São Paulo, 2007. Disponível em file:///C:/Users/win7x86/Downloads/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Renato%20Tavares_3111545.pdf. Acesso em 27/10/2017.

Práticas educomunicativas e a redução da violência no contexto escolar. Gestão da Comunicação. **CONSANI, Marciel A. e MACCAGNINI, Maria Caroline A. 20/08/2015.**

Disponível em file:///C:/Users/win7x86/Downloads/Consani%20Macagnigni_102301-185015-1-PB.pdf. Acesso em 27/10/2017.

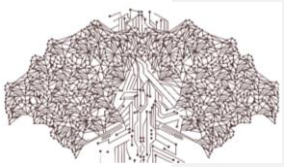
Rádio na Escola. CONSANI, Marciel. Escola de Comunicação e Artes da USP. Site: Mídias na Educação – Módulo Intermediário: Mídias Rádio. Disponível em: http://webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/material/radio/radio_intermediario/radiohistoria.htm. Acesso em 27/10/17.

APÊNDICE

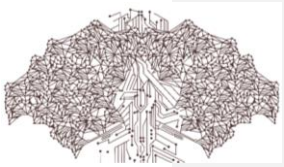
Transcrição e algumas análises das narrativas dos alunos no primeiro programa gravado em outubro de 2017 para a Radioatividade.

1º Programa: "Catástrofes que afetam nosso mundo" (alunos do 2º ETIM ADM)

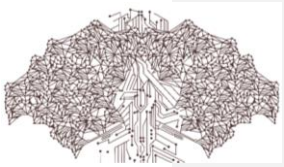
- Gabriel: É o seguinte galera, eu acho que a nossa situação não tá muito boa, temos um gordinho agora ficando louco, querendo destruir os Estados Unidos, pelo menos ele disse, mas não vai dar em nada. Mas tudo bem, estamos começando outra Guerra Fria, né? O que você tem pra falar?
- Que acho inútil isso, porque tinha que acabar com todo mundo (risadas)
- Gabriel: Temos aqui uma "propicidade" a uma terrorista aqui do lado.
- Vanessa: Realmente é uma guerra fria porque eles não necessariamente estão trocando bombas, eles só estão nesse ar de conflito, uma troca de olhares.
- Gabriel: É, tipo, nessa onda de troca de olhares... Mariana, o que você acha do nosso gordinho mais séxi da Coreia?
- Mariana: Tá um caô. (gargalhadas)
- Vanessa: De séxi não tem nada, né minha gente?
- Gabriel: Vixi, Polêmica. Polemizando aqui. Por que não, Vanessa?



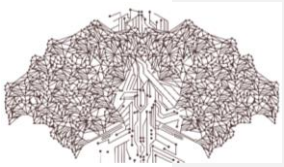
- Vanessa: Ah, ele tá querendo causar conflito com todo mundo ali. Deixa todo mundo quieto!
- Gabriel: Eu tenho dó do 'gordinho' da Coreia do Norte. Tem que ficar dando "oi" pra ele. Todo mundo é magro, só um gordinho.
- Nícholas: Se parar pra pensar, ser gordo lá tem que ser um padrão de beleza, porque o pessoal lá é meio comunista, né? E o cara é gordo, então ele deve ter dengue (risadas).
- Gabriel: Nossa! Polêmica! Troca Vanessa!
- Vanessa: Eu não tenho nada a declarar sobre isso.
- Eu tenho. Essa guerra fria está parecendo mais o jogo de vôlei da escola.
- (todos) Oh! Io, io, io!
- Gabriel: Muito polêmico. Pra quem não sabe, aqui na Etec a gente tá fazendo um campeonato interno de vôlei aqui na escola, entre as salas, cada sala tem vários times e, Vanessa, o que você tem a comentar do seu time?
- Vanessa: Então, evolução, né? A gente começa debaixo e tá subindo. A gente ganhou assim mesmo. Muito bom. Só quero dizer que as tretas são desnecessárias.
- Mariana: Ah, não. Eu acho que tem que ter treta mesmo. Porque é assim, quando tem barraco, treta, a gente fica nervoso e aí faz as coisas direito.
- Nícholas: Fica com os nervos à flor da pele.
- Vanessa: Lembrando que ninguém é melhor do que ninguém, cada um tem que se colocar no próprio lugar e olhar pro próprio nariz.
- Exatamente, mas é o tipo de coisa as pessoas não fazem muito aqui.
- Senti uma indireta. (risadas)
- Gabriel: Até porque hipocrisia não é uma coisa muito boa, né gente?
- Vanessa: Eu só acho que a gente tá vivendo numa sociedade de hipócritas, infelizmente.
- Gabriel: A sociedade do "mimimi", hashtag Laís.
- Geração "mimimi".
- Mariana: Hashtag gosto de pão.
- Gabriel: Maturidade aqui de Mariana. Mariana, por que você gosta de pão? Pelo que eu saiba, Nícholas gosta de uma binasguinha.
- Iiiii, falou da amiga.
- Gabriel: Ele está me encarando, gente. Eu estou um pouco arrependido. Nícholas, me perdoa?
- Nícholas, perdoa ele. Um minuto de silêncio.
- Nícholas: Um minuto de silêncio porque ele morreu?
- Gabriel: Vocês acham que essa guerra fria vai ter um começo em questão de conflito mesmo ou não?



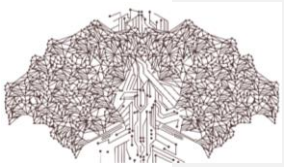
- Eu acho que enquanto um não provocar o outro, jogar uma bombinha, vai ficar na enrolação.
- Vanessa: Eu só acho que essa relação está igual a do princesa com certas pessoas aí, está faltando atitude.
- Gabriel: Vixi, polêmica aqui.
- Racistas e fascistas não passarão.
- Gabriel: Alguém me explica isso daí porque eu não entendi. Por que raça gente? Judiação.
- Nícholas: Adolescente gosta de falar de política.
- Imposto é ruim, sonegar é defesa.
- Nícholas: Que imposto é ruim o quê? Tá tirando? Mulher aqui fazendo rádio. Mulher tinha que tá na cozinha, na beira do fogão. Tá tirando mano?
- Nada a ver, Nícholas, nada a ver.
- Gabriel: Polêmicas aqui. Já adiantamos que não temos a pretensão de fazer alguma indução, mas...
- Jamais, é só pra descontrair mesmo.
- Gabriel: Porque daqui a pouco a Coreia do Norte vai sumir.
- Vanessa: O gordinho vai comer todo mundo, devorar sabe.
- Nícholas: Mas você acha que ele não come pastel? [...]
- Não, ele não é chinês gente, para.
- Mas ele é asiático, então é isso que importa. [...]
- Mas a China apoia a Coreia do Norte, então tá tudo certo. [...]
- Pastel junto, vai um catupiry também.
- E como vocês acham que a China vai se posicionar nisso? Porque a China apoia a Coreia do Norte, mas se começar a guerra, como a China fica? Ela importa, exporta...
- Gabriel: Ela é o bichão mesmo. [...] Nícholas, diga alguma coisa. Temos aqui o Nícholas bem concentrado, bem focado. Nícholas, você consegue fazer muitos pontos aí ou não?
- Vanessa: Esse jogo do Nícholas é sensacional. A gente jogava em 2015.
- Nícholas: Clash Royale. É o novo Clash.
- Gabriel: E você, Mariana? O que você acha do fim da Coreia do Norte? É possível ou não?
- Mariana: Nananana.
- A gente tem uma participação especial hoje aqui, o Guilherme. [...]
- O que você acha Guilherme?
- Ele é um comunista. Já que você é um comunista, diga o que você acha.
- Guilherme: Ele tem que matar todo mundo mesmo, porque é assim que a vida segue, a vida segue assim.



- Ele é comunista, gente. Ignora, ignora. [...]
- Nícholas: É que ele não come direito, aí ele não consegue pensar.
- Vanessa: Eu só queria dizer que é verdade, ele não sabe nem cortar um pedaço de pizza. [...]
- Olha a treta aqui gente, ao vivo!
- Gabriel: De graça!
- Vanessa: Não tem mais participação especial, gente.
- Gastou, hein!
- Aí azedou a marmita.
- A hora que chegar em casa você fala pra sua mãe, pronto!
- Gabriel: Temos aqui um casal muito lindo...
- Aí no dia que a gente vai publicar isso eles terminam, e aí como é que faz? [...]
- Nossa, você tá agorando o fim do relacionamento?
- Não, eu torço por eles.
- Um minuto de silêncio. [...]
- Ah, gente, eu só quero comer. O que vocês acham de pizza de brócolis?
- Vanessa: Adoro, eu comi ontem, só queria dizer isso, e o Guilherme aqui odeia.
- É errado colocar brócolis na pizza.
- Gabriel: É errado colocar brócolis em qualquer lugar!
- O que você tem contra os brócolis? Eles são mini-amazônias.
- Eu não evoluí tanto tempo assim pra voltar a comer mato.
- Isso aí foi um apelo aos vegetarianos, eu acho.
- Concordo plenamente.
- Guilherme morreu.
- Vanessa: Não temos mais a participação especial, gente. Um minuto de silêncio. [...] Pra quem não sabe, o Nogueira é o Guilherme.
- Gabriel: Nícholas, agora a gente retorna para o seu jogo, e aí, como está o seu jogo, está bem? [...]
- Deixa eu te ajudar?
- Nícholas: Você vai me atrapalhar.
- Nossa!
- Iou, iou, iou, iou...
- Gabriel: Pra quem não sabe, nós temos uma grande amizade...
- Toda semana tem treino, mas a gente pode deixar isso por baixo dos panos. Mas você sabe que o olho do furacão não é atacar querido.



- Gabriel: Refutado, refutado! [...] Como sempre bem intuitivo, bem colaborativo. Pra quem não sabe o Fael é uma pessoa do grupo que deveria estar aqui, mas...
- Ele foi ao dentista. [...]
- Mas segundo minha mãe eu não sou gente, vida que segue...
- Mas nós te amamos.
- Gabriel: Vamos postar no What's App.
- No Twiter!
- Gabriel: Mas status de What's App serve pra quê? Pra colocar frase. Eu não tenho Twiter.
- Nas redes sociais: hashtag amem a Ana. [...] Instagram, Facebook.
- Gabriel: Que foto a gente pode colocar: Ana fazendo pose, Ana fazendo um sorriso bem lindo...
- Lembrando que ela é de Santa Branca, [...] a linguagem não é a mesma.
- Gabriel: Então sua mãe...
- Se ela me chamou de, eu acho que ela também é.
- Não pode ofender a mãe, é pecado.
- Mas eu não tô ofendendo, eu não falei.
- Corta aqui, corta aqui.
- Eu subentendi. Ela falou explicitamente.
- Gabriel: Essas tretas familiares... Então galera, espero que vocês tenham gostado da nossa introdução. A gente começou falando sobre comunismo, sobre Coreia do Norte, chegamos ao nível de falar de capivaras e brócolis, um caminho bem tortuoso, totalmente focado no conteúdo, cheio de pedras, de pessoas, uma buraqueira muito louca, parece a estrada do Paraíso (bairro), mas tudo bem. Mas, então, vamos entrar agora com a matéria, espero que tenham gostado pelo menos desse começo e até mais gente, aqui é o Gabriel e até mais.
- Tchau gente!
- Ana como sempre bem "seduzente".
- Continua no próximo episódio.
- Tchau peoples. Peoples não.
- Até mais guys.
- Tchau people, adeus. [...]
- Guilherme dá tchau também.
- Não ouçam isso de novo. Muito obrigado. [...]
- Google tradutor fazendo parte dessa nossa gravação (risadas). Fiquem com a matéria e com algumas músicas. Até mais.



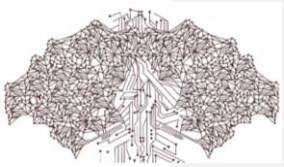
Evento mais relatável: Excetuando-se o tema do programa, direcionado a catástrofes especialmente relacionadas à Coreia do Norte, podemos dizer que estão presentes os tópicos mais comuns: "doença" (dengue, pessoas magras, não come direito), "sexo/namoro" (tá faltando atitude, fim do relacionamento) e "humilhação" (tem que ficar dando oi pra ele, Ninguém é melhor que ninguém, Você vai me atrapalhar). Também é possível notar a revelação de conflitos pessoais, intrigas e contendas, mediados tanto por aqueles cujo papel é fomentar como por quem busca apaziguar.

Músicas: This is gospel – Panic! At the Disco / That's what I like – Bruno Mars / Stone sour - Fabuless / Charlie Brown / Still got time - Zayn/ Friends – Justin Bieber / Now or never - Halsey / New rules – Dua Lipa / Focus – Ariana Grande

A fim de identificar sua origem, dez trechos e expressões desse programa foram buscados na Internet e encontrados em fontes variadas, como em notícias sobre esporte e política, principalmente; nas redes sociais; em artigos; enciclopédia; imagens; letras de música e obras da Literatura Brasileira.

As contranarrativas mais evidentes estiveram presentes nas abordagens sobre "magreza e gordura", quando a magreza é apontada como um malefício, contra o padrão de beleza composto pela figura da pessoa magra; também com relação à sonegação do imposto, quando se diz que "sonegar é defesa" e não crime; e está presente na afirmação de que o adolescente gosta de política, contrariando o senso comum e muitos artigos. Essas oposições às narrativas comuns trazem à tona o pensamento do psicólogo Festinger sobre dissonância cognitiva, que significa declarar o contrário à realidade.

Esse primeiro programa apresenta a característica da Composicionalidade Hermenêutica (Gestalt), segundo BRUNER (1981 apud FERREIRA NETTO, 2017).



REDES DE RELAÇÕES COLABORATIVAS: O FENÔMENO DOS GRUPOS NO FACEBOOK[1]

Rachel Capucho Colacique[2]

Redes são entrelaçamentos. Sejam de tecidos, fibras, cabos, proteínas, ou mesmo de pessoas que se inter-relacionam, interagindo de alguma maneira. São ajuntamentos com pontos em comum. Cada nó, ou elo, dessa teia pode ser originado por diferentes interesses, valores e objetivos. As redes podem ampliar-se e reconfigurar-se de maneira dinâmica e complexa, de acordo com o momento ou contexto em que se estabeleceram.

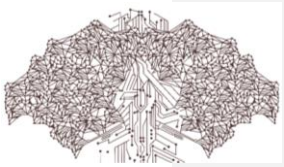
Por sua vez, redes colaborativas são "cadeias de relações, entre indivíduos ou grupos, baseadas em processos colaborativos, geralmente mediados por tecnologias de informação" (PEBORGH, 2013). Mais do que *estar* em rede, é *fazer* em rede.

No contexto da cibercultura, esses conceitos ganham proporções ainda mais intensas, uma vez que a rede mundial de computadores pode gerar uma infindável gama de interconecções, entre uma infindável gama de internautas. Como preconizava McLuhan, nossa grande aldeia interligada mundialmente, inteiramente conectada, tem gerado intensas trocas nas mais diversas esferas da vida cotidiana. Para o autor – que pensou o mundo global a partir do surgimento da televisão via satélite – o desenvolvimento tecnológico nos traria novamente a modos de vida inter-relacionais. Com o surgimento da internet, e a crescente possibilidade de produção e circulação de conteúdos por cada indivíduo conectado ao ciberespaço, essa profecia começa a se cumprir de modo mais notório (LIMA; COSTA FILHO, 2009).

---

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO. É aluna do curso de Doutorado em Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ. Mestre em educação pela mesma universidade PROPED/UERJ e participa do Grupo de Pesquisa Docência e Cibercultura – GPDOC/UERJ. E-mail: r.colacique@gmail.com

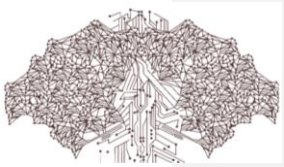


As redes estabelecidas entre pessoas, portanto, não são originárias da/na internet, nem tampouco são exclusivas do ciberespaço, mas podem ser redimensionadas e potencializadas por esse.

Se o mundo ocidental esteve organizado em nichos individualizados de poder e competitividade, a lógica da vida interconectada tem gerado modos outros de ser e fazer no mundo contemporâneo. Cada vez mais, seja na esfera privada ou mesmo nas práticas comerciais, as pessoas e empresas estão reorganizando valores e práticas, voltando-se a conscientização para modos mais sustentáveis de vida. Nesse sentido, "a web participativa, ao conectar milhões de pessoas, pode permitir que a humanidade dê um salto de consciência para novas formas de relacionamento, trabalho e organização"(PEBORGH, 2013).

Para Pretto (2010), a evolução tecnológica tem possibilitado mudanças qualitativas nas relações humanas, nas formas de sociabilidade, nas relações entre as sociedades e, inclusive, nas formas de produção de conhecimento. Para ele, pensar as tecnologias digitais interconectadas em rede, como um espaço social hipertextual, para além de uma perspectiva ferramental, tem trazido "a possibilidade de considerar a pluralidade de olhar dos sujeitos interagentes". O nomadismo possibilitado pela cultura digital móvel, por meio da conectividade ubíqua, possibilitou mais do que simplesmente a amplificação dos sentidos humanos, passando a operar em níveis de ideias. São as máquinas cerebrais, como nos aponta Santaella (2010).

O surgimento dessas máquinas cerebrais, segundo Pretto (2010), foi marcado por uma cultura participativa e colaborativa, pautado em seis princípios fundamentais: a) acesso total e ilimitado não só aos computadores, mas também a tudo aquilo que pudesse "ensinar a você alguma coisa sobre como o mundo funciona"; b) acesso livre e gratuito a toda forma de informação; c) estímulo a procedimentos pouco burocráticos com "liberdade de circulação de informações e acesso a elas por qualquer um"; d) valorização de saberes a partir das práticas apresentadas e não por critérios falsos "como escolaridade, idade, raça ou posição"; e) a possibilidade de criação de arte e beleza em um computador; f) a crença de que os computadores podem fazer a vida melhor.

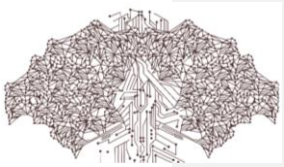


O autor traz ainda sete fundamentos da chamada "ética hacker", os quais dentro dessa perspectiva coletiva e aberta podem ser expandidos e evidenciar uma postura "para todos os campos das atividades humanas". "Paixão, liberdade, valor social (abertura), nética (ética da rede), atividade, participação responsável e criatividade, todas elas devendo estar presentes nos três principais aspectos da vida: trabalho, dinheiro e ética da rede" (HIMANEN, 2001, p. 125-127 *apud* PRETTO, 2010, p. 312).

Uma rede que surge colaborativa, em um contexto cultural de fazeres individuais, certamente chega revolvendo algumas bases dos modos de produção e circulação de conteúdos até então conhecidos. A exemplo dos espaços de compartilhamento de músicas, apontado por Pretto (2010, p.313) como redes distribuídas, não-hierárquicas e descentralizadas:

> Esses princípios dos hackers possibilitaram a construção do ciberespaço, que, com os aparatos tecnológicos digitais, possibilitou intrinsecamente a emergência de novas linguagens e de novas práticas de produção de conhecimentos e de culturas. Destacam-se, nesse campo, as redes ponto a ponto (peer-to-peer: rede entre pares, rede entre amigos, p2p), que têm como base a produção e a circulação colaborativa, que partilha as produções e os conhecimentos. O início desse movimento seguramente pode ser associado às trocas de arquivos pela internet através de pioneiros programas como o Naspter e com a possibilidade de compressão de arquivos de música a partir do algoritmo de compressão (proprietário) que ficou conhecido como mp3.

Além de causar grande alvoroço na indústria musical, esses programas revolucionaram toda uma lógica de produção cultural e entretenimento até então presentes. Se antes o artista precisava ser "lançado" por uma gravadora para ser notado por seu público, hoje a internet tem sido grande celeiro de talentos surgidos no anonimato de um vídeo despretensiosamente compartilhado. A exemplo do cantor canadense Justin



Bieber[3], e das brasileiras Anitta[4] e Mallu Magalhães[5], são inúmeros casos de artistas fazendo sucesso primeiro nas redes, para só então ser procurado por uma gravadora. De modo semelhante, as emissoras de televisão têm cooptado celebridades surgidas das redes. O coletivo de humor Porta dos Fundos[6], por exemplo, que iniciou suas atividades no Youtube em 2012, hoje conta com uma série televisiva em canal fechado, livro, DVD, um filme longa-metragem lançado, além de cada um de seus integrantes ter contrato em alguma emissora de televisão.

Pautado por esses princípios colaborativos, e de inversão das lógicas tradicionalmente estabelecidas, temos diversos outros exemplos disponíveis na rede mundial de computadores. A vaquinha online – ou crowdfuding – é um modo de financiamento participativo onde o internauta é o grande investidor. Desde projetos assistenciais, custeio de despesas médicas, viagens em família, ao desenvolvimento de produtos inovadores, cada usuário se mobiliza para levantar os recursos financeiros necessários para algum projeto. O site *Queremos!*[7] Foi criado para financiar shows que não contavam com grandes patrocinadores e, de outra forma, poderiam não ocorrer. Fundado em 2010, o grupo já realizou mais de 80 shows contando com a parceria dos fãs. A proposta é bem simples: os fãs indicam quais bandas eles gostariam de ver em sua cidade, e então são vendidas cotas de colaboração para realização do show. Cada cota equivale a um ingresso caso o show ocorra, caso o valor mínimo necessário não seja arrecadado, o show não acontece e o usuário tem seu dinheiro reembolsado.

São os internautas coletivamente mobilizando mudanças – mesmo que inicialmente pequenas – nas lógicas de produção cultural.

---

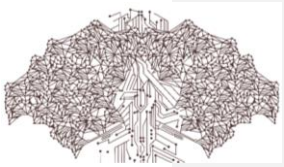
[3] Com mais de 520 milhões de visualizações, o vídeo que deu lançamento à carreira do cantor mirim pode ser visto em: https://www.youtube.com/watch?v=CHVhwcOg6y8 Acesso em 17 jun 2017.

[4] O vídeo que a lançou inicialmente nas redes pode ser visto em: https://www.youtube.com/watch?v=RklgdbKQ-SI Acesso em 17 jun 2017.

[5] O vídeo de lançamento da cantora pode ser visto em: https://www.youtube.com/watch?v=BDIM5njaspc Acesso em 17 jun 2017.

[6] Mais detalhes em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Porta_dos_Fundos Acesso em 17 jun 2017

[7] http://www.queremos.com.br/home



E por que afinal investigar os fazeres colaborativos na rede social Facebook? Entendemos que essas mudanças gradativas na forma como as pessoas se relacionam com outras pessoas na internet, também geram transformações nos modos como nos relacionamos com as informações e o conhecimento. A rede mundial de computadores como um universo de fenômenos relativamente recentes, pode trazer muitas contribuições ao fazer educativo dos espaços formais de escolarização. Em outras palavras: a escola tem muito a aprender com a rede!

> Em todo o mundo há uma enorme demanda por mudanças na educação, uma vez que, na dinâmica social contemporânea, transformações já vêm ocorrendo, o que sugere a necessidade urgente de se desenvolver outras estratégias para se pensar a educação contemporaneamente. A escola, nesse contexto, especialmente a pública, ganha especial destaque enquanto espaço físico tecnologicamente equipado para se constituir em uma verdadeira plataforma de integração e articulação da juventude. Essas escolas, esses espaços singulares, promovendo interações entre os sujeitos, entre si e com as tecnologias, promovem a convivência dos múltiplos contextos e das múltiplas subjetividades inerentes à espécie humana, configuram-se tanto como lugares específicos quanto como possibilidades de conexões com outros lugares, estes também específicos, promovendo outros entrelugares, fruto dessas relações singulares (PRETTO, 2010, p.313).

Além disso, como afirma Moreira e Januário (2014, p. 69), incorporar as redes sociais na escola "parece-nos um passo inevitável para mantermos a proximidade com nossos estudantes" uma vez que as redes podem permitir o desenvolvimento de "capacidades e estratégias de ensino/aprendizagem mais dinâmicas e interativas, abertas e criativas, possibilitando uma maior participação dos intervenientes, um melhor aproveitamento dos recursos e mais mobilidade de informação e conhecimento".

Em consonância com os argumentos aqui expostos, e objetivando contribuir com a reflexão sobre processos educativos no contexto contemporâneo, passamos a apresentar algumas práticas colaborativas nos grupos da rede social Facebook.

Grupos, páginas e perfis – diferentes propostas para diferentes objetivos.

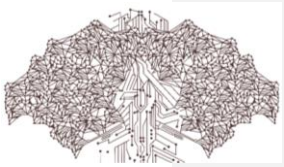
O Facebook oferece hoje três formas distintas de interação em sua rede: os perfis individuais, as páginas – também conhecidas como fan page – e os grupos de discussão. Com ferramentas diferentes, a escolha de cada uma depende dos objetivos do usuário.

O ***perfil*** é a interface mais utilizada, e atende aos usuários como um espaço pessoal. Por meio do perfil você adiciona amigos, compartilha conteúdos, curte páginas e interage em jogos e grupos.

As ***páginas*** são desenvolvidas para promoção de empresas, produtos, marcas ou idéias. Suas ferramentas permitem acompanhar índices de desempenho de cada postagem, ampliar o alcance de público que vê sua marca, além de outras opções destinadas às organizações comerciais. As páginas têm "seguidores" e "relacionamentos", mas não "amigos" como um perfil pessoal. Elas podem ser "anônimas" e gerenciadas por um grupo diverso de pessoas. Qualquer perfil pode criar e gerenciar uma ou mais páginas no Facebook, e toda página está necessariamente vinculada a algum perfil pessoal, embora este não seja de conhecimento dos seguidores da página.

Os ***grupos*** de discussão, por sua vez, são espécies de comunidades em que diversos perfis pessoais estão interligados por algum interesse em comum. Diferentemente das páginas, onde apenas os administradores podem fazer circular informação de forma relevante, os grupos podem permitir que qualquer membro inicie discussões e postagens. O Facebook dispõe de configurações que permitem gerenciar algumas opções no grupo, como por exemplo, a forma de ser localizado – abertos, fechados, públicos, secretos – a possibilidade de cada publicação passar pela aprovação de um moderador antes de ir ao ar, e quais usuários tem permissão para adicionar outros membros ou fazer postagens. De modo geral, os grupos permitem uma interação mais horizontal entre usuários, e as páginas uma interação mais vertical.

O fenômeno dos grupos no Facebook



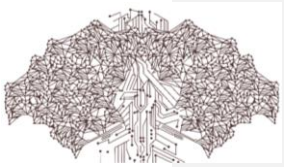
Você se interessa por música? Ou talvez culinária? Ou ainda tenha uma vontade enorme de compartilhar histórias com aqueles aventureiros que pegaram suas mochilas e saíram por aí desbravando o mundo. Para todos esses interesses, certamente, existe um grupo no Facebook para você!

Negócios, Apoio e encorajamento, hobbies e lazer, jogos, fotografia, pais e mães, animais e bichos de estimação, e por aí vai. São mais de vinte categorias que englobam os grupos disponíveis no Facebook. E, se ainda assim, você não encontrar um grupo que lhe agrade, você pode criar seu próprio grupo, se interligando a outros internautas com interesses comuns aos seus.

Embora não tenha sido criado com intencionalidade pedagógica, o potencial educativo do Facebook – e de seus grupos de discussão – já foi evidenciado por estudos como o de Santos (2015). Para a autora "o modo como nos apropriamos da interface é que irá condicionar de que maneira iremos usar a rede: com intencionalidade pedagógica ou não" (SANTOS, 2015, p. 36).

A seguir, traremos três categorias que exemplificam o potencial colaborativo e propulsor de aprendizagens em redes – mesmo que de modo não intencional – dos grupos no Facebook, a saber: a) grupos como fonte de pesquisa, formação e estudo; b) grupos como espaço de empoderamento, inclusão e autorias identitárias; e c) grupos como espaço de tessitura e compartilhamento de saberes.

Dado o universo e a riqueza de produções que circulam nos grupos do Facebook, certamente há uma quantidade muito maior de categorias que poderiam ser analisadas. Mas no presente texto, escolhemos essas três categorias para essa conversa – que se propõe também um exercício do olhar – em que procuramos dialogar com o cotidiano, e aprender com ele, observando algumas de suas práticas. Vale destacar que cada grupo existe de modo complexo na rede, atuando hora em uma ou outra, hora em várias categorias simultaneamente. Portanto, essas nomenclaturas e categorizações apenas nos auxiliam a expor o conteúdo aqui apresentado e não têm caráter engessador de análise.



a) Grupos como fonte de pesquisa, formação e estudo.

A pesquisa de doutorado intitulada "Formação de formadores e educação superior na cibercultura: itinerâncias de grupos de pesquisa no Facebook" de Rosemary dos Santos (2015) apresenta ambiências e práticas formativas de diversos Grupos de Pesquisa da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), os quais por meio da articulação entre o espaço da universidade e das/nas redes sociais, criaram e fortaleceram redes de docência e aprendizagens.

> A tese revela que a formação do formador na cibercultura forja outros espaçostempos de pesquisa acadêmica e de criação de dispositivos online. Revela também que os usos do digital em rede pelos praticantes da pesquisa fizeram emergir processos de orientação coletiva, de experiências formadoras e de articulação da interface cidade–universidade, estabelecendo outros sentidos para a prática pedagógica e para a pesquisa acadêmica (SANTOS, 2015, p. 7).

Assim como os grupos estudados pela autora, existem muitos outros grupos de pesquisa e também grupos de alunos de cursos presenciais e/ou à distância, que usam o espaço do Facebook para ampliar as relações tecidas para fora dos limites institucionais. Além desses, há grupos para compartilhamento de chamadas para publicações e eventos científicos nas mais diversas áreas acadêmicas. Há também grupos para compartilhamento de material de estudo, seja para o aprendizado autodidata de algum conteúdo, seja para tirar dúvidas e complementar os estudos que fazem junto a alguma instituição. Também tem espaço para os estudantes de música, idiomas, concursos públicos, ou outros fins.

O movimento Poliglotas da Depressão

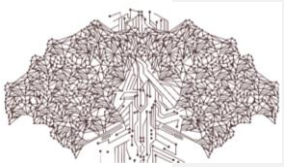
Fundada despretensiosamente em 2012, por dois jovens de apenas 14 anos de idade, a página proporcionava risadas certeiras para todos aqueles que se aventuravam a estudar alguma outra língua que não fosse a sua nativa.

Postando piadinhas e memes com experiências inusitadas vividas pelos estudantes de línguas, além do compartilhamento de materiais para estudo, a página ganhou grande notoriedade e acabou gerando todo um movimento PdD – Poliglotas da Depressão – no Facebook (e até fora dele!). A partir da Fan Page – que hoje tem mais de 16 mil seguidores – foram criados grupos distintos para o estudo de cada idioma, alguns com mais de três mil membros. Hoje é possível encontrar Grupos de Estudos do movimento PdD sobre Árabe, Latim, Alemão, Francês, Espanhol, Esperanto, Finlandês, Georgiano, Língua Romena, entre outros. Além dos estudantes, são convidados também usuários nativos dos idiomas, para que auxiliem no aprendizado.

De modo colaborativo, esses jovens se juntaram a tantos outros e trançaram fios de uma rede gigantesca, conectando pessoas e saberes ao redor do mundo todo. Hoje existem grupos também que se articulam no Whatsapp, por meio dos quais os estudantes podem treinar conversação e pronúncia em outros idiomas. De modo semelhante, outros espaços na internet favorecem esse aprendizado de línguas, como é o caso do site Forvo[8]. Toda essa movimentação evidencia os processos de aprendizagens que ocorrem nas redes sociais da internet e são favorecidos pelas redes entre praticantes da vida cotidiana, que habitam os espaços ciberculturais.

Movimentos pautados não simplesmente em credenciais ou títulos de certificação acadêmica, mas em conhecimentos práticos demonstrado por quem domina algum idioma, independente do modo como tenha aprendido. Esses saberes são validados pela própria comunidade presente na rede também, que pode avaliar, compartilhar e/ou criticar as informações disponíveis. Aprendizagens que acontecem "quando aparentemente nada se passa" (PAIS, 1993).

[8] O site colaborativo criado em 2011 oferece aos usuários palavras e frases pronunciadas nos mais variados idiomas. Sua grande vantagem em relação aos tradutores e dicionários automáticos, é que cada pronúncia é gravada por um, ou mais, falantes nativos da língua solicitada. Disponível em: https://pt.forvo.com/



O que nos traz novamente ao pensamento um dos princípios da ética hacker, como um dos fundamentos geradores da internet, apresentado no início desse texto: "julgue as pessoas pelo que elas criam e não por suas credenciais" (FIGUEIREDO; FERREIRA; BAPTISTA, 2012, p 36).

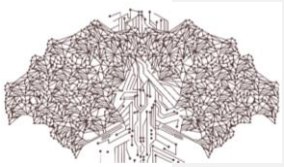
Pensando em termos práticos, quanto custaria a mensalidade em uma escola de idiomas que se propusesse a ensinar tantos conhecimentos? Talvez muito mais do que eu e você pudéssemos – ou estivéssemos dispostos – a pagar. Essa rede de aprendizagem colaborativa tem um potencial educativo gigantesco, principalmente por permitir acesso a usuários da internet que talvez de outra forma não pudessem adquirir esses conhecimentos. Sobre a potencialidade das redes de caminharem na contramão do poder do capital, Silveira (2008, p. 34) afirma:

> [...] No cenário digital, da forma como a internet foi estruturada, o capital controla a infra-estrutura de conexão, mas não controla os fluxos de informação, nem consegue determinar as audiências. Também não pode impedir o surgimento de portais e sites independentes e desvinculados do poder político e econômico. Com o surgimento da blogosfera e de outras ferramentas colaborativas, o capital passa a ter que disputar as atenções como nunca ocorrera no capitalismo industrial.

O fazer colaborativo em rede é muito mais potente do que sonha nossa vã filosofia! O que nos leva ao próximo ponto de argumentação desse texto.

b) grupos como espaço de empoderamento, inclusão e autorias identitárias.

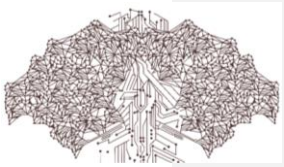
Do ponto de vista da educação e formação humana, a internet tem um poder transformador sem precedentes. Contrapondo-se às mídias tradicionais de massa, não são apenas reprodutoras de identidades, mas geradoras, como nos ensina Soares e Rangel (2004):



> Ao mesmo tempo em que os processos de globalização e midatização tendem a agir como agentes de uniformização planetária a reboque do capital e do neoliberalismo, eles vêm possibilitando a emergência de novas identidades, não só aquelas produzidas nas relações de consumo, mas também outras formas de identidades políticas e culturais construídas na reação ou nas brechas abertas por esses processos. [...] A partir desta perspectiva, se estabelece uma outra relação entre saber, poder e identidade. Não se trata de celebrar a diferença e a diversidade, mas de questioná-las. Quais são os mecanismos de construção de identidade e de diferença e em que medida eles estão vinculados com relações de poder? [...] Nas sociedades contemporâneas, os meios de comunicação e de informação corporificam muitos elementos verificados na cena cultural e social, tais como a fragmentação, o hibridismo, o pastiche, a colagem e a ironia. Observa-se a emergência de uma identidade descentrada, múltipla e fragmentada, que, em certa medida, pode ser interpretada como radicalização do questionamento às formas de conhecimento e comportamento dominantes (SOARES; RANGEL, 2004, p.8).

Diferenciam-se das mídias tradicionalmente reprodutoras, talvez, por seus espaços para as mais diversas vozes, por mais baixinhas e silenciosas que sejam. São geradoras porque possibilitam o encontro de pequenos córregos, que individualmente talvez sejam rasos, mas podem muito em suas afluências. Gosto muito de um vídeo desses virais da internet, onde uma menina amputada ganha uma boneca com uma prótese: “Ela é igual a mim![9]”. A menina, de 10 anos, chora de emoção, abraça e beija o brinquedo, e repete agradecendo por ter uma boneca igual a ela. O que me leva a pensar: sim! Representatividade importa!

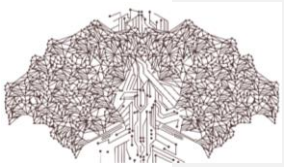
[9] https://noticias.terra.com.br/mundo/videos/menina-chora-com-boneca-com-protese-ela-e-igual-a-mim,8111346.html



O processo de reconhecer-se representado parece andar de mãos dadas com o conceito de empoderamento (*empowerment*). O termo tem origem nos movimentos em defesa dos direitos civis – na década de 70, nos Estados Unidos – e designa os processos pelos quais "as pessoas, as organizações, as comunidades tomam controle de seus próprios assuntos, de sua própria vida, tomam consciência da sua habilidade e competência para produzir, criar e gerir seus destinos" (COSTA, 2004, p. 7). Não se trata de um poder estático – como o estatal, ou coercitivo – mas um poder que flui em todas as instâncias da vida social (BENJAMIM, 2010). É a ação de participar ativamente dos processos de conscientização sobre si mesmo, bem como sobre direitos sociais e civis, é a formação de uma consciência – individual e coletiva – necessária para superar as formas externas de dominação e imposição de papéis sociais.

> O empoderamento implica, pois, no reconhecimento das restrições sociais a que a categoria está submetida e da necessidade de reversão dessa situação, por meio de mudanças em um contexto amplo/público (inserção em cargos de poder/decisão, educação não sexista e serviços de saúde adequados) e também em contextos mais específicos, ou individuais (aumento de autoestima e autonomia, reorganização do trabalho doméstico, etc) (Cortez; Souza, 2008, p. 172).

Em outras palavras, o termo *empowerment* alicerça movimentos de resistência política, voltados para promoção da autonomia e liberdade dos indivíduos envolvidos – os movimentos feministas, as lutas contra o racismo, movimentos antipobreza, movimentos ecológicos, em defesa dos direitos LGBTs, lutas sindicais, dentre outros – um processo que, sobretudo, visa transformar a realidade, a partir da tomada de



consciência. É um processo que objetiva "compreender as causas subjacentes às formas opressivas de vida e engajar-se em ações coletivas para transformá-las":

> *Empowerment* é definido como a capacidade de analisar as causas da impotência ou falta de poder, reconhecer as forças sistêmicas opressivas e engajar-se em ações políticas e sociais, em âmbito individual e coletivo, para mudar as nossas vidas. Nesta perspectiva, *empowerment* não é algo feito "por" ou "para" alguém, mas sim um processo em que as pessoas entram em contato com seu próprio poder. É concebido como um *continuum*, englobando o *empowerment* pessoal, o desenvolvimento de pequenos grupos, a organização comunitária, a advocacia de coalisão e a ação política (SILVA, 2008, p. 2).

Nesse sentido, a web interativa, por meio principalmente das redes sociais, tem contribuído significativamente para o fortalecimento das identidades e, consequentemente, das diferenças. No Facebook, é possível encontrar vários exemplos de grupos dentro desse perfil.

Moça, seu relacionamento é abusivo, e a gente mete a colher mesmo!

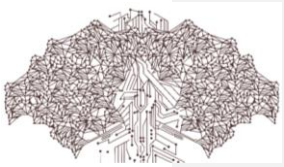
Grupos de apoio e empoderamento feminino como o "Moça, seu relacionamento é abusivo 2.0[10]" são espaços onde mulheres compartilham seus dilemas e vivências, trocando experiências e promovendo a valorização de práticas relacionais não abusivas. As integrantes do grupo podem mandar seus relatos para as moderadoras, para serem postados de maneira anônima, ou podem elas mesmas expor diretamente suas dúvidas sobre determinadas ações de seus/suas parceiros/parceiras. Recebendo os comentários e indicações de outras participantes.

[10] https://www.facebook.com/groups/857300964382141/?ref=br_rs



Conhecer a experiência de vida de outras mulheres, a partir de suas narrativas, é um processo formativo importante. Reunir essas experiências, pensando *com* elas e *sobre* elas. Esse compartilhamento de memórias é formativo e, tomando de empréstimo as palavras de Reis (2014, p. 122) "percebo a formação de uma rede que se emaranha na produção de conhecimentos comuns a todos os envolvidos no processo e ao mesmo tempo se singulariza pela riqueza que a vida de cada um nos mostra em suas particularidades e diferentes aprendizagens".

Acontecimentos tão comuns e, ao mesmo tempo, tão singulares. Experiências cotidianas que, como nos ensina Larrosa (2002, p. 21), são "o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca". E que tem um potencial transformador, como nos lembra Reis (2014, p 130) "Para expandir o presente e contrair o futuro, será necessário, então, viver e narrar, na perspectiva de multiplicar experiências que se apresentam por meio das diversas formas de ser e estar no mundo".



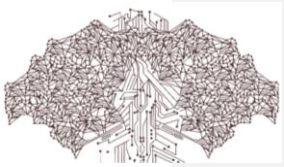
Essas narrativas compartilhadas em redes são colaborativas e são, em potência, também lugares de *pensarpraticar* emancipação, "um convite aberto para conversar com o outro, falar, escutar-nos, interrogar-nos, contestar-nos, mas, sobretudo, pensar com o outro" (SAMPAIO; RIBEIRO, 2014, p. 157).

> Apostamos na narrativa como uma forma de partilhar o mundo vivido, uma vez que vivemos e organizamos a vida desta maneira (RICOUER, 2010). Uma possibilidade de dar-se a ler ao outro e de se permitir ser lido em nosso discurso. De compartilhar experiências, de abrir-se à possibilidade de experiência. Quem sabe reconhecer-se na narrativa do outro e, quem sabe, ir se (trans)formando, ao se perguntar e/ou mesmo se estranhar [...] Quanto do outro não está em nós? Às vezes, somente no movimento de escutar, olhar, atentar ao outro conseguimos nos perceber, perceber nosso inacabamento. Com os outros podemos ampliar, partilhar, aprender. Outros parceiros, companheiros. Outros a quem experienciar a prática também oferece incômodo, desconforto, suspeita de que algo poderia ser diferente. Essa dinâmica de diálogo, de pensar sobre a atuação pedagógica, de narrar(-se) é formação; singular e coletiva... (SAMPAIO; RIBEIRO, 2014, p. 154, 155).

Quem sabe o que esse compartilhamento poderá construir? Essas moças narram seus cotidianos, e a internet o ecoa ao infinito.

c) grupos como espaço de tessitura e compartilhamento de saberes.

Poucas coisas na vida são tão interessantes quanto aquela sensação boa de aprender uma coisa nova, não é mesmo? Uma alegria com gostinho de vitória. Muito embora aprendamos coisas novas quase todos os dias, nem sempre nos damos conta disso, ou nem sempre valorizamos os aprendizados ocorridos. Isso, infelizmente, costuma acontecer com certa frequência nos espaços escolares onde são priorizados certos tipos de aprendizados, em detrimento de outros considerados de menor relevância.



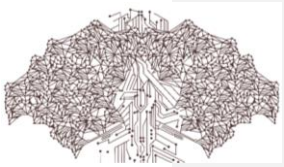
Como aponta Alves (2001), "aprendemos com todos os setores dominantes, durante os últimos quatro séculos, que o modo como se cria conhecimentos no cotidiano não tem importância ou está errado e, por isto mesmo, precisa ser superado". A autora nos ensina sobre a urgência de abrirmos nossos olhos para contemplarmos as práticas cotidianas como fontes legítimas de *saberesfazerespensares*, promovendo a valorização das redes de *aprendizagemensino*.

Talvez (e isso é um questionamento) a "despesa improdutiva" das redes sociais da internet, apontada por Maffesoli e Martins (2011) como algo que "nada disso serve para alguma coisa", tenha alguma serventia prática. Quando os autores falam sobre os cavaleiros pós-modernos com sede do infinito, podemos nos remeter à navegação fruída que nos fala Pretto (2010).

> Sem duvida, o apelo do desconhecido, ou como dizia Durkheim, "sede do infinito". Não é de outra coisa que se trata no caso dos cavaleiros pós-modernos. Navegam na Internet a procura de um Graal, o qual, todavia, a semelhança de todo Graal, não tem contornos, nem conteúdo preciso. De importante mesmo, apenas o caminho, a vagabundagem, o próprio acto de "navegar" (MAFFESOLI; MARTINS, 2011, p. 49).

De acordo com Nelson Pretto:

> [a internet] Configura-se, assim, um verdadeiro labirinto, com inúmeras possibilidades que serão vivenciadas a partir do caminhar, ou do navegar, ou do estar à toa na rede. Da metáfora inicial usada para significar a utilização da internet (navegar) chegamos a esse à toa, do caminhar sem compromisso (to browse), como sugeriu Sérgio Costa, no III Encontro Nacional sobre Hipertexto, em 2009. As primeiras inspirações da relação que estabelecíamos com o ciberespaço levava-nos à figura do "navegar é preciso", utilizada por Fernando Pessoa. E, já naquele período, alertávamos para a necessidade de pensar a palavra "preciso" no referido verso, não associando-a à precisão, à exatidão. Passamos, portanto, do "navegar é preciso" ao "navegar não é preciso" e, hoje, ao andar descompromissadamente pela rede mundial de computadores, captando daqui e dali fragmentos que vão construindo o todo a partir desses movimentos em torno dos links oferecidos e dos criados pelos



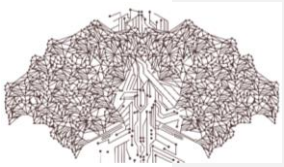
> internautas. Os movimentos se dão, portanto, pelos labirintos das redes (PRETTO, 2012, p. 307).

No mesmo texto, os autores indicam que o "virtual das ciberculturas é sem dúvida uma maneira de exprimir o desejo de ser-com-outros", e complementam "ser-com-outros – um nada que é tudo" (MAFFESOLI; MARTINS, 2011, p. 48). Aí estaria o grande "nada" que a rede proporciona. Ao conectar pessoas. E saberes. E práticas. E, portanto, gerarem aprendizagens. Uma vez que a interatividade proporcionada nos ambientes ciberculturais, aliada à possibilidade de navegabilidade flúida, são justamente as propulsoras das aprendizagens ubíquas que nos fala Santaella (2014), aquelas aprendizagens livres, soltas e ocasionais, bem como um tanto dispersiva, fragmentária e pulverizada, que tem nos transformado cognitivamente, potencializando a aquisição de conhecimentos. "A aprendizagem por meio das redes e nas redes" (SANTAELLA, 2014, p.18).

> A aprendizagem ubíqua, por sua vez, pode se dar em quaisquer circunstâncias, a qualquer momento, em qualquer lugar. Ela se dá sempre no aqui e agora, sendo, por natureza, dispersa, casuística, o que pode levar muitos a negar que haja aí processos de aprendizagem. Afirmo que há. Embora seja um processo bem distinto daquilo que costuma ser chamado de aprendizagem como fecundação do conhecimento como guia para a ação deliberada, coerente e eficaz no mundo da vida social, a aprendizagem ubíqua é prenhe de lampejos de aprendizagem, funcionando também como estopim da aprendizagem quando uma informação fisga o interesse do usuário, levando-o a caminhar dentro dela até seus meandros mais recônditos e especializados (SANTAELLA, 2014, p.21).

Nesse caminho, observando as tramas das redes sociais da internet, podemos perceber teias de aprendizagens cotidianas de mulheres cujo foco de aprendizado é incentivado e mobilizado pelo interesse em fazer festas.

Olê muié rendera, olê muié renda... tu me ensina a fazê festa, que eu te ensino a compartilhá



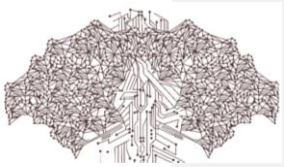
O grupo "Fazendo a nossa festa"[11]conta com mais de 370 mil membros. Um grupo gigante, de maioria predominantemente feminina, cujo nó que as une, é o objetivo de organizar uma festa. No espaço são disponibilizados materiais e compartilhadas dúvidas. As meninas trazem os temas que querem utilizar no evento e cada membro vai dando dicas e ideias de forma colaborativa.

É curioso perceber que não há medo da exposição. Embora a maioria dessas pessoas nem se conheçam, as participantes interagem mandando fotos de seus feitos artísticos e se abrindo às avaliações e críticas do pares ali presentes, e compartilhando com alegria cada pequena conquista. Nessa "lógica da descoberta", cada pequena rotina no grupo é alterada por rupturas e reinvenções nos modos de se realizar o sonho de uma festa, ali naquele cotidiano (STECANELA, 2013, p. 65).

Não há medo da "cola" – e se alguém copiar de mim? – não há medo porque a cópia não é uma ameaça, mas até um sinal de certo prestígio – gostaram tanto do que eu sugeri que até copiaram! – aqui vemos como há força na autoria! Autorizar-se é um ato de coragem. E, como nos casos das mulheres rendeiras, a aprendizagem coletiva e colaborativa é reinante.

> A visão pós-moderna de conhecimento passa a valorizar o trabalho coletivo. A imagem de um gênio individual e a ênfase no esforço próprio (que atinge o ápice na figura do que os americanos chamam de self-made man) são próprias da modernidade. O homem pós-moderno, por seu turno, não apenas busca no grupo a sua satisfação, mas também reconhece nas equipes e no processo coletivo uma forma de compartilhar informações e resultados. É o que Surowiecki (2006, p. 12) chama de sabedoria das multidões. Sua defesa é de que, "sob as circunstâncias corretas, grupos são impressionantemente inteligentes, e freqüentemente são mais inteligentes que a pessoa mais inteligente em seu interior" (PRIMO, 2008 P. 55).

[11] https://www.facebook.com/groups/Blogfazendoanossafesta/?ref=br_rs



E a escola nisso tudo?

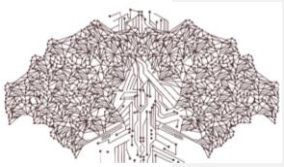
Em nosso entender, a escola pode acionar muitos aprendizados, a partir dos exemplos de produções colaborativas aqui elencados. Não como uma lista prescritiva – o que nem seria possível – mas como pistas de práticas culturais que já são vividas no contexto cibercultural e que podem, a seu modo, contribuir com o ensino organizado de maneira formal.

Ao que podemos dialogar também com a compreensão de Pretto (2008), que afirma a urgência de se viabilizar redes de internet banda larga em todos os lugares do país, como um item básico fundamental. Mas não parando apenas por aí, sob a falsa sensação de conectividade. Para o autor é imprescindível que o internauta não tenha apenas "acesso" a internet, mas saiba – e possa – acionar e mobilizar conhecimentos.

> E ao cidadão resta a sensação de estar integrado ao planeta, tão-somente porque sabe o que está acontecendo longe de seu próprio contexto de vida. Isso, seguramente, é bom, mas é muito pouco. Nesse caso, é preciso que nos questionemos sobre os limites de ter acesso ao mundo de informações como quem acompanha um espetáculo, como um mero (tele) espectador. É isso o que queremos? Seguramente, não (PRETTO, 2008, p. 70).

Para tanto, é preciso formar leitores-navegadores que saibam "ler" os ambientes ciberespaciais por meio da experiência:

> Poderia falar-se, então, de uma alfabetização que não tem a ver com ensinara ler no sentido da compreensão, senão no sentido da experiência. Uma alfabetização que tenha a ver com formar leitores abertos à experiência, a que algo lhes passe ao ler, abertos, portanto, a não se reconhecer no espelho (LARROSA, 2011, p. 9).



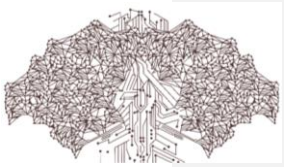
Vale ressaltar que todas as categorias aqui apresentadas são apenas para efeito didático do texto. Elas transitam livremente a despeito de qualquer tentativa de categorização feita pelo pesquisador. Todos esses grupos trazem narrativas com grande potencial para/de aprendizagem, e assim por diante. Os conteúdos inter-relacionam potenciais e intencionalidades, além de estarem disponíveis para inúmeras outras recriações.

E assim já é possível perceber a necessidade dos educadores estarem atentos a esses fenômenos e mudanças que o contexto cibercultural tem potencializado. Pois como bem afirma Lemos (2002, p. 111), que devemos ter consciência de que "embora permeado de sonhos e crenças, o ciberespaço não está por vir. Ele não é uma utopia [...] Ele é hoje uma realidade, instituindo efetivamente uma comunicação bidirecional, aberta e multimodal".

Por que seria relevante, academicamente, analisar fenômenos relacionados aos grupos do Facebook? Em que essas produções podem contribuir com o trabalho pedagógico, didático, dos educadores e demais profissionais que atuam junto aos espaços formativos escolares? Como procuramos abordar nesse texto, todas essas produções que circulam nas redes são também produções culturais, são sentidos expressos, são idéias, conceitos, transformados e materializados em conteúdos e imagens desprendidas circulando no ambiente virtual. Todas essas produções são também pistas dos caminhos de aprendizagem e produção de conhecimento pelo qual perpassam aprendizagens cotidianas e voláteis. Sendo assim, acreditamos que olhar atentamente para fenômenos como esse, propiciados e potencializados pelo digital em rede, pode trazer contribuições para os processos educativos e formativos.

Para encerrar provisoriamente esse texto, quero evocar as palavras de Alves (2001, p. 9): "Vale a pena prestar atenção, observar, estudar, analisar e compreender situações iguais a estas para entender melhor nossas redes cotidianas de *aprenderensinar* e as maneiras como são tecidos os currículos no dia-a-dia das escolas e das salas de aula".

Palavras-chave: Facebook; Cibercultura; Redes educativas; Redes sociais; Cotidianos.



Referências bibliográficas

ALVES, Nilda. Decifrando o pergaminho: o cotidiano das escolas nas lógicas das redes cotidianas. In: OLIVEIRA, I.B.; ALVES, N. (Org.). **Pesquisa no/do cotidiano das escolas:** sobre redes de saberes. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BENJAMIN, T. (2010), "Brebotos e burugangas: analisando o 'empoderamento' infanto-juvenil no sertão paraibano". CAOS – **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, 15: 31-36. http://www.cchla.ufpb.br/caos/n15/1%20artigo%20tatiana.pdf Acesso em 7 jan. 2018.

COSTA, A. A. A.. Gênero, poder e empoderamento das mulheres. A quimica das mulheres, Salvador, p. 20 - 21, 08 mar. 2004. https://pactoglobalcreapr.files.wordpress.com/2012/02/5-empoderamento-ana-alice.pdf Acesso em 7 jan. 2018.

LARROSA, J. Notas sobre a experiência e o saber da experiência. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, v.11, n.19, p.20-28, jan.-abr. 2002. Disponível em http://www.anped.org.br/rbe/rbedigital/RBDE19/RBDE19_04_JORGE_LARROSA_BONDIA.pdf. http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n19/n19a02.pdf Acesso em: 7 jan. 2018.

LIMA, Juliana Diógenes de Araújo; COSTA FILHO, Ismar Capistrano. **O Conceito de Aldeia Global de Mc Luhan Aplicado ao Webjornalismo**. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIêNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2009, Curitiba, Pr. **Anais...** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009. p. 1 - 12. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1816-1.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2018.

PAIS, J. M. Nas rotas do quotidiano. **Revista Crítica de Ciências Sociais**. Lisboa, n.37, jun. 1993.

PEBORGH, Ernesto Van. **O crescimento das redes colaborativas.** 2013. Disponível em: <http://www.aviagemdeodiseo.com/blogbr/2013/02/o-crescimento-das-redes-colaborativas/>. Acesso em: 7 jan. 2018.

PRETTO, Nelson. Redes colaborativas, ética hacker e educação. **Educ. rev.,** Belo Horizonte , v. 26, n. 3, p. 305-316, Dec. 2010 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-46982010000300015>. Acesso em 7 jan. 2018.

SANTAELLA, L. Aprendizagem ubíqua no contexto da educação aberta. **Revista Tempos e Espaços em Educação**, São Cristóvão, Sergipe, v. 14, p. 15-22, 2014. Disponível em: https://seer.ufs.br/index.php/revtee/article/view/3446/3010 Acesso em: 7 jan. 2018.

_____, L. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010

SANTOS, Rosemary. **Formação de formadores e educação superior na cibercultura:** itinerâncias de grupos de pesquisa no Facebook. Tese de Doutorado

SOARES, M. C. S. ; RANGEL, V. M. B. P. . **A mídia como geradora de identidade e história**. In: 2º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2004, Florianópolis. Anais - Programa e trabalhos em GTs - História do Jornalismo, 2004.

STECANELA, Nilda. O cotidiano como fonte de pesquisa nas Ciências Sociais. **Conjectura:** Filosofia e Educação (UCS), v. 14, p. 63-75, 2009. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/cotidiano.pdf Acesso em: 7 jan. 2018.

REFLEXÕES A PARTIR DA PRÁTICA - ANÁLISE DA OFICINA CONHECENDO O GOOGLE DRIVE".1

Raíra Santos Torrico[2]; Richard Romancini[3]

Introdução

Este artigo visa apresentar uma análise da experiência prática de oficina realizada no curso de extensão Encontro USP-Escola, vinculada à temática Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes e tendo como objeto a ferramenta *Google Drive*.

A partir dos estudos realizados na disciplina acadêmica do curso de licenciatura em educomunicação: "Atividades Acadêmicas, Científicas e Culturais III", o grupo[4] foi convidado a realizar uma oficina que compunha o calendário de atividades do programa de extensão Encontro USP-Escola, sendo o objetivo principal deste projeto propor cursos de atualização para professores de diversas disciplinas do ensino médio, com temas e abordagens diversificadas, procurando responder às demandas atuais da escola básica, como por exemplo, o desenvolvimento de habilidades digitais para professores.

Com a proposta de trabalhar o tema da "Educomunicação na cultura digital", a reflexão inicial do grupo foi apresentar como, cada vez mais, a tecnologia está presente nos ambientes formais e informais, influenciando o modo de vidas de professores e alunos e modificando a forma como eles se conhecem, interagem e trocam informações. Nesse contexto, a justificativa da oficina é oferecer aos docentes da rede pública vias para acompanhar as mudanças digitais e permitir aos professores conhecimentos para que possam contribuir com a ampliação da cultura digital nas escolas públicas e privadas.

Com isso, pretende-se não apenas propiciar a atualização de conhecimentos, como também criar um ambiente de trocas de experiências, vivências e práticas educacionais entre professores e as diferentes propostas desenvolvidas na USP, dentro do período de realização das atividades.

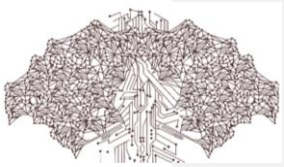
A partir desse contexto, a principal demanda identificada pelo grupo foi atender a necessidade de atualização na formação dos docentes do ensino médio, abordando

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 19: Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Pesquisadora é estudante da Escola de Comunicações e Artes. É licencianda da educomunicação (ECA). E-mail: raira.storrico@gmail.com.

3 Pesquisador e professor doutor da Escola de Comunicações e Artes. É doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2006) e leciona a disciplina Atividades Acadêmicas, Científicas e Culturais III (ECA). E-mail: richard.romancini@gmail.com.

4 O grupo inicial foi formado pelos estudantes da licenciatura em Educomunicação Carla Grella, Daniella Fideles, César Augusto e Raíra S. Torrico.



questões relativas à presença da mídia como ator social e mediação educativa (Martín-Barbero:2001), para explorá-la como conteúdo e como estratégia de suas práticas pedagógicas.

Dessa forma, o computador, como um importante representante da tecnologia, deve participar da construção de conhecimento dos alunos, tendo o professor como mediador deste processo.

O conceito de mediador pode ser entendido como:

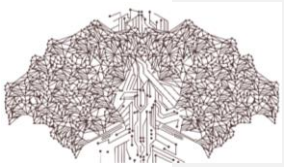
> […] Reconhecemos que o campo da inter-relação comunicação/educação se materializa em algumas áreas de intervenção social, tais como […] b) A área da mediação tecnológica na educação, compreendendo o uso das tecnologias da informação nos processos educativos. Trata-se de uma área que vem ganhando grande exposição devido à rápida evolução das descobertas tecnológicas e de sua aplicação ao ensino, tanto o presencial quanto o a distância. Sabemos que os recursos tecnológicos clássicos, como o rádio e a televisão, tiveram dificuldade de ser absorvidos pelo campo da educação, especialmente por seu caráter lúdico e mercantil. Tal fato foi o principal responsável pela resistência dos educadores em dialogar com as tecnologias. O computador veio abalar essa dicotomia, pois possui em si mesmo os meios de produção de que o pequeno produtor cultural – o aluno e o professor - necessitam para seu trabalho diário. (SOARES, 2000, p.22)

O ensino através das recentes TICs – Tecnologias da Informação e Comunicação, tem como principal mediador o professor, que por sua vez, tem como função destaque ajudar o estudante a buscar informações, questionar e formar ideias relacionadas ao que foi estudado e debatido, em um viés educativo mais aberto e construtivista, criando caminhos para que o processo de aprendizagem possa ser percebido como "um processo pessoal, reflexivo e transformador no qual ideias, experiências e pontos de vista são integrados e algo novo é criado."[5] Dentro desta ideia, o estímulo ao corpo discente deve partir de algo já vivenciado pelo docente, afim de permitir algum significado próprio para todos os conteúdos vistos em sala de aula, ou seja, a construção de conhecimentos começa nas vivências previamente percebidas e praticadas pelos professores e alunos. Assim, este novo papel do professor tem a função de acompanhar e orientar os estudantes, ajudando-os a desenvolver aprendizados junto aos *softwares online*, como o *Google Drive*, ferramenta escolhida para a oficina, e aprimorando sua manipulação a cada uso.

Por TICs, conforme apresentado por Miranda[6], podemos entender que:

[5] SANDHOLTZ, J. Haymore. Ensinando com tecnologia: criando salas de aula centradas nos alunos. Porto Alegre: Artes Médicas. 1997. p. 29.

[6] Guilhermina L. Miranda, licenciada em psicologia pela Universidade do Porto. Mestra em Psicologia Educacional e Doutora em Educação pela Universidade de Lisboa. Ensina e pesquisa nas áreas de psicologia da educação e tecnologia educacional, incluindo teorias e modelos de aprendizagem humana e design instrucional.



> O termo Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) refere-se à conjugação da tecnologia computacional ou informática com a tecnologia das telecomunicações e tem na Internet e mais particularmente na *Worl Wide Web* (WWW) a sua mais forte expressão. Quando estas tecnologias são usadas para fins educativos, nomeadamente para apoiar e melhorar a aprendizagem dos alunos e desenvolver ambientes de aprendizagem, podemos considerar as TIC como um subdomínio da Tecnologia Educativa. (MIRANDA, 2007, p.43)

Para a autora, as TICs fazem parte do domínio da Tecnologia Educativa, apresentando também o conceito desta, sendo:

> Esta definição tem em conta o que é considerado o domínio da Tecnologia Educativa que engloba três subdomínios que vão influenciar o aluno e a sua aprendizagem. São eles: 1) as funções de gestão educacional, 2) as funções de desenvolvimento educacional, e 3) os recursos de aprendizagem. (MIRANDA, 2007, págs. 42-43).

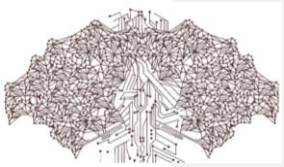
Assim, para desenvolver o domínio sobre as TIC, a partir das Tecnologias Educativas, é preciso considerar a soma de conhecimentos, competências e atitudes em relação aos computadores possibilitando a formação de uma confiança com a tecnologia computacional para aplicá-la em sua vida diária. (MIRANDA, 2007).

Além deste conjunto, a autora também aponta três subdomínios que influenciam este processo de aprendizagem, sendo o primeiro "as funções de gestão educacional", referindo-se às chamadas competências digitais[7], habilidades cada vez mais exigidas dentro da atual Era da Informação, como manusear o mouse, digitar, abrir arquivos, navegar na internet, dentre outras ações básicas necessárias para usar os dispositivos tecnológicos.

O segundo subdomínio que a autora cita são "as funções de desenvolvimento educacional", uma continuação do primeiro subdomínio, visto que após possuir estas habilidades essenciais, é necessário um esforço de reflexão e modificação de concepções, metodologias e práticas de ensino para desenvolver ações de integração com as tecnologias dentro da sala de aula, expandindo seus usos para além dos pessoais. Esta mudança também encontra uma série de obstáculos para se concretizar, seja por falta de: infraestrutura, apoio técnico, recursos financeiros, domínio pedagógico, ou ainda "mau comportamento e atitudes dos alunos, o ambiente físico, problemas técnicos e gerenciamento de software e a dinâmica do ambiente da sala de aula."[8]

[7] Podem definir-se numa variedade de aptidões e conhecimento com um vasto âmbito de aplicações. Identificam-se competências digitais (1) pela capacidade em utilizar as tecnologias digitais, (2) pela capacidade em utilizá-las de uma forma concreta para trabalhar, estudar e para as várias atividades que compõem a vida quotidiana, (3) pela capacidade em avaliar criticamente as tecnologias digitais e (4) pela motivação em participar na cultura digital. Fundação para a Ciência e Tecnologia. Portugal.

[8] SANDHOLTZ, J. Haymore. Ensinando com tecnologia: criando salas de aula centradas nos alunos. Porto Alegre: Artes Médicas. 1997. p. 65.



Como último subdomínio, a autora pontua sobre "os recursos de aprendizagem". Se os professores não possuírem as competências digitais apresentadas nos primeiro e segundo subdomínios, o desenvolvimento deste terceiro subdomínio será comprometido, pois é neste subdomínio que se encontram as questões políticas, os valores morais e as crenças pessoais. Por exemplo, as concepções de que a tecnologia *per si* poderiam resolver as questões complexas sobre aprendizagem, idealizando que é suficiente fornecer os *softwares* e *hardwares* conectados à internet nas salas de aula para que os alunos aprendam e as práticas se alterem se mostraram errôneas. Como colocado por Sandholtz:

> "De fato, a tecnologia acrescentou mais uma camada de complexidade, trazendo todo um conjunto de coisas novas para os professores aprenderem e gerenciarem, podendo considerar a missão de lidar com esses novos sistemas e equipamentos equivalente a tratar as complexas questões da cognição humana, política e valores já recorrente nas instituições escolares." (SANDHOLTZ, 1997).

Por estes três subdomínios se relacionarem e influenciarem os alunos e suas aprendizagens, o grupo acompanhou e acredita ter contribuído com este processo de mudança digital da sociedade, desenvolvendo a oficina com os professores de diversas áreas educacionais da rede pública municipal e estadual do ensino médio, para trocar experiências e vivências durante uma semana, com espaços para discussão, apresentação de conceitos tecnológicos e atividades a serem realizadas pela turma, estimulando a participação ativa e o desenvolvimento da habilidade de mediação, dentro do programa de extensão Encontro USP-Escola.

Encontro USP-Escola

O Encontro USP-Escola é um programa de extensão que oferece gratuitamente cursos de atualização para professores de diversas disciplinas do ensino médio e apresenta como objetivos específicos:

- Apoiar-se na Proposta Curricular do Estado de São Paulo nas diferentes disciplinas para o trabalho de atualização dos professores matriculados;

- Prover o apoio necessário ao trabalho do professor, mediante orientação e discussão de conteúdo e elementos didáticos;

- Disseminar as práticas desenvolvidas em curso para as escolas;

- Desenvolver materiais didáticos para o ensino de Ciências e de Física, a serem utilizados nas escolas pelos professores-alunos do Encontro;

- Produzir e divulgar conhecimentos acadêmicos;

- Construir *kits* experimentais.

Estes objetivos são viabilizados por meio de temas e abordagens diversificadas, procurando responder a demandas atuais da escola. Durante as atividades, o aprendizado é intensificado pela troca entre as vivências e práticas educacionais de

professores e as diferentes propostas desenvolvidas na USP, sendo elaboradas de modo transversal para envolver a participação de diversas unidades, como o Instituto de Física, o Instituto Oceanográfico e a Escola de Comunicações e Artes.

O Encontro constitui-se em diversos cursos de 40 horas ministrados paralelamente para professores do ensino fundamental e médio durante o período de férias escolares, nos meses de janeiro e julho, acompanhados de palestras e debates de interesse geral, bem como de oficinas e outras atividades culturais. Sua primeira edição foi em 2007 como Encontro IFUSP-Escola, pois correspondia apenas a cursos de física ministrados por professores do IFUSP. Foram realizadas 7 edições com esse formato, quando em janeiro de 2011, devido à incorporação deste encontro no projeto CAPES USP-Novos Talentos, o mesmo foi ampliado a outras unidades da Universidade e passou a ser denominado Encontro USP-Escola. Desde sua nova implementação, já foram realizados 15 encontros, sendo que o décimo quarto e o décimo quinto encontro foram realizados durante 2017 e 2018 (julho e janeiro, respectivamente).

O Encontro é coordenado pela Profa. Vera Henriques e organizado pela comissão, facilitando o oferecimento de cursos pelos docentes participantes. A programação do Encontro é proposta pelo Grupo de Trabalho USP-Escola, constituído de professores do IF e de professores da rede pública de ensino básico. A comissão oferece um sistema de inscrições via web, facilitando a informatização de dados e a confecção de relatórios, bem como um melhor tratamento a toda a infraestrutura dos cursos – desde o contato com professores, difusão de informações e a comunicação destes com os inscritos, feita de forma fácil e rápida. Para maior conforto dos inscritos, a comissão consegue também junto à Diretoria do IFUSP e outros órgãos da USP (Fomento da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão, Coordenadoria de Saúde e Assistência Social e Centro de Práticas Esportivas da USP) o auxílio necessário para provisão de refeições e hospedagem subsidiados. Toda essa estrutura criou facilidades para que o Encontro se desenvolvesse e atingisse novas dimensões no contexto da Universidade, chegando em 2015 a mais de 600 professores de ensino médio participantes e atingindo indiretamente em torno de 150 mil estudantes de ensino médio.

É importante destacar também que os cursos ministrados durante estes encontros têm o reconhecimento da Escola de Formação e Aperfeiçoamento dos Professores do Estado de São Paulo "Paulo Renato Costa Souza" (EFAP), órgão da Secretaria de Estado da Educação responsável pela validação de cursos, elencando as disciplinas dos Encontros USP-Escola entre os cursos válidos para pontuação dos professores na carreira do Estado.[9]

O Projeto

[9] Todos os dados citados foram extraídos do Relatório Anual de Atividades, da Comissão de Cultura e Extensão do Instituto de Física da USP. 2015.

A indagação inicial do grupo ao realizar a Oficina foi "como podemos desenvolver a habilidade de mediação tecnológica dos professores?", no entanto, com o decorrer do planejamento da Oficina e a orientação do professor responsável, o grupo percebeu determinadas características fundamentais para o desenvolvimento da habilidade de mediação tecnológica, abordadas na introdução deste artigo.

A primeira característica levantada pelo grupo foi possuir o domínio técnico das ferramentas *online*, conforme apresentada por outros autores que abortam a temática das TICs na educação. Por isso, foi necessário inserir uma introdução técnica simples às ferramentas disponíveis no *Google Drive* para, em seguida, planejar e apresentar os possíveis usos em sala de aula, de modo a contribuir com a articulação entre estudantes, professores e a ferramenta *Google Drive*.

Após a realização da oficina, as análises apresentadas no Simpósio foram as reflexões sobre as possíveis relações da mediação tecnológica nas práticas educativas a partir das discussões levantadas pelos professores e sobre os processos de ensino-aprendizagem em rede, considerando os novos contextos digitais e as novas formas de desenvolver conhecimentos em grupo, considerando como indicador principal a concretização do objetivo geral: propiciar a atualização de conhecimentos para os docentes da rede pública, criar um ambiente de trocas de experiências entre as vivências e as práticas educacionais de professores e as diferentes propostas desenvolvidas na USP e atender a necessidade de atualização na formação dos docentes de todos os níveis de ensino, abordando questões relativas à presença da mídia como ator social e mediação educativa para explorá-la como conteúdo e como estratégia de suas práticas pedagógicas.

Objetivos da oficina "Conhecendo o Google Drive"

Para viabilizar o projeto da oficina, foram considerados os seguintes objetivos específicos:

- Apresentar a ferramenta *Google Drive* para os professores participantes do 10º USP Escola, com a finalidade de que conheçam algumas funções e possam aplicá-las dentro da sala de aula ou em sua rotina profissional;

- Proporcionar uma instrumentalização possível dentro do contexto escolar;

- Compreender o conceito de construção compartilhada e suas variadas possibilidades dentro e fora do contexto escolar.

Desenvolvimento da oficina

Após definido o calendário de atividades do evento, o grupo estabeleceu que a oficina teria uma duração total de 6 horas, dividida em 2 dias. Os próprios integrantes do grupo foram responsáveis por conduzir todos os encontros, sendo tanto mediadores como monitores para esclarecer possíveis dúvidas durante as atividades. Por se tratar de uma oficina com a temática da "Educomunicação na cultura digital", planejou-se as atividades em 3 ambientes diferentes, para que os participantes fossem divididos

e pudessem compreender e vivenciar as vantagens e as dificuldades de se trabalhar com a ferramenta *Google Drive*. Dessa forma, para viabilizar os objetivos estruturados, optou-se por iniciar o encontro com uma explicação conceitual de aproximadamente 30 minutos, introduzindo questões sobre:

- As vantagens e desvantagens dos arquivos *online* e *offline*;

- Os conceitos de armazenamento nas nuvens e do acesso universal aos arquivos *online*;

- A comparação entre os diferentes serviços de hospedagem *online*;

- A definição da construção colaborativa por meio do compartilhamento de arquivos *online*.

Após concluir esta introdução, os professores foram divididos em grupos menores de 3 e 4 integrantes, separados em ambientes diferentes, para realizar as atividades práticas *online* durante o período restante, de 1 hora e 30 minutos. Durante a realização das atividades, foi possível observar algumas reações.

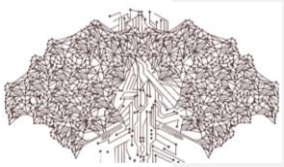
Para alguns professores, aquele momento foi o primeiro contato com a ferramenta, sendo realizado as configurações iniciais nos aparelhos celulares e computadores disponibilizados para a atividade (como instalar os aplicativos necessários e criar uma conta de *e-mail* no *Gmail*), com o apoio e orientação dos monitores. Já para outros participantes, que faziam algum uso anterior, pessoal da ferramenta, foi um momento para conhecer, entender e explorar certos recursos do *Google Drive*, como criar uma nova pasta e configurar as opções para compartilhar arquivos com o restante do grupo, além de esclarecer possíveis dúvidas.

Após este contato inicial, os participantes eram orientados para realizar alguns exercícios com as ferramentas do *Google Documentos*, produzindo um material coletivo sobre atividades educativas para serem apresentadas no segundo dia do encontro. Assim, o primeiro dia da oficina foi organizado para realizar as reflexões iniciais sobre a tecnologia e seus usos mais a realização da atividade prática, enquanto o segundo dia foi reservado para as apresentações, discussões, conclusão dos materiais produzidos e a finalização da oficina.

Desta forma, acreditamos que foi possível criar uma oportunidade de aprendizagem da ferramenta *Google Drive* na prática para todos os envolvidos, sensibilizando os professores para identificar oportunidades de uso dessas tecnologias e superar os obstáculos encontrados em seus cotidianos.

Obstáculos

No Brasil, as políticas voltadas para a inclusão das TICs na educação ainda estão nos estágios iniciais, mas as iniciativas que podemos encontrar tanto na rede pública como na privada são fundamentais para fomentar novas formas de distribuição do conhecimento para os diversos setores sociais. Porém, as reflexões sobre os usos das



tecnologias como parte do processo de aprofundamento nas mudanças da sociedade e seus impactos educacionais ainda não tem recebido a devida atenção. (UNESCO, 2010)

Por isso, um dos cuidados que o grupo teve ao desenvolver esta oficina foi pensar em formas de trabalhar a tecnologia nas salas de aula de forma não utópica e adaptadas às distintas realidades das escolas brasileiras. Sabemos que grande parte dos estabelecimentos de ensino público estaduais e municipais não contam com uma boa infraestrutura de internet, e que tantos outros não possuem laboratórios de informática ou equipamentos disponíveis aos alunos, portanto, na oficina, foi pensado na interação dos grupos de forma que, pelo menos, um docente realizasse as atividades pelo celular, tanto para perceber as limitações e dificuldades da plataforma, como para compreender as possíveis formas para realizar a interação com as ferramentas do *Google* por meio do dispositivo móvel. A interação por meio do celular também foi contextualizada e incentivada, pois durante a oficina foi recorrente comentários de que os alunos dispunham dessa tecnologia portátil, compartilhando dados móveis e se mantendo fortemente conectados, mesmo em instituições que proíbem o uso do aparelho em sala de aula.

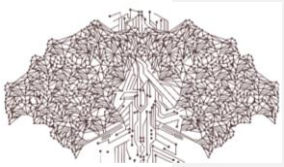
O próprio dispositivo móvel foi, inclusive, um dos obstáculos para o desenvolvimento do projeto, pois alguns docentes não tinham nenhuma interação com ferramentas do *Google* pelo celular, de modo que foi necessário realizar a instalação inicial dos aplicativos, para posteriormente participar das atividades, reduzindo o tempo de produção.

Relação com a Educomunicação

O diferencial da proposta de oficina utilizando o *Google Drive*, foi abordar o conceito e as práticas da relação entre a comunicação e a educação, enquanto procedimentos favorecedores de ações interdisciplinares (visto que os participantes lecionavam distintas disciplinas escolares), tanto no âmbito da relação dos adolescentes e jovens com o mundo da mídia (educação para uma recepção ativa das mensagens dos meios de comunicação), quanto no âmbito do emprego dos recursos da informação, como exercícios que viabilizem o protagonismo dos professores no domínio das novas linguagens.

Estas características fazem parte do campo de mediação tecnológica da educação, que, conforme Soares, pode ser definido como:

> A área de intervenção Mediação Tecnológica na Educação contempla o estudo das mudanças civilizatórias decorrentes da incidência das tecnologias no cotidiano das pessoas e grupos sociais, assim como o uso das tecnologias da informação nos processos educativos, seja os presenciais seja os a distância. (SOARES, 2002, p. 119)



Tal estudo também apresenta como características: a relevância da técnica no âmbito da constituição de novas tecnologias; o impacto da tecnologia no desenvolvimento humano dentro de contextos sociais específicos; a exploração da potencialidade do virtual e do meio digital na constituição dos processos digitais e analógicos; e o papel e o uso das tecnologias no contexto da mediação intencionada pela Educomunicação.[10]

Cada uma das características citadas anteriormente apresenta um leque de novas reflexões que servem como bases para estabelecer as relações do tema de mediação tecnológica com a área da educomunicação, no entanto, o foco deste artigo está na análise da oficina realizada para o programa Encontro USP-Escola, de modo que esta discussão não será explorada neste trabalho.

Por ter sido elaborada para atender uma demanda específica dentro do programa de extensão Encontro USP-Escola, o grupo limitou-se a explorar principalmente o impacto da tecnologia no desenvolvimento humano dentro de contextos sociais específicos (escolares), de modo que tanto a introdução teórica, como a parte prática do projeto se complementaram para que os professores pudessem compreender e elaborar suas próprias formas para incluir as tecnologias e seus potenciais de uso dentro da sala de aula.

Outra relação do projeto estabelecida com a área da educomunicação foi por promover práticas educomunicativas que colaboram com o processo de aprendizagem pelos participantes sobre outras práticas educativas, ou seja, experiências anteriores, através do eixo da comunicação.

Por práticas educomunicativas, podemos entender como o:

> Conjunto de usos, costumes, modelos didáticos e convenções que, subsidiados pela *práxis* educomunicativa, sintetizam-se conceitualmente e geram novos modos de fazer, novos tipos de experiência de aprendizagem estruturada. Sob a perspectiva linguística da comunicação, ela se manifesta no hábito articulatório discursivo de um determinado grupo de sujeitos durante o desenvolvimento das experiências de aprendizagem nas atividades de intervenção educomunicativa. [...] A concepção dessa prática educomunicativa está na instância da Didática[11] e busca viabilizar a organização do ensino operando, de modo contextualizado, em circunstâncias históricas e sociais definidas. (COSTA, 2017, p. 26)

[10] COSTA, Edson. Mediação da aprendizagem e o perfil profissional do educomunicador: o mediador no contexto da práxis e prática educomunicativas. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educomunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. p. 59-60.

[11] N. do A: O termo Didática é empregado aqui com letra maiúscula pois remete à noção de "disciplina que busca compreender o processo de ensino em suas múltiplas determinações, para intervir nele e orientá-lo na direção política almejada" (MARTINS, 2012, p. 09). Este termo é usado aqui em contraposição ao termo didática (grafado com letra minúscula) que é visto como sinônimo de métodos e técnicas de ensino.

Em suma, tais práticas educomunicativas, podem ser entendidas como os "usos, costumes, modelos didáticos e convenções" que envolvem uma reflexão teórica estruturada, intencional, que termina (ou começa) nas ações dos sujeitos envolvidos na "experiência de aprendizagem estruturada" (formal, informal ou não formal), o autor conclui esta prática como sendo: "ação reflexiva que problematiza, por meio de operações simbólicas, a relação do educando com o mundo e gera o despertar de sua consciência para o incremento de suas ações em sociedade." (COSTA, 2017, p. 26).

Por fim, a ênfase para o eixo da comunicação dá-se por meio de uma série de indicadores, tanto pela instituição onde foi realizada a oficina – na Escola de Comunicações e Artes – como pela abordagem adotada para o projeto, de modo que, mesmo trabalhando com mediação tecnológica, não demos um foco instrumental sobre a ferramenta, abrangendo e provocando mais reflexões sobre os usos pedagógicos dela do que apresentando questões de configurações técnicas, ou mesmo abordando explicações sobre o mecanismo de funcionamento desta tecnologia, como a linguagem de programação e códigos por trás do funcionamento do *Google Drive*.

Resultados

Os resultados alcançados por todos os envolvidos na realização do programa podem ser mensurados de formas distintas, sendo:

Para os participantes, os resultados do programa, de modo geral, são a contribuição e a atualização deste profissional para melhorar sua atuação, abordando diferentes temáticas em sala de aula. A avaliação realizada pelo grupo ficou a cargo dos organizadores do Encontro USP-Escola, visto que a oficina "Conhecendo o Google Drive" compôs o quadro de atividades do programa.

Para o programa, ficam as contribuições, os debates e as reflexões ocorridas durante a semana, identificando novos temas para serem abordados e oportunidades de melhoria em futuras edições.

Por fim, para o grupo responsável pelo planejamento e aplicação da oficina, o principal resultado foi compreender o processo de desenvolvimento da habilidade de mediação tecnológica e gestão de projetos.

Conclusão

Criada como um trabalho de conclusão de uma disciplina acadêmica, a oportunidade de ir além da sala de aula e realizar todo o desenvolvimento prático do projeto foi uma oportunidade muito enriquecedora, em vários sentidos: tanto por trabalhar com um público mais experiente, docentes em atuação nas escolas municipais e estaduais, como por planejar e realizar toda a gestão da oficina, apresentando os possíveis usos em sala de aula, de modo a contribuir com a mediação entre os estudantes, os professores e as ferramentas do *Google* em um programa de extensão da Universidade de São Paulo.

Após a finalização do 10º Encontro USP-Escola, o projeto "Conhecendo o Google Drive" continuou em andamento, sendo realizado nas 11º e 15º edições do programa USP-Escola, em 2015 e 2018, respectivamente, e se tornando até um projeto de capacitação tecnológica para os funcionários administrativos da Escola de Comunicações e Artes, e mais recentemente, sendo o objeto de análise e reflexão para o X Simpósio Nacional da ABCiber, de modo que ele continua ativo, sendo aprimorado a cada nova edição.

Palavras-chave: TICs, educação, educomunicação, Google Drive, mediação tecnológica.

Referências bibliográficas:

COSTA, Edson. Mediação da aprendizagem e o perfil profissional do educomunicador: o mediador no contexto da práxis e prática educomunicativas. 2017. 77 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educomunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

Comissão de Cultura e Extensão do Instituto de Fisica da USP. Relatório anual de Atividades. CCEx-IF. 2015. Disponível em: <http://portal.if.usp.br/extensao/sites/portal.if.usp.br.extensao/files/Relatorio2015.pdf.>. Acesso em: 29/01/2018.

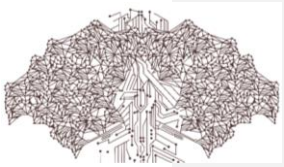
Fundação Para a Ciência e Tecnologia. Competências Digitais. Portugal. Sem data. Disponível em: <https://www.fct.pt/dsi/competenciasdigitais/>. Acesso em: 25/01/2018.

LOPES, Priscila Malaquias Alves; MELO, Maria de Fátima Aranha de Queiroz e. O uso das tecnologias digitais em educação: seguindo um fenômeno em construção. Psicol. educ., São Paulo, n. 38, p. 49-61, jun. 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-69752014000100005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 30/01/2018.

MIRANDA, Guilhermina Lobato (2007). Limites e possibilidades das TIC na educação. Sísifo. Revista de Ciências da Educação, 03, pp. 41-50. Disponível em: <http://ticsproeja.pbworks.com/f/limites+e+possibilidades.pdf> Acesso em: 10/09/2017.

POZO, J. I. (2004). A sociedade da aprendizagem e o desafio de converter informação em conhecimento. Pátio, Revista Pedagógica, 8(31). Disponível em: <http://www.udemo.org.br/A%20sociedade.pdf> Acesso em 12/10/2017.

SANDHOLTZ, J. Haymore. Ensinando com tecnologia: criando salas de aula centradas nos alunos. Porto Alegre: Artes Médicas. 1997.



SOARES, Ismar de O.(2000a) Educomunicação: um campo de mediações. Revista Comunicação & Educação no 19. São Paulo, Segmento/ECA/USP, ano 7, p.12-24, set./dez. 1996.

SOARES-Leite, W. S.; NASCIMENTO-Ribeiro, C. A. do (2012). A inclusão das TICs na educação brasileira: problemas e desafios. Magis, Revista Inter-nacional de Investigación en Educación,5 (10), 173-187.A inclusão das TICs na educação brasileira: problemas e desafios. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/2810/281024896010/> Acesso em: 15/09/2017.

UNESCO. TIC na educação do Brasil. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasilia/communication-and-information/access-to-knowledge/ict-in-education/> Acesso em: 28/09/17.

REFLEXÕES SOBRE INDICADORES DE AVALIAÇÃO EM PLATAFORMAS EAD: BASE DE DADOS, PROCESSOS DE INTERAÇÃO E COMPUTAÇÃO COGNITIVA[1]

Evaldo Aparecido de ABREU[2]; Marcos AMÉRICO[3]

Resumo

Este artigo propõe uma abordagem reflexiva sobre a modelagem de indicadores de avaliação para ambientes virtuais de educação à distância, com base na análise da composição de uma plataforma para veiculação de objetos de aprendizagem, com módulos incrementais de inteligência artificial. O objeto de estudo em questão consiste de uma aplicação web para a disciplina de Educação Física, que está em desenvolvimento no programa de Doutorado em Mídia e Tecnologia da Unesp, em Bauru, e tem por intuito criar matrizes para análise das informações geradas durante a navegação do aluno pela aplicação.

Palavras-chave: educação à distância; índices de avaliação; base de dados; computação cognitiva.

Introdução

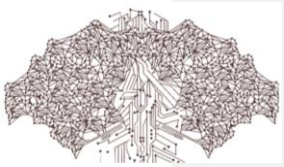
É característica de nossa época a relação simbiótica entre pessoas e artefatos tecnológicos, moldados para dar suporte a contextos de interações fortemente mediadas. Neste quadro, encontram-se os processos educativos formais, representativos de um ecossistema cujos procedimentos relacionais abarcam praticamente todas as atividades da vida cotidiana. Um aspecto particular desse fenômeno de intercâmbios simbólicos é o grande e crescente volume de informações geradas, armazenadas e em circulação. Para tratar e dar sentido a essa massa de dados foram desenvolvidos métodos peculiares, como o Big Data[4] *Analytics*, um conjunto de técnicas e tecnologias que objetiva criar valores, inferências preditivas e subsídios para tomadas de decisão. Tais premissas coincidem com a intenção de muitos pesquisadores em produzir conhecimentos a partir do volume de dados gerados pelas interações de pessoas em ambientes virtuais para educação à distância. O objetivo é que o conhecimento e *insights* gerados a partir do entendimento dos processos ocorridos durante experiências de aprendizagem em ambientes virtuais possam

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 19: Educação a distância e online, métodos e processos de ensino-aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisador e doutorando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da UNESP Bauru/SP: evaldo.abreu@faac.unesp.br.

[3] . Docente e Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da UNESP Bauru/SP. Pós- Doutor pela Universidad Nacional de La Matanza (Argentina): tuca@faac.unesp.br.

[4] . Termo em inglês que se refere ao grande volume de dados estruturados e não-estruturados gerados em transações e interações mediadas por dispositivos no ciberespaço.



servir ao aperfeiçoamento das metodologias instrucionais, em processo contínuo de retroalimentação informacional.

A proposta deste artigo é realizar uma abordagem reflexiva sobre a modelagem de indicadores de avaliação para tais ambientes e, para isso, serão realizadas análises da composição de uma plataforma para veiculação de objetos de aprendizagem, com módulos incrementais de inteligência artificial[5].

Objeto de estudo

O projeto abordado neste artigo faz referência a uma aplicação web para a disciplina de Educação Física, que está em desenvolvimento no programa de Doutorado em Mídia e Tecnologia da Unesp, em Bauru. Uma das questões concernentes a este trabalho faz referência à construção de metodologias específicas, relacionadas principalmente a projetos instrucionais para educação à distância, fator este que abre perspectivas a uma variedade de conceitos epistêmicos, como por exemplo a aprendizagem significativa de Ausubel, a distância transacional de Dewey, a inter-estruturação do conhecimento de Not e a cognição situada, abordada nos trabalhos de Clancey, Bateson, Maturana e Varela. Afinal, o entendimento de processos cognitivos e de interação entre mente e máquinas pode ampliar o espectro de debates sobre a construção e aprimoramento de metodologias, em uma franca evolução das discussões introduzidas por Innis e McLuhan.

Outro tópico abordado no trabalho é o desafio de se construir objetos de aprendizagem para o ensino de práticas esportivas, uma atividade caracterizada por um conjunto de atividades mecânicas, cognitivas e proprioceptivas, que proporciona estados alterados de consciência, em combinações de ações individuais e coletivas, execução precisa de movimentos, percepção espacial e atividades de tomadas de decisão.

A prática esportiva escolhida para o desenvolvimento do conteúdo instrucional, neste trabalho, foi o futebol, em uma abordagem de seus aspectos táticos e fundamentos individuais e coletivos. A ideia central é a de que o objeto de aprendizagem forneça subsídios para a fixação dos conceitos pelo aluno, como por exemplo os principais fundamentos coletivos (troca de passes, posicionamento, arremessos laterais) e individuais (conclusão, drible, chute, condução, cabeceio e controle de bola). A estratégia para a implementação desta ideia de representação pedagógica consiste da montagem de uma narrativa composta por pequenos trechos de vídeo-aulas, intercalados por espaços de interação com módulos de inteligência artificial.

[5] . Representados pela integração com as APIs (acrônimo para *Application Programming Interface*) do sistema Watson® da IBM.

Proposta conceitual

Inicialmente, foi elaborado um desenho conceitual para a modelagem da narrativa instrucional, a fim de atender os manifestos dos objetivos de aprendizagem. Logo, foi elaborada uma estrutura de roteiro com tópicos bem definidos, como por exemplo questionários para avaliação dos conhecimentos prévios do aluno, navegação ramificada, questionário para avaliação final, ambientes para *feedback* e espaços narrativos de 5 minutos, no máximo. Tal estrutura foi criada para permitir a inserção de pontos de interatividade durante a apresentação dos conteúdos, com incremento de módulos de inteligência artificial para a análise de informações com maior grau de acurácia.

Justificativas

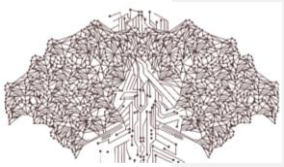
Processos de avaliação da aprendizagem e apuração de indicadores são elementos de grande relevância em um projeto educacional, uma vez que criam bases para reflexões sobre melhorias dos processos em si. Logo, é natural o contínuo esforço de profissionais da área em encontrar soluções por meio de ferramentas tecnológicas e aprimoramento de metodologias.

O projeto aqui abordado visa a aclimatação destes conceitos para o desenvolvimento de pesquisas exploratórias com o objetivo de inventariar e selecionar ferramentas tecnológicas que melhor se adequem à proposta. O formato do projeto-piloto inclui a produção de uma vídeo-aula sobre táticas e fundamentos do futebol. Por esta razão, estão em desenvolvimento roteiros para adaptação dos conteúdos instrucionais em fluxos narrativos com espaços de interatividade. A princípio, o volume de dados produzidos durante a navegação do aluno pela plataforma será armazenado em uma estrutura de base de dados relacionais, de código aberto, denominada MySQL[6]. As informações registradas serão tabuladas, processadas e exibidas em uma interface gráfica. A proposta inicial prevê o registro das seguintes informações:

1. Razão entre o percentual de acerto do questionário final e do questionário inicial
2. Análise do texto de auto-avaliação do aluno
3. Definição do perfil de aprendizagem do aluno, para futuras análises e inferências

O terceiro tópico, em particular, é o que desperta maior atenção dos pesquisadores envolvidos no projeto, uma vez que faz referência à elaboração de experiências de aprendizagem personalizadas, em um processo de realimentação como o definido por Wiener:

[6] . MySQL é um sistema de banco de gerenciamento de banco de dados multiplataforma, de código aberto e mantido pela Oracle Corporation.



> [...] o sistema social é uma organização que, tal como a individual, é vinculada por um sistema de comunicação, e possui uma dinâmica em que processos circulares de tipo feedback (realimentação) desempenham importante papel. Isto é certo, tanto nos campos gerais da antropologia e sociologia como no campo mais específico da economia (WIENER, 1970, p. 50).

O mesmo autor, aliás, aborda aspectos peculiares da comunicação humana, que podem ser úteis ao desenvolvimento do raciocínio apresentado até aqui:

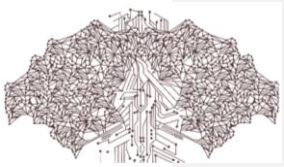
> O que distingue a comunicação humana da comunicação da maioria dos outros animais é: (a) a delicadeza e complexidade do código usado, e (b) o alto grau de arbitrariedade desse código. Por meio de sinais, muitos animais podem manifestar suas emoções uns aos outros e, ao manifestá-las, indicar a presença de um inimigo, ou de um animal da mesma espécie, mas de sexo oposto, e uma grande variedade de mensagens detalhadas desse tipo (WIENER, 1968, p. 73)..

O equilíbrio entre questões comunicacionais, instrumentos de mediação e processos pedagógicos é fundamental neste contexto. Afinal, relaciona-se com o aprimoramento de atividades educacionais, uma preocupação legítima de países que visam um desenvolvimento contínuo e sustentável. E o cenário que se configurou nas últimas décadas, com presença praticamente ubíqua de dispositivos eletrônicos na vida cotidiana, mediando grande número de atividades, oferece oportunidades e desafios para a implementação de novos métodos instrucionais. E não deixam de ser prementes questionamentos sobre uso de dispositivos eletrônicos como celulares e tablets em salas de aula, um tipo de preocupação já manifestada por Postman e Weingartner:

> When this idea is combined with the essential (and traditional) function of schools to develop literacy and sophistication in the languages (media) most important to the students, then media study becomes critical in the new education. The fact that the new media are inseparable from the changes occurring in the environment requires that the school's virtually exclusive concern with print literacy be extended to include these new forms; in other words, the magnitude of the effect of new media, still in the process of being assessed, requires that any attempt to increase the relevance of education include substantive consideration of them (POSTMAN; WEINGARTNER, 1969, p. 136).

Somam-se a estas reflexões os problemas conjunturais de nosso país. O último ranking do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA), por exemplo, mostra que os alunos brasileiros apresentam médias menores do que a dos demais países da OCDE[7] (INEP, 2016):

[7] . Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico.



1. Em ciências: 401 pontos (média geral: 493 pontos);
2. Em leitura: 407 pontos (média geral: 493 pontos);
3. Em matemática: 377 pontos (média geral: 490 pontos).

Tais dados corroboram a necessidade de novos métodos pedagógicos. Ainda mais quando consideradas as questões de acesso e uso de tecnologias no ambiente escolar, um dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da agenda 2030 da ONU (2015), que faz referência à garantia de educação inclusiva, equitativa e de qualidade somada à promoção de oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.

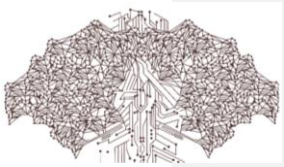
No entanto, é evidente que se enquadram nesta equação problemas conjunturais, relacionados a políticas públicas para educação, como a baixa disponibilidade de equipamentos, dispositivos e infraestrutura nas instituições de ensino, capacitação insuficiente dos professores para lidar com novas tecnologias, e definição clara de regras e limites de uso. Um exemplo é o compartilhamento da rede WiFi com alunos, uma questão que deve considerar o controle de acessos e protocolos, a fim de se evitar abusos como o acesso a conteúdos inadequados ou redes de *streaming* ou BitTorrent, que podem sobrecarregar o sistema local.

Módulos de inteligência artificial

Nesta primeira etapa do projeto, estão em avaliação os serviços *Personality Insights* (IBM, 2017a) e *Tone Analyzer* (IBM, 2017b), oferecidos pela plataforma Watson® da IBM.

O serviço *Personality Insight*, por exemplo, disponibiliza uma API (*Application Programming Interface*) que provê inferências sobre traços de personalidade, a partir da análise de dados coletados em bases de dados e mídias sociais. Utiliza para isso uma técnica de tokenização lexical e sentencial dos textos[8], para a modelagem de representações em um espaço n-dimensional, ou seja, um processo de vetorização para as palavras inseridas no sistema, realizado por meio de uma técnica denominada GloVe[9] (*Global Vectors for Word Representation*). Tais técnicas descritas são representativas de procedimentos para capacitar máquinas a interpretar e processar linguagem natural. O Processamento de Linguagem Natural é, aliás, um segmento de estudos sobre inteligência artificial; e uma das técnicas utilizadas neste contexto é o processamento pré-textual. Rodrigues (2017) apresenta uma compilação de cinco tarefas representativas desta técnica:

[8] . Técnica de separação de palavras e sentenças de um texto em unidades para posterior interpretação de computadores.
[9] . https://nlp.stanford.edu/projects/glove/

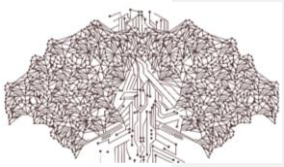


1. Normalização: que envolve a aplicação de tokenização, remoção de caracteres especiais, remoção de tags HTML, CSS e JavaScript;
2. Remoção de "*Stopwords*": ou seja, remoção de determinadas palavras de grande frequência, mas sem função semântica relevante para o sistema, como determinados conectivos ("a", "de", "o", "da", "que", "e", "do");
3. Remoção de numerais: por não representar, neste ínterim, carga semântica relevante, assim como determinados símbolos que os acompanham ("R$", "Kg", "milhões");
4. Correção ortográfica: aplicação de "*Spell Checkers*" para resolução de problemas como erros de digitação, entre outros, que podem gerar novos tokens de baixa relevância e maior esparsidade dos dados;
5. "Stemização" e "Lematização": técnicas de redução de palavras a seu radical (stemming) e lema (forma da palavra no masculino e singular. No caso do verbo, a redução para o infinitivo), a fim de estabelecer a redução do vocabulário e possibilitar a abstração do significado.

A etapa seguinte do processo é a aplicação de algoritmos e tecnologias de aprendizagem de máquina (*Machine Learning*), para a geração de inferências e interpretações. O serviço *Personality Insights* utiliza-se, para a criação de tais inferências, estudos sobre psicologia da linguagem, com três modelos teóricos em sua composição: *Big Five*, *Needs* (necessidades) e *Values* (valores). Abaixo estão descritas breves considerações sobre cada um dos modelos teóricos (IBM, 2017c):

O *Big Five* é composto por cinco dimensões primárias:

1. Agradabilidade - tendência de uma pessoa em ser compassiva e cooperativa com os outros;
2. Conscienciosidade - tendência de uma pessoa em agir de forma organizada e com prévia reflexão;
3. Extroversão - tendência de uma pessoa em buscar estímulos na companhia de outras pessoas;
4. Faixa emocional - também referenciada como "neuroticismo" ou "reação natural", representa a medida em que o estado emocional das pessoas é influenciado pelo ambiente em que ela está exposta;
5. Abertura - é a medida em que uma pessoa está aberta a experimentar uma variedade de novas experiências.

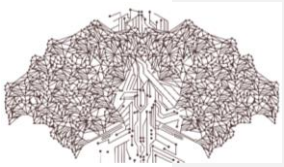


O modelo *Needs* (Necessidades) descreve quais aspectos de um produto ou serviço irão influenciar uma pessoa, e se compõe de 12 categorias:

1. Excitação - medida em que uma pessoa deseja "sair e viver a vida", ter emoções que a estimulem, e se divertir;
2. Harmonia - medida em que uma pessoa aprecia outras pessoas, seus pontos de vista e sentimentos;
3. Curiosidade - medida da intensidade na qual uma pessoa possui o desejo de descobrir coisas novas e se desenvolver;
4. Ideal - medida em que uma pessoa possui o desejo de perfeição e um senso de comunidade;
5. Proximidade - medida em que uma pessoa possui o desejo de estar em família e criar um lar;
6. Auto-expressão - medida em que uma pessoa desfruta da sensação de descobrir e afirmar sua própria identidade;
7. Liberdade - medida em que uma pessoa aprecia a moda e coisas novas, assim como possui a necessidade de viver uma vida autônoma;
8. Amor - medida em que uma pessoa aprecia o contato social, um a um ou com muitas pessoas;
9. Praticidade - medida em que uma pessoa deseja concluir trabalhos, desenvolver habilidades e adquirir experiências;
10. Estabilidade - medida em que uma pessoa busca equivalências no mundo físico, com preferências a fatos, situações e questões já testados e experimentados;
11. Desafio - medida em que uma pessoa deseja alcançar êxito e enfrentar situações desafiadoras;
12. Estrutura - medida em que uma pessoa exprime o desejo de manter as coisas organizadas e sob controle.

Values (Valores) é um modelo que descreve fatores motivacionais que influenciam a tomada de decisão das pessoas. É composto de cinco categorias:

1. Autotranscedência - medida em que uma pessoa mostra preocupação com o bem-estar e o interesse dos outros;
2. Conservação/tradição - medida em que uma pessoa enfatiza a autorrestrição, ordem e resistência a mudanças;
3. Hedonismo - medida em que uma pessoa busca sensações de gratificação para si mesma;



4. Auto-aperfeiçoamento - medida em que uma pessoa busca seu próprio desenvolvimento;
5. Abertura a mudanças - medida em que uma pessoa enfatiza ações, pensamentos e sentimentos independentes, assim como a prontidão para novas experiências.

A ideia do presente trabalho é avaliar e aplicar estas funcionalidades na composição do objeto de aprendizagem. Além do *Personality Insights* e do *Tone Analyzer*, estão previstos testes com *chatbots* e outros agentes virtuais. E a intenção, a médio prazo, é disponibilizar para professores um painel com informações sobre o perfil dos alunos e indicadores de aprendizagem. O escopo do projeto prevê a construção de uma interface a ser disponibilizada em um domínio web específico, na qual o professor poderá ter acesso mediante autenticação por login e senha.

A interface permitirá ao professor o acesso a seus próprios dados cadastrais (para atualização e controle dos registros de endereço eletrônico e senha), aos cadastros dos alunos que fizeram a aula e às informações referentes às sessões criadas durante o processo de visualização da aula e interação com o conteúdo.

Objetos de aprendizagem

O conceito de objeto de aprendizagem faz referência, principalmente, a representações materiais que possam servir de suporte a atividades instrucionais.

Autores como Leffa (2006), Braga (2015) e Wiley (2000) já elaboraram uma série de estudos na intenção de inventariar o uso do termo. Entre as principais características encontradas nas diversas definições, destacam-se:

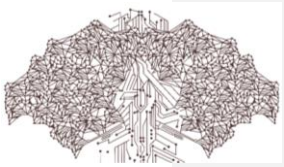
1. Reusabilidade

   Característica do objeto, digital ou não, de ser reaproveitado em diferentes atividades educacionais;
2. Interoperabilidade

   Característica do objeto de ser utilizado em diferentes sistemas operacionais e contextos;
3. Granularidade

   Qualidade do objeto de se integrar e combinar com outros componentes, a fim de se formar um conjunto coeso;
4. Recuperabilidade

   Característica do objeto em ser facilmente localizado e acessado em suas plataformas e repositórios.



Para fins ilustrativos, vale citar exemplos de bibliotecas e repositórios de acesso público, como o Banco Internacional de Objetos Digitais[10], o Portal e-Unicamp[11], o Laboratório Didático Virtual[12], o Portal do Professor[13], o *MIT Open Course Ware*[14] e o Merlot[15].

Narrativas

Para a efetiva coesão do processo de produção dos conteúdos instrucionais, estão sendo considerados, no projeto em questão, conceitos consolidados de narrativa audiovisual, permeados por pontos de intersecção com funções interativas. Os produtos audiovisuais propostos seguem a formatação de arcos narrativos de 5 minutos, que representam uma segmentação intencional do conteúdo pedagógico. A diretriz estabelecida para a condução dos textos prevê o uso de técnicas baseadas em fundamentos clássicos da narrativa, tratados nos estudos de Aristóteles, Propp, Bremond e Adam, que podem ser exemplificados em um diagrama esquemático bem representado por Vieira (2001, p. 3).

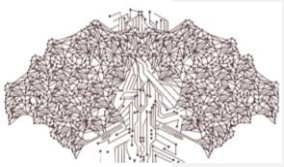
Situação Inicial →	Transformação →	Situação Final
Universo Perturbado	Mediação	Universo Restabelecido

Este diagrama representa uma morfologia criada e desenvolvida deste as primitivas tradições orais da humanidade. Faz referência a um padrão formal de linearidade e sentido de condução de uma estória, aperfeiçoado e adaptado nos séculos posteriores, de acordo com o avanço dos meios de comunicação.

O século XV testemunhou o primeiro grande avanço desta natureza, com a reprodução sistemática e abundante de obras literárias, que auxiliou na disseminação de informações e conhecimento em escalas nunca vistas até então. A invenção da imprensa por Gutenberg criou um novo padrão de comunicação escrita, com impactos nos processos de comunicação e disseminação de conhecimento:

> A imprensa também tornou mais fácil acumular e difundir dados sobre os mundos natural e social, e a desenvolver sistemas padronizados de classificação, representação e prática. Algumas destas primeiras editoras logo

10 . http://objetoseducacionais2.mec.gov.br/
11 . http://ggte.unicamp.br/e-unicamp/
12 . http://www.labvirt.fe.usp.br/
13 . http://portaldoprofessor.mec.gov.br
14 . https://ocw.mit.edu/
15 . https://www.merlot.org



> se especializaram na produção de textos de medicina, anatomia, botânica, geografia, matemática etc, trabalhando em colaboração com professores universitários na preparação de obras científicas. A imprensa criou um novo fluxo de dados, gráficos, mapas e teorias que seriam consultados, discutidos e debatidos por estudiosos em toda a Europa (THOMPSON, 2001, p. 59).

O advento da internet e dos jogos eletrônicos nas últimas décadas trouxe novos conceitos formais, com destaque para a estrutura de *hiperlinks*, um recurso que trouxe novas perspectivas para a ideia de unidirecionalidade dos formatos narrativos, como atesta Johnson (2001):

> [...] um link - um elo, ou vínculo - é uma maneira de traçar conexões entre duas coisas, uma maneira de forjar relações semânticas. Na terminologia da linguística, o link desempenha um papel conjuncional, ligando ideias díspares em prosa digital [...] No mundo da ficção em hipertexto, a ênfase na fragmentação tem seus méritos. Mas como convenção geral de interface, o link deveria ser compreendido em geral como um recurso sintético, uma ferramenta que une múltiplos elementos num mesmo tipo de unidade ordenada (JOHNSON, 2001, p. 84).

Percebe-se que, desde a invenção da prensa por Gutenberg, e criação da cultura impressa, não se observa um padrão de ruptura tão intenso quanto o proporcionado pela revolução digital. Thompson (2001, p. 77) chama a atenção para os novos tipos de ação e interação engendrados por estas novas tecnologias, com impacto direto nos formatos dos relacionamentos sociais. Afirma também que o advento de novas redes de transmissão de informações cria uma nova e complexa reorganização dos padrões de interação humana através do tempo e do espaço. Suas ideias podem ser ilustradas no quadro abaixo:

Quadro 1 – Tipos de Interação

Tipos de interação			
Características Interativas	Interação face a face	Interação mediada	Quase-interação mediada
Espaço-tempo	Contexto de co-presença; Sistema referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Possibilidade de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas

Orientação da atividade	Orientada para outros específicos	Orientada para outros específicos	Orientada para um número indefinido de receptores potenciais
Dialógica / Monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica
	co-presença. face a face	Cartas, conversas telefônicas	Meios de comunicação de massa: livros, jornais, rádio, televisão

Fonte: adaptado de Thompson (2001).

Tais conceituações devem ser consideradas na produção de novos materiais instrucionais, principalmente na composição das interfaces mais adequadas aos propósitos pedagógicos. Interfaces que, na definição de Johnson (2001), podem ser definidas como *softwares* que dão forma à interação entre usuário e computador:

> Interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre duas partes, tornando uma sensível à outra. Em outras palavras, a relação governada pela interface é uma relação semântica, caracterizada por significado e expressão, não por força física (JOHNSON, 2001, p. 17).

Logo, observa-se que a construção de conteúdos pedagógicos, no atual contexto de desenvolvimento tecnológico, deve levar em consideração uma grande miríade de conceitos. O desafio está em descobrir as melhores formatações.

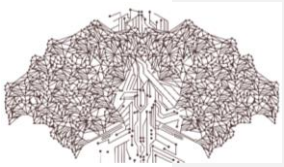
Na visão dos pesquisadores envolvidos neste projeto, apenas experiências empíricas poderão dar as respostas.

Conteúdos

Na elaboração dos conteúdos, serão utilizados, para efeitos ilustrativos, trechos de vídeos de partidas históricas de futebol, extraídos de diferentes plataformas de hospedagem de vídeo, dentro do contexto de "uso aceitável[16]" dos conteúdos.

A ideia de inserção de animações reflete uma preocupação em representar, para o aprendiz, conceitos abstratos e construções esquemáticas para a fixação dos elementos de aprendizagem. No caso do futebol, por exemplo, tais recursos ajudarão a materializar fundamentos sobre determinadas ações neuromotoras e práticas específicas.

16 . https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/copyright/fair-use/



No caso do conceito de "chute", por exemplo, serão mostrados, em um primeiro plano, aspectos relacionados à superfície de contato, altura e direção da bola (Quadro 2).

Quadro 2 - Conceito de Condução

CHUTE		
Superfície de contato	Altura da bola	Direção da bola
Peito do pé	Baixa	Linha reta
Peito de pé interior	Média	Cruzada ou diagonal
Peito de pé exterior	Alta	Com efeito
Ponta do pé		
Joelho, cabeça		

Fonte: adaptado de Arruda e Bolaños (2010)

Serão utilizados diagramas esquemáticos para representar os movimentos de lançamento da bola à meta, com variações de potência, precisão e rapidez. Serão utilizadas também ilustrações em vídeo para demonstrar a importância da visão periférica, capacidade de decisão e execução neste movimento.

Os pontos de interação serão incluídos para efetivar comparações com situações reais de jogo e, assim, fixar os conceitos apresentados.

Para o tópico de jogo de cabeceio, será apresentada uma abordagem dos conceitos de direção, posição e superfície de contato, com os mesmos recursos citados anteriormente, para destacar a importância da execução precisa dos movimentos na melhoria de performance (Quadro 3).

Quadro 3 - Conceito de Cabeceio

CABECEIO		
Superfície de contato	Direção	Posição
Frontal	Para frente	Parado (pé)
Parietal	Lateral	Salto vertical

Occipital	Para trás	Corrida sem salto
		Corrida com salto

Fonte: adaptado de Arruda e Bolaños (2010)

Para os fundamentos do drible, serão utilizadas figuras esquemáticas animadas para ilustrar as principais diferenças entre movimentos simples e complexos (Quadro 4)

Quadro 4 - Conceito de Drible

DRIBLE	
Simples	Complexo
Um toque	Finta, vários toques

Fonte: adaptado de Arruda e Bolaños (2010)

Com relação aos fundamentos de controle de bola, serão elaborados segmentos para tratar detalhadamente diferenças segundo execução, altura da bola e superfícies de contato. O uso de animações esquemáticas e vídeos ilustrativos será de grande utilidade neste tópico.

Quadro 5 - Conceito de Controle

CONTROLE		
Segundo a execução	Segundo a altura da bola	Segundo as superfícies de contato
Controle com orientação	Baixa	Pé
Controle sem orientação	Média	Planta do pé
	Alta	Interior do pé
		Exterior do pé
		Ponta do pé
		Peito do pé
		Coxa, perna, abdome
		Peito
		Cabeça

Fonte: adaptado de Arruda e Bolaños (2010)

O tópico relacionado aos fundamentos do goleiro irá requerer um tratamento especial por parte da produção, uma vez que é uma posição caracterizada por consideráveis diferenças conceituais. Outra seção que será desenvolvida é a de comparação de dinâmica de jogo e padrões táticos. Serão analisados, por exemplo, vídeos de partidas futebolísticas da seleção brasileira na final da Copa do Mundo de 1970[17], contra a Itália, e realizadas comparações com partidas realizadas em períodos de tempo distintos, como por exemplo nas Copas do Mundo de 1982[18] e 1994[19]. O método de composição será pautado por análises de trechos das movimentações coletivos sobrepostos por diagramas táticos.

Novamente, aqui, serão utilizados recursos de animação para ilustrar questões de posicionamento e funções táticas.

Métodos de produção

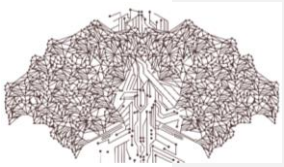
Neste tópico serão descritos os processos desenhados para a elaboração dos conteúdos didáticos. O projeto encontra-se atualmente na fase de elaboração dos roteiros e nos testes de ferramentas. Por esta razão, serão descritas nas próximas linhas as diretrizes de produção.

Os textos roteirizados guiarão as etapas de produção do material didático, pautadas pela composição de animações, diagramas, locução e efeitos sonoros.

As animações serão criadas com o auxílio do *software* Adobe After Effects[20], versão CC 2018. Este programa permite a criação de gráficos animados complexos, títulos animados e composições visuais com efeitos realistas. E segue um padrão de *workflow* básico, conforme descrição abaixo (ADOBE, 2018a):

1. Criação ou abertura de projeto
2. Importação e organização de cenas
3. Criação, arranjo e composição de camadas (*layers*)
4. Modificação e animação das propriedades das camadas
5. Adição de efeitos e modificação das propriedades dos efeitos
6. Pré-visualização
7. Renderização e exportação

17 . https://archive.org/details/BrasilXItalia-FinalMexico1970
18 . https://www.footbie.com/video/italy-vs-brazil-1982-world-cup-full-match
19 . https://www.footbie.com/video/brazil-vs-italy-1994-world-cup-final-full-match
20 . https://www.adobe.com/br/products/aftereffects.html



Tais etapas são finalizadas com a produção de arquivos de animação, que serão utilizados na etapa final de montagem dos trechos de vídeo.

A edição final do material será realizada com *software* Adobe Premiere[21], versão CC 2018 (ADOBE, 2018b), com o seguinte fluxo de trabalho:

1. Criação ou abertura de projeto
2. Captura e importação de vídeo e áudio
3. Montagem e refino das cenas
4. Adição de títulos, créditos e legendas
5. Adição de transições e efeitos
6. Mixagem de áudio
7. Exportação

Após a exportação em formato pré-definido, os vídeos estarão formatados para hospedagem nos servidores.

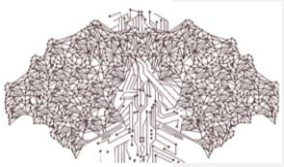
Para este projeto, em particular, a hospedagem dos vídeos será feita na plataforma Vimeo[22], com nível de privacidade controlado e registros de dados estatísticos. Os vídeos, posteriormente, serão incorporados na plataforma de aprendizagem, garantindo assim maior performance, uma vez que os recursos de *streaming* estarão disponíveis em um ambiente distinto.

Indicadores de avaliação

A criação de indicadores para avaliação dos processos de aprendizagem é uma atividade multifatorial, de grande complexidade. E uma das soluções aventadas neste projeto é a utilização de ontologias de domínio[23] para este fim. A principal hipótese abordada aqui é a de que a definição de taxonomias específicas, com suas respectivas classificações, possa criar subsídios para a elaboração de um sistema de avaliação mais assertivo. O desafio, neste caso, consiste na definição de um conjunto de classes, relações conceituais, instâncias e axiomas que substancie o modelo (JONES, BENCH-CAPON, VISSER, 1998). As etapas de construção desta ontologia serão elaboradas conforme descrição a seguir:

1. Avaliação da proposta;
2. Construção da ontologia, com base na captura, codificação e integração do conhecimento;
3. Avaliação;
4. Documentação.

21 . https://www.adobe.com/br/products/premiere.html
22 . https://vimeo.com/
23 . No contexto epistemológico da Ciência da Informação.



As ontologias, dentro do contexto da Ciência da Informação, podem ser definidas como um conjunto de técnicas de organização de informações, uma representação formal do conhecimento. Morais e Ambrósio (2007) destacam o uso de tais técnicas em:

1. Recuperação de informações na internet
2. Processamento de Linguagem Natural
3. Gestão do Conhecimento
4. Web-Semântica
5. Educação
6. Comunicação
7. Formalização
8. Representação do Conhecimento e Reutilização

A proposta deste trabalho é a articulação de tais conceitos e a normatização de indicadores para a modelagem de sistemas de avaliação que possam auxiliar as atividades analíticas dos professores.

Considerações finais

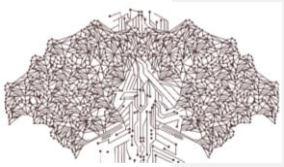
A proposta de sistematização de tarefas rotineiras e organização de grandes volumes de informação, citada neste trabalho, visa otimizar atividades administrativas de professores e fornecer *insights* para que ele construa e aperfeiçoe seus métodos de ensino. Este projeto de pesquisa defende a ideia de que o professor precisa cada vez mais assumir um papel autoral na construção e aplicação de conteúdos didáticos. Afinal, cada aluno possui um perfil cognitivo distinto. No meio desta equação, aparece o elemento "tecnologia", mas convém ressaltar que tecnologias não são elementos recentes, e a história da humanidade, pautada por inúmeras disrupções, endossa tal constatação.

Certamente, o grande diferencial no campo epistemológico da educação deverá ser a forma como serão tratados daqui para frente os processos pedagógicos em uma realidade social marcada pela onipresença dos meios de comunicação.

Referências bibliográficas

ADOBE. **General workflow in After Effects**. 2018a. Disponível em: <https://helpx.adobe.com/after-effects/using/workflows.html>. Acesso em: 27 jan. 2018.

ADOBE. **Adobe Premiere Pro User Guide**. 2018b. Disponível em: <https://helpx.adobe.com/premiere-pro/user-guide.html>. Acesso em: 27 jan. 2018.



ARRUDA, M.; BOLAÑOS, M. A. C.. **Treinamento para jovens futebolistas**. São Paulo: Phorte, 2010.

BRAGA, J. **Objetos de aprendizagem**: Volume 2 - Metodologia de Desenvolvimento. Santo André - SP: UFABC, 2015. Disponível em: <http://pesquisa.ufabc.edu.br/intera/wp-content/uploads/2015/12/objetos-de-aprendizagem-v2.pdf>. Acesso em: 26 set. 2017.

DRISCOLL, K. **From Punched Cards to "Big Data"**: A Social History of Database Populism," *communication +1*: Vol. 1, Article 4. Disponível em: <http://scholarworks.umass.edu/cpo/vol1/iss1/4/>. Acesso em: 13 set. 2017.

HILBERT, M. **Big Data for Development**: From Information- to Knowledge Societies (January 15, 2013). Disponível em: < https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2205145> Acesso em: 13 set. 2017.

HILBERT, M; LOPEZ, P. **How to Measure the World's Technological Capacity to Communicate, Store and Compute Information? Part I**: Results and Scope. Disponível em: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1562> Acesso em: 10 set. 2017.

IBM. **Personality Insights**: API Reference. 2017a. Disponível em: <https://www.ibm.com/watson/developercloud/personality-insights/api/v2/>. Acesso em: 27 set. 2017.

IBM. **The science behind the service**: 2017c. Disponível em: <https://console.bluemix.net/docs/services/personality-insights/science.html#science>. Acesso em: 27 set. 2017.

IBM. **Tone Analyzer**: API Reference. 2017b. Disponível em: <https://www.ibm.com/watson/developercloud/tone-analyzer/api/v3/>. Acesso em: 27 set. 2017.

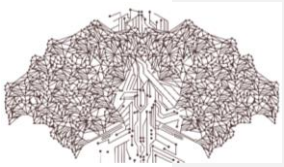
INEP. **Programa Internacional de Avaliação de Estudantes**. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/internacional-novo-pisa-resultados>. Acesso em: 08 jan. 2016.

JOHNSON, S. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

JONES, D; BENCH-CAPON, T; VISSER, P. **Methodologies for Ontology development.** In Proc.IT KNOWS Conference, XIV IFP World Computer Congress. Budapeste: 1998. Disponível em: <https://cgi.csc.liv.ac.uk/~tbc/publications/itknows.pdf>. Acesso em: 27 set. 2017.

LEFFA, V. J. **Nem tudo que balança cai**: Objetos de aprendizagem no ensino de línguas. Polifonia., v. 12, n. 2, p. 15-45, 2006. Disponível em: <http://www.leffa.pro.br/textos/trabalhos/obj_aprendizagem.pdf> Acesso em 26 de setembro de 2017.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1979.



MORAES, E. A. M; AMBRÓSIO, A. P. L.. **Ontologia**: conceitos, usos, tipos, metodologias, ferramentas e linguagens**.** Universidade Federal de Goiás, 2007.

ONU. **Momento de ação global para as pessoas e o planeta**. 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/>. Acesso em: 14 jan. 2018.

POSTMAN, N.; WEINGARTNER, C. **Teaching as a subversive activity**. New York: Delta, 1969. Disponível em: <https://archive.org/details/TeachingAsASubversiveActivity> Acesso em 26 de setembro de 2017.

RODRIGUES, J.. **O que é o Processamento de Linguagem Natural**? 2017. Disponível em: <https://medium.com/botsbrasil/o-que-é-o-processamento-de-linguagem-natural-49ece9371cff>. Acesso em: 28 jan. 2018.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: Uma teoria social da mídia. 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 2001.

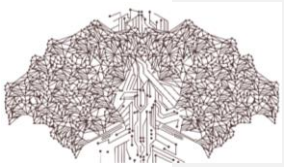
VIEIRA, A. G. **Do Conceito de Estrutura Narrativa à sua Crítica**. Psicol. Reflex. Crit. [online]. 2001, vol.14, n.3, pp.599-608. ISSN 0102-7972. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-79722001000300015> Acesso em 26 de setembro de 2017.

WIENER, N. **Cibernética e sociedade**: O uso humano de seres humanos. São Paulo: Cultrix, 1968.

_____. **Cibernética**. São Paulo: Polígono, 1970.

WILEY, D. A. **Connecting learning objects to instructional design theory**: A definition, a metaphor, and a taxonomy. In D. A. Wiley (Ed.), The Instructional Use of Learning Objects. 2000. Online Version. Disponível em: < http://reusability.org/read/chapters/wiley.doc > Acesso em 26 de setembro de 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



REFLEXÕES SOBRE O JORNALISMO DO DESENVOLVIMENTO E SUA IMPORTÂNCIA NA COMUNICAÇÃO RURAL[1]

Aline de Oliveira Silva[2]
Mário Luiz Fernandes [3]

As pesquisas sobre comunicação e jornalismo rural demonstram que os produtores de notícias ainda encontram dificuldades em adequar ambos os termos ao processo jornalístico desenvolvido nos dias atuais. Enquanto o primeiro termo busca entender os mecanismos de comunicação entre produtores rurais e demais segmentos do setor produtivo (especialistas em ciências agrárias, poder público, veículos de comunicação e prestadores de serviços), o segundo, diz respeito ao processo de produção jornalística focada nas questões agropecuárias. A fim de compreender estas distinções e apresentar as propostas da teoria do desenvolvimento defendida como mais correta para países em desenvolvimento, analisamos o suplemento do jornal com maior tempo de funcionamento na cidade de Campo Grande (MS). O jornal Correio do Estado publica semanalmente uma produção focada nos assuntos rurais de âmbito regional e nacional. A partir da análise temos intuito de apontar quais os critérios de noticiabilidade, bem como propor alternativas de um jornalismo que seja plural, participativo e atenda aos conceitos do jornalismo de proximidade.

Palavras-chave: jornalismo rural, comunicação rural, teoria do desenvolvimento, jornalismo de proximidade

Introdução

O desenvolvimento do jornalismo acompanha a evolução do mundo desde as primeiras manifestações primitivas que os homens criaram para trocar informações sobre acontecimentos cotidianos e comerciais. Tobias Peurcer, em sua tese doutoral em 1690,

[1] Trabalho apresentado no Eixo Temático 5: O local digital das culturas: povos tradicionais, povos indígenas, diásporas e redes digitais, no X Simpósio Nacional da ABCiber.
[2] Aluna Especial do Mestrado em Comunicação da UFMS, e-mail: alineolsilva@hotmail.com

[3] Orientador e professor – Pós-doutor do curso de Jornalismo e do curso de Mestrado em Comunicação da UFMS – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e-mail: mario.fernandes@ufms.br

já pontuava características evolutivas do jornalismo do século XVII, e suas consequências.

A partir dos séculos seguintes, com o Revolução Industrial, a criação da prensa e o entendimento dos primeiros artífices do fazer jornalístico sobre a importância de oferecer o produto 'informação', busca-se um formato que atenda os interesses e necessidades informativas de um número cada vez maior de pessoas, ultrapassando as fronteiras geográficas e culturais.

Uma das pautas que sempre estiveram presentes na produção jornalística brasileira, é observada por Luiz Beltrão na publicação 'Jornalismo interiorano a serviço das comunidades', ainda na década de 1960, na qual destaca um dos principais conteúdos selecionados em localidades com aptidão agrícola.

> Qual o conteúdo especifico dos jornais de localidades agrícolas? Naturalmente, os fatos e problemas do campo. Para tal há repórteres e redatores especializados na colheita de informações sobre o setor. Entre os temas abordados: criações, cooperativas, planos de financiamento, estações experimentais, sindicalização do trabalhador rural, assistência ao homem do campo (...)uma infinidade de aspectos sobre temas sempre presentes ao interesse da coletividade. (BELTRÃO, 2013, p.32)

Entretanto, observa-se a dificuldades das empresas jornalísticas em produzir um material que atenda aos anseios do público morador nas cidades interioranas, ou mesmo, que atuem direta ou indiretamente no meio rural. Isso porque, o critério de seleção de notícias, conforme explica Nelson Traquina, atende aos interesses comerciais e publicitários. "O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas privadas enfrentam mais cedo ou tarde a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e receitas, que provêm das vendas e da publicidade (TRAQUINA,2012, p.160) ".

Ou seja, quem tem condições de consumir a notícia? A resposta poderia ser, os grandes produtores que contam com o acesso aos veículos de comunicação oferecidos na atualidade. Desta forma, os pequenos produtores ou comunidades ficam relegados a informações isoladas dentro da 'programação' jornalística. Com este entendimento tem-se o objetivo de conceituar as distinções entre comunicação rural e jornalismo rural, pois, tratam-se de dois estudos diferentes, mas complementares no que diz respeito a

construção de produtos jornalísticos que atendam aos interesses da população de forma mais abrangente.

Buscamos em Juan Diaz Bordenave suporte para definição do que significa a comunicação rural: "O conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural (BORDENAVE, 1988, p.08) ". A partir daí entende-se que esta forma de comunicação é utilizada por produtores rurais para tomada de decisões sobre formas de produção e de convivência no campo. Por outro lado, o poder público se apropria do conceito para definir suas medidas de política agrária, seja em caráter financeiro ou técnico.

O jornalismo rural é conceituado pelo pesquisador Wilson Costa Bueno como um caso particular de Jornalismo Científico, principalmente quando se reporta a divulgação da pesquisa agropecuária. "Também chamado de jornalismo agrícola compreende o trabalho jornalístico focado no agronegócio e veiculado em diferentes meios de comunicação como: jornais, revistas, telejornais, programas de rádio e TV (aberta ou por assinatura) e pela internet (BUENO, 2008)."

A partir dos conceitos estabelecidos nosso questionamento é: Para quem é feita a comunicação rural? Quem é seu público-alvo e a quem interessa? Situando o Brasil como um dos países com maior produção agropecuária do mundo, ficamos intrigados com a parcialidade com que as notícias do setor são divulgadas na imprensa diária, ou ainda, como é avaliado pelo senso comum da sociedade.

Outro ponto que merece destaque diz respeito ao desenvolvimento da atividade rural no país que teve na comunicação, uma das mais importantes ferramentas de propagação e transferência de tecnologias, além de possibilitar a transformação das monoculturas e criações de subsistência para os atuais processos de produção de commodities, que tem como objetivo principal a exportação.

Os momentos mais impactantes surgem a partir da industrialização da produção em escala no início do século XX (cana-de-açúcar e café), a migração da população da área rural para urbana a partir da década de 1950, o plano de ação desenvolvido pelo governo de Getúlio Vargas e a introdução do modelo de produção norte-americano

implementado na década de 70 com a Assistência Técnica e a Extensão Rural. Os períodos assinalados são analisados pelos pesquisadores Delfino Adorno e Simone Tuzzo, no seguinte ponto de vista:

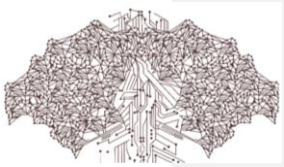
> Sob essa perspectiva etnocêntrica inicial, os colonizadores passaram a interagir de forma assimétrica com os colonizados, num processo que resultou, pelo aspecto socioeconômico, na exploração sistemática de todos os campos da atividade humana produtiva. A história econômica tratou de classificar como ciclo do pau-brasil, ciclo do ouro, ciclo da prata, ciclo da cana-de-açúcar. (ADORNO e TUZZO, 2013, p.18).

Com a implantação de novas tecnologias, o setor produtivo se desenvolve e profissionaliza, tornando o Brasil, um dos maiores exportadores de matéria-prima do mundo. Reafirmando a importância que o agronegócio representa para os números da economia nacional - responsável por quase 22% do Produto Interno Bruto (PIB) - em 2016, o setor agrícola foi protagonista na composição dos números registrados no período, somando 15,87% do total acumulado entre janeiro e dezembro. As informações foram divulgadas pelo Relatório PIB Agro-Brasil desenvolvido pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA), da Esalq / USP, e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA).

Ainda assim, o setor e seus personagens enfrentam entraves como legislações exigentes, altas taxas de juros e desvalorização monetária frente às moedas estrangeiras (dólar e Euro). Com o processo de comunicação não é diferente, para que o mesmo seja possível é necessário que haja uma troca mútua: todo transmissor pode ser receptor e todo receptor pode ser transmissor. Como bem pontua o pesquisador e docente da Universidade Federal de Goiás (UFG) Hélio Magalhães: “Nos dias atuais, a técnica assumiu o papel legitimador da dominação na sociedade, o poder insuperável da máquina se transforma num eficiente instrumento político e, em nome da produtividade, vem conferir alto grau de legitimidade à dominação (MAGALHÃES, 2010, p.04) ”.

A modernização do campo é analisada em uma perspectiva desenvolvimentista, por Wilbur Schramm, na qual avalia principalmente os impactos observados nas comunidades interioranas:

> Todo indivíduo invariavelmente está ligado (historicamente, afetivamente) à sua comunidade, ao seu grupo, em termos de normas



> sociais, instituições, papéis, etc. E, por sua vez, todos os elementos de uma cultura que estão relacionados entre si. Desta forma, antes de tudo, é necessário identificar a qualidade da vinculação que é irradiada dos elementos que se desejam mudar (SCHRAMM, 1976, p.176)

Com este entendimento pode-se afirmar que a maior parte dos conteúdos jornalísticos produzidos para o público rural, está longe de considerar as especificidades culturais, econômicas e sociais. Primeiro pelo fato de segmentar a informação em termos ainda formatados na década de 1970 – quando se apresentava a troca de informações numa perspectiva extensionista e técnica. Mais adiante com a implantação das estratégias de marketing para impulsionar a comercialização de insumos e produtos, priorizou-se o viés comercial do setor, conforme observa Magalhães:

> Quando se entende desenvolvimento como industrialização e adoção de hábitos de consumo, quando o desenvolvimento é medido por obsessão quantitativa, tendo por padrão ideal o crescimento econômico de organizações e países mais ricos, a tarefa que se atribui à comunicação é, essencialmente, a de transferir técnicas, conhecimentos e hábitos que estimulem o consumo e aumento da produtividade (MAGALHÃES, 2010, p. 03-04)

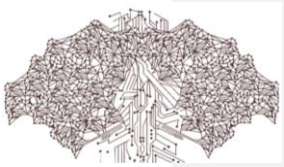
Para melhor compreender o cenário regional foi realizado um estudo de caso com o suplemento rural do jornal Correio do Estado, o mais antigo veículo impresso em funcionamento no município de Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul. Contando 63 anos de atividade, interrompeu a referida tiragem impressa desde janeiro de 2017, a qual permanece veiculada semanalmente no formato online.

A partir da análise realizada no espaço 'Correio Rural' será possível compreender para que público o conteúdo noticioso regional é feito e qual o cenário do jornalismo rural produzido no Estado que registra números de destaque na produção nacional de alimentos, como por exemplo: 1º lugar em rebanho bovino comercial, 3º produtor de milho e cana-de-açúcar e 5º colocado na produção de soja.

Revisão Bibliográfica

1. Comunicação Rural no Brasil

A comunicação rural brasileira implantada inicialmente no país esteve intrinsicamente ligada ao processo de assistência técnica e extensão rural e durante muito



tempo foi entendida como sinônimo de informação agrícola, por ser o método utilizado na difusão de informações sobre manejo agropecuário, normas e recomendações técnicas de órgãos envolvidos com agricultura e ligados ao governo, por meio de boletins, folhetos, periódicos, publicações diversas e radiodifusão.

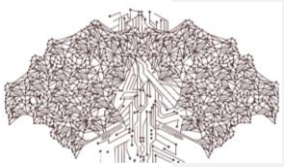
Uma das contribuições mais importantes para compreender o conceito da comunicação rural vem de Juan Diaz Bordenave que explicou ter criado uma definição sobre o tema, modificando o pensamento da época, durante o XI Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), realizado em 1988, na cidade de Viçosa (MG):

> Comunicação rural é o conjunto de fluxo de informação, de diálogo e de influência recíproca existente entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural (BORDENAVE, 1988, p.08).

No entendimento do autor, a comunicação rural é considerada um importante fator de desenvolvimento, mas que necessita agir com um fluxo de via dupla, programado e sistemático, de mensagens informativas, motivacionais, intercambiadas pelos diversos setores sociais envolvidos (BORDENAVE, 1988). O que se percebe desde o período em que estas considerações foram feitas é que existe um problema de entendimento das duas partes: por um lado, os produtores rurais que ainda encontram dificuldade de ampliar e divulgar suas ações, necessidades e anseios e do outro, o poder público que apresenta uma proposta defasada sobre a política agrária do país.

Com mais de três décadas da análise feita pelo pesquisador paraguaio, ainda observam-se a dificuldades dos comunicadores de entenderem e desenvolverem um produto informativo que aprofunde questões políticas, sociais e econômicas da atividade rural, tanto para os grandes produtores de commodities quanto para o grupo da agricultura familiar brasileira.

O segmento que mais avançou nesse sentido foi o marketing que com suas estratégias comerciais difunde as informações do setor, porém, dentro da perspectiva publicitária. Análise pertinente é feita pelo pesquisador Hélio Magalhães sobre o avanço publicitário no espaço rural:



> Para atender estes novos consumidores rurais foi criado todo um mecanismo sofisticado de comunicação rural, envolvendo marketing específico para o setor; demandas cada vez mais estratégicas de serviços, fidelização e relacionamento contínuo. A comunicação rural passa a ser cada vez mais multidisciplinar envolvendo propaganda, promoção de vendas, merchandising, serviço de mala direta além de feiras, convenções e congressos. A agricultura passa a ser agronegócio ou agro exportação e a comunicação do campo com a cidade ganha outros conteúdos (MAGALHÃES, 2010, p.07).

Contudo, entendemos que a comunicação rural por sua essência de compartilhamento de informações para o setor, conseguirá melhor alcance quando priorizar o desenvolvimento local de uma região. Não se consegue despertar o empreendedorismo, busca pelo conhecimento ou troca de experiências com modelos importados de outros países como aconteceu no Brasil há meio século atrás. O difusionismo norte-americano (*diffusion research*) demonstrou não ter eficácia quando aplicado a realidade nacional, visto que a realidade do homem do campo daqui necessitava de uma abordagem que valorizasse os conhecimentos empíricos utilizados no cotidiano de trabalho e que com apoio de políticas públicas fomentasse a aquisição de transferências de tecnologias.

Do ponto de vista acadêmico, o professor José Marques de Mello avalia que ainda existe muito a ser pesquisado, no que se refere a comunicação rural e a forma como é apresentada na imprensa brasileira. No entendimento do autor existe um descompasso entre o desenvolvimento do setor e a forma como são publicados para a população:

> "Mais de meio século de pesquisas sistemáticas sobre o fenômeno jornalísticos não foi suficiente para assegurar uma precisão conceitual a respeito dessa atividade da comunicação coletiva. Por paradoxal que possa parecer, o avanço do conhecimento científico a respeito da informação de atualidades nos meios de difusão não tenha logrado rigor conceitual, exatidão analítica.(...) Muitas vezes quando as universidades ou institutos de investigação apreendem certos fenômenos, interpretam-nos e concebem princípios que explicam sua configuração estrutural ou funcional, a realidade já os ultrapassou e mudou sua fisionomia. A justificativa não está apenas na circunstância de que são fenômenos sociais e portanto, dinâmicos, mas na essência mesma do jornalismo que se nutre do efêmero, do provisório, do circunstancial, e por isso exige do cientista maior argúcia na observação e melhor instrumentação metodológica para não cair nas malhas do transitório" (MELO, 1985, p. 7)

Neste espaço de tempo, o que se conseguiu foi a evolução daqueles produtores que possuem recursos para investir e se atualizar, enquanto que uma boa parcela, sem acesso a tecnologias ainda pratica a agricultura e pecuária da forma como aprendeu com seus pais e avôs. Para Magalhães, a comunicação rural ainda não conseguiu resolver os problemas de exclusão, "visto que o objetivo somente será alcançado quando contribuir para diminuir a fome e a falta de perspectiva de crescimento, aumentando a capacidade de auto-gestão das populações dentro do processo de desenvolvimento equilibrado e sustentável (MAGALHÃES, 2010, p.10).

Enquanto isso, no jornalismo verifica-se a possibilidade de mudança, na implantação da comunicação local e regional que pode ser mais efetiva por se localizar no local onde acontecem os fatos e notícias e retratar a realidade de uma comunidade específica. A importância da informação varia de uma região para outra, visto que o país possui um vasto território, composto por diferentes realidades culturais e sociais. Acerca desta afirmativa é fundamental relembrar a análise de Milton Santos, na publicação "Técnica espaço tempo – Globalização e meio técnico científico-informacional", na qual busca apresentar uma compreensão das novas dinâmicas da sociedade e do território: os espaços da globalização e suas contradições no campo e na cidade; a regionalização edificada por solidariedades organizacionais.

> Cada lugar, porém, é ponto de encontro de lógicas que trabalham em diferentes escalas, reveladoras de níveis diversos, e às vezes contrastantes, na busca da eficácia e do lucro, no uso das tecnologias do capital e do trabalho. Assim se redefinem os lugares: como ponto de encontro de interesses longínquos e próximos, mundiais e locais, manifestados segundo uma gama de classificações que está se ampliando e mudando (SANTOS, 1995, p. 06).

2. Jornalismo Rural

O jornalismo voltado ao segmento agrícola desde mais remotas épocas, sempre considerou as informações rurais como um dos temas de maior destaque e que mereciam divulgação. Dias (2011, p. 10) argumenta que a imprensa rural do Brasil foi iniciada em 1500 por intermédio da "Carta de Achamento do Brasil" escrita por Pero Vaz de Caminha. O documento de 34 laudas foi proibido de divulgação pela monarquia portuguesa por

quase 300 anos, para evitar que outras nações soubessem das riquezas naturais existentes na "Nova Colônia". No entendimento do autor, o texto seria uma prévia das grandes reportagens, em razão do detalhamento dos assuntos, entre eles a fauna e flora existente no Novo Mundo.

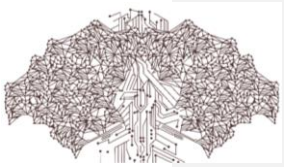
A definição proposta pelo professor Wilson da Costa Bueno é de que o jornalismo agrícola ou agribusiness compreende o trabalho jornalístico focado no agronegócio e veiculado em diferentes meios de comunicação como: jornais, revistas, newsletters, telejornais, programas específicos de rádio e TV, canais por assinatura e webjornalismo (BUENO, 2008). Na sequência faremos um breve histórico dos principais momentos do jornalismo brasileiro, a partir da criação e funcionamento dos principais meios que estiveram e ainda estão presentes no cotidiano da sociedade brasileira.

Com a chegada do rádio em 1922 e posteriormente, a televisão em 1950, aumenta o número de informações divulgadas sobre o setor rural, entretanto, sempre pautada no aspecto econômico: preços dos produtos agropecuários e publicidade dos insumos utilizados na cadeia produtiva. Segundo Ortriwano (1985), a inserção das mídias eletrônicas no cotidiano da população contribuiu para que os agricultores fossem inseridos no contexto de desenvolvimento nacional. No primeiro momento, o rádio foi o meio de comunicação de massa responsável por quebrar o isolamento midiático que era imposto a quem vivia na zona rural e possibilitou "levar a informação para populações de vastas regiões que não têm acesso a outros meios, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais" (Ortriwano, 1985, p. 78).

Pouco mais de três décadas é a vez da televisão chegar aos lares brasileiros e possibilitar a exibição de conteúdos focados no cenário rural. Ao analisarmos a evolução do setor agropecuário nacional, temos de reconhecer que a veiculação de imagens ajudou no processo de capacitação dos agricultores e também na integração deles sobre a vida do país.

Com esse entendimento é oportuno citar a análise dos pesquisadores a seguir:

> Como uma consequência natural da evolução das mídias, a chegada da televisão ao meio rural é mais uma etapa da contribuição da comunicação social no desenvolvimento do campo (...). Ao analisarmos a evolução do setor agropecuário nacional, temos que reconhecer que a veiculação de imagens ajudou no processo de capacitação dos



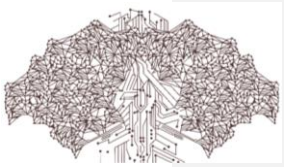
> agricultores e também na integração deles na vida do país. (CUNHA, DARDE E LEME, 2015, p.19).

É fundamental lembrar que na década de 1980 estreia o programa jornalístico Globo Rural, especializado em pautas da atividade rural e que abriu caminho para o tratamento mais apurado de temas relacionados à produção agrícola brasileira. Na avaliação dos pesquisadores gaúchos, "o jornalismo especializado possui uma característica importante de aproximar-se com seu público, possibilitando uma maior interatividade entre público e empresa de comunicação (2015) ".

Em sua trajetória nacional, o jornalismo rural apresentou desenvolvimento expressivo em diferentes veículos de imprensa. Um fato que colabora com a informação é a pesquisa feita por Dias (2011), na qual foi constatada que existem 1.200 profissionais atuando nesta modalidade jornalística, 300 publicações periódicas (revistas e jornais), 40 programas em rádio e 35 na televisão. Apesar do campo de pesquisa estar focado prioritariamente nas regiões Sul e Sudeste do País, apresenta uma contribuição valiosa para entender a problemática enfrentada pelo setor, no enquadramento do que é o jornalismo rural.

Entretanto, uma das problemáticas apontada no presente trabalho é como é feito o jornalismo rural na atualidade? Para que público é feito? Quais os objetivos e quais os critérios de seleção das notícias. Uma análise fundamental é feita pela pesquisadora Ana Maria de Maio que apresenta o resultado de um estudo de caso sobre as transformações enfrentadas pelo jornalismo especializado em agropecuária ou agronegócios. Maio (2015) argumenta que o fechamento de suplementos agrícolas, jornais especializados e encerramento de tradicionais programas de televisão acendem o alerta para os profissionais e veículos. Em contrapartida aponta saídas para este processo que podem ser possibilitadas com a intervenção do jornalismo de proximidade:

> Torna-se pertinente aproximar a concepção de jornalismo agropecuário da prática do jornalismo de proximidade, na medida em que a agricultura ainda cultiva laços profundos com a história, a identidade, a cultura e a sociabilidade de inúmeras localidades. Ainda que a urbanização represente um fenômeno irreversível, a produção de alimentos, a gestão da terra e a geração de empregos no campo – ou em função dele – tendem a atrair o interesse de leitores, ouvintes, telespectadores e internautas (MAIO, 2015, p.19)



O enxutamento das redações, a falta de estrutura para que os repórteres se desloquem até o meio rural para produzir o material são uma indicação dessa mudança. A utilização cada vez mais frequente de reproduções de releases institucionais são a saída para continuar a informar sobre o assunto, mas, na perspectiva dos produtores da informação. A dependência criada é tanta que as assessorias de comunicação se veem na responsabilidade de promover treinamentos específicos para os repórteres ou ainda, oferecer acesso para cobertura de eventos (transporte, alimentação e sala de imprensa).

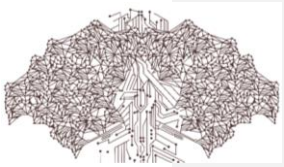
Se por um lado é positivo este apoio, por outro, os veículos se sentem na 'obrigação' de deixar assuntos espinhosos e que terão impacto negativo na população em segundo plano. A democratização da informação, a resposta aos anseios da sociedade e os esclarecimentos que poderiam ser adotados de forma preventiva acabam por não ser publicados, veiculados ou impressos. Enquanto isso, os consumidores de notícias ficam à mercê do que é veiculado, pois, a prioridade é atender os anunciantes e grandes empresários que movimentam a entrada de recursos nas empresas jornalísticas.

3. Teorias do Jornalismo de Desenvolvimento

As primeiras pesquisas sobre a comunicação e o desenvolvimento tiveram início no início da década de 1950, conforme esclarece Michael Kunczik, no capítulo dedicado ao Jornalismo de desenvolvimento (KUNCZIK, 2002). Na avaliação do pesquisador, o enunciado supõe que o desenvolvimento local é um objetivo positivo e desejável, e que os meios de comunicação de massa podem fazer muito para fomentá-lo. Porém, para que possa ser plenamente exercido é necessário que o jornalista adote maior ênfase ao questionamento e na avaliação crítica da utilidade dos projetos de desenvolvimento em funcionamento em um país, estado ou cidade.

Schramm sintetiza o papel que deve assumir o jornalista em atuação nos países em desenvolvimento, os mais 'necessitados' deste entendimento da produção jornalística:

> O receptor intermediário é o repórter que fala à "fonte da notícia". Na realidade, o repórter pode ter de falar a um sem-número de fontes de notícias, mas, de qualquer modo, ele deve decidir que fatos passarão ao longo da cadeia, o que escrever, que formas, cor e importância dar ao



> fato. (...). Num país em desenvolvimento, as cadeias de informação dos líderes ao povo e vice-versa, e entre a população, dependem particularmente dos receptores intermediários, não só porque elas são longas e raramente confirmadas por canais paralelos, mas também por causa da necessidade de adaptar as informações para uso local. (SCHRAMM, 1976, p.136-137)

A conclusão do pesquisador é de que quanto menos desenvolvida a comunidade, maior será a responsabilidade de seus representantes (conselheiros, lideranças políticas e governantes) em replicar a população sobre os atos governamentais, ou ainda sobre o que é veiculado nos meios de comunicação de massa. Apesar das considerações terem sido feitas em meados da década de 1970, nota-se que o Brasil está seguindo ainda, na contramão desta proposta que permeou o crescimento da maioria dos países categorizados em estágio de desenvolvimento.

Neste sentido voltemos às reflexões de Maio, ao sugerir o fortalecimento do jornalismo de proximidade e sua aplicação no jornalismo rural:

> No entanto, assim como o fenômeno da globalização acaba por valorizar características da localidade, a cobertura jornalística especializada em agro encontra abrigo no chamado jornalismo de proximidade, persistindo em sites noticiosos mantidos em pequenos centros urbanos. O conceito de jornalismo de proximidade está atrelado a questões como as dimnensões geográfica e temática, a construção de identidades comuns e o modo diferenciado de posicionamento perante os acontecimentos (MAIO, 2015, p.26).

Neste ponto é possível identificar a conexão existente entre o jornalismo de proximidade e a teoria de desenvolvimento defendida por Schramm. Enquanto a cobertura feita nessa especialidade jornalística propõe maior comprometimento com a questão local e garante sobrevida ao jornalismo agropecuário (MAIO, 2015, p.27); nas questões defendidas pela teoria do desenvolvimento está a importância de que a presença da comunicação produzida para os países em ascensão constitua uma diferença significativa no nível de informação (SCHRAMM, 1976, p.144).

3.1 Regionalização do tema:

Mato Grosso do Sul é uma das 27 unidades federativas do Brasil, localizada na Região Centro-Oeste e completou em 2017, 40 anos de emancipação política conquistada

em 11 de outubro de 1977, pelo então presidente da república General Ernesto Geisel. Apesar de "jovem", a região possui uma história marcada pela chegada de imigrantes que adotaram a localidade para constituir família e uma trajetória profissional.

O Estado tem na agropecuária sua principal atividade econômica, a qual é responsável por cerca de 14,4% do Produto Interno Bruto (PIB) da região Centro-Oeste, totalizando mais de R$ 83 bilhões no último levantamento realizado em 2015. Com terras férteis e amplo espaço territorial, atualmente conta com 2.449.024 milhões de habitantes, conforme registra o levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A trajetória da imprensa rural sul-mato-grossense é recente e segundo detalha Rodrigues (1976), registrou desde sua formação 29 veículos impressos, dos quais somente o Correio do Estado, o mais antigo em atividade e fundado em 7 de fevereiro de 1954, completa este ano 64 anos de permanente funcionamento.

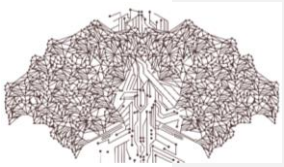
Atualmente existem em circulação diária quatro jornais impressos e 13 semanários, conforme levantamento do projeto Portal de Mídia, desenvolvido pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Ainda que a televisão e o rádio estejam fortemente presentes no Estado, o jornalismo impresso resiste as mudanças do cenário comunicacional global. Com isso, o Correio conta com uma tiragem diária de 11.750 exemplares que são distribuídos em Campo Grande (capital) e mais 42 municípios[4].

O critério de escolha pelo veículo aconteceu pelo fato de ser a única publicação impressa que conta com a editoria definida de agronegócio, o 'Correio Rural'. A veiculação impressa do suplemento semanal foi interrompida em janeiro de 2017, e desde então é publicada na mesma periodicidade, porém no formato digital e só está disponível para assinantes do portal, que também tem acesso a versão impressa digitalizada.

3.2. Resultado da Análise

O período delimitado para avaliação compreendeu os meses de julho a outubro de 2017, em razão do suplemento ser semanal e para se ter uma melhor avaliação sobre o

[4] Dados atualizados em 2018, com informações do Site: http://www.portaldemidia.ufms.br/.



critério de escolha das notícias. O formato digitalizado segue o modelo tabloide e totaliza quatro páginas que atendem as seguintes editorias: capa (chamada da notícia principal), opinião, reportagem da semana e notícias nacionais. As publicações somaram 17 edições nos meses avaliados, sendo que em quatro meses de veiculação foram contabilizados: 18 artigos, 12 reportagens assinadas pelos jornalistas da editoria, 18 matérias produzidas com informações de agências de notícias e 09 publicações de releases locais.

As pautas são factuais e analisam o cenário do jornalismo rural de Mato Grosso do Sul, publicando temas relevantes para os produtores de commodities, ou seja: soja, milho, florestas, controle de doenças e pecuária de corte. Como na maioria das editorias de outras localidades brasileiras, as pautas são produzidas na maior parte das vezes, sem o contato *in loco*, ou seja, são feitas a partir de informações apuradas pelo telefone e com levantamentos oficiais de órgãos públicos.

Neste caso, percebe-se no formato utilizado pela editoria, algumas das definições elencadas por Traquina acerca da teoria estruturalista, na qual "as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; e os membros da comunidade profissional dentro e fora da organização (TRAQUINA,2012, p.174)". Ou seja, a forma como as empresas jornalísticas desenvolvem suas rotinas favorecem as fontes oficiais, mais aptas a prover informações com a credibilidade e a velocidade que a rotina jornalística impõe ao repórter. Por outro lado, o autor observa que apesar dos *media* definirem para a maioria da população quais são os acontecimentos mais significativos, "oferecem poderosas interpretações de como compreender estes acontecimentos (TRAQUINA, 2012, p. 179).

Retomando os conceitos apresentados sobre a teoria do desenvolvimento confirma-se que o veículo possui uma linha editorial que em primeiro lugar atende aos interesses dos anunciantes, em seguida os entes que compõem a cadeia produtiva do agronegócio: produtores rurais com alto fluxo produtivo, empresas de prestação de serviços ao agronegócio (vendas de insumos, medicamentos, sementes) e agroindústrias. No espaço de quatro meses nenhuma das matérias abordou as dificuldades ou respondeu a questionamentos feitos por pequenos produtores e agricultores familiares.

Não que seja errada a postura do veículo, afinal, trata-se de um negócio, uma empresa jornalística que tem claro os objetivos de quem são seu público-alvo. A questão

que se quer evidenciar é a responsabilidade dos veículos de comunicação de massa em produzir conteúdo que atendam o máximo de pessoas possível. Schramm defende que um processo de transformação pode ser desencadeado por meio da alteração da percepção do receptor de suas relações sociais.

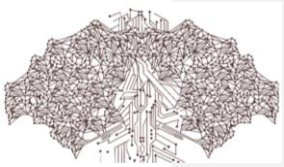
> Os homens se equilibram entre o que sabem, o que acreditam e o que fazem. Suponhamos agora, que uma mensagem persuasiva se dirija a uma determinada área de conhecimento frágil. E suponhamos que essa nova informação conflite com o conhecimento presente, mas não tanto a ponto de ser rejeitada. Por exemplo, suponhamos que ela indique que terminado indivíduo ou grupo, muito admirado sustenta uma posição inconsistente com a posição atual de alguém, ou que uma nova posição, na realidade, não é incongruente com a deste alguém, mas, sim uma continuação dela (SCHRAMM, 1970, p.43).

Com este entendimento tem-se o objetivo de argumentar que é fundamental produzir uma informação jornalística que atenda as particularidades de uma região, mas, que alcance diferentes camadas econômicas da sociedade. O pequeno produtor também quer saber mais sobre o cenário agropecuário do seu Estado, quer informações sobre o melhor manejo e técnicas, e o principalmente, quer sentir-se representado nas notícias veículadas.

Repensar os conteúdos, o público e a forma de produzir notícias é o grande desafio dos jornalistas que defendem a bandeira de serem os 'intermediadores entre informação e população'. Como está sujeito ao controle de uma linha editorial, o profissional de comunicação precisa encontrar alternativas que atendam os interesses do empregador, oferecendo uma pauta com dados comprovados de rentabilidade e lucratividade. E por outro lado, pontuar quais são as dificuldades ou perigos que podem decorrer de um projeto inconsistente ou uma técnica mal desenvolvida.

Considerações Finais

Ao analisarmos a teoria do jornalismo do desenvolvimento, aliada ao processo de evolução da comunicação rural e o jornalismo especializado no setor agropecuário entendemos que ainda há muitas lacunas que precisam ser preenchidas, no que se referem



às pesquisas voltadas para compreender o público rural, atualmente em conexão total com o cenário urbano.

Contudo, foi possível compreender nas reflexões dos autores apontados que o produto jornalístico apresentado nos dias atuais, independentemente do veículo, necessita ainda de mais preparo, a começar pelos profissionais que produzem o conteúdo até o desenvolvimento dos assuntos que necessitam de mais aprofundamento técnico, para então se tornarem notícias.

No caso do objeto de estudo, o jornal Correio do Estado, por intermédio do suplemento Correio Rural, trouxe uma prova testemunhal de que é possível produzir jornalismo rural em Mato Grosso do Sul com qualidade e informação. Entretanto, é preciso ampliar o leque de informações e de público, para desta forma desenvolver um jornalismo de cidadania, com caráter inclusivo, independentemente da classe social.

Outro ponto que merece pesquisas mais detalhadas diz respeito ao público-alvo que consome as notícias rurais, afinal, a democracia da informação deve se estender a toda população, independente da classe social e seu poder de compra. Nosso objetivo é esquadrinhar este universo que se faz presente no jornalismo rural regional e que diz respeito ao setor que mais movimenta a economia nacional, mas, que ainda é tratado como coadjuvante nos estudos de comunicação.

REFERÊNCIAS

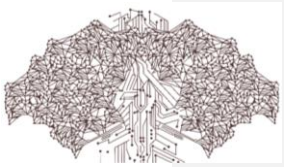
ADORNO, Delfino Simone; TUZZO, Antoniaci. **Cidadania e Direitos Humanos**: uma percepção a partir da obra de Juan Díaz Bordenave1. Comun& Inf, v. 16, n. 2, p. 17-26, jul./dez. 2013. Disponível em: http://dx.doi.org/10.5216/cei.v16i2.29185. Acesso em: 22/12/2017.

BELTRÃO, Luiz. O jornalismo interiorano a serviço das comunidades. IN: ASSIS, Francisco de. Org. **Imprensa do Interior. Conceitos e Contextos**. Editora Agros, Chapecó (SC), 2013.

BORDENAVE, Díaz Juan. **O que é comunicação rural?** São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. Comunicação Rural: discurso e prática. IN: BRAGA, G.M.; KUNSCH, M.M.K. (Orgs.) **"Comunicação Rural:** discurso e prática". 11º Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – 1988. Viçosa/MG: Editora Universitária, 1993.

BUENO, Costa da. Wilson. **Jornalismo em Agribusiness**. Disponível em: http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/conceitos/jornalismoagrobussines.php . Acesso em 10 de janeiro de 2018



CUNHA, Ricardo Ramos Carneiro da; DARDE, Vicente William da Silva; LEME, Fernando Albino. As contribuições da TV para o desenvolvimento do campo e construção de novas representações sobre o rural. IN: **Sessões do Imaginário**: Porto Alegre (RS) VOL. 20 | N. 34 | 2015. Disponível em: http://dx.doi.org/ 10.15448/1980-3710.2015.2. Acesso em: 23/12/2017.

DIAS, João Castanho. **A Imprensa Rural no Brasil.** São Paulo: Editora Barleus, 2011. ISBN: 8561913053

IBGE - Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/ acesso em 23/12/2017

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo:** norte e sul: manual de comunicação.

MAGALHÃES, Hélio Augusto de. **Comunicação e Desenvolvimento no Meio Rural.** UFG, 2010. Disponível em: www.fsma.edu.br/esfera/Artigos/Esfera_3_artigo_1.pdf. Acesso em: 22/12/2017.

MAIO, Dantas Maria Ana. Jornalismo Agropecuário: do êxodo da grande mídia à sobrevivência no jornal local sob o comando das assessorias. IN: BUENO, C. Wilson da. E SANTOS, Marli dos. Orgs. **Jornalismo Especializado no Brasil. Teoria, Prática e Ensino.** Editora Metodista, São Paulo (SP). ISBN 978-85-7814-315-2 Disponível em: editora.metodista.br/livros.../Jornalismo%20especializado%20no%20Brasil12-4.../file Acesso em 10 de janeiro de 2018.

MELO, J.Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

PEUCER, Tobias. Os Relatos Jornalísticos. Tradução de Paulo da rocha Dias. IN: **Revista Comunicação e Sociedade**, n.33, 2004.

PORTAL CORREIO DO ESTADO. Disponível em: www.correiodoestado.com.br acesso em 23 de dezembro de 2017.

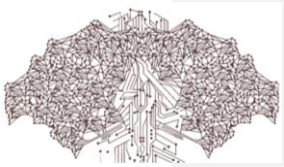
PORTAL DE MÍDIA – UFMS. Disponível em: http://www.portaldemidia.ufms.br/ acesso em 10/01/2018

RODRIGUES, José Barbosa. O Primeiro Jornal de Campo Grande. S. ed.1976, IN:**3° Encontro Centro Oeste de História da Mídia**, 23 e 24 de junho de 2016. Campo Grande, MS: UFMS, 2016. Disponível em: www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/...da...jornal.../file. Acesso em: 13 de outubro de 2017.

SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo**: globalização e meio técnico-científico-informacional de Milton Santos. São Paulo: Edusp/SP. 5ª edição, 1994. (Cole. Milton Santos). ISBN 10: 85-314-1049-5.

SCHRAMM, Wilbur e RIVERS, L. William. **Responsabilidade na Comunicação de Massa.** Edições Bloch. Tradução de Munis Sodré e Roberto Lent. Rio de Janeiro, 1ª edição, 1970.

SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de Massa e Desenvolvimento. O papel da Informação nos países em crescimento.** Edições Bloch. Tradução de Munis Sodré e Roberto Lent. Rio de Janeiro, 2ª edição, 1976.



TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são.** Volume I, Editora Insular. Florianópolis (SC), 2012, 3ª edição.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

REFLEXÕES SOBRE USOS E APROPRIAÇÕES DOS ESPAÇOS DA CIDADE – RELAÇÕES DE CONSUMO E PRÁTICAS JUVENIS NO BAIRRO DO BIXIGA [1]

Milena Santana Signor AVELAR [2]

Universidade Paulista - UNIP, São Paulo, SP

Resumo

Muito provavelmente, quando as relações no território do Bixiga forem compreendidas na íntegra - sendo analisadas como um fenômeno cultural e social, com definição de sentidos, causas e consequências – tal fenômeno já tenha acabado e já não possamos acompanhar e vivenciar a dinâmica e os processos destas relações.

O objetivo inicial desta comunicação é conhecer e analisar um determinado e específico grupo em um delimitado e específico território, a saber os jovens "alternativos" que frequentam espaços de arte e música no bairro do Bixiga. Chamados de "hipsters" pelo senso comum, buscamos compreender suas práticas, hábitos, comportamentos de consumo cultural e uso dos espaços da cidade, sob a ótica da comunicação, refletindo sobre o uso destas designações para as culturas juvenis.

Palavras-chave: jovens, territórios, cultura juvenil, consumo, cidade.

Práticas juvenis e consumo cultural no bairro do Bixiga em São Paulo

A proposta inicial desta reflexão é compartilhar as descobertas e observações primeiras, que serão utilizadas e aprofundadas em uma pesquisa tema de mestrado.

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 – Redes Móveis, cidades inteligentes, mobilidade e ambiências digitais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Mestranda em Comunicação da Universidade Paulista UNIP. E-mail: signormila@hotmail.com

Conhecer e analisar um determinado e específico grupo em um delimitado e específico território, a saber os jovens "alternativos", também chamados de "hipsters" pelo senso comum; que frequentam espaços de arte, lazer e música no bairro do Bixiga. Buscamos compreender práticas, hábitos, comportamentos de consumo cultural e uso dos espaços da cidade, sob a ótica da comunicação, refletindo sobre o uso destas designações para as culturas juvenis.

Em princípio, de uma maneira consciente das limitações em relação à tempo e recursos necessários que uma pesquisa ou um estudo cartográfico em uma grande área da cidade como a região da Bela Vista necessitaria, limitaremos uma região específica, recortando uma área menor e alguns equipamentos culturais públicos e privados que serão foco de maior atenção e observação deste estudo. Em uma escolha inicial foram estabelecimentos e equipamentos culturais nas ruas Treze de Maio, Major Diogo, Rua Rui Barbosa; todas localizadas na região do Bixiga, no bairro da Bela Vista, São Paulo

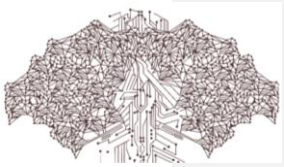
Utilizando o conceito proposto por HAESBAERT, (2004), onde a noção de multiterritorialidade nos permite entender e respeitar a complexidade do processo de territorialização, todo seu potencial de perspectivas políticas e inovadoras que eles demonstram e até mesmo esclarecem; propomos uma análise baseada em um estudo de inspiração etnográfica, com relatos de visitas à determinados locais no bairro do Bixiga.

Consideramos que grupos específicos de jovens fazem usos e apropriações de determinados locais na cidade, utilizando este ambiente como cenário para trocas e socialidades, construção de identidades e territorialidades que têm sentidos políticos; transformando tais lugares em circuitos e territórios.

Esta reflexão é baseada em visitas em variados horários e dias da semana, buscando compreender as características diversas destes locais, suas rotinas e integração entre o bairro, público consumidor, frequentadores e moradores – considerando sempre os usos

dos espaços da cidade como foco, como e porque o bairro age de maneira atuante na região conhecida como centro expandido da cidade de São Paulo; e se esta atuação age de maneira diferenciada sobre determinados públicos ou grupos juvenis.

Grupos juvenis utilizando os espaços da cidade



No senso comum e nos discursos do mercado, como estratégia de marketing, ao falarmos de jovens ou juventudes imaginamos um grupo padronizado, unificado e coeso com características e comportamentos similares. De maneira bastante superficial, atualmente há classificações sobre estudos geracionais que consideram apenas um recorte de datas, considerando como fator determinante para classificarmos se estamos falando de uma determinada geração, definindo com nomenclaturas que já se tornaram populares como por exemplo, "Baby Boomers", "Geração X", Geração Y ou Millennials" ou "Geração Z".

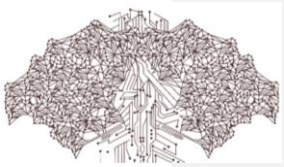
A observação destas juventudes específicas, que aqui buscamos compreender e analisar, com o objetivo de em princípio entender as diferenças nas relações e conexões entre tal juventude e os diversos envolvidos; fará com que entendamos melhor de que maneira os jovens, a cidade e alguns locais usados como cenário e se relacionam, disputam, interagem e se conectam. Identificar e compreender melhor os papéis e cenários destes atores, talvez forneça novas descobertas e novos questionamentos que poderão ser utilizados como objetos de estudos e aprendizagem nas diversas áreas de análise da comunicação e das culturas juvenis.

Além de recortes e classificações geracionais, há algumas nomenclaturas e termos utilizados para classificar "tribos" e "grupos" dentro da cultura juvenil. Dois destes grupos são os "hipsters" e os "alternativos".

O termo "hipster" nasceu na cultura estadunidense em meados de 1940, chamada a era do *Jazz*, fazendo referência aos seguidores e fãs do estilo musical. Inicialmente referenciava apenas aos assuntos ligados à música, mas posteriormente tomou lugar no senso comum aos assuntos relacionados à moda, gostos musicais, gastronômicos e

principalmente no estilo de vida que se evidencia em gostos musicais, vestuário, alimentação e posturas políticas.

Outro termo bastante utilizado no discurso mercadológico é o da cultura "alternativa". Com algumas similaridades da juventude "hipsters", os "alternativos" são conhecidos por questionarem possíveis "padrões" estabelecidos pela sociedade e pela cultura de massa. Também participantes de uma possível contracultura, são questionadores e atuantes contra algumas práticas de convívio e consumo cultural e social. A noção de "alternativo" aqui utilizada, é a definida por PEREIRA e PONTES (2017): é a de um grupo que busca outro estilo de vida e consumo, um consumo mais ético e consciente e em uma maneira de viver e atuar estando às bordas do *mainstream* e da cultura de massa, em assuntos relacionados à moda, gostos musicais, comportamento.



Ocorre que tais nomenclaturas e definições muitas vezes criadas a partir de observações nas culturas americanas e europeias e muitas vezes trazidas para o Brasil, para uso tanto do mercado, do senso comum e da área acadêmica, nem sempre representam as diversas culturas juvenis do pais.

Em princípio, considerando as teorias já conhecidas que compreendem as múltiplas variáveis que os estudos das interculturalidades culturais e o vasto mundo dos jovens e das práticas juvenis possuem; tais hipóteses e questionamentos sobre culturas juvenis baseados no uso ou classificação de terminologias ou classificações "prontas", podem sofrer influências, sendo confirmados ou não.

Esta reflexão apenas levanta alguns questionamentos preliminares, bem como alguns dados que deverão ser aprofundados e melhor interpretados no decorrer da pesquisa que se encontra ainda em construção. Buscamos apenas traçar alguns pensamentos com base nas discussões sobre territorialidades, culturas urbanas, culturas juvenis e práticas de consumo e na preliminar observação de campo já realizada na busca por refletir até que ponto categorias fixas como "alternativos" ou "hipsters" encobrem ou mascaram complexidades maiores existentes nos grupos que queremos analisar.

Quando iniciadas as visitas ao bairro do Bixiga, havíamos considerado utilizar tal terminologia utilizada pelo senso comum para classificar um coletivo juvenil: os hipsters ou "alternativos", usado aqui no sentido de "outro jeito de ser", do que supostamente seja diferente do habitual e usual, diferente do que há e de como é no *mainstream*. Logo nas primeiras visitas pelo bairro, na fase inicial desta pesquisa, foi identificado uma necessidade de levarmos em conta referenciais teóricos que dessem suporte para as nomenclaturas que usamos corriqueiramente ou justificassem a utilização destes termos. Seria correto se assumíssemos ou utilizássemos a terminologia "hipsters" para os coletivos juvenis frequentadores do Bixiga?

Para HALL, (1997), seguindo a teoria de identidade e representação, só seria possível classificarmos uma "identidade", compreendendo todas as posições-de-sujeito, seus locais de fala e todo o contexto que estes sujeitos estão inseridos e estão atuando. Consideramos também que as identidades são pontos de sutura, que além de constituírem a posição dos sujeitos, conduzem também as produções de subjetividade, HALL (1997). Dessa forma, conforme sugestão de PEREIRA e PONTES (2017), onde a utilização de "sob rasura" para se referir aos "alternativos conotando uma identidade que se mantém em "construção", seguiremos nesta linha teórica considerando que as identidades dos grupos juvenis no Bixiga, não são estanques ou estáticas.

Para CANCLINI, (2015), os estudos sobre narrativas identitárias que levam em conta os processos de hibridação mostram que não é possível falarmos de identidades como se tratássemos de um conjunto de traços fixos, nem afirmá-las como essência de uma etnia ou de uma nação.

Então, tomaremos a cautela de ao longo desta pesquisa, não classificar ou usar terminologias utilizadas no senso comum que aprisionem supostas identidades em nomenclaturas que talvez não levem em conta todas estas características. Seguiremos então com o uso de grupos juvenis alternativos, ou apenas juventudes, para nos referirmos aos jovens observados. Por mais facilitadoras e didáticos que os usos de terminologias comuns possam parecer, o uso de nomenclaturas que de certa forma estariam estereotipando, aprisionando em caixas de supostos padrões prontos, um grupo juvenil; além de incorreto seria tendencioso. Propomos a utilização do termo juventudes quando nos referirmos ao determinado público observado. Ressaltando principalmente que independente de raça, faixa etária, classe social e renda, esta juventude está bastante ligada à um estilo de vida, uma forma de viver e consumir destes jovens que justifique suas práticas, hábitos e consumo cultural, PEREIRA, 2016; demonstrando que não necessariamente estes jovens

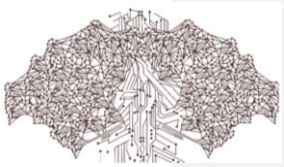
possam ser enquadrados em classificações prontas de estudos geracionais, como por exemplo, geração Y, X ou Z.

O território Bixiga

Com suas delimitações geográficas construídas no imaginário coletivo da capital paulistana, o Bixiga não é reconhecido como bairro nas divisões administrativas da cidade efetuadas pela Prefeitura de São Paulo. Conhecido também como região da Bela Vista, integrante do centro estendido ou expandido da capital paulistana, corresponde aproximadamente à região localizada entre às ruas Major Diogo, Sílvia, Rui Barbosa, Treze de maio, Avenida Nove de Julho e Avenida Brigadeiro Luís Antônio.

Com a área de 2,60 km², população de 69.460,000 (2010) e densidade demográfica de 26.715 (habitantes/km²) – Fonte Prefeitura Municipal de São Paulo[3]. O distrito da Bela Vista, pertence a Subprefeitura da Sé, divisão administrativa atual determinada pela administração vigente.

[3] Dados da Prefeitura Municipal de São Paulo, disponível em www.prefeiturasp.gov.br/cidades/secretarias/regionais. Acesso em 27/11/2017



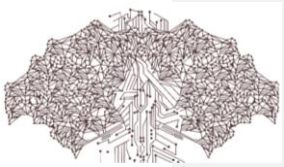
Na década de 40 o bairro passou a figurar no centro do mapa das artes no estado e no país, pois foi inaugurado o Teatro Brasileiro de Comédias, na rua Major Diogo. Na sequencias vieram Teatro Oficina, Maria dela Costa e Teatro Sergio Cardoso, trazendo para o Bixiga um status no senso comum de Broadway Paulistana, uma vez que era bastante comum se ouvir na sequência do nome Bixiga, o apelido de "o bairro mais boêmio de São Paulo", retratando o fato de que seus frequentadores habitualmente saiam pelas ruas do bairro despreocupadamente à procura de diversão e festas.

Considerando o termo boêmia para retratar a prática de um estilo de vida não convencional, o Bixiga consegue exemplificar de maneira clara o uso deste termo: seja na época dos teatros e cantinas, nas décadas de 40 e 50, onde o bairro era conhecido por se tratar de um suposto reduto boêmio; seja nos dias atuais, onde um coletivo juvenil em busca

de um consumo cultural alternativo, alternativo utilizado aqui no sentido de "alter" – "outro", é visto com muita frequência na região.[4] O sentido "alternativo" utilizado aqui é o conceituado por FEIXA, (1996), sobre culturas juvenis, que é a maneira com que as
experiências sociais dos jovens são expressas coletivamente mediante a construções de estilos de vida distintos, localizados fundamentalmente nos tempos livres ou fora da vida institucional. Tal conceito nos permite identificar possíveis padrões de frequentadores ao bairro do Bixiga.

Após anos considerados como gloriosos, o bairro passou por uma fase decadente tendo algumas casas noturnas e teatros fechados e passando a ser ponto de encontro para consumo de drogas e prostituição; porém, nos últimos anos o Bixiga vem sendo protagonista de um fenômeno bastante interessante sob o ponto de vista social e comunicacional pois protagoniza um "renascimento" ou talvez uma "mutação" pois começa a atrair atores, considerando aqui a teoria de LATOUR, (2012) de ator-rede, mudando e integrando de maneira distinta e singular o consumo cultural da região, seja nas cantinas já existentes há muitos anos ou em novos bairros e bares que vem apoiando esta nova dinâmica de consumo cultural no bairro. Outro conceito usado para melhor compreensão e análise do Bixiga, é o conceito de PEREIRA:

[4]"Bar de refugiados, discos de vinil e papo cabeça: Bixiga é o novo point hipster de SP", por Paulo Sampaio. Disponível em: https://paulosampaio.blogosfera.uol.com.br/2017/04/04/bar-de-refugiados-discos-de-vinil-e-papocabeca-bixiga-e-o-novo-point-hipster-de-sp/



> "As territorialidades do espaço urbano originam lugares sociais híbridos, e, por vezes, efêmeros, uma vez que estas mesmas fronteiras simbólicas que separam a cidade colocam também estes territórios em contato, propiciando a formação de uma arquitetura de territórios como um grande mosaico de superposições e entrecruzamentos que, ao contrário de possuírem identidade única, assumem um caráter fluído, sem limites fixos e constantes, em que fronteiras movediças se interpenetram e se misturam." (PEREIRA, 2016, p.6 – 7)

Para PEREIRA, (2017), os territórios não existem em si, mas nos seus usos, forjados pela ação dos grupos no exercício da vida; o que corrobora ainda mais com a observação de que o Bixiga dialoga com seus públicos de maneira diferenciada.

Ainda usando o conceito de PEREIRA, (2017), se a área central da cidade e seus entornos padece há décadas com falta de investimentos e interesse público e privado por um deslocamento de centralidades na cidade, salientamos que em paralelo a estes planejamentos e organizações dos espaços da cidade pela racionalidade técnica e baseada em questões econômicas, está também a ação de atores que, a despeito da ordem fazem usos astuciosos dos lugares da cidade, apropriando-se, trazendo novos sentidos e ressignificando o local, numa apropriação que inclui subjetividades, experiências e disputas reais e simbólicas, transformando o bairro em um território, onde as relações de usos e apropriações ocorrem de maneira mais intensa do que em outros lugares.

Atualmente, em uma mesma rua do bairro é possível identificar diversos públicos atuando em seus cenários e territórios da interculturalidade: apreciadores de samba, música popular brasileira, casas noturnas frequentadas por várias juventudes, cantinas com música e comidas típicas italianas, gente ligada ao teatro, etc. Este cenário ou território misto, ora fluxo ora nó; traz algumas reflexões como por exemplo como os usos e apropriações entre os atores ou objetos (LATOUR, 2012), ocorrem de maneira contínua, dinâmica, harmônica e também conflituosa. Lembrando aqui que o território do Bixiga, em determinados momentos faz a vez de cenário mediado, e em outros momentos, assume o papel de protagonista e mediador.

Os usos e apropriações de alguns equipamentos culturais[5] do Bixiga: Casa de Dona Yayá

Casa de Yayá é o nome popular, referenciando sua última moradora, dado à uma construção histórica no bairro do Bixiga e atualmente administrada pelo Centro de Preservação Cultural da Universidade de São Paulo.

O CPC da Universidade de São Paulo é um centro para a elaboração de reflexões e ações relacionadas à coleta, conservação, pesquisa, experimentação e comunicação de testemunhos do patrimônio cultural da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária da USP.

Segundo o CPC, Sebastiana de Melo Freire, apelidada pela família de Yayá, teve uma infância comum para as famílias de alto poder aquisitivo e padrões elevados do início do século XX. Ao entrar na adolescência, inicia uma sequência de tragédias que interferiram de maneira drástica no rumo de sua vida. Perdeu seus pais aos treze anos de idade em um intervalo de dois dias e seu único parente vivo, um irmão mais velho, se suicidou quando ainda tinha 18 anos.

Cartas e documentos expostos no Centro de Preservação Cultural de São Paulo, contam que Yayá era uma moça à frente de seu tempo, que gostava de sarais, falava outros idiomas, amante das artes, se recusou a casar, sendo considerada uma mulher independente demais para os padrões da época.

Aos 27 anos de idade, Sebastiana começa a dar sinais de uma suposta "crise dos nervos" [6]e por recomendações médicas deixa sua residência no centro de São Paulo e passa a viver em uma chácara afastada, no Bixiga, que na época fazia parte de um cinturão de casas rurais, afastadas da capital paulistana.

Reformada para atender as necessidades de sua moradora, supostamente louca, a Casa de Dona Yayá teve o salão central transformado em dormitório, portas internas ganharam visores para que os funcionários não precisassem lidar diretamente com a moradora, portinholas foram instaladas para a passagem de refeições e banheiros alargados. As janelas receberam um mecanismo que permitiam a abertura apenas pelo lado de fora e

[5] Utilizaremos a definição de "equipamentos culturais" usada por SELDIN, (2015), que são edificações destinadas às práticas culturais (teatros, cinemas, bibliotecas, centros de cultura, museus), quanto grupos de produtores culturais (orquestras sinfônicas, corais, corpos de baile, etc.).

[6] Nas paredes do Centro de Preservação Cultural – Casa de Yayá, toda a história da moradora é contada através da exposição das petições judiciais da época, onde os tutores legais justificam por exemplo, a necessidade de interdições judiciais para poderem ter acesso à fortuna de Dona Sebastiana de Melo Freire.

alguns anos depois foi construído um solarium para que Dona Yayá pudesse ficar ao ar livre.[7]

Diretamente ligado à construção do bairro do Bixiga sob o ponto de vista cultural, o casarão é uma das poucas construções remanescentes do período que remontam as primeiras construções do bairro que se destinavam às propriedades rurais.

Além da história de confinamento psiquiátrico privado vivido por Dona Yayá, que exemplifica por meio das reformas e adaptações feitas no casarão a maneira como a loucura era tratada no início do século XX, as cartas e bilhetes escritos pela moradora e as petições judiciais de seus tutores; expostas aos frequentadores do CPC, sinalizam tanto um olhar diferente às mulheres que optavam em não seguir as tradições da época, quanto ao fato de talvez, subjugar os amantes da música e de sarais chamados também de boêmios.

A casa de Dona Yayá ganhou fama ao longo dos anos pois moradores do bairro do Bixiga contam muitas histórias, dos gritos, choros e delírios da moradora, ouvidos por muitos anos em que ficou confinada em sua casa. As histórias contadas contribuíram para que o casarão ficasse com fama de mal-assombrado atraindo interessados em suas muitas histórias e "causos" de terror.

Atualmente o Casarão de Dona Yayá possui uma programação cultural que atrai públicos de todas as idades e conta com ensaios semanais do grupo de música da USP, com apresentações eventuais que causam interesse tanto nos moradores do bairro quanto em quem está em busca de apresentações musicais ou buscando conhecer a história do lugar. Além da programação cultural, é sede da Universidade Aberta a Terceira Idade, como uma série de cursos disponíveis como por exemplo, ciências políticas, introdução ao direito, história da música, astrologia, etc. O Centro de Preservação Cultural está nas redes sociais e o público pode receber e acompanhar seus conteúdos e programações em suas páginas.[8]

Mesmo se tratando de um equipamento cultural construído pelo poder público uma vez que a intervenção da esfera pública passou a utilizar o casão como sede do Centro de Preservação

[7] Mesmo após reformas e restaurações, as adaptações impedindo que as portas fossem abertas por dentro e que Dona Sebastiana não tivesse contato físico com os empregados, foram preservadas e ainda podem ser vistas nas visitas ao local.

[8] Último acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.facebook.com/cpcusp

Cultural; a Casa de Yayá mantém um "ar" de exclusividade por pertencer e fazer parte do bairro do Bixiga. Diferentemente da criação ou construção de equipamentos culturais das últimas décadas, onde as transformações econômicas baseadas na desindustrialização das cidades e na produção de bens manufatureiros foram substituídas
por transformações econômicas baseadas na provisão de serviços e produtos culturais, SELDIN (2015); o casarão e seus jardins continuam como parte integrante do bairro, como se não houvesse ocorrido nenhuma intervenção da esfera pública. Desde 2004 o prédio foi
ocupado pela USP, mas os moradores ainda se referem o local como Casa de Yayá e não como museu, centro cultural ou parte da Universidade.

Após o falecimento da moradora, por não possuir herdeiros, o imóvel e toda sua herança foi considerada vacante e seus bens foram definitivamente transferidos para a Universidade de São Paulo; o Centro de Preservação Cultural foi criado em 2002 e é um órgão subordinado à Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária da Cidade de São Paulo que constitui a Comissão de Patrimônio Cultural [9]. Nas visitas ao local é comum encontrarmos moradores do bairro que vão aos jardins do Centro apenas para descansar, utilizando os jardins do casarão como extensão de suas próprias residências, ali nas redondezas.

Al Janiah

Classificado como restaurante e centro cultural por seu proprietário, o Al Janiah funciona como bar e casa de shows no período noturno e centro cultural durante o dia. Criado por refugiados palestinos, o Al Janiah promove encontro para discussões e programações para debates e temas como feminismo, coletivos imigrantes na cidade de São Paulo, a situação de refugiados no Brasil e no mundo; além de cursos e oficinas de idiomas, maquiagens árabes, e oficinas de brincadeiras palestinas. Também oferece espaço

para novos artistas para lançamentos de livros ou trabalhos musicais. Antes localizado nas imediações da Avenida Nove de Julho, transferiu-se este ano para o Bixiga num espaço maior trazendo ainda mais atividades culturais e políticas.
Balada e bar dançante no período da noite, centro cultural durante o dia: em um espaço aparentemente feito sem a pretensão de uma "casa noturna", o bar conta com elementos que

[9] Dados obtido na página oficial do Centro de Preservação Cultural da USP em 28/01/2018: https://www.facebook.com/pg/cpcusp/about/?ref=page_internal

aparentam não ter esta função: paredes rústicas, iluminação insuficiente, banheiros sem nenhuma elegância ou metais finos; mas muito assertivamente a casa oferece atendimento acolhedor e cortês, preço justo e ambiente agradável, nada a desejar para os supostos padrões de qualidade da noite paulistana; tudo isto sem perder a característica questionadora e de resistência: tanto nos banheiros quanto nas áreas do bar é possível localizar cartazes ou fotografias com conteúdo ativista-politica, incentivando a luta pelos direitos das mulheres, luta pela democracia, não ao racismo, etc. Em seu conteúdo nas redes sociais, é possível acompanhar a programação cultural da casa.[10]

Os usos e apropriações no Bixiga e o diálogo com grupos juvenis

Alguns conceitos importantes são usados para compreender melhor o processo de "usos e apropriações de consumo cultural" que acontecem no e com o Bixiga. O primeiro seria o de identidade, de HALL, 2015. Considerando que a identidade é um ponto de sutura, ponto de encontro que ao mesmo tempo nos coloca em nossos lugares como
sujeito, criando subjetividade do que é de como somos, do que se quer ser e de como se quer ser visto; afirmamos que ao assumirmos uma suposta identidade para responder ou justificar o que é porque gostamos e frequentamos o Bixiga, também estamos assumindo que lá há fatores que nos agradam e nos interessam diferentemente de outros territórios. Aparentemente há um sistema de retroalimentação onde o conteúdo feito para um estilo de vida alternativo traz força ao sistema do consumo de um modo geral no Bixiga, além do surgimento de novos produtos influenciados por releituras com referências ao *vintage* e ao *retrô*, do fenômeno da *gourmetização* no consumo das casas noturnas, bares e restaurantes,

de um modo geral; o ativismo político e cultural compõem tais trabalhos de maneira constantes. Além de sustento, as questões econômicas estão fortemente ligadas com este ativismo político, empreendedorismo cultural, agregando sentido e novos valores ao público jovem, que se identifica com este estilo de vida possivelmente compartilhado no Bixiga.

Assumimos então que existe uma particularidade ou característica do bairro do Bixiga, que diferentemente de outras regiões da cidade, até mesmos de regiões próximas ou centrais, que vem articulando e dialogando de maneira diferente do habitual com os

[10] Último acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.facebook.com/events/993087314178587/

integrantes e atuantes de uma cena ou estilo de vida juvenil que a princípio, possuem similaridades, pontos de interesse em comum.

Consideramos então que este suposto diálogo entre o bairro e estes grupos juvenis, ocorra de maneira diferente do usual. O que talvez seja por conta da utilização dos instrumentos culturais da região, ou por conta também das relações, trocas, usos e
apropriações dos espaços e áreas da e na cidade; especificamente ali, no Bixiga estas relações e diálogos ocorram de maneira diferente.

Um conceito importante para pensar o termo apropriação, seria o usado por LEFEBVRE:

> O uso reaparece em acentuado conflito com a troca no espaço, pois ele implica "apropriação" e não "propriedade". Ora, a própria apropriação implica tempo e tempos, um ritmo ou ritmos, símbolos e uma prática. Tanto mais o espaço é funcionalizado, tanto mais ele é dominado pelos "agentes" que o manipulam tornando-o unifuncional, menos que ele se preste à apropriação. Por quê? Porque ele se coloca fora do tempo vivido, aquele dos usuários, tempo diverso e complexo. (LEFEBVRE, 1986 p. 411-412)

Pensando no conceito proposto por HAESBAERT, (2004), onde usar a apropriação pensada como um ritmo e um sentido ao uso que os agentes da específica cena juvenil observada fazem do bairro do Bixiga, corrobora ainda mais com a participação do bairro como ator e agente neste processo.

Para pensarmos na dinâmica entre os autores desta cena juvenil e o bairro do Bixiga, aqui definido como território, novamente usamos o conceito de LATOUR, (2012) sobre a Teoria Ator Rede, onde consideramos que atores são humanos ou não humanos. Sendo

ainda objetos mediadores que podem modificar o estatuto das coisas mediadas, tendo um papel ativo sobre um evento.

Este conceito facilita o entendimento de que nas relações entre tais juventudes e o Bixiga, não há apenas uma relação de interação, mas sim uma relação de associações, de
usos e apropriações LATOUR, (2012). Para que tais associações possam ser melhor compreendidas, observa-se a necessidade de desconstruir mapas prontos já pré-existentes
e considerar tais associações por partes, assumindo a existência de camadas de sentidos e territórios, sem delimitações físicas definidas e fixas. Faz se necessário considerar que em alguns momentos, tais associações se apresentarão supostamente desconexas e sem padrões, mas que observadas de uma visão amplificada, sob o ponto de vista da comunicação possuem sentido e justificam um elo, um nó, um ponto de ligação.

Outro conceito usado para melhor compreensão e análise do Bixiga, é o conceito de PEREIRA:

> As territorialidades do espaço urbano originam lugares sociais híbridos, e, por vezes, efêmeros, uma vez que estas mesmas fronteiras simbólicas que separam a cidade colocam também estes territórios em contato, propiciando a formação de uma arquitetura de territórios como um grande mosaico de superposições e entrecruzamentos que, ao contrário de possuírem identidade única, assumem um caráter fluído, sem limites fixos e constantes, em que fronteiras movediças se interpenetram e se misturam. (PEREIRA, 2016, p.6 – 7)

Considerações finais

O contexto global, tecnológico e econômico atual vem trazido à tona o diálogo e os debates sobre discursos que enaltecem o indivíduo, o capital cognitivo, a inovação e a criatividades em sentidos distorcidos e difusos que muitas vezes não levam em conta e até promovem desigualdades econômicas e sociais. O debate sobre cidades e economias criativas surge em meio a este contexto, como alternativa ou recurso em buscar uma maneira uma forma de, em tempos de crise e recessão, achar saídas e alternativas inovadoras que utilizem e propague a premissa da utilização da cultura como recurso,

(YUDICE, 2002), e como bem tangível de grande valor (SELDIN, 2015). Mesmo com este discurso tendo sido apropriado de maneira distorcida pelo mercado e por organismo públicos e privados - gerando mais desigualdades, gentrificação e desfavorecendo o mercado e a cultura local – a cultura vem sendo invocada como facilitador para solução de problemas que anteriormente só eram pensados e passíveis de solução pelo domínio da economia e da política (YUDICE, 2002). Equipamentos culturais pensados e criados por atores locais e para seus públicos levando em consideração seus gostos, práticas e estilos de vida; vem demonstrando de forma mais ou menos espontânea, uma nova forma de ressignificar territórios urbanos, inventando praticas colaborativas no cotidiano da cidade. (HERSCHMANN e FERNANDES, 2016). A relação entre os agentes Bixiga e jovens, vem mostrando que a utilização dos espaços da cidade através de táticas, descontruindo as supostas estratégias criadas pelo mercado/ou instituições

sociais e organismos privados CERTEAU (1994), traz novos sentidos de interações e negociações, criando um novo jeito de criar, de exercer e de praticar suas identidades.

Identificando que há uma relação em um bairro como o Bixiga, onde os equipamentos culturais acabam sendo utilizados com uma possível maior participação e integração de seus públicos e moradores; entender as relações de trocas, disputas, negociações, usos e apropriações entre estes diversos atores, é fruto de interesse e tema de uma pesquisa ainda em andamento.

Reflexões sobre como alguns grupos juvenis sinalizam maneiras, formas e jeitos de estarem juntos e poderem socializar escolhendo e criando seus territórios, criando maneiras outras de dar novos sentidos à cidade, são de interesse e contribuem para a evolução deste tema no âmbito da comunicação, no debate sobre o desenvolvimento social e nas reflexões sobre a cultura juvenil

REFERÊNCIAS

APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização.** Lisboa: Teorema, 2004.

BORELLI, S.; ABOREIRA, A. **Teorias/metodologias: trajetos de investigação com coletivos juvenis em São Paulo/Brasil**. **Revista Latinoamerciana de Ciências Sociales, Ninez y Juventud**, v. 9, n. 1, Enero/ Junio, 2011. Disponível em: < http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20140402120339/art.SilviaHelenaSimoes.pdf >. Acesso em: 17/06/2017.

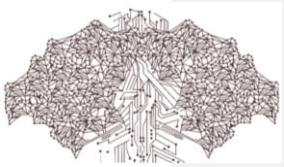
BORELLI, Silvia *et al*. (Orgs). **Jovens na cena metropolitana.** São Paulo: Paulinas, 2009.

BORELLI, S.; FREIRE FILHO, J. **Culturas juvenis no século XXI.** São Paulo: Educ, 2008.

CERTEAU, MICHEL DE. **A invenção do Cotidiano**. Artes de fazer. Vol.1. Petrópolis: Vozes, 1994.

FEIXA, C. **De jovenes, bandas y tribos – antropologia de la juventude**. Barcelona: Editorial Ariel, 1996.

FREIRE FILHO, J. **Das subculturas às pós-culturas juvenis: música, estilo de vida e ativismo político**. Contemporânea – Revista de Comunicação. V. 3, n.1 2005.



FREIRE FILHO, J. **Reinvenções das resistências juvenis: estudos culturais e micropolíticas do cotidiano.** Rio de Janeiro. Ed. Mauad, 2007.

GARCIA-CANCLINI, N. **A globalização imaginada.** São Paulo: Ed. Iluminuras, 2007.

GARCIA-CANCLINI, N.; CRUCES, F.; CASTRO POZO, M. U. (Coords). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales.** Barcelona/ Madri, 2012. Ariel e Fund. Telefónica. Disponível em: < http://www.articaonline.com/wp-content/uploads/2011/07/jovenes_culturas_urbanas_completo.pdf >. Acesso em: 18/05/2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade.** 10. Ed. DP&A Editora, 2014.

HALL, Stuart. **"Quem precisa de identidade?"**. Petrópolis: Vozes, 2000

HERSCHMANN, M. **Cenas, circuitos e territorialidades sônicos-musicais.** In: JANOTTI JR. J.; SÁ, S. P. (Org.). **Cenas Musicais.** Guararema/ SP: Ed. Anadarco, 2013.

HERSCHMANN, MICAEL E FERNANDES, CINTIA. **Músicas nas ruas do Rio de Janeiro**. São Paulo: Intercom, 2014.

JANOTTI JR, Jeder. **Mídia, cultura juvenil e rock and roll: Comunidades, tribos e grupamentos urbanos**. Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.

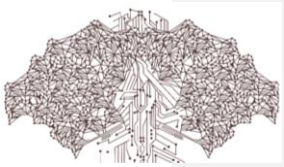
LATOUR, Bruno. **Reagregando o social – uma introdução à Teoria Ator-Rede.** Salvador: Edufba, 2012.

PEREIRA, S. L. **Paisagens sonoras urbanas: uma contribuição ao estudo da escuta midiática**, In: S. BORELLI; R. FREITAS (Org). **Comunicação, narrativas e culturas urbanas.** São Paulo, EDUC, 2009.

PEREIRA, S. L. **Sobre a possibilidade de escutar o outro: voz, world music, interculturalidade**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação **E-Compós**. Apresentado no NP Comunicação e Culturas Urbanas, Brasília, v.15, n. 2, maio/ agosto, 2012. Disponível em: < http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/791/589 >. Acesso em: 03/03/2017.

PEREIRA, S. L. **Uma certa escuta da cidade – práticas musicais entre cubanos em São Paulo**, **Revista Logos,** Rio de Janeiro: Comunicação e Universidade Programa de Pós-Graduação da UERJ, v.2, n. 24, 2014. Disponível em: < http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14151/10723 >. Acesso em: 05/05/2017.

PEREIRA, S. L. **Consumo e escuta musical, identidades, alteridades. Reflexões em torno do circuito musical "latino" em São Paulo/ Brasil.** Chasqui. **Revista Latino Americana de**



Comunicación. n. 128 abr./jul. 2015, p. 237-251. Disponível em: < http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1610/128_inf02 >. Acesso em: 05/05/2017.

PEREIRA, S. L. e PONTES, V. **Culturas juvenis, identidades e estilo de vida:** sentidos do "alternativo" no Baixo Augusta/São Paulo. **Revista CMC – Comunicação, Mídia e Consumo**. v.14 n.40. 2017.

PEREIRA, C; SENA, E J. **O paradoxo hipster: sobre representações, publicidade e subculturas. Revista Alceu,** Rio de Janeiro: Revista do Departamento de Comunicação Social da

PUC-Rio, v. 16, n. 32, jan/jun, 2016. Disponível em: < http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/pp%20107-119.pdf >. Acesso em: 17/06/2017.

REIS, A.C. **Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo.** São Paulo/SP, 2011. Tese de Doutorado. Fac. de Arquitetura e Urbanismo - Universidade de São Paulo.

SELDIN, C. **Da capital de cultura à cidade criativa:** resistências a paradigmas urbanos sob a inspiração de Berlim. Tese de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Urbanismo da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <

http://www.capes.gov.br/images/stories/download/pct/2016/Teses-Premiadas/Arquitetura-Urbanismo-Claudia-Seldin.PDF

VELHO, Gilberto. **Antropologia Urbana: Encontro de tradições e novas perspectivas**. Oeiras: Sociologia, Problemas e Práticas, 2009.

YUDICE, George. **A conveniência da Cultura – Usos da cultura na era global**. Ed. UFMG. 2013

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

REPRESENTAÇÃO DA MULHER EM GAME OF THRONES E A PERCEPÇÃO DAS QUESTÕES DE GÊNERO[1]

Adriana Corrêa Silva Porto[2]; Raquel Corrêa Sajonc[3]

Palavras-chave: mulheres, feminismo, Game of Thrones, cultura de fã, série de TV

1 – Introdução

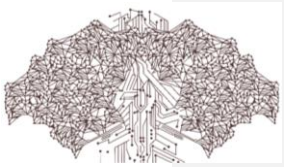
Reconhecendo que a igualdade de gênero ainda é um desafio a ser alcançado em todo o globo, iniciamos uma pesquisa a fim de refletir sobre o modo como a mulher vem sendo representada na série audiovisual *Game of Thrones*, chamada pelos fãs de GOT. Buscamos pistas que nos ajudem a entender o pensamento do público que é fã da história com relação as questões de gênero, em especial quanto a percepção do feminismo e do machismo, que definiremos mais adiante. É notória a influência do movimento feminista e outros que buscam a igualdade entre os gêneros no mundo contemporâneo. Mas até que ponto estes movimentos estariam operando uma mudança de mentalidade em nossa sociedade? Ao mesmo tempo, registramos ações em favor da manutenção dos privilégios masculinos em detrimento das mulheres. Este trabalho é uma tentativa de compreender como essas forças agem e disputam espaços e adeptos entre si, especialmente na internet.

A proposta é investigar se os conceitos de feminismo e machismo – este último proveniente do patriarcalismo - e o que eles englobam de modo geral, são conhecidos dos entrevistados que participam de discussões sobre o assunto em comunidades de fãs da série na internet. Por fim, ambicionamos ainda identificar quem são os personagens considerados feministas, machistas ou sexistas pelo grupo, a fim de melhor compreender a visão dos envolvidos e a dinâmica em curso.

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 07 – Desconstruindo gênero: pós-gênero, transgênero e gêneros fluidos, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisadora e professora da Faculdade Salesiana de Macaé. É Mestre em Tecnologias da Comunicação e Cultura pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail: acporto@ymail.com.

[3] Pesquisadora e Mestre em Administração pelo Centro Universitário FEI. E-mail: raquelcsajonc@gmail.com.



A ideia surgiu após a observação de uma discussão sobre sexismo[4] e misoginia[5] no blog "Game of Thrones BR", criado e dedicado aos fãs brasileiros de GOT – como também é conhecida a série. Na ocasião, foi possível perceber que alguns fãs que classificavam a série como machista, feminista ou sexista, não conheciam cada um desses conceitos e, por isso, difundiam ideias e faziam julgamentos questionáveis sobre o assunto. A controvérsia é tão grande que publicações de alcance internacional como o jornal espanhol *El País* decidiram amplificar o debate, como é descrito na matéria "O falso feminismo que 'Game of Thrones' esconde", publicada em 22 de abril de 2016.[6]

A partir de tal episódio, achamos que seria útil pesquisar o tema a fim de responder alguns questionamentos: *Game of Thrones* pode ser considerada uma série feminista, sexista ou machista? Quem seriam as representantes de cada uma dessas vertentes no universo ficcional? Os fãs da série identificam casos de sexismo, misoginia, machismo e outros preconceitos oriundos da desigualdade de gênero no universo ficcional? A obra contribui para o debate e a reflexão de tais questões ou apenas reforça estereótipos machistas da cultura dominante? Para responder a essas e outras perguntas que nos aventuramos nesta pesquisa.

Em maio deste ano, uma postagem na página "Game of Thrones BR" no Facebook, página criada para reunir fãs brasileiros da série norte-americana e amplificar as postagens do blog http://www.gameofthronesbr.com, volta a discutir se a série é machista ou feminista.[7] A polêmica entre os usuários diz respeito ao tratamento que as personagens femininas recebem ao longo da trama, que se passa em uma ambiência medieval e machista. A partir daí, buscamos investigar se as pessoas que discutem o tema no Facebook conhecem conceitos como feminismo,

[4] Segundo a Wikipedia, sexismo ou discriminação de gênero é o preconceito ou discriminação baseada no sexo ou gênero de uma pessoa. O sexismo pode afetar qualquer gênero, mas é particularmente documentado como afetando mulheres e meninas. Tem sido ligado a estereótipos e papéis de gênero e pode incluir a crença de que um sexo ou gênero é intrinsecamente superior a outro. O sexismo extremo pode fomentar o assédio sexual, estupro e outras formas de violência sexual. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Sexismo. Acesso em: 10 jan. 2018.

[5] Misoginia é o ódio, desprezo ou preconceito contra mulheres ou meninas. A misoginia pode se manifestar de várias maneiras, incluindo a exclusão social, a discriminação sexual, hostilidade, androcentrismo, o patriarcado, ideias de privilégio masculino, a depreciação das mulheres, violência contra as mulheres e objetificação sexual. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Misoginia. Acesso em: 10 jan. 2018.

[6] Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/18/cultura/1460976876_668436.html. Acesso em: 28 dez. 2017.

[7] Informamos sobre a retomada da discussão porque ela vem sendo travada entre os fãs da série em inúmeras postagens do blog e replicadas no Facebook. Para mais detalhes, vide http://www.gameofthronesbr.com/tag/violencia-contra-mulheres. Último acesso em: 28 dez. 2017.

machismo e sexismo. O propósito principal é entender como elas percebem tais conceitos em seu cotidiano, como por exemplo, ao assistir a uma série de TV. Importa-nos compreender modos de ver e de ser em sociedade que permeiam tais questões.

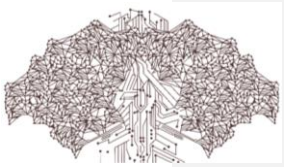
Este artigo ainda leva em conta a perspectiva dos Estudos Culturais, que situa o conceito de cultura "no espaço social e econômico dentro do qual a atividade criativa é condicionada" (ESCOSTEGUY, 2010, p.156). Fizemos uso desta abordagem, por acreditar que o estudo da cultura integrado aos das realidades sociais nas quais existem e se manifestam, pode nos ajudar a refletir sobre o papel dos meios de comunicação na constituição de identidades e lançar luz sobre as motivações e usos sociais oportunizados pelos produtos de entretenimento contemporâneo.

Por fim, a pesquisa é também uma investigação sobre como a série pode ajudar a chamar a atenção dos espectadores e da mídia de modo geral para a baixa representatividade de outros gêneros não masculinos nas altas esferas de poder e decisão da sociedade. Esperamos que, ao nos debruçarmos sobre a recepção de obras transmidiáticas de grande alcance como esta, possamos entender de modo mais efetivo as complexidades com que a realidade em mutação nos desafia.

2 – A fantasia como reflexo da realidade

Este artigo é fruto de um estudo de caso sobre um grupo de fãs da série ficcional *Game of Thrones*, exibida em sistema de TV fechado. Baseado na série de livros de fantasia épica *A Song of Ice and Fire*, do escritor e roteirista norte-americano George R. R Martin, o programa de TV estreou em 2011 nos Estados Unidos, onde é produzido e transmitido pela emissora HBO. Desde então, foram vários prêmios, elogios da crítica especializada e uma legião de fãs pelo mundo. A proposta de análise parte de uma comunidade no Facebook, criada, mantida e destinada aos fãs brasileiros da obra, acessível a qualquer usuário pelo endereço eletrônico https://www.facebook.com/gotbr/. As manifestações nesse tipo de *fandom* são fruto do afeto que opera em uma economia não comercial, característica da cultura dos fãs, em torno da qual o grupo se reúne e compartilha a mesma paixão (JENKINS, 2009).

A escolha pela narrativa *Game of Thrones* foi feita por seu grande êxito em despertar a atenção da crítica e do público, aumentando a popularidade dos temas de fantasia e a aceitação do gênero pela mídia. Em 2017, a série exibiu a sua sétima temporada e bateu novo recorde de audiência, com 16,5 bilhões de espectadores simultâneos assistindo ao capítulo final da penúltima



temporada.[8] Tais números revelam que a narrativa é uma das mais assistidas em todo mundo na atualidade.

A saga medieval gira em torno da disputa pelo poder e, ao contrário de outras obras do gênero, não tem o tom de uma fábula, uma vez que há boa dose de violência e sexo, conjugadas a temas como traição, incesto, política e jogos de poder. Por esse motivo é destinada ao público adulto e tem tonalidades realistas, apesar de ser uma obra que apresenta estruturas e elementos típicos do gênero da fantasia e da fábula.

Considerando que as mídias são inseparáveis das formas de socialização e cultura nas quais foram criadas e são capazes de fomentar (SANTAELLA, 2003), acreditamos que tal produto de entretenimento contemporâneo possa ser compreendido como um lugar de interseção, onde as fronteiras entre ficção e realidade são fluidas e atuam uma sobre a outra (PORTO, 2014). É nesse sentido que Rosemary Jackson (1981) defende que as narrativas fantásticas apontam ou sugerem para a base sobre a qual repousa a ordem cultural, descortinando traços daquilo que está implícito ou invisível. Sob esse ponto de vista, a obra audiovisual a qual nos atemos pode ser considerada fruto das transformações socioculturais ocorridas ao longo das últimas décadas e, por isso, merece ser melhor compreendida.

3 – Fundamentação teórica

Para conceituar e identificar elementos do movimento feminista na obra audiovisual em questão precisaremos contextualizar essa temática. Para tal, recorreremos às autoras Simone de Beauvoir (1970) e Joan Scott (1989), além de outras pesquisadoras como Silvia Walby (1990) e Patricia Hill Collins (2016) que podem contribuir para a elucidação do assunto. A luta pelo direito ao voto marca o início do movimento, que é impulsionado com a publicação da obra "O segundo sexo", de Beauvoir, em 1949. No livro, a autora aponta as razões históricas e culturais que fundaram a sociedade patriarcal, relegando à mulher uma posição subalterna. Nas décadas seguintes, são formuladas propostas para o movimento feminista que, posteriormente, se junta a outros movimentos sociais.

Nesse contexto, surgem conceitos de sexo e gênero no qual o primeiro era geralmente associado à natureza e, o segundo, à cultura. Segundo tal ponto de vista, que prevaleceu até

[8] Saiba mais em https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/game-of-thrones-bate-novo-recorde-historico-de-audiencia-21756884. Acesso em: out. 2017.

meados da década de 80, o sexo se referia às diferenças biológicas entre os corpos femininos e masculinos, enquanto o gênero diria respeito às diferenças psicológicas, sociais e culturais entre homens e mulheres. (SAJONC, 2017).

Uma das intelectuais feministas que mais abalou essa concepção, trazendo novas perspectivas para os estudos de gênero, foi a historiadora Joan Scott (1996), que com seu célebre artigo *Gender: A Usuful Category of Historical Analysis* demarcou uma leitura pós-estruturalista a respeito do gênero, explorando seus potenciais analíticos de desconstrução e ressignificação. Para a autora, gênero "é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e é uma forma primária de significar as relações de poder" (p. 1067), de tal forma que quando há mudanças sociais, essas relações também se transformam. Scott (1986) não nega que existem diferenças entre os corpos sexuados, mas para ela o que interessa são as formas como se constroem significados culturais para essas diferenças, dando sentido para essas e, consequentemente, posicionando-as dentro de relações hierárquicas.

Devido as várias correntes e questionamentos sobre as definições, resultantes das diferenças de contextos e culturas nos diversos países em que o feminismo se desenvolveu, além da própria limitação temporal dessa dinâmica, optamos por um conceito de feminismo generalista. Ele se resume à essência, mais facilmente absorvida pelo senso comum, que nasce com o movimento e permanece presente nas inúmeras correntes através do tempo: a busca por igualdade de direitos entre homens e mulheres na sociedade. Assim, definiremos o feminismo como a luta das mulheres contra a dominação, a exclusão e a discriminação do gênero feminino na sociedade (SAJONC, 2017).

Para fazer essa reflexão, recorremos ainda ao conceito de patriarcado, que nos será útil para entender o que é chamado de machismo[9] no Brasil. O termo machismo surgiu nos anos de 1960 na América Latina e, desde 1970, passou a ser usado por feministas e estudiosos latino americanos. A palavra era usada para classificar a agressão masculina e a violência contra a mulher, oriunda de uma cultura patriarcal milenar. O seu objetivo era criticar essa estrutura discriminatória das relações de gênero e descrever uma determinada marca latino-americana de patriarcado.[10] Por esse motivo, o conceito de patriarcado é fundamental para a análise que

[9] Segundo a Wikipedia, machismo é o conceito que baseia-se na supervalorização das características físicas e culturais associadas com o sexo masculino, em detrimento daquelas associadas ao sexo feminino, pela crença de que homens são superiores às mulheres. Em um termo mais amplo, o machismo, por ser um conceito filosófico e social que crê na inferioridade da mulher, é a ideia de que o homem, em uma relação, é o líder superior, na qual protege e é a autoridade em uma família.

[10] https://pt.wikipedia.org/wiki/Machismo. Acesso em: 28 dez. 2017.

propomos e significa, segundo a pesquisadora Silvia Walby (1990), "um sistema de estruturas e práticas sociais no qual os homens dominam, oprimem e exploram as mulheres" (p. 20). Desse modo, os que defendem o patriarcado e acreditam na superioridade do homem em relação à mulher são popularmente chamados de machistas e defendem a manutenção dos privilégios masculinos em detrimento dos demais gêneros, principalmente das mulheres.

4 – Desenho da pesquisa

Iniciamos este trabalho com uma pesquisa bibliográfica prévia sobre os temas relacionados e selecionamos algumas técnicas científicas a fim de obtermos um recorte mais preciso da realidade investigada. Utilizamos a observação participante ou etnografia aplicada a ambientes digitais, que pressupõe a inserção do pesquisador no ambiente investigado e, em geral, objetiva observar como se processa a recepção das mensagens dos *mass media*, como elas são entendidas, decodificadas e reelaboradas (PERUZZO, 2006). Neste ambiente virtual, foi aplicado um questionário para a coleta de dados, utilizando a plataforma Survey Monkey[11]. Do dia 20 de novembro a 05 de dezembro, um link para dez perguntas ficou disponível para os usuários da página "Game of Thrones Br" no Facebook, que discutiam a questão. Não era necessário se identificar.

Nesse período de 15 dias, 14 pessoas responderam ao questionário espontaneamente. As respostas foram analisadas e comparadas com a narrativa de GOT. O propósito era entender a recepção dos fãs da série com relação à representação da mulher, como e se eles percebem a desigualdade de gênero e identificam comportamentos machistas e/ou feministas na trama. E, desse modo, vislumbrar outras questões que poderão dar continuidade a esta pesquisa, como a percepção da misoginia e dos casos de homossexualidade, *crossdressing*[12] e sexismo envolvendo mulheres.

Os 14 entrevistados assistiram as sete temporadas da série, ou seja, todos os episódios disponíveis até o momento. Eles têm entre 20 e 46 anos e são, em sua maioria, profissionais

[11] Ferramenta para a realização e processamento de pesquisas online gratuitas. Disponível em https://pt.surveymonkey.com/. Acesso em: 28 dez. 2017.

[12] Segundo a Wikipedia, *cross-dressing* é um termo que se refere ao ato de alguém se vestir com roupa ou usar objetos associados ao sexo oposto, como por exemplo: joias, perucas, perfumes, maquiagens, por qualquer uma de muitas razões, desde vivenciar uma faceta feminina (para os homens) ou masculina (para as mulheres), motivos profissionais, para obter gratificação sexual, ou outras. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Cross-dressing. Acesso em: 10 jan. 2018.



liberais com curso superior, e há entre eles um estudante universitário. As mulheres foram as que mais responderam ao questionário (8 ou 57%). Contudo, a participação dos homens também foi expressiva (6 ou 43%), não havendo entrevistado que tenha declarado gênero diferente do masculino ou feminino.[13]

Entre os personagens apontados como favoritos no questionário, aparecem Arya Stark[14] (36%) e Tyrion Lannister[15] (36%) dividindo a primeira posição, seguidos de Daenerys Targaryen[16] (14%). Destacamos que tanto Arya quanto Daenerys são personagens femininas

[13] O primeiro item do questionário era "Por favor, informe o seu gênero". Além de feminino e masculino, havia ainda as opções transgênero, não-binário e outro. Neste último o entrevistado poderia explicar com suas palavras de que gênero se tratava.

[14] No início da história, Arya tem 9 anos de idade e não quer ser como as outras meninas. Seu sonho é ser uma guerreira e aprender a usar espadas, arco e flecha e caçar como seus irmãos. Contudo, isso não é permitido às mulheres, o que causa grande frustração à personagem, que demonstra aptidão para tais tarefas. No final da primeira temporada, ela é separada da sua família – seu pai é decapitado e sua irmã é aprisionada, mas Arya consegue fugir. Desde então, ela quer se vingar de todos aqueles que desgraçaram a sua família. Para isso, ela criou uma lista com os responsáveis pelos seus infortúnios e, ao longo das temporadas, ela vem caçando um por um. Na sétima temporada, a maioria deles já estão mortos. Aos 16 anos, Arya é uma das mais hábeis guerreiras de Westeros (continente ficcional onde se passa a trama). Ela se profissionalizou com a ajuda de Jaqen H'ghar, membro de uma ordem composta por misteriosos assassinos capazes de mudar de aparência. Os fãs acompanharam as mudanças no perfil da personagem. Por exemplo, quando ela cortou o cabelo e se tornou um "menino", para que ninguém descobrisse sua verdadeira identidade. Em outro momento, ela abdica de sua identidade para se tornar um dos Homens Sem Rosto de Bravos. No entanto, ela acaba por deixar de servir o Deus das Muitas Faces para realizar a sua vingança pessoal e tentar encontrar os demais Starks.

[15] Tyrion é o terceiro e mais novo filho do rico e poderoso Tywin Lannister e de sua esposa Joanna, que morreu após dar a luz a ele. Sua irmã mais velha, Cersei, é a rainha de Westeros por casamento com o rei Robert Baratheon, e seu irmão e gêmeo de Cersei, Jamie, é um membro da Guarda Real. Ele tem os cabelos loiros dos Lannister mas uma relação complicada com os membros da família. Apesar de usufruir do luxo e dos privilégios dos Lannister, ele é tratado como 'um nobre de segunda classe', por ser um anão. Pela mãe ter morrido no parto, Tywin e Cersei destestam-no e o culpam pela morte de Joanna. O pai, apesar de não ter qualquer afeição por ele, tem um sentimento de dever para com o filho, criando-o nos moldes de um Lannister e estendendo a ele uma parte da riqueza familiar. Em contraste com o pai e a irmã, o outro irmão, Jamie, tem grande afeto pelo irmão mais novo e o trata com respeito, delicadeza e amor. Tyrion é inteligente, esperto, letrado e herdou as qualidades paternas para os negócios e a política. Cínico e beberrão, ele também é piada para os transeuntes e um constrangimento para a sua família, que tem mantido o poder por quase toda a saga. Como alguém marginalizado, ele demonstra simpatia por outros marginalizados e maltratados. Além disso, é mais visto por suas deformidades e vícios que por suas virtudes e boas intenções. Tyrion é geralmente subestimado pelos outros e usa a inteligência, o humor e a astúcia como mecanismos de sobrevivência.

[16] Daenerys tem 13 anos no início na história original (livro), mas na série é retratada com 16, devido as fortes cenas de sexo e violência interpretadas pela atriz Emilia Clarke. A princesa exilada é filha do Rei Aerys II Targaryen, o Rei Louco, com sua irmã-esposa a Rainha Rhaella Targaryen, e era a última sobrevivente conhecida da Casa Targaryen até a sexta temporada. Ela nasce em Pedra do Dragão, antiga sede Targaryen, durante uma das mais terríveis tempestades de Westeros, ganhando assim o apelido de Daenerys Nascida da Tormenta. Sua mãe, Rainha Rhaella, morre no parto e pouco tempo depois, Pedra do

empoderadas e que exercem funções tipicamente masculinas, como lutar, estabelecer estratégias para vencer a guerra e liderar. Embora a trama se desenvolva em um universo ficcional análogo ao medieval e, neste contexto, as duas personagens sofram grande preconceito pelo fato de serem mulheres, elas vêm conseguindo superar os obstáculos e atingir seus objetivos. Já o personagem Tyrion Lannister é um anão e, devido a essa condição, sofre tanto preconceito quanto as personagens femininas. Na trama, ele é visto como uma aberração, incapaz e imoral pela maioria dos que o rodeiam, inclusive por sua própria família. No entanto, ele vem superando tais desventuras demonstrando grande resiliência, inteligência e humor – o que parece contribuir para que ele seja um dos personagens favoritos do público.

No universo da pesquisa, dois dos personagens preferidos são mulheres. Para aqueles que informaram um homem como favorito, perguntamos se haveria preferência por alguma personagem feminina. Neste caso, além de Arya Stark (29%) e Daenerys Targaryen (21%), foi citada também Brienne de Tarth[17] (14%), uma guerreira de origem nobre e aparência pouco feminina, que possui grande talento com armas e combates. Na justificativa pela escolha, os entrevistados informam que esta foi feita devido aos atributos dos personagens, conforme pode se visualizado abaixo:

Dragão é conquistada pelas forças do rebelde Robert Baratheon. Na sequencia, Daenerys e seu irmão Viserys são levados de Westeros para a cidade de Pentos, no outro lado do Mar Estreito, onde passam os anos seguintes vagando pelas 12 cidades livres à procura de ajuda para retomar o Trono de Ferro. Em sua infância, Dany era uma garota tímida e dócil, com pouca confiança e autoestima. Ela viveu no exílio dependendo do seu irmão Viserys, que a amedrontava, sendo propenso a mudanças de humor e surtos de violência. Até que Viserys decide vende-la para o líder da tribo Dothraki, Khal Drogo, em troca de um exército que o ajude a retomar o Trono de Ferro. Os Dothraki, são conhecidos por sua habilidade de lutar, impetuosidade e violência, mas Khal Drogo se impressiona com sua beleza exótica para a tribo, seus cabelos loiro-platinados, pele e olhos claros e aceita o acordo. Seu casamento com Khal Drogo foi um divisor em sua vida: a necessidade de adaptação ao modo de vida dos Dothraki significou o início de sua independência perante seu abusivo irmão e ela se torna forte, confiante e corajosa. Suas experiências contribuíram para se tornar uma conquistadora propensa a piedade, entretanto, por vezes ela é capaz de ser dura e impiedosa com seus inimigos. Ela é determinada a trazer justiça a seu reino e põe o fim da escravidão como uma de suas prioridades particulares. Seus seguidores desenvolvem um grande respeito e amor por ela, sendo frequentemente comparada a seu irmão mais velho, Príncipe Rhaegar, no que se refere a seu carisma, determinação, inteligência e senso de justiça.

[17] Por causa de sua aparência e sua falta de graça feminina, Brienne passou a maior parte de sua vida sendo desprezada, rejeitada e as pessoas, muitas vezes, tinham pena dela, especialmente quando tentava agir como uma dama. Ela detesta se vestir como uma senhora de alto nascimento e, embora seu talento para o combate seja amplamente conhecido, ela não tem o respeito e a aceitação que busca na sociedade. Brienne oferece sua lealdade às poucas pessoas que a valorizam pelo que ela é ou mesmo que a tratam com cortesia genuína. Ela é teimosa, mas também honesta, direta, leal e determinada. Apesar de não ser um cavaleiro e frequentemente ser menosprezada pelos mesmos, age rigorosamente de acordo com o conceito idealizado do código de honra dos Verdadeiros Cavaleiros, mesmo sabendo que, provavelmente ela nunca será reconhecida pela sociedade como alguém digna do título.

Quadro 1 – Justificativa dos entrevistados para a escolha do personagem favorito:

Personagem preferido	Características que os tornam favoritos segundo os fãs
Arya Stark	Corajosa, determinada, inteligente, independente, forte, destemida, livre, enfrenta preconceitos e supera grandes adversidades
Daenerys Targaryen	Bonita, inteligente, determinada, forte, leal, enfrenta preconceitos e supera grandes adversidades
Tyrion Lannister	Inteligente, tem senso de humor, desprezado, enfrenta preconceitos e supera grandes adversidades
Brienne the Tarth	Forte, leal, enfrenta preconceitos e supera grandes adversidades
Sansa Stark	Reviravolta da personagem (de alienada e fútil para esperta, sofrida e capaz de superar grandes adversidades), injustiçada
Khal Drogo	Lindo

5 – A percepção do feminismo e do machismo

Metade das perguntas do questionário tinha como propósito aferir a percepção dos entrevistados sobre o feminismo e o machismo na série audiovisual, conforme citados pelos próprios fãs durante a discussão na internet. Para isso, foi perguntado se GOT poderia ser considerada uma série machista, feminista ou sexista, na opinião pessoal de cada um. A intenção era descobrir se na visão do entrevistado, caberia alguma dessas interpretações da obra - ou não - por parte dos espectadores. Também foi solicitada justificativa para a resposta. O resultado pode ser conferido no quadro abaixo:

Quadro 2 – Percepção da série pelos espectadores, segundo os entrevistados.

Machista	Feminista	Mais de uma opção[18]	Nenhuma das opções
21,42% (3)	21,42% (3)	14,28% (2)	42,85% (6)

[18] Esta alternativa inclui os entrevistados que consideram a série, ao mesmo tempo, machista e feminista. E, em alguns casos, também sexista (as três opções).

Posteriormente, perguntamos se o entrevistado considerava a série machista, feminista ou sexista, em sua opinião pessoal. Notem que esta pergunta difere da anterior, já que a primeira investiga como a obra pode ser interpretada por outros espectadores, na visão dos entrevistados, e a segunda como cada indivíduo interpreta a obra. O resultado pode ser verificado logo abaixo:

Quadro 3 – Percepção da série pelos entrevistados.

Machista	Feminista	Mais de uma opção[19]	Nenhuma das opções
7,14% (1)	7,14% (1)	28,57% (4)	50% (7)

No caso do quadro 2, há uma pessoa a menos contabilizada nas respostas. O motivo é que nesta pergunta um dos entrevistados respondeu que não tinha uma opinião sobre o assunto. Apesar de haver diferenças entre os dois quadros, notem que a proporção entre os que consideram a série machista e os que a consideram feminista se mantém equilibrada, não havendo consenso entre eles. Isto é, há tantos defensores de que a série é machista, quanto de que ela é feminista. Além disso, em ambos os quadros, a maioria dos entrevistados acredita que a série não é machista, feminista ou sexista, nem pode ser considerada como tal. Para eles, a história "flutua" entre todos esses elementos para que possa ser contada:

> Não acho que a série possa ser caracterizada em nenhum desses conceitos. É uma história ambientada num mundo medieval e fantasioso. Os autores tem, sim, uma preocupação em tornar o mundo "equilibrado", então há uma corrente feminista que o influencia. Mas pra tornar a história mais verossímil eles não fogem do aspecto machista e sexista que o ambiente medieval exige. (Fotógrafo, 31 anos, 22 nov. 2016, via Survey)[20]:

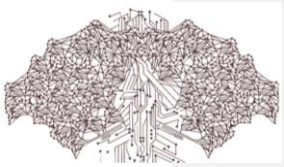
De modo análogo, a discriminação da mulher em um ambiente machista não é vista como machismo, mas como retrato de uma realidade: (...) "acho q trata de assuntos machistas existentes, como iria retratar uma realidade sem mostrar isso?" (Publicitária, 36 anos, 14 no. 2017, via Survey).[21] Outro fã reforça essa mesma ideia:

> Porque [a série] relata as mulheres e homens no poder com todas as características e defeitos inerentes ao ser humano, independente do sexo.

[19] Ibid. p. 11.

[20] Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/analyze/browse/9nC1jXwwOGlJZN9tj9PHmirJK2zmMUDrfOP_2BK4Be48k_3D>. Acesso em: 12 jan. 2018.

[21] Ibid. p.12.



> Ocorrem sim cenas de violência sexual contra as mulheres, mas não com o objetivo de diminuir as personagens femininas, mas sim como demonstra a realidade de um mundo violento, com guerras e com feudos. (Advogado, 31 anos, 10 nov. 2016, via Survey).[22]

Nesse ínterim, é importante destacar a visão de alguns fãs para os quais retratar mulheres em situação de poder e liderança não basta, é preciso assegurar o mesmo respeito e liberdade dado aos homens. Tal como na vida real, isso não acontece na série que, segundo uma fã, "Só adere a um 'falso feminismo' achando que só colocar mulheres em posições de poder basta (...)" (doutoranda, 29 anos, 17 nov. 2017, via Survey).[23] Este comentário, feita por uma das entrevistadas, evidencia um dos pilares do Movimento Feminista:

> Ora, a mulher sempre foi, senão a escrava do homem ao menos sua vassala; os dois sexos nunca partilharam o mundo em igualdade de condições; e ainda hoje, embora sua condição esteja evoluindo, a mulher arca com um pesado *handicap*. Em quase nenhum país, seu estatuto legal é idêntico ao do homem e muitas vezes este último a prejudica consideravelmente. Mesmo quando os direitos lhe são abstratamente reconhecidos, um longo hábito impede que encontrem nos costumes sua expressão concreta. Economicamente, homens e mulheres constituem como que duas castas; em igualdade de condições, os primeiros têm situações mais vantajosas, salários mais altos, maiores possibilidades de êxito que suas concorrentes recém-chegadas. Ocupam na indústria, na política etc, maior número de lugares e os postos mais importantes. Além dos poderes concretos que possuem, revestem-se de um prestígio cuja tradição a educação da criança mantém: o presente envolve o passado e no passado toda a história foi feita pelos homens. No momento em que as mulheres começam a tomar parte na elaboração do mundo, esse mundo é ainda um mundo que pertence aos homens. (BEAVOUIR, 1970, p. 13-14).

A diferença fundamental observada entre os dois quadros parece um indicativo, um indício ou mesmo uma intuição de que quando as pessoas são perguntadas sobre a recepção dos outros espectadores, elas classificam a série com maior facilidade. Já quando respondem pela sua própria recepção com relação a obra audiovisual, elas são menos taxativas, hesitam nas respostas e se justificam mais, buscando um lugar comum.

Perguntamos também aos usuários que discutiam o assunto na comunidade de fãs de GOT na internet se eles conheciam os conceitos de machismo, feminismo e sexismo e se seriam capazes

[22] Ibid. p. 12.

[23] Ibid. p. 12.

de definir cada um deles. Para aqueles que informaram não serem capazes de definir cada um deles, perguntamos se eles estariam ao menos familiarizados com o assunto, isto é, se sabiam o que querem dizer cada um dos termos, embora não fossem capazes de reproduzir os conceitos. As respostas podem ser conferidas abaixo:

Quadro 4 – Resposta dos entrevistados sobre o conhecimento dos conceitos.

Diz que conhece e sabe explicar	21,42% (3)
Diz que conhece, mas não sabe explicar	64,28% (9)
Admite que não conhece	14,28% (2)

É importante esclarecer que para quem afirmava conhecer os conceitos era solicitado que explicasse de forma breve, e com suas próprias palavras, cada um dos termos. Foram contabilizados na opção 'Diz que conhecem e sabe explicar' apenas aqueles que conseguiram explicar as três palavras. Vale destacar que como o questionário era online, o internauta poderia facilmente consultar um dicionário na internet ou mesmo a Wikipedia e informar o significado dos conceitos. Obviamente, o objetivo não era que ele fizesse isso, mas não podemos deixar de registrar essa possibilidade. Do mesmo modo, aqueles que admitiram que não sabiam ou que não sabiam explicar, também poderiam ter consultado fontes na internet para falsear a resposta e informar o significado. Contudo, não o fizeram. Dentre os que conhecem os conceitos, mas não sabem explicar, observamos que o termo que gerou mais confusão foi o sexismo, que muitos não sabiam o que era, seguido pelo feminismo, algumas vezes definido equivocadamente como o oposto do machismo.

Por fim, é possível perceber que parte considerável das pessoas que discutem o tema, ainda desconhecem os conceitos. Alguns admitiram isso, outros, embora tenham dito que conheciam o significado dos termos, nos deixam entrever que eles não estão muito claros: "... sou feminista, apesar de que não sei muito qual seria a diferença entre machista e sexista" (doutoranda, 29 anos, 17 nov. 2017, via Survey).[24] Nesta mesma linha, outro fã da série relata: "Fiquei na dúvida de sexismo e fui olhar oq era antes de responder. Aí vi que sei." (publicitária, 36 anos, 14 nov. 2017) .[25]

Abaixo alguns dos personagens classificados pelos fãs da série conforme o número de citações, ou seja, dos mais citados para os com menor número de citações:

[24] Ibid. p. 12.

[25] Ibid. p. 12.

Quadro 5 – Classificação dos personagens pelos entrevistados.

Machistas	Feministas	Sexistas
1º) Khal Drogo	1ª) Daenerys Targaryen	1º) Khal Drogo
2º) Ramsay Bolton	2ª) Arya Stark	1º) Tribo Dothraki
3º) Robert Baratheon	3ª) Brienne the Tarth	2º) Ramsay Bolton
Euron Greyjoy	3ª) Sansa Stark	3º) Walder Frey
Jofrey Baratheon	Lyanna Mormont	Jofrey Baratheon
Twin Lannister	Ygritte	Twin Lannister
Stanis Baratheon	Melisandre	Tormund Giantsbane
	Cersei Lannister	Petyr Baelish (Mindinho)

Destacamos as três primeiras posições por representarem os ícones machistas, feministas e sexistas da série, segundo o grupo de espectadores pesquisados. Os que tiveram o mesmo número de citações, dividem a colocação entre os mais citados. Os que não têm a colocação à frente do nome foram citados apenas uma vez. Neste item, foi perguntado se haveria algum personagem em GOT que poderia ser usado como exemplo para ilustrar cada um dos conceitos: machismo, sexismo e feminismo. As respostas foram seguidas de justificativas e relatos de cenas. Entre elas estão as núpcias de Khal Drogo e Ramsay Bolton, nas quais suas respectivas esposas, Daenerys Targaryen e Sansa Stark, são estupradas por seus maridos após terem sido forçadas a se casar. Os Dothrakis, Walder Frey e Roberth Baratheon são citados em cenas que demonstram profundo desprezo por suas esposas e pelas mulheres de forma geral, tratando-as como objetos sexuais para satisfazer a sua lascívia.

É relevante observar que apenas os personagens masculinos são citados como sexistas. A relação de personagens machistas e sexistas são semelhantes, indicando que a maioria dos personagens considerados machistas também são percebidos como sexistas. A lista de personagens feministas são todas mulheres, em conformidade com alguns segmentos do movimento, que defendem o 'lugar de fala' delas. O termo criado por feministas negras, como Patrícia Hill Collins (2016), é usado para legitimar o direito das mulheres de falarem de suas experiências, elucidarem seus pontos de vista e produzirem as premissas do pensamento da sua própria associação. Nesse sentido, apenas elas estariam "autorizadas" a falar em nome desse coletivo e a produzir as premissas do pensamento do grupo, assim como serem identificadas como feministas, já que trata-se de um movimento produzido e destinado a dar voz às mulheres – não

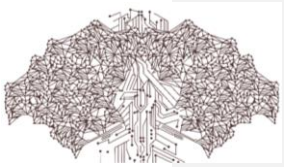
aos homens, responsáveis pelo discurso hegemônico. A eles é garantida a possibilidade de apoiar as falas e ações das feministas, mas não de fazer parte do grupo ou tomar 'o lugar de fala' delas.

Diversas premissas fundamentam essa defesa, como por exemplo, a ideia de que é impossível separar o pensamento das condições materiais e históricas que moldam a vida dos indivíduos (COLLINS, 2016). Sob esta perspectiva, o pensamento feminista pode ser registrado e apoiado por qualquer pessoa, mas é produzido pelas mulheres, que defendem um ponto de vista ou uma perspectiva singular sobre suas experiências. Esse conceito, conforme esclarece Djamila Ribeiro (2017), visa romper com a hegemonia do discurso do homem branco que se coloca de modo universal em nossa cultura e entender que ele fala a partir de um lugar. Desse modo, outras vozes historicamente silenciadas – como a das mulheres - poderiam, enfim, ser ouvidas.

6 – Considerações finais

Embrenhamo-nos nesta pesquisa munidos de vários questionamentos, alguns deles não são respondidos integralmente neste artigo. Contudo, reunimos material, referências e observações que nos dão novos parâmetros e tornam possível vislumbrar caminhos para continuarmos essa investigação. Nosso objetivo ainda é descortinar a dinâmica em ação dentro das comunidades virtuais[26], a fim de conhecer satisfatoriamente os elementos em ação, seus contextos e formas de agir. Por esse motivo, os símbolos e representações coletivas no ciberespaço nos interessam de modo especial, já que não são mais vistos como meros artifícios - espécie de rótulos colados nas representações já feitas para que fiquem mais manipuláveis (LATOUR, 2012). Nossa proposta foi incluir esses elementos e suas interpretações como parte do grupo, uma vez que desempenham papel importante no curso da dinâmica. Feitas tais explanações, seguimos para o que foi possível apreender ou intuir a partir desta pesquisa.

[26] A definição de comunidade virtual que nos parece mais apropriada para o contexto é aquela que determina o seu significado como um conjunto de atores e suas relações que, por meio da interação social em um determinado espaço, constitui laços e capital social através do tempo. Essa forma de organização surge no ciberespaço baseada em uma multiplicação do conhecimento produzido e apropriado como bem comum. Esse processo produz impactos nas redes tecidas pelo social, já que a dinâmica de uma comunidade é dependente das interações que abarcam a rede e podem influenciar diretamente sua estrutura. Uma de suas características é estar em constante transformação, implicando em novas formas de estrutura, organização social, sociabilidade e comportamentos (RECUERO, 2009 apud PORTO, 2014).

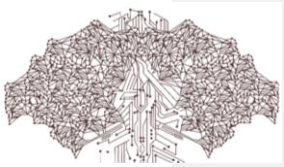


Levando em consideração que todos os entrevistados que classificaram a série como feminista eram do gênero feminino, arriscamos que esse possa ser um indício de que as mulheres identificam melhor o feminismo que os homens. Contudo, reconhecemos a necessidade de realizar novos estudos para transformar essa dedução em uma afirmação. Já o machismo é classificado e discutido, indistintamente, por homens e mulheres e mais facilmente reconhecido por todos. O mesmo não ocorre com o feminismo por se tratar de um movimento ainda recente - surgiu na segunda metade do século XX, como vimos neste artigo - sobretudo quando o situamos em nossa cultura milenar, patriarcal e machista. No entanto, o surgimento de tópicos para a discussão do tema na internet, criados e alimentados pelos fãs da série, parece um indicativo de que um número crescente de pessoas vem se informando ou, ao menos, se interessando pelas questões de gêneros e as discussões que elas suscitam. Apesar de encararmos esse debate de forma bastante positiva, é preciso registrar que muitos ainda discutem sem conhecer os conceitos e fazem julgamentos baseados em uma percepção equivocada – por vezes o machismo é percebido como sinônimo de sexismo e o feminismo como supremacia das mulheres e ataque aos homens.

Entre o visível[27] e o enunciável[28] (PORTO, 2014) nos questionários e na comunidade de fãs pesquisada, é possível perceber que a feminilidade e a sexualidade ainda são consideradas atributos centrais na mulher - talvez por isso a homossexualidade e a transexualidade ainda sejam tão polêmicas, sobretudo quando há masculinização da mulher. Outro exercício interessante é observar o que os personagens considerados favoritos têm em comum. Eles são alvo de algum tipo de preconceito e parecem não se encaixarem exatamente nos padrões sociais nos quais estão inseridos: por ser mulher em uma função tipicamente masculina (Arya, Daenerys e Brienne); por ser um anão (Tyrion); por sua aparência física (Tyrion e Brienne); por sua falta de habilidade (e interesse) em lutar, como se espera de um homem (Tyrion); por sua falta de trejeitos femininos e interesses sobre este universo, como se espera das mulheres (Arya e Brienne). Ainda assim, eles parecem conseguir superar as adversidades e seguem determinados em seus respectivos propósitos. Outra característica em comum é a astúcia e a capacidade de reverter uma situação negativa, encontrando uma solução inesperada para um problema aparentemente insolúvel (Arya, Daenerys e Tyrion). A reviravolta no perfil dos personagens também está presente entre eles, que em determinado momento da série são levados a mudar radicalmente devido a um grande trauma,

[27] Aquilo que é dizível em um enunciado discursivo (DELEUZE, 2005 apud PORTO, 2014).

[28] Aquilo que é visível e invisível em um discurso. O que inclui também o que é observável em enunciados não discursivos. Conjunto de lógicas que regem o que está sendo visto ou mostrado. O que podemos apreender do dito e do não dito, a partir de um tipo de organização e/ou modo de distribuição (DELEUZE, 2005 apud PORTO, 2014).



acontecimento, sofrimento (Arya, Daenerys, Tyrion e, recentemente, Sansa). Alguns deles experimentam essa situação por mais de uma vez na trama (Daenerys e Arya) e têm os seus objetivos, contextos, trajetórias e perfis atualizados pelos autores e produtores do enredo.

De qualquer forma, acreditamos que a série contribui para fomentar o debate sobre a desigualdade entre os gêneros, indo além do masculino e feminino. Conforme pode ser visto na comunidade do Facebook, há uma grande diversidade de questões discutidas por fãs de GOT, que incluem homossexualidade, transexualidade e casos de *crossdressing*[29], trazendo à tona outros gêneros fluidos. Devido à quantidade e à diversidade de personagens da obra, em diferentes contextos e trajetórias, é difícil afirmar que ela reforça estereótipos. Embora eles estejam presentes, há muitos outros que fogem à regra, fomentando novas discussões e pontos de vista. Pelo mesmo motivo, classificar a série como machista, feminista ou sexista tem se mostrado uma tarefa árdua, uma vez que a obra mostra todos esses lados. Talvez a classificação seja possível a partir da avaliação da ênfase que é dada a cada um desses aspectos pelos autores e produtores da obra audiovisual. Entretanto, nos parece subjetivo demais para nos arriscarmos em um terreno ainda obscuro para nós. Contudo, enquanto pesquisadoras, classificar a obra não nos parece ser o mais relevante para entender a dinâmica em curso, e sim analisar a discussão que ela fomenta e a forma como é apreendida pelo público. Sem dúvida, a obra chama a atenção para a desigualdade de gênero e nos convida a repensar comportamentos e antigas convicções para entendermos os novos tempos.

Referências bibliográficas

BEAVOUIR, Simone. **O Segundo Sexo**: fatos e mitos. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 4 ed., 1970.

COLLINS, Patricia Hill. Aprendendo com a outsider within: a significação sociológica do pensamento feminista negro. In: **Revista Sociedade e Estado**, v. 31, n. 1, jan-abr 2016.

[29] Ibid. p. 07.

Brasília/DF: UnB, p. 99-127. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v31n1/0102-6992-se-31-01-00099.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Os estudos culturais**. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera Veiga (Org.). Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

FRAGOSO, Sueli; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

JACKSON, Rosemary. **Fantasy**: the literature of subversion. London: Methuen, 1981.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

NASIO, Juan-David. **A Fantasia**: O prazer de ler Lacan. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

PERUZZO, Cicilia. **Observação participante e pesquisa ação**. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.

PORTO, Adriana C. S. **O culto no universo *fandom*:** dinâmicas afetivas e sociais em comunidades de fãs no ciberespaço. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Rio de Janeiro: UERJ, 117 p., 2014. Disponível em: <http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Adriana-Corr%C3%AAa-Silva-Porto.pdf>. Acesso em: out. 2017.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento/Justificando, 2017.

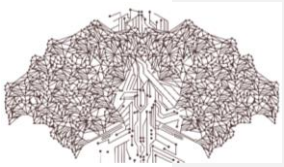
SAJONC, Raquel C. **Redes e equidade de gênero**: um estudo qualitativo exploratório de duas experiências capitaneadas por mulheres executivas. Dissertação (Mestrado em Administração). FEI: 131 p., 2017.

SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura**: o advento do pós-humano. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 22., p. 23-32, dez. 2003.

SCOTT, Joan W. **Gender a useful category of historical analysis**. In Coming to Terms; Feminism, Theory, Politics, Edited by: Weed, Elizabeth. New York: Routledge. 1989.

WALBY, Silvia. From private to public patriarchy. In: WALBY, Silvia. **Theorizing patriarchy**. Oxford: Basil Blackwell, 1990. p. 173-202.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



SARAHAH: ESPAÇO DE CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA?[1]

Rafael Tourinho Raymundo[2]

Antes de começar, devo uma explicação ao público leitor. A interrogação no título deste artigo já denota o caráter processual e, portanto, inacabado de meu relato. A opção por apresentá-lo num evento acadêmico se deu, principalmente, pela minha vontade de trocar ideias com os pares. Foi uma estratégia para expor inquietações, ou mesmo para levantar novos questionamentos dentro de meu processo investigativo. À vista disso, não prometo uma resposta do tipo sim/não, até mesmo porque o fenômeno aqui abordado extrapola qualquer delimitação de tema.

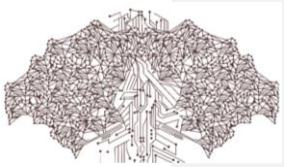
Devido, talvez, à fragmentação de ideias, o texto não segue uma estrutura muito ortodoxa para os padrões científicos. Parto, sim, de uma fundamentação teórica sobre identidade e suas manifestações na web. Depois, sigo com a exposição de dados sobre o uso do aplicativo Sarahah, coletados por meio de um questionário. Analiso-os, enfim, à luz dos autores. A partir daí, não conduzo a fala a uma conclusão, como se esperaria, mas a novas reflexões.

Considero importante destacar esse posicionamento porque ciência se faz em processo. O movimento de ir e vir, da teoria ao objeto e vice-versa, é parte inerente da construção do conhecimento. Respostas sempre geram novas perguntas. Logo, é importante que o pesquisador revele as etapas de sua caminhada, de sua *artesania intelectual* (BONIN, 2006) na busca por soluções inventivas para abarcar o que ainda careça de estudos mais aprofundados. Eis minha contribuição.

---

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 9: Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Jornalista. Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), de São Leopoldo/RS. E-mail: rafaeltourinhoraymundo@gmail.com



Honestidade anônima

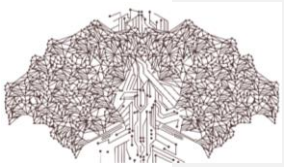
Sarahah é a palavra árabe para "honestidade", mas também batiza um serviço de mensagens anônimas. Por meio do *app* ou do site, qualquer usuário pode acessar um perfil e enviar à pessoa um recado sem remetente. O destinatário não tem como responder diretamente ao seu informante, pois a ferramenta não dá essa possibilidade.

O objetivo é receber críticas construtivas de amigos e colegas de trabalho. Assim, seria possível reconhecer pontos fortes e descobrir habilidades a melhorar, tanto no âmbito profissional quanto no pessoal (SARAHAH, 2017). No entanto, teme-se que a novidade seja utilizada para *cyberbullying*, tal como já aconteceu em plataformas similares, a exemplo do extinto Secret (MADI, 2017).

Isso não impediu a popularização do Sarahah. Segundo reportagem da BBC News (MADI, 2017), já se registravam 300 milhões de cadastrados, em meados de agosto de 2017, e um número equivalente de mensagens enviadas.

A média de um recado para cada sujeito dá a entender que essa rede seja formada por muitos perfis inativos. Ainda assim, a viralização tornou o aplicativo campeão de downloads na App Store em 30 países (MADI, 2017), embora possa significar um fenômeno fugaz. Não obstante a brevidade, cabe compreender de que maneira as pessoas têm se apropriado da brincadeira. Afinal, não é possível definir, a priori, quem está do outro lado da tela. Essa característica pode criar dinâmicas distintas das de um site de rede social mais popular, como o Facebook.

O presente artigo apresenta um exercício preliminar de abordagem a usuários do Sarahah. Com um questionário, procurei compreender motivações para o ingresso nesse meio, bem como usos possíveis desse ambiente digital. Ainda, trago argumentos teóricos pertinentes para pensar a construção identitária nas redes. Minha intenção é refletir sobre a postura dos sujeitos frente ao *feedback* anônimo. Talvez essa interação sui generis faça-os pensar sobre a forma como eles agem em outras esferas sociais.



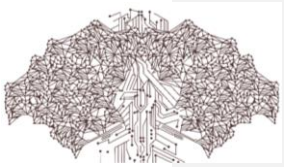
Não se trata de uma discussão exaustiva, mas de uma introdução ao assunto. Pretendo desdobrar e aprofundar essas questões durante minha pesquisa de doutorado, cujo foco são justamente as manifestações do anonimato em redes digitais. Por conseguinte, o texto traz mais dúvidas que conclusões, como não poderia deixar de ser neste momento.

Manifestações identitárias na web

O sociólogo Anthony Giddens (2002) explica que a noção de indivíduo não existia, nas culturas tradicionais. Pensava-se em massas, em grupos sociais, mas não em pessoas com personalidade e vontades próprias. Foi somente com o desenvolvimento da modernidade que o tema passou a ganhar destaque.

O autor traça pontos característicos dessa distinção, dos quais pincelo três fatores. Primeiro, na contemporaneidade – ou alta modernidade, para usar o termo empregado por ele –, há uma tendência à autorreflexão. Isso significa ir além de uma definição de si mesmo com base apenas nos laços familiares ou no cargo que o sujeito ocupa. “Somos não o que somos, mas o que fazemos de nós mesmos” (GIDDENS, 2002, p. 74). Cada um busca construir um sentido de identidade, desenvolvendo uma narrativa particular. Tenta-se atingir a realização pessoal, não necessariamente atendo-se a convenções sociais. Busca-se a autenticidade.

Tal procura acontece numa época em que as possibilidades de escolha são maiores. Esse é o segundo fator aqui explorado. Cada indivíduo abraça seu próprio estilo de vida, “não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade” (GIDDENS, 2002, p. 79). Não se está mais preso às tradições nem aos papéis outrora desempenhados, ainda que muitos desses elementos continuem presentes. Mídias e tecnologias de comunicação borram fronteiras geográficas, reconfiguram limites temporais e fornecem acesso a um alto volume de informações. As práticas de consumo são diferentes das de cem anos atrás.



Para resumir uma realidade sócio-histórica complexa, basta dizer que, hoje, há comportamentos mais plurais que no passado.

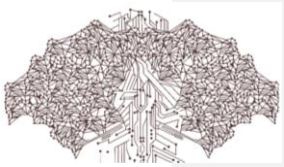
Por fim, tem-se uma transformação na ideia de intimidade. Essa também é uma consequência do mundo globalizado, emancipado de amarras sociais anteriores. As pessoas tendem a escolher mais seus laços de convívio. É a chamada "relação pura" (GIDDENS, 2002, p. 87) – definida não pelo parentesco, mas pelas recompensas que essa associação entre sujeitos oferece. Amizades e parceiros sexuais são estabelecidos assim: com base nos interesses em comum e na busca por satisfação. Para essa seleta gama de escolhidos, revelam-se segredos e confidências de ordem privada, algo que só acontece "entre indivíduos seguros de sua própria auto-identidade" (GIDDENS, 2002, p. 92).

Ou seja, estar com o outro é uma maneira de reforçar os traços de si mesmo. A confiança em outrem é uma forma de reconhecer-se nessa pessoa, o que reitera traços identitários e estilos de vida. As escolhas de cada um ajudam a construir seu sentido de "eu" – um ser único interagindo com outros seres únicos; uma criatura una, mas que faz parte de um contexto social maior, construído a partir de afinidades.

Não que essas relações sejam completamente transparentes. Giddens (2002) admite que todo mundo costuma adaptar sua aparência ou sua postura, a depender do local em que está. Cada espaço, público ou não, demanda um comportamento apropriado.

Essa tendência humana já fora explorada em outros estudos, como os de Erving Goffman (1959). Segundo o sociólogo, hábitos considerados inadequados para o status de alguém acontecem, mesmo que sejam escondidos por vergonha ou constrangimento. Uma situação é a da madame que lê romance de banca de jornal e, se uma visita encontra o exemplar na mesa de centro da sala, a mulher responde que sua empregada deve tê-lo esquecido ali. Acontece uma edição, ou uma "correção de erro", na hora da performance.

Mesmo quando a intimidade é um pouco maior, pode haver essa preocupação em esconder ou revelar apenas o que seja interessante para aquele momento. Porém, quanto menos se conhece o interlocutor, mais impera uma atitude cuidadosa. Conforme Goffman (1959), apenas a convivência frequente faz com que a manutenção da postura afrouxe, de modo que as interações não causem mais surpresas.



Cabe lembrar que tais postulados foram concebidos antes da internet. Não havia sites de redes sociais nem comunicadores instantâneos. Nesses ambientes digitais, as relações interpessoais ganham novos matizes, como mostra a pesquisadora Nancy Baym (2010). Ela comenta que, em contextos on-line, o usuário seleciona sua melhor foto, e não um registro de sua aparência do dia a dia. Na falta de sinais não verbais, recorre a emoticons, letras maiúsculas e outros recursos gráficos para enfatizar a fala/escrita. Há outras possibilidades de expressar a própria identidade.

Baym (2010) cita Goffman (1959) para enfatizar a ideia de múltiplos "eus". Ela afirma que, entre seus próprios perfis digitais, cada um representa distintos traços de sua personalidade – todos eles genuínos. No Last.fm, ela assume um *nickname* e ares de *fangirl*. No Twitter, a aparência é mais anódina. Tem, ainda, a persona acadêmica no site da universidade e uma versão mais voltada à cultura pop, no blog pessoal. Nada diferente de outros meros mortais.

A professora reconhece: seria ingênuo acreditar que ninguém engana os outros. On-line ou off-line, pequenas mentiras fazem parte do trato social. Ocorre que se poderia pensar nos meios digitais como espaços que favorecessem essa prática. Sem a conversa face a face, ficaria mais fácil inventar um personagem e manter a farsa. Contudo, Baym (2010) reúne pesquisas que apontam o contrário. Apesar de haver menos pistas gestuais ou auditivas para captar a falsidade – como hesitações e balbucios –, a web também remove pressões sociais que levam à mentira. As plataformas criam um senso de segurança, principalmente para os tímidos e os ansiosos. É mais fácil expressar-se por trás de um avatar, sem medo de censura ou represálias. Como exemplo, são mencionados os jovens gays que frequentam fóruns digitais sobre homossexualidade e, assim, sentem-se mais confortáveis consigo mesmos.

Percebo uma instigante potencialidade, aí. "Assim como as pessoas compartilham seus segredos com um estranho sentado ao lado, num avião, o anonimato das interações on-line torna algumas delas mais propensas a revelar, e nutre novas formas de

relacionamento" (BAYM, 2010, p. 102)[3]. Põem-se em xeque, então, os diversos níveis de intimidade. Se é possível confiar informações privadas a um viajante que provavelmente nunca mais veremos na vida, talvez a lógica funcione de modo similar no Sarahah. Sob o véu da incognoscibilidade, mesmo o mais íntimo dos amigos pode agir como um desconhecido.

Por outro lado, um elo mais fraco pode apontar traços extremamente pessoais de alguém. Ainda que o contato entre os dois seja eventual, com poucas trocas de *likes* no Facebook, as impressões podem causar impacto. Afinal, retomando Goffman (1959), quanto menos informações temos, mais elas são decisivas para formar uma opinião. Logo, a maneira como nos comportamos nos sites de redes sociais ajuda não só a formatar o que pretendemos exibir ao mundo, mas também o que o mundo pensa de nós.

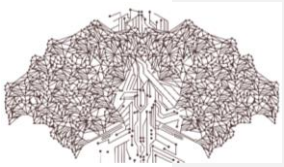
As críticas sem remetente do Sarahah, construtivas ou não, teriam o potencial de instigar à autorreflexão dos sujeitos. A premissa pareceu-me razoável, mas carecia de investigação. Por isso, decidi olhar para alguns usuários desse serviço de mensagens, na tentativa de perceber como as interações se desenvolvem.

Estratégias metodológicas

Ao explicar seu método perspectivista de análise de redes sociais, o pesquisador Fábio Malini (2016) declara que perfis se constituem como pessoas. São nós de uma trama entrelaçada, ou pontos de vista que surgem em conexão a outros. De novo, tem-se a ideia de que a individualização pressupõe a existência de demais indivíduos.

O comunicólogo acrescenta: "compartilhamentos e conversações em redes sociais são rastros digitais dos pontos de vistas, cuja força num dado acontecimento social depende então da densidade de relações fabricadas entre os perfis." (MALINI, 2016, p.

[3] Tradução minha. No original: "Just as people spill their secrets to strangers seated beside them on airplanes, the anonymity of online interactions makes some people more willing to disclose and fosters new relationship formation."



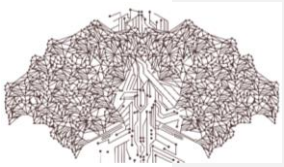
6). Essa abordagem serve para mapear subjetividades em sites como o Twitter, cujas interações podem ser registradas e categorizadas por softwares específicos.

Metodologicamente, não seria possível utilizar a proposta do autor. A configuração do Sarahah impossibilita rastrear as conexões de cada usuário para traçar uma visualização da rede. Entretanto, em consonância com as premissas de Malini e com os demais tópicos trabalhados até aqui, é pertinente reforçar que todo sujeito interagindo por meio desse aplicativo é um ser pensante, que realiza escolhas para adotar um estilo de vida, que performatiza suas atitudes e que é dotado de autorreflexão. Por isso, as mensagens recebidas, mesmo que sejam fragmentadas e aparentemente caóticas, ajudam a vislumbrar realidades.

Enviar um questionário por e-mail foi uma solução encontrada para começar a analisar a relação dos sujeitos com o app anônimo da moda. Entrei em contato, via mensagem inbox do Facebook, com pessoas que eu já conhecia anteriormente, mas que faziam parte de distintos círculos de convivência. A intenção era variar ao máximo a profissão, as referências e o contexto sociocultural de cada um dos entrevistados. Também solicitei ajuda a uma colega doutoranda para obter respostas de gente ainda mais distante de mim mesmo. Ela obteve retorno de sujeitos que não conheço pessoalmente e de quem não fiquei sabendo nem o nome.

Admito a falibilidade desses critérios e dessa abordagem. Todavia, mesmo com as limitações do método, o material coletado pareceu-me válido para um primeiro exercício de acercamento ao Sarahah. Consegui reunir dados de sete respondentes, com idades entre 28 e 41 anos. Cinco deles dispuseram-se a compartilhar comigo capturas de tela das mensagens recebidas, sob a óbvia condição do sigilo.

As falas que serão apresentadas na próxima seção deste texto foram extraídas dos e-mails que recebi após o contato inicial e o envio das perguntas. As respostas chegaram à minha caixa de e-mail entre os dias 31 de agosto e 04 de setembro de 2017. O questionário incluía as seguintes interrogativas: *Como você ficou sabendo do Sarahah?*; *Por que você decidiu criar um perfil no Sarahah?*; *Quando você criou o perfil? Chegou a divulgá-lo em suas outras redes sociais?*; *Com que frequência você utiliza o serviço? É a mesma desde que começou a usá-lo?*; *O que você tem achado do Sarahah até agora?*



O conteúdo das mensagens lhe surpreendeu de alguma maneira? Por quê?; *Você já chegou a publicar mensagens do Sarahah em outras redes sociais? Quais e por quê?*; *Pelo conteúdo das mensagens, é possível adivinhar quem as escreveu?*; *Você pretende continuar usando o Sarahah?*

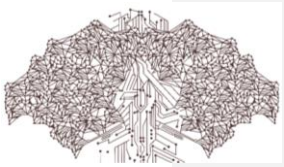
Impressões sobre o Sarahah: relato dos usuários

No geral, os entrevistados conheceram o aplicativo ao verem menções nos sites de redes sociais, ou por indicação dos amigos. Houve manifestações de curiosidade para saber como a plataforma funcionava, além de um interesse generalizado em obter "críticas construtivas", "revelações bombásticas" ou outras informações. Por isso, os indivíduos divulgaram o endereço de seus perfis nas suas respectivas páginas do Facebook e/ou do Instagram, passando a receber os primeiros recados.

As dificuldades técnicas foram salientadas por S., servidor público de 31 anos. "O app é horrível: é extremamente difícil encontrar outras pessoas (e ser encontrado), então só recebi mensagens e entrei para verificá-las nas ocasiões em que divulguei [o perfil] nas redes sociais", disse. Já a executiva de vendas B., de 29 anos, lamentou não conseguir dar retorno ao remetente: "eu não entendi muito bem o funcionamento", acrescentou.

Afora essas questões tecnológicas, as dinâmicas do Sarahah não pareceram tão complicadas aos participantes do questionário. O que houve foi, isto sim, um crescente desinteresse pela ferramenta. Transcorrido cerca de um mês desde o início da febre mundial, todos os sujeitos aqui reunidos afirmaram não utilizar mais o serviço. Alguns, inclusive, apagaram o app de seus celulares – fosse porque ocupava espaço na memória do aparelho, fosse porque simplesmente não havia mais vontade de acumular mensagens.

O conteúdo dos recados em si foi o que mais tomou ares de expectativa frustrada. O ator L., de 41 anos, classificou o aplicativo como "de gurizada" e imaginou que a experiência seria mais engraçada do que realmente foi. Recebeu poucos recados de amigos íntimos, mas não explicou do que eles tratavam. A já citada B. assustou-se com o



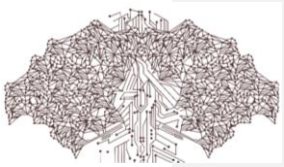
conteúdo agressivo e as "coisas muito obscuras" que leu, preferindo sair da rede: "Sou a favor do 'mais amor, por favor' e o Sarahah me trouxe mensagens bastante desagradáveis. Não quero ficar absorvendo energia negativa dos outros :)".

De maneira similar, os demais entrevistados compararam a plataforma aos depoimentos do Orkut, ou então aos bilhetes anônimos que eram escondidos no material dos colegas de escola. Muitas vezes, o tom utilizado pelos usuários incógnitos era jocoso, o que justifica essas alusões. Faziam-se provocações do tipo "duvido você adivinhar quem escreveu", embora quem tratasse de assuntos mais íntimos acabasse por revelar sua identidade. Involuntariamente? Impossível confirmar.

Outra temática recorrente era a sexual. O ambiente favoreceu a publicação tanto de declarações românticas quanto de outras, mais picantes. Por vezes, misturava-se malícia e deboche. Havia, também, as confissões que logo eram atenuadas. S., rapaz comprometido, recebeu um galanteio seguido de "isto é só para inflar seu ego, pois sei que você está num relacionamento sério". O servidor público declarou-se positivamente surpreendido com os *elogios* – e essa palavra pode ser encarada como eufemismo, dado o teor explícito de alguns comentários. Por sua vez, a analista de mídias sociais T., de 28 anos, preferiu encarar perguntas do tipo com humor, ainda que tenha ficado desconcertada com parte delas. Das mais brandas, ela chegou a divulgar *prints* no Twitter com as respectivas respostas, para o caso de os perguntadores estarem por ali.

Aliás, a prática de levar capturas de tela do Sarahah para outros sites foi pouco desenvolvida pelas pessoas consideradas neste trabalho. A arquiteta A., de 40 anos, recebeu uma única mensagem – que ela desconfia ter sido resposta a algo enviado a outra usuária. Por considerar o texto íntimo demais, resolveu guardá-lo para si. Por outro lado, G., profissional da área de Tecnologia da Informação, 29 anos, assumiu ter divulgado *prints* algumas vezes: "É bom saber que somos apreciados, e as redes sociais são parte dessa necessidade meio narcísica e fantasiosa de mostrarmos as coisas boas a respeito de nós mesmos".

A mesma jovem teceu uma análise bastante completa sobre as potencialidades da ferramenta. Ela esperava ouvir verdades inconvenientes, uma vez que o anonimato poderia, por ventura, dar voz a quem enxergasse seus defeitos. O que obteve foram



gracinhas, elogios e algumas "cantadas sem noção". Ainda nas palavras de G., "o Sarahah tem um potencial muito nocivo que dá vazão ao *cyberbullying*. Quem cria uma conta precisa ter muita estrutura emocional pra lidar com o que pode ler". A entrevistada finaliza seu comentário declarando que o serviço mascara certa necessidade de aprovação social, algo que faria mais sentido na adolescência que na vida adulta.

Apesar da aparente desilusão coletiva com o Sarahah, houve momentos de seriedade. Segue uma ilustração: um garoto que havia feito um comentário machista no passado teria levado uma repreensão da informante T., naquela época. Em relato anônimo remetido ao site, ele mencionou o episódio e disse que isso o fez repensar atitudes, motivando-o a mudar pensamentos. A analista de mídias sociais recebeu a confissão com grata surpresa.

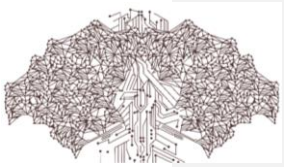
Uma questão de intimidade

É evidente que não se podem extrair afirmações categóricas a partir do relato de poucos informantes. Faltou, por exemplo, investigar como adolescentes se comportam no Sarahah. Inclusive, dos adultos aqui analisados, alguns perderam interesse no serviço justamente porque o perceberam como algo voltado a um público mais jovem.

As impressões colhidas para este artigo são tratadas como pontos de vista, ou, melhor dizendo, como pontos de partida para uma trajetória mais longa. Isso, é claro, se o aplicativo de mensagens anônimas sobreviver à inatividade, ao abandono de seus usuários ou a polêmicas recentes, sobre as quais falarei adiante.

O que se pode perceber é que, em certa medida, o Sarahah colabora para a autorreflexão dos sujeitos. Ao receberem elogios ou agradecimentos pelo bem que fizeram a outrem, eles podem observar melhor certas atitudes, nem que seja para reforçá-las ainda mais. Entra aí a história do comentário machista repreendido pela informante T.

Outra possibilidade do app é intensificar hábitos narcisistas, como reconhece a usuária G. – que chegou a divulgar comentários elogiosos feitos, por anônimos, a ela



mesma. Num futuro desdobramento da investigação, valeria identificar quais posts são esses e compará-los às mensagens que não foram divulgadas para o grande público. Se bem que isso gera um entrave metodológico: a opção por fornecer ao pesquisador a totalidade dos recados é do informante. Essa pessoa pode, muito bem, esconder o conteúdo que não queira expor. A autoedição/performatização do eu pode acontecer mesmo quando há a segurança do sigilo.

Seria arriscado determinar que o Sarahah auxilia a repensar práticas identitárias. Pelo visto até aqui, há muita galhofa entre círculos restritos de amigos. Se, quanto mais íntimos, menos os sujeitos tendem a se surpreender com revelações uns dos outros, seria necessário que os elos fracos da rede pessoal se dispusessem a dar seu parecer.

A questão é que os laços humanos se estreitam na troca. O indivíduo investe seu tempo e sua conversa na expectativa de receber o mesmo do interlocutor. Mensagens anônimas impedem essa via de mão dupla. Sem a recompensa da contrapartida, pode-se perder o elã de participar da brincadeira. Ao que parece, apenas gente com mais proximidade tende a mandar seu recadinho à pessoa querida, salvo um ou outro *bully* que surja no meio.

Para finalizar esta análise, reitero elementos trazidos no decorrer do trabalho: a possível positividade do anonimato, as relações puras e os múltiplos "eus" de uma pessoa (BAYM, 2010; GIDDENS, 2002; GOFFMAN, 1959). Eles aparecem, nas dinâmicas do Sarahah. Estão aí a confissão, a intimidade e os comentários que não seriam feitos em outros contextos. Até agora, consegui vislumbrá-los. Uma pesquisa mais sistemática poderá desvendá-los melhor.

Laços efêmeros numa cultura de conexão

Reforço que o exercício ao qual me propus faz parte de uma investigação maior, ainda em andamento. Em meu projeto de doutorado, busco rastrear manifestações de anonimato em aplicativos de mensagens e sites de redes digitais. O corpus ainda não foi

definido, mas penso que o Sarahah oferece elementos instigantes para a pesquisa. Sendo assim, julgo pertinente acrescentar, aqui, outras referências teóricas com as quais tenho trabalhado. Assim, antes de encerrar a discussão ora proposta, o público leitor entenderá melhor de onde partem minhas indagações.

***

O ensaísta Jonathan Crary (2014) é um crítico ferrenho da sociedade ocidental da atualidade. Segundo ele, o modelo capitalista no qual vivemos estimula um estado constante de vigilância, pois tempo livre e ocioso é percebido como inatividade improdutiva. Faz parte desse cenário a busca por drogas que diminuam a necessidade de sono, por exemplo, orientando os seres humanos ao princípio do funcionamento contínuo, em que o tempo não passa mais e as horas do relógio são irrelevantes.

O autor também destaca a pressão social para que empresas, instituições e mesmo indivíduos mantenham uma presença on-line. Seria uma necessidade "a fim de evitar a irrelevância social ou o fracasso profissional" (CRARY, 2014, p. 113). Dessa forma, os sujeitos passam a realizar ações cotidianas em ambientes digitais – locais permanentes de coleta de dados, que impossibilitam a privacidade. Ocorre, ainda, um segundo fenômeno: um número cada vez maior de pessoas acorda diversas vezes durante a noite para verificar mensagens ou informações. É como se funcionassem tal qual aparelhos em *sleep mode*, prontas para entrar em ação logo que fossem requisitadas.

Crary entende esses comportamentos atuais como constituintes de "um tempo de indiferença, contra o qual a fragilidade da vida humana é cada vez mais inadequada" (2014, p. 19). A mera negação do sono refletiria uma "desapropriação violenta do eu por forças externas, o estilhaçamento calculado de um indivíduo" (idem, p. 18).

É de se lembrar, conforme citado ao longo do ensaio, que noites mal dormidas podem causar danos cognitivos e metabólicos. Por conta disso, a privação do descanso já foi usada como método de tortura, a exemplo do que se passava na base militar de

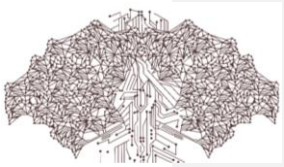
Guantánamo, em Cuba. Além de manterem os prisioneiros em celas permanentemente iluminadas, sem noção de dia ou noite, os soldados também impediam que os detentos tivessem qualquer contato visual com um rosto, ou mesmo com um pedaço de pele à mostra. A medida funcionaria para "induzir estados abjetos de submissão, e um dos níveis no qual isso ocorre é a fabricação de um mundo que exclui radicalmente a possibilidade de cuidado, atenção ou consolo" (CRARY, 2014, p. 17-18).

Numa cultura que rechaça suas próprias fragilidades humanas, parece-me coerente afirmar que as pessoas buscam refúgio na tecnologia. A hipótese aqui sugerida é a de que elas ignoram – ou, então, subestimam – os prejuízos de uma existência cem por cento on-line. Em vez disso, a falta do contato físico e do carinho é substituída, ironicamente, por softwares e por redes que simulam experiências interpessoais.

Diz a psicóloga Sherry Turkle (2010): "Conexões digitais e robôs sociais podem oferecer a ilusão do companheirismo sem as demandas da amizade. Nossa vida conectada nos permite escondermo-nos uns dos outros, mesmo quando ligados uns aos outros"[4] (p.1). Ela defende a ideia de que as pessoas querem manter uma distância controlável umas das outras – nem longe nem perto demais, mas numa proximidade adequada para suas necessidades afetivas. É o que a autora chama de *efeito Cachinhos Dourados* (TURKLE, 2012). Para isso, os indivíduos aproveitam recursos como mensagens de texto, e-mails e *tweets*, pois assim não há uma conversa em tempo real, mas a emissão de frases editadas e retocadas conforme a desejo particular de controlar o que se expõe.

Seria esse um dos prováveis princípios dos aplicativos de mensagens anônimas, tais como o Sarahah: promover um pouco de conforto para quem se sinta preso às convenções sociais dos círculos públicos. Cogito pensar esses territórios digitais como o que o sociólogo Zygmunt Bauman (2004, p. 25) chamaria de *comunidades de ocasião*. O autor destaca o caráter transitório e fugaz desses cenários, que se autoconstroem em torno de emoções específicas, às vezes intensas. De acordo com ele, uniões dessa natureza apoiam-se apenas nas conversas e nos textos, enquanto o silêncio interrompe uma

[4] Tradução minha. No original: "Digital connections and the sociable robot may offer the illusion of companionship without the demands of friendship. Our networked life allows us to hide from each other, even as we are tethered to each other".



conversa e equivale à exclusão. A necessidade de preencher o vazio com palavras de "camaradas" que vêm e vão seria, para Bauman, reflexo de um ideal de "conectividade"[5] sem criar vínculos estreitos. Em outras palavras, uma tentativa de saciar a ânsia por pertencimento, mas mantendo certo nível de liberdade.

Dando seguimento a essa interpretação, amplio-a com algumas noções inspiradas por Michel Foucault (2001; 2013). Ao pensar os espaços urbanos, o filósofo menciona lugares de transição, como trens e cafeterias, e locais de repouso, como o próprio leito de um indivíduo. Há que se pensar na transitoriedade dos corpos e na relação das pessoas com as zonas por onde circulam. Em seguida, o autor explora a noção de *heterotopias*. Ao contrário das utopias, caracterizadas por sociedades imaginadas e inatingíveis, seriam territórios concretos e bem delimitados, com o objetivo de criar situações específicas.

As heterotopias estão classificadas em duas categorias. As *de crise* poderiam ser percebidas no serviço militar obrigatório ou na viagem de núpcias de uma donzela; em ambos os casos, o jovem se afasta do seio familiar para viver, alhures, uma experiência de transição e amadurecimento. Já as *de desvio* seriam presídios, clínicas psiquiátricas e casas de repouso, por abrigarem gente que foge ao padrão médio de conduta.

Foucault (2001) continua a explanação elencando características de uma área heterotópica. Ele cita de teatros a cemitérios, de bibliotecas a bordéis. Cada qual com suas características, esses ambientes poderiam ser tratados como uma alternativa à realidade cotidiana. De muitos deles, seria possível entrar e sair sempre que houvesse vontade. Dentro deles, haveria a justaposição de posicionamentos incompatíveis e a suspensão do tempo; a convivência se daria a partir de regras próprias, observada a função de cada paragem.

É instigante transportar a lógica para as redes digitais. Elas poderiam ser interpretadas como heterotópicas, no sentido de agregar sujeitos heterogêneos e de proporcionar um escape momentâneo. Essas comunidades de ocasião seguem regras particulares. Em muitas, não existe foto de avatar nem mecanismo para curtir o post do amiguinho. Qualquer desconhecido pode estar do outro lado da tela. Haveria, aí,

[5] O autor utiliza os termos "camaradas" e "conectividade" propositalmente entre aspas.

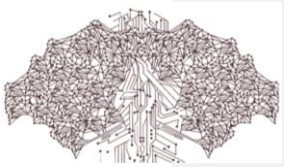
aproximação não devido às relações sociais das pessoas, mas ao interesse mútuo em revelar e/ou explorar segredos da vida alheia. O movimento consistiria numa diversão voyeurística, num alívio confessional ou, ao menos, num passatempo.

Vale suspeitar do tipo de comunicação que se estabeleceria em situações assim. A partir de noções trabalhadas por Guy Debord, Jonathan Crary (2014) enfatiza o caráter unidirecional das mensagens transmitidas por meios eletrônicos. Aconteceria uma *ilusão de encontro*, e não necessariamente um *éthos* de compartilhamento. Quando trata do ciberativismo, o autor sintetiza: "qualquer turbulência social cujas fontes primárias estejam no uso de mídias sociais será, de modo inevitável, historicamente efêmera e inconsequente" (p. 130). Ele também reforça que a sociedade atual desestimula a deferência e a paciência de escutar os demais. Em resumo, todos querem falar, mas não se sabe quantos querem escutar.

Reconheço que a observação inicial do Sarahah possa derrubar tais ideias. As publicações apócrifas estão mais para um amontoado de piadinhas zombeteiras e comentários esdrúxulos que para um escape heterotópico da realidade. Entre os entrevistados, o serviço rendeu baixa ou praticamente nula participação dos usuários. De todo modo, os comportamentos narcisistas estimulados pela ferramenta podem, quem sabe, estar relacionados à necessidade de manter afeto, mas a uma distância segura (TURKLE, 2010; 2012). Seria precipitado confirmar ou refutar por completo essa possibilidade, o que demonstra como ainda há desdobres possíveis – para não dizer imprescindíveis – da investigação.

Considerações finais: da piada ao *bullying* (e além?)

Para concluir, retorno a um tópico que vem percorrendo este trabalho desde a introdução: o potencial que o Sarahah tem para a prática do *cyberbullying*. Seria, digamos assim, o outro lado da moeda, numa plataforma recheada de elogios e anedotas sem grande impacto. O embate entre a aprovação social e o recebimento de comentários impróprios chegou a ser uma preocupação assinalada nos depoimentos dos entrevistados.



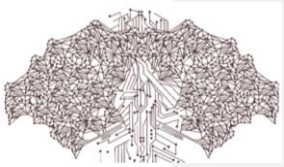
Mais que isso, é uma discussão que vem ganhando destaque na imprensa mundial, em função de episódios envolvendo adolescentes[6].

A polêmica tem sido alimentada por alguns tabloides. Recente reportagem do britânico Mirror (MORRIS, 2018) descreve situações em que jovens receberam mensagens um tanto cruéis. Num dos casos, um menino de 12 anos, após enfrentar o tratamento de um câncer, é chamado de "careca" e "feio" por usuários incógnitos. Noutro episódio, ocorrido com uma australiana de 13 anos, havia recados sugerindo que ela se matasse. Tal conteúdo agressivo fez com que a mãe da garota iniciasse uma petição para fechar tanto o Sarahah quanto serviços similares. Segundo a matéria, o temor seria que a menina tivesse o mesmo destino de Amy Jayne Everett, modelo que cometeu suicídio aos 14 anos, depois de enfrentar *bullying* on-line (MORRIS, 2018).

O texto jornalístico segue, incluindo trechos de *reviews* do Sarahah publicados na App Store. De novo, aparece o receio de que o mensageiro anônimo possa ser um gatilho para a depressão ou para hábitos autodestrutivos. Tanta comoção parece ter surtido efeito: pouco tempo depois, o download do aplicativo se encontrava indisponível na loja da Apple. A remoção do conteúdo teria sido decisão do próprio desenvolvedor. No entanto, ainda era possível baixá-lo na Google Play Store ou acessá-lo na versão web (MARQUES, 2018).

Como se vê, as questões em torno do Sarahah permanecem em efervescência. À primeira análise, tratava-se de um fenômeno momentâneo e bastante efêmero. Porém, ainda repercute em outras esferas, gerando, inclusive, pauta para veículos de mídia. Desse modo, o encerramento do presente artigo se dá, basicamente, devido ao prazo de entrega para a publicação. O esforço para compreender as intenções e a repercussão em torno das mensagens anônimas continua. Não é à toa que o título deste trabalho termina com um ponto de interrogação.

[6] Cabe lembrar que essa faixa etária foi, justamente, o público que o questionário não contemplou. Portanto, os resultados descritos até o momento são mais indiciais que categóricos, uma vez que a variabilidade de perfis dos sujeitos pode indicar novas pistas para a investigação.



Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido:** Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BAYM, Nancy. **Personal Connections in the Digital Age**. Malden: Polity Press, 2010.

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al**. Metodologias de Pesquisa em Comunicação:** Olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 21-39.

CRARY, Jonathan. **24/7:** Capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

FOUCAULT, Michel. **O Corpo Utópico, As Heterotopias**. São Paulo: n-1 Edições, 2013.

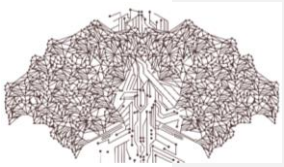
_____. Outros Espaços. In: FOUCAULT, Michel; MOTTA, Manoel Barros da (Org.). **Estética:** literatura e pintura, música e cinema. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. (Coleção Ditos & Escritos, 3), p. 411-422.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GOFFMAN, Erving. **The Presentation of Self in Everyday Life**. Nova Iorque: Doubleday Anchor Books, 1959.

MADI, Mohamed. Sarahah, o polêmico app saudita de mensagens anônimas que já tem 300 milhões de usuários e só 3 funcionários. **BBC**, Londres, 08 ago. 2017. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/salasocial-40856799>. Acesso em: 10 ago. 2017.

MALINI, Fábio. Um Método Perspectivista de Análise de Redes Sociais: Cartografando topologias e temporalidades em rede. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos_malini_2016_3269.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2017.



MARQUES, Ana. Sarahah, polêmico mensageiro anônimo, é retirado da App Store do iPhone. **Techtudo**. [S.l.]: 18 jan. 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/01/sarahah-polemico-mensageiro-anonimo-e-retirado-da-app-store-do-iphone.ghtml>. Acesso em: 25 jan. 2018.

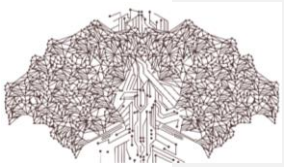
MORRIS, Lydia. Everything parents need to know about Sarahah - the 'honesty' app linked to cyberbullying claims. **Mirror**. [S.l.]: 17 jan. 2018. Disponível em: <https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/everything-parents-need-know-sarahah-11865567>. Acesso em: 25 jan. 2018.

SARAHAH. [S.l.], 2017. Disponível em: <http://www.sarahah.com>. Acesso em: 10 ago. 2017.

TURKLE, Sherry. **Alone Together:** Why we expect more from technology and less from each other. Nova Iorque: Basic Books, 2010.

_____. **Connected, but alone?.** Palestra proferida no TED 2012, Long Beach, fev. 2012. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together>. Acesso em: 10 jun. 2016.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



SARRADAS E RESISTÊNCIAS PÓS-PERIFÉRICAS: CONSTRUÇÕES DE PROTAGONISMO PELA TECNICIDADE [1]

João Marcelo Flores de Bras[2]

Este artigo apresenta e discuti sobre a cena musical (JANOTTI JR. e SÁ, 2013) do funk ostentação entre os jovens que vivem nas periferias paulistanas, a partir de um trabalho de campo de inspiração etnográfica de seus cotidianos repletos apropriações e usos da cultura global, numa perspectiva pós-periférica[3] (Rocha, Silva e Pereira, 2015) que compreende um borramento de fronteiras entre centro e periferia. As práticas musicais analisadas mostram-se numa lógica que desafia e negocia, buscando sua legitimação, apropriando-se de símbolos de consumo de classes privilegiadas. Prioriza-se neste artigo a questão da tecnicidade, da cultura do consumo e das culturas juvenis (BORELLI, 2003), em suas representações de pertencimento, configurando espaços interculturais cheios de apropriações cosmopolitas, porém em diálogo com a identidade cultural local, em seus processos de hibridismos. A tecnologia empregada pelas juventudes desta cena musical permite uma possibilidade de protagonismos, ainda que virtual, e de tomada de espaço urbano; que, especificamente na cidade de São Paulo, ocorre de maneira singular, já que versa sobre o consumo e seus símbolos de poder.

Palavras-chave: tecnicidades; pós-periférico; juventudes; protagonismos; hibridismos.

As práticas musicais populares analisadas neste trabalho mostram-se numa lógica que desafia e negocia, buscando sua legitimação, apropriando-se de símbolos de consumo de classes privilegiadas, resinificando culturas locais residuais e para uso dos espaços públicos em festas de rua, denominadas fluxo. Prioriza-se neste artigo a questão da tecnicidade para as culturas juvenis,

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 17 Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Pesquisador é professor da Instituição de Ensino Superior. É Mestre e Doutorando em Comunicação pela Universidade Paulista - UNIP (orientadora: Prof.a Dr. Simone Luci Pereira) e participa dos Grupos de Pesquisa em Comunicação Musimid pela UNIP e Juvenália (ESPM). E-mail: jmarcelobras@gmail.com@gmail.com

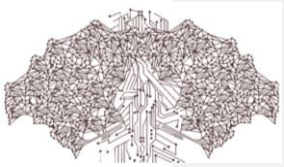
3 . Pós-periféricas – abordagem que propõe cenários em que as fronteiras rígidas entre centro e periferia se encontram menos nítidas, exigindo uma perspectiva epistêmica que possibilite a compreensão de realidades complexas, onde este trânsito entre estes espaços ocorre. Fluxo é o nome dado pelos próprios frequentadores para as festas informais de funk que ocorrem na rua.

em suas representações de pertencimento, configurando espaços interculturais cheios de apropriações cosmopolitas. A utilização das tecnologias possibilitam novos protagonismos, construções de visibilidades e garante, ainda que fortemente demonizada, que as festas ocorram de modo flexível pelas ruas das bordas da cidade, sempre em configurações muito flexíveis e improvisadas, o que dificulta seu controle por parte da polícia paulistana.

O compartilhamento pela internet destas estratégias de visibilidades culturais cotidianas é fundamental para processar as experiências obtidas, refletindo sobre os tipos de relações que estes jovens estabelecem entre seu local e a cultura global. O uso das tecnologias que permitem construções muito pessoais de ler o mundo e produzir as suas próprias versões. As práticas musicais populares, especificamente o funk, incomodam, tornando-se visíveis à reflexão, o que é traduzido em suas músicas nas corporalidades (jeitos de se vestir, adornar objetos, dançar e estetizar o corpo), fluxos e demais comportamentos considerados "coisa de favelado", e se chocam com *mainstream* do *status quo* branco e conservador (TROTTA, 2014). As ações juvenis nestas regiões interveem no espaço público, apropriam-se de elementos simbólicos e, através da festa e internet abrem uma porta para o mundo, contribuindo para que as tendências analíticas dicotômicas sejam reduzidas, para que as polarizações "centro ou periferia" mostrem-se menos nítidas, ainda que existentes. Temos medo daquilo que não conhecemos, e a circulação do Outro, em uma dinâmica de festa, coloca em condição de protagonista uma juventude que era narrada apenas pelos canais policiais, em notícias de violência e tensão social.

A internet permite a democratização dos canais através da criatividade dispersa (CERTEAU, 1994) destes jovens, que se inspiram e constroem identidades ligadas às práticas de valorização de sua estética, moldando critérios muito próprios de qualidade, ao mesmo tempo em que ser visto e se identificar com o que produz e publica nas redes sociais permite números enormes de audiência. Diversificadas construções, embaladas pelo funk, permitem uma "nova imagem" do jovem morador de periferia, seu "lugar dentro da cidade", discutida por uma lógica de deslocamento territorial e político, sempre conduzida pelo elemento econômico, que associa em suas abordagens o consumo como forma de entrada para cidadania. O que é irônico, já que para a grande maioria destes jovens, o luxo cantado pelo funk ostentação é simbólico. A realidade encontrada é de abandono pelo poder público: vielas sem iluminação e moradias em condições de risco, falta de abastecimento de água e esgoto, domínio do crime organizado e todo tipo de efeitos colaterais que uma área periférica nestas condições pode representar.

Buscando compreender as construções simbólicas que remetem a questões ligadas a interculturalidade e hibridismo de Garcia Canclini, que define o consumo como uma forma de pertencimento e de construção de sentidos, vital para compreender o fenômeno "ostentação",

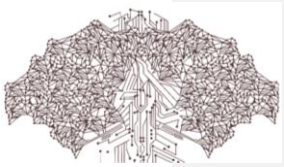


sempre dentro do contexto do cotidiano periférico. Tomando o contexto e o conjunto de elementos necessários para compor o entendimento desta proposta, considera-se as "tecnicidades" (MARTIN-BARBEIRO, 2004) como forma de canal com o mundo, e suas apropriações consideradas na análise, com os usos de celulares e das redes sociais, assim como os canais do YouTube, que são as estradas por onde se circulam as produções destes jovens.

Esta pesquisa ampara-se no referencial teórico e conceitual oferecido pela Matriz inglesa de pensamento, com os Estudos Culturais Britânicos e as apropriações desta agenda de teoria e pesquisa na América Latina, com Jesús Martin-Barbero e Néstor Garcia-Canclini e sua proposta de se deslocar o debate dos meios para mediações e usos, propondo uma visão sobre cultura através da música e suas reflexões sobre a identidade, estabelecendo, assim, uma relação entre a comunicação e o campo da cultura, representado pelos conceitos de apropriação cultural. Arjur Appadurai permite uma compreensão das dimensões culturais da globalização, abrindo espaço para as dimensões do consumo e construção de identidades entre estas juventudes e suas produções "bastardas", como nomeia Omar Rincòn, e "recicladas", segundo Rúben López Cano. A música traduz formas de identidade e cotidiano, e Trotta (2013), utiliza a expressão "emergência musical da periferia" para mostrar a visibilidade que este segmento social tem ganhado nas mídias, onde negociam-se valores e ideias, disputando espaço e hegemonia. A análise da cena do funk ostentação entre estes jovens possibilita compreender suas identidades culturais que se mostram em permanente negociação, (HALL, 2003), pois se trata de um gênero musical e trajetórias de vida que buscam seu posicionamento via significações ou resignificações. Em busca do objetivo desta pesquisa, buscamos compreender as construções simbólicas que remetem a questões ligadas a interculturalidade e hibridismo, (Garcia CANCLINI, 2007). Garcia Canclini define o consumo como uma forma de pertencimento e de construção de sentidos, vital para compreender o fenômeno "ostentação", sempre dentro do contexto do cotidiano periférico. Tomando o contexto e o conjunto de elementos necessários para compor o entendimento desta proposta, considera-se as "tecnicidades" (MARTIN-BARBEIRO, 2004) como forma de canal com o mundo, e suas apropriações consideradas na análise, com os usos de celulares e das redes sociais, assim como os canais do YouTube, que são as estradas por onde se circulam as produções destes jovens.

Pisando nas flores do jardim

As periferias constroem seu espaço urbano dentro da cidade, muitas vezes, de maneira informal, disputando espaço entre o público e privado, se apropriando de versões globais sem abandonar sua tradição local (GARCIA CANCLINI, 1998), aplicando originais formas de negociar e



conviver em uma cidade repleta de diversidades, onde a rua é o grande palco destas demonstrações urbanas paulistanas. A criatividade é a arma do fraco (CERTEAU, 1994), a adaptação torna-se mais do que uma forma de expressão; trata-se, nestas regiões de extremas carências, de recursos de sobrevivência.

Procurar entender a cidade de São Paulo, como uma via de mão única para o futuro, como um *cluster* homogêneo de desenvolvimento, não explica a realidade periférica. Ainda que muito próximas geograficamente, estas áreas estão distantes do ideal de desenvolvimento e, de maneira geral, de qualidade de vida imaginada para um centro urbano desenvolvido, ao mesmo tempo que circula, envolve e é envolvida por uma metrópole complexa que articula demandas expressivas para o país na economia, na política, na tecnologia e na cultura. O "circular", físico ou virtual, por uma cidade com estas características estabelece relações de trocas. Os jovens das periferias são influenciados e influenciam, aumentando seus limites e abrangência, negociando e se apropriando, principalmente via internet, um nomadismo real e simbólico muito presente no cotidiano urbano.

A metrópole de São Paulo expressa hoje a marginalidade social de um país que combina conflituosamente o atraso com a modernização, uma cidade que ainda não se livrou completamente de sua herança colonial. Aplica-se um modelo construído como uma "entrada" para o primeiro mundo, via globalização, mas que muitas vezes representa a continuidade da imposição dos interesses de um capitalismo hegemônico, tanto no que tange à dependência internacional, quanto à hegemonia interna exercida por nossas elites. Em contrapartida, juventudes periféricas buscam seu espaço nesta metrópole, rearticulando identidades e expressando suas construções simbólicas de parte desta "cidade global", principalmente via consumo e sociabilidades, atravessados por lógicas comunicacionais apropriadas e expressadas através da internet principalmente, já que sua presença física ainda se traduz como um incômodo para elites, conforme verificou-se nas ocorrências de repressão aos "rolezinhos", onde os jovens de origem periférica foram impedidos de fazerem encontros ou mesmo frequentar grandes centros de compras da cidade.

Para compreender a dinâmica que a internet tem assumido no mundo contemporâneo, Appadurai (2004), aponta para a importância desse processo de intensificação das migrações e do desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação. O antropólogo destaca que esses dois elementos atuam sobre a constituição das subjetividades modernas. Assim, a imaginação assume um papel fundamental, pois, mesmo que não se desloquem fisicamente, estes jovens moradores da periferia – através dos meios de comunicação - estão se imaginando em outros lugares, realidades e experiências. A imaginação, afirma o autor, saiu do âmbito expressivo

da arte para a vida cotidiana, ou seja, cultura. No entanto, é importante lembrar que a obra da imaginação, segundo ele, não é necessariamente totalmente emancipadora, nem inteiramente disciplinadora.

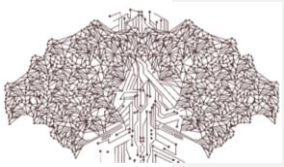
Do ponto de vista urbano, esse processo se repete: sobre uma cidade que exclui e condena à indignidade um grande contingente da população periférica, é sobreposta uma matriz modernizadora capitalista, ancorada no consumo e tecnologia que teria supostamente a capacidade de promover a superação dessa exclusão. Uma nova configuração urbana supostamente capaz de dar às cidades as condições necessárias à sua inserção competitiva no "novo mundo globalizado", uma construção simbólica legitimada por uma visão hegemônica que exclui e ignora a população moradora das regiões periféricas desta cidade, reforçando a ideia construída de "cidade dentro da cidade" que remete à ideia apresentada por Siqueira, (2012), se referindo a este espaço como o "centro do mundo", daí uma maneira de construção de um imaginário que ao mesmo tempo que se apropria do global, usa filtros regionais que influenciam fortemente na construção destas maneiras de ser e agir.

Featherstone (1966) critica interpretações simplistas do processo de globalização, como sendo homogeneização ou contrariamente fragmentação, propondo a complexidade diante de situações assim. Estratégias de resistência, preservação, adaptação de culturas locais e globais, mostram-se em negociação, propondo um modelo de apropriação interno e externo. Para Garcia Canclini (2000), a cultura global se apropria destes elementos de visibilidade sem o banimento da cultura local predominante – elementos de cada região da cidade - sendo que a cultura local também faz o movimento contrário. Uma postura nova em relação ao mundo que cercam os jovens desta região, não mais de puro enfrentamento, mas negociada, conservando o pertencimento e identidade local e adaptada a aspectos hegemônicos.

Realidade contrária ao pensamento comum hegemônico, que sugere o estigma (GOFFMAN, 1988), de uma lógica totalizante e uma homogeneização, que empobrece o entendimento do Outro. Muitas das representações midiáticas sobre o funk, e seus diversos gêneros extrapolam as questões musicais e se desenrolam em críticas sobre a criminalização e sensualidade - temas não excluídos do funk e encontrados também em diversos ritmos musicais brasileiros, como axé, forró, samba etc. - conforme descreve Herschmann (1997).

Reescrevendo provocações

Os videoclipes, descritos em diversos momentos por estes jovens são articulações entre a tecnicidade e a interpretação dessa juventude em relação às suas expectativas e frustrações. Como

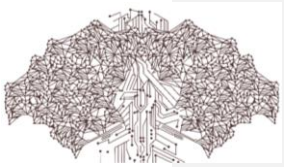


sugerem os Estudos Culturais Britânicos, a chave para uma investigação social está na abordagem do seu cotidiano em primeiro plano (ESCOSTEGUY, 2000). Tomando esta referência como base primária para este artigo, mergulhamos a fundo nas ruas periféricas buscando uma juventude ouvinte do funk ostentação e suas festas de "fluxo".

Segundo Simone Pereira de Sá (2005), as práticas de comunicação mediadas pelo suporte do computador estabelecem uma reconfiguração dos papéis de emissor e receptor, onde estes se confundem e alteram papéis em uma conexão generalizada. No caso da música, Sá, (2005), analisa uma relação direta entre produtor e ouvinte, sem os intermediários da indústria fonográfica, o que encontramos na grande maioria das produções de videoclipes de funk desenvolvidas pelas periferias. Ainda segundo a autora, não existe uma linearidade dentro das apropriações tecnológicas, o que indica uma ruptura com o pensamento determinista considerando o fim das escutas tradicionais, atropeladas pelas novas tecnologias. Ela demonstra como a cibercultura negocia com os modos anteriores de ouvir e interagir com a música.

O imaginário atual destes jovens, que possuem e fazem uso de tecnologias, principalmente a internet, convive com a vida que é marcada por uma grande resistência, herança de um passado que limitava o acesso dos bairros ao centro da cidade, daí o residual apontado Willians, (1979). O "familiar" articula nestes jovens a ideia de segurança, o conhecido, reconhecido, leva a noção de coletivo, que para quem nasceu em uma região violenta periférica é percebido como poder, força da "família", expressão comum entre estes jovens. A internet, uma janela virtual para apropriações culturais, torna-se ainda mais importante, já que permite transitar, à distância, entre os mundos.

Articulada por uma extrapolação virtual e real destas fronteiras borradas entre centro e periferia sustenta uma renovação das estéticas, um contraste entre o luxo desejado e celebrado nas canções e como objeto simbólico de sucesso e poder; por outro uma dura realidade, distante das festas, de estigmas, (GOFFMAN, 1988), e construções, próprias e externas de exclusão e violência. Este reordenamento sugere uma lógica que desafia e negocia, buscando sua legitimação, apropriando-se de símbolos de consumo de classes privilegiadas, reforçando identidades simbólicas, (GARCIA CANCLINI, 1998), de uma região que cresceu e se desenvolveu, por um longo período de tempo, afastada geograficamente do centro da cidade de São Paulo. Estas juventudes interagem com a metrópole e com a cultura global, circulando pelos diferentes mundos através, principalmente, pela internet, que democratiza as apropriações, facilita a produção e divulgação do funk ostentação produzido por estes jovens. É um movimento de ver e ser visto, invadir e ser invadido, de maneira que resiste e sede. Este borramento das fronteiras, que deixam de ser tão nítidas, ainda que existam e hierarquizem as áreas da cidade, torna menos polarizadas e abre

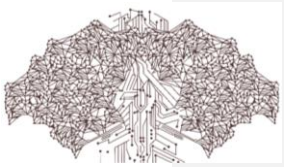


espaço para que movimentos de mão dupla permitam uma interação entre os espaços urbanos. Todo processo de negociação enriquece e reduz barreiras entre estes jovens. Estas são características das juventudes, que apresentam elementos de nomadismo e ao mesmo tempo, como verificado no mapeamento etnográfico, de gregarismo em relação a região onde moram, a localidade da cidade aonde acreditam (ainda que isso seja uma construção imaginária), que pertencem e são mais fortes, em que o grupo e a comunidade tendem a proteger e intervir, cantando seus lugares e acontecimentos.

Estes jovens lidam com naturalidade com as novas formas de atribuição de valores, onde a visibilidade é um elemento agregador e de grande diferencial, superando as questões estéticas e de qualidade, segundo padrões ditados pela mídia hegemônica. Uma lógica baseada na audiência de um imaginário construído no consumo, não linear e de fluxos entre o local e global. Rose Melo Rocha (2012) descreve as imagens de estilos de vida ligadas ao consumo como "videoclipização do mundo" se referindo ao consumo como "potências de sedução", capaz de gerar sentido, ligada as práticas do cotidiano e identidades destes jovens.

Estas ocorrências reconstroem as fronteiras, deslocando sentidos, permitindo o transbordamento cultural entre os lados. As tecnologias agem positivamente, no tocante a minimizar a cristalização de papéis que resultam em estigmas sociais (GOFFMAN, 1988), e as construções de diferenças desqualificadoras das periferias. Os videoclipes no Youtube agenciam estes fluxos pós-periféricos, permitindo apropriações que fazem estes jovens ganharem grande visibilidade, este reconhecimento torna-se fundamental para o papel do ganho de espaço urbano e rearticulações de identidades juvenis. Estes flagrantes de discursos e corporalidades, práticas ligadas ao funk ostentação nas periferias, nos confrontam com práticas que estão intimamente intrincadas à produção de discursos que se fazem sobre esses movimentos e que extrapolaram suas regiões geográficas. É contraditório, já que é vinculado ao consumo e suas práticas, ao mesmo tempo em que permite um fluxo aberto e emancipador para as construções e culturais identitárias destes jovens.

Articulada à técnica e tecnologia, palavras aqui tão utilizadas, podemos falar em "tecnicidades", termo que Martín-Barbero utiliza para ressaltar a apreensão da técnica na subjetividade, pensando nas transformações da sensibilidade e dos modos de percepção que surgem nos indivíduos em função dela, re-organizando experiências, modos de ouvir, escutas do mundo. Enfim, um "novo *sensorium*", em profunda relação com os novos tempos" (Pereira, 2012). As mudanças que ocorrem nas regiões periféricas, verificadas nesta pesquisa, quando a mediação tecnológica deixa de ser instrumental (smartphones principalmente) para converter-se em experimental, ou seja, a tecnologia introduz mais do que aparelhamentos, ela permite um "novo modo de relação entre os

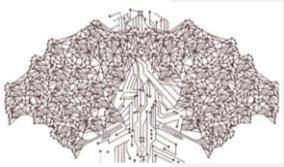


processos simbólicos" (MARTÍN-BARBERO, 2006), transformando as práticas culturais destas juventudes, permitindo transcender suas regiões geográficas para além da periferia, que se apropriam e negociam, atravessadas por um global que articula novas formas de interpretar o mundo, ao mesmo tempo em que reconfigura as identidades locais em fluxos urbanos, virtuais e presenciais, analisados nesta pesquisa através das festas de fluxo, onde a rua é tomada por estes jovens e os espaços reconfigurados, suportados por uma tecnologia que permite a organização e presença, em grandes quantidades, de jovens que se deslocam, inclusive de periferias distantes, para participar de festas de "fluxo".

Os videoclipes do funk ostentação no YouTube demonstram a forma como a periferia se apropria e faz uso das novas tecnologias como meio de produção e divulgação das músicas e suas maneiras de reafirmação de identidade. Tomam espaço e sentem-se capazes, fazendo parte da estrutura que constitui este mundo do qual tanto desejam fazer parte. A tecnologia é um facilitador, ainda que virtual, uma maneira de rebeldia e reforço dessa construção de identidades. Neste sentido entendemos nesta dissertação as tecnicidades, como uma forma de uso e apropriação das tecnologias na vida cotidiana, nos modos de ser dos jovens.

O formato não linear de videoclipe com as características contemporâneas de linguagem, apareceu no início dos anos 2000, (SIQUEIRA e MATHEUS, 2015), filme de música, de formato curto, veloz e fragmentado, rico em possibilidades, acabou por se estender para fora da televisão, encontrou espaço na internet, nas plataformas como YouTube, assistidos e produzidos nos celulares de uma juventude periférica que tornou-se protagonista de suas próprias versões. Compartilhado e apropriado, reúne diversas linguagens midiáticas e propicia espaço para criações das mais engajadas e sofisticadas, até deboches sem grandes pretensões além da roda de amigos. Muito intuitivos, os videoclipes de "montagem" possuem milhões de exibições, um público que despertou a atenção dos grandes veículos de comunicação hegemônicos. Nos videoclipes o improviso e descaso com a produção era regra, mas agora existe uma preocupação muito grande com a produção destes materiais. Não basta cantar sobre os objetos de desejo e consumo, é necessário ostentar nos videoclipes essa estética, em uma demonstração de poder e luxo sem limites.

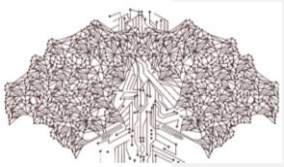
As festas de rua, os "fluxos", tornam-se um instrumento de relato por meio do qual as representações, muitas vezes as únicas acessíveis nestas regiões periféricas carentes, os jovens constroem fantasias individuais e coletivos, uma narrativa que se rebela para vencer um destino via ambição e ostentação. As três fontes de representações verbais (íntimas, familiares e sociais) tornam-se acessíveis para modificar uma herança de estigmas, aquilo definido por Boris Cyrulnik (2006), como resignificar para construir a resiliência. O conflito é justificado pelo que "é" e o que



se “espera ser”, ainda que de uma maneira muito confusa em relação ao modo de se conquistar este espaço. Entende-se, depois desta etnografia, que impedir estes processos de festas de rua é muito mais complexo do que impor a lei e a ordem, mas uma forma cruel de reprimir os afetos e subjetivações de uma juventude que, através de narrativas (no corpo e na música) e instrumentos de visibilidade, constroem maneiras de se representar e inserir no mundo global. Seus comportamentos, de exageros e abusos, demonstram uma necessidade explosiva de tomar seu espaço na cidade, em um local que ao mesmo tempo que exige muito não possibilita os meios para que essa parcela da população consiga se integrar de maneira plena, de forma que exerça sua cidadania em direitos e deveres. Deste modo, os facilitadores deste processo - o funk, o rap e outros gêneros musicais, ao alcance desta juventude - permitem amparar e submeter esta parcela da população ao grande palco da internet, na busca por um espaço próprio, onde “famosinhos”, grupos regionais de música e dança, entre outros, acabam criando seus lugares, ainda que regionais. Os celulares potencializam a criatividade e possibilitam meios de produção e veiculação para as diferentes formas de edições de videoclipes de funk ostentação que encontramos no YouTube. Uma música de funk ostentação só se torna conhecida se estiver veiculada via videoclipe em diversos canais amadores do gênero.

Rincòn (2015) destaca o popular no “novo mundo” que habitamos, onde o fenômeno encontrado nas redes sociais como os “famosinhos”, se destacam como celebridades produzindo conteúdos locais, dos quais um público enorme de seguidores de identificam com os discursos destas produções artesanais de alta visibilidade. O autor destaca o popular como lugar da experiência e da prática, ou seja, do cotidiano, onde as teorias pouco importam e sim um “fazer”. Exatamente o que se encontram nas produções do funk ostentação, onde as resistências e submissões são verificadas nas festas de rua, uma cultura bastarda (RINCÒN, 2015), ou ainda, segundo (Garcia-Canclini, 2000), o mesmo que culturas híbridas, já que se trata de construções simbólicas apropriadas, muitas vezes perdendo a origem, já que pouco importa para estes jovens as questões relacionadas aos usos e direitos autorais. As heranças culturais, apesar de não serem sempre diretas, estão lá, existindo um histórico de construção simbólica em cada música e videoclipe criado por estes jovens. O repertório destas juventudes periféricas encontra-se em fronteiras entre o global, apropriado principalmente via internet, YouTube, e influências locais, de fontes tradicionais da região onde moram.

A música, assim como o esporte, abre alternativas para estas juventudes se deslocarem entre mundos, borrando as barreiras, ainda que virtualmente, entre os lugares, negocia e torna as apropriações uma alternativa de via de mão dupla, onde é possível ver e ser visto, se inserir e ao mesmo tempo resistir. Os videoclipes são um grande canal facilitador, as tecnologias tornaram as



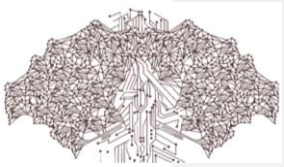
periferias mais acessíveis para o mundo, seus problemas, antes potencializados e explorados pelos grandes canais hegemônicos, agora paulatinamente vão convivendo (ainda que de maneira desigual) com as produções próprias destes jovens, que publicam suas versões de um tempo e um local. São estes os elementos que abordaremos a seguir, buscando as produções artesanais destes jovens, que se identificam com a cultura global e elaboram suas próprias versões em videoclipes locais. Estas produções audiovisuais possibilitam sistemas de representações sociais (Enne, 2013), importantes peças na produção do consenso ou do enfrentamento. São essas "definições partilhadas" que possibilitam construir, para seu grupo e para os demais, uma visão aparentemente consensual da realidade. E conclui: "essa visão, que pode entrar em conflito com a de outros grupos, é um guia para as ações e trocas cotidianas" (ENNE, 2013).

A publicação e os compartilhamentos de suas produções no YouTube agem em contraposição ao discurso midiático hegemônico, onde estes jovens são destacados como arruaceiros e ligados a criminalidade, negligenciando todo contexto complexo que envolve a situação. Estes jovens não festejam nas ruas apenas porque querem, estão lá por falta de opções de entretenimento e espaços adequados para convivência. As representações sociais (ENNE, 2013), construídas por estes jovens do funk ostentação, possibilita o trânsito entre fronteiras menos nítidas, atravessados pelos fortes elementos simbólicos do consumo global e uma realidade local repleta de estigmas residuais.

Os vídeos no YouTube conquistaram a atenção das periferias, que se apropriam e fazem uso das novas tecnologias como meio de produção e divulgação das músicas e de reafirmação de identidade. Protagonizar um vídeo consiste em alimentar a imaginação da audiência, transferindo virtualmente momentos de alegria, contrariando a realidade oposta em que geralmente vivem estes jovens de bairros periféricos.

López Cano, (2010), utiliza o termo "reciclagem musical", para falar das práticas de *mashup*, *remix* e outros tipos de recortes e reconstruções digitais desta modalidade. O princípio desta "reciclagem" está na produção de videoclipes à partir de materiais preexistentes, de fontes infinitas, desde que se possa obter uma gravação digital. López Cano, (2010) ainda discorre sobre a interconexão entre os fragmentos recortados e realocados, de maneira que a "reciclagem" ocorra no sentido de descontextualizar e recontextualizar os recortes obtidos. Para esta pesquisa, o diferencial destes recortes está justamente na reconfiguração da geração de sentido, nas novas interpretações e contextualizações que estes jovens dão para suas produções locais.

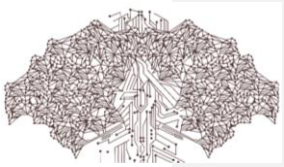
O YouTube modificou a maneira como os jovens se relacionam com as mídias audiovisuais, proporcionando a qualquer pessoa com acesso a internet a possibilidade de protagonizar sua narrativa, permitindo ao mesmo tempo que se obtenha acesso a conteúdos mundiais de todo tipo,



transcendendo os limites das apropriações culturais imaginados antes da internet estar presente em nosso cotidiano. Ariane Holzbach (2015), descreve o YouTube como um grande arquivo audiovisual, ou ainda como construtor de uma "memória coletiva", e entende que a memória não é um processo individual naturalmente dado, mas se constitui como uma noção socialmente construída com base nas ações e experiências dos indivíduos que formam o todo social. O site ainda permite que narrativas individuais sejam potencializadas sem, no entanto, apagar o papel coletivo que elas desenvolvem. A internet proporcionou uma complexidade muito maior das juventudes contemporâneas, extrapolando limites físicos e borrando fronteiras. Nas periferias, ainda que de maneira mais lenta, devido ao acesso à tecnologia em princípio aparelhos caros, ou ainda a simples falta de infraestrutura na região que não era atendida pelas operadoras de internet. Nos imaginários juvenis dos moradores da região mapeada existe um deslocamento socioeconômico, uma realidade criada de consumo e ostentação, o funk das "festas de fluxo" propõe um momento para negação de uma herança de desigualdades e abandono social. O pertencimento local e representações apropriadas configuram os espaços interculturais que rearticulam identidades e configura a reconfiguração dos espaços urbanos, nos quais a periferia invade e é invadida, dentro de uma proposta pós-periférica (ROCHA, SILVA e PEREIRA, 2015). As expectativas e frustrações são parte do cotidiano destas juventudes periféricas, as "festas de fluxo" acontecem em um imaginário próximo daquilo que Siqueira (2012) indica como "cidade dentro da cidade". Ao mesmo tempo, sem intenção, produzindo suas versões de videoclipes, promovem uma abertura para o resto da cidade e para mundo, em uma via de mão dupla suportada pela tecnologia.

As construções simbólicas que estes jovens produzem transitam livremente entre seus lastros locais e suas referências globais, buscando um protagonismo em suas narrativas de produções audiovisuais. O videoclipe é uma forma de extrapolar a realidade, de se inserir em um virtual que potencializa a visibilidades para estes jovens. Suas criações são registros das incorporações que marcam estas juventudes: a música, a dança, a sexualidade, os estigmas e todos os elementos que compõem cada uma destas produções. Eles marcam um pensamento local acerca do mundo que os envolve e sua própria localidade, construções mediadas por apropriações culturais e heranças residuais que abastecem o funk ostentação da região. Estes imaginários urbanos periféricos exprimem e confrontam os sentidos de uma juventude, via comportamentos e corporalidades, uma perspectiva representada pela música de um tempo e espaço.

Ainda restam resquícios de um discurso colonial construído, que tende a ver a região como um lugar afastado geograficamente, hostil e que vive por suas próprias forças, independente do poder público. Gadelha e Lima (2015) utilizam Bhabha (1998), e explicam que a alteridade é o ponto

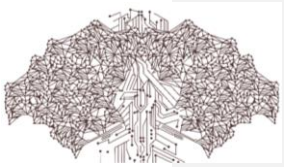


central no discurso colonialista. Isso porque o discurso se baseia na ideia de um Eu superior – o colonizador -, que se sente, graças à sua superioridade, na posição e direito de dominar um Outro inferior – o colonizado. Estas construções simbólicas reforçam uma identidade periférica que busca no excesso um "fazer parte", principalmente pelos símbolos de consumo, de libertação de estigmas culturais muito profundos, herança de uma realidade que não é muito diferente das sofridas, na contemporaneidade, em qualquer outra região periférica da cidade de São Paulo. Esta "defesa", replicada por décadas, tanto do ponto de vista dos moradores de regiões privilegiadas, quanto dos moradores de regiões periféricas corroboram para reforçar estas práticas residuais.

As tecnologias - em especial para esta pesquisa os videoclipes no YouTube - atuam como um potencializador de identidades que se afirmam e se promovem em táticas de visibilidade que sustentam a estas juventudes produzirem seus videoclipes e construírem suas próprias visões, negociadas, de um tempo e espaço. Trata-se de um jogo de poderes, onde estes jovens não resistem completamente, nem aderem totalmente alienados, mas articulam espaços urbanos de forma a fazer parte de um mundo permeado por referências imagéticas, simbolicamente reforçadas pelo o que lhes faltam na periferia. O discurso de consumo atribuído ao funk ostentação demonstra a carência de uma região da cidade que produz em suas criações audiovisuais as representações de seus anseios, um ideal de reconhecimento e sucesso, remetendo mais uma vez a Bhabha (1998), representado pelo Outro que vem de fora, das grandes potências desenvolvidas, uma construção simbólica de "superioridade". Observamos a mesma lógica que se aplica para as periferias, onde o centro é o detentor destas qualidades que recusam e constantemente produz um discurso que inferioriza as zonas pobres e afastadas da cidade. Curiosamente é possível verificar que o discurso do colonizador é reproduzido mesmo entre os colonizados, que ao negar suas origens e discriminar o cotidiano periférico reforçam os processos discriminatórios, em uma tentativa de inclusão por identificação. As narrativas de ódio reproduzidas pelas redes sociais partem, e são compartilhadas, inclusive por moradores destas regiões periféricas, e que algumas vezes recorrem às próprias "festas de fluxo" como maneira de lazer e entretenimento.

A cidade frenética, do trabalho e do poder, também é a metrópole das fragilidades e das desigualdades. Estes elementos alimentam o funk ostentação, em narrativas de um imaginário de luxo e excessos, explícitos de visibilidade, para tudo que foi negado, para toda carência que uma região periférica da cidade de São Paulo possui. O "brilho" que estes jovens demonstram em suas "festas de fluxo", nas corporalidades e em produções de videoclipes parece ser tão intenso que, permite sonhar com um espaço além, melhor, mais rico e repleto de oportunidades.

Atravessando as aparências e o discurso de consumo e festa, entendemos que o funk ostentação também permite o fluxo, via tecnologias, entre a periferia e o centro, onde estas juventudes



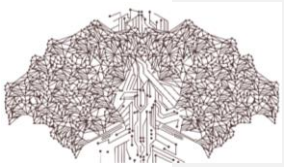
transitam com grande habilidade através de sua música e produções audiovisuais, se apropriando e negociando com um global nunca antes imaginado, o que fascina e permite transcender em um imaginário de possibilidades infinitas.

Essa ambiguidade é vivenciada por estes jovens com naturalidade, e fortes estigmas se entrelaçam com construções simbólicas de ostentação em hibridismos e interculturalidade (GARCIA CANCLINI, 2007).

As criações, debochadas e em clima sedutor, alegre, estabelecem, na maior parte das vezes, uma inclusão além rio Tietê, via o consumo e tecnologias. A dura realidade em que estes jovens estão inseridos - sendo privados de grande parte dos direitos fundamentais, educação, transporte, moradia, espaço para lazer, água, oportunidades etc. - faz da música, um local de alívio. Estas juventudes precisam acreditar nestas representações, ainda que virtual, de uma condição diferente. Estas práticas dos fluxos e as construções audiovisuais nos videoclipes permitem as periferias carentes potencializar seus sonhos, trabalhar sua autoestima, resignificar e negociar com a cidade os espaços públicos e privados. O uso das tecnologias que habitam a imagem audiovisual dos videoclipes permite a estes jovens ganhar valor de narração, estética, verdade e representação, promovendo identidades pós-periféricas destes "anônimos" (SIQUEIRA, 2013). Estes jovens estão alimentando a imaginação, transferindo - virtualmente nos videoclipes e presencialmente nas "'festas de fluxo" - horas de prazer e riqueza, contrariando a realidade em que vivem e que muitas vezes lhes é imposta por uma elite branca, com as construções de estigmas sobre as regiões periféricas da cidade.

A cultura da cena do funk ostentação, não totalmente disciplinada, nem totalmente emancipadora (ROCHA, SILVA e PEREIRA, 2015), flui entre os espaços urbanos, se deslocando através de representações identitárias de expectativas e criando versões apropriadas do "novo mundo" (RINCÒN, 2015) que habitamos. As construções musicais "recicladas" que o autor López Cano (2010), descreve pulverizam-se pela internet, reproduzindo-se em apropriações que permitem a reconstrução de identidades em fluxo, em constante negociação, em um cotidiano juvenil de movimentações, virtuais ou físicas.

Os limites para estas produções são os proporcionais a imaginação destes jovens, que de maneira humorada compartilham suas criações audiovisuais sem maiores pudores, bastando fazer rir ou ainda "zoar" como diriam eles. O clima de festa e segurança que a localidade propicia os fazem esquecer que seus vídeos publicados no YouTube atingem dimensões globais de visualização, expondo estes jovens e suas trajetórias periféricas em números que alcançam os milhares de visualizações. As fronteiras musicais, não delineadas, que as redes tecnológicas propiciam, coexistem com diversas práticas musicais e interagem de maneira a garantir o surgimento de



novas abordagens, com resultados que indicam o declínio da homogeneidade e das polarizações entre os espaços, coexistindo entre o local e global e permitem os trânsitos - imaginários, simbólicos e materiais - destes jovens entre o centro e as periferias.

Referências bibliográficas

APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da globalização.** Lisboa: Teorema, 2004.

BHABA, Hommi K. **O Local da Cultura.** Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998

BORELLI, Silvia Helena Simões e ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo (coord); SILVA, Gislene; COSTA, Josimey; OLIVEIRA, Rita Alves de; SOARES, Rosana de Lima. **Jovens urbanos: concepções de vida e morte, experimentação da violência e consumo cultural**. Relatório FAPESP. São Paulo, 2003.

BORELLI, Silvia, OLIVEIRA, Rita, ROCHA, Rose et alli. **Jovens na cena metropolitana.** São Paulo: Paulinas, 2009.

CERTEAU, Michel de (1994). **A invenção do cotidiano:** 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes.

ESCOSTEGUY, M. (2001). **Cartografias dos Estudos Culturais – uma versão latino americana.** Belo Horizonte: Autêntica.

ENNE, Ana Lúcia. **Representações Sociais como Produtos e Processos: embates em torno da construção discursiva da categoria "vândalos" no contexto das manifestações sociais no Rio de Janeiro em 2013.** Revista História e Cultura, Franca – SP. v.2, n2. 2013

FEIXA, Carles Pàmpóls. **De jóvenes, bandas y tribus.** Barcelona: Ariel, 4ª Edição. 2008.

GADELHA, Dilermando. LIMA, Regina Lucia Alves de. **Colonialismo: recorrências e dispersões no discurso do audiovisual amazônico**. LOGOS edição 42, v. 22, n. 1. Cultura Pop e Linguagem de Videoclipe. 2015

GARCIA CANCLINI, Néstor (1995). **Consumidores e Cidadãos:** conflitos da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.

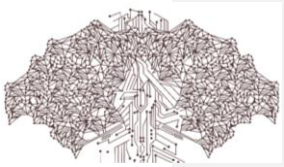
_____. **Diferentes, desiguais e desconectados.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

_____. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** 3 ed. São Paulo: EDUSP, 2000.

_____. **A Sociedade sem Relato.** Antropologia e Estética da Iminência. São Paulo: Edusp, 2012.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada,** Rio de Janeiro, Editora LTC, 1988.

GLEIZER, Marcos André. **Espinosa & A Afetividade Humana.** Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2005.



HALL, Stuart. **Da Diáspora:** identidade e mediações culturais. Organização de Liv Sovik. Tradução de Adelaide La Guardia. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: UNESCO, 2003.

HOLZBACH, Ariane. **"Ôôhhh tempinho bom!!": Videoclipes no Youtube e a reconfiguração do rock nacional dos anos 80.** Revista LOGOS edição 42, v. 22, n. 1. Cultura Pop e Linguagem de Videoclipe, 2015.

LÓPEZ CANO, Rubén. **La vida en copias. Breve cartografía del reciclaje musical digital.** Revista LIS. Letra Imagen Sonido - Ciudad Mediatizada. Año III # 5. Mar. Bs. As. UBACyT. Cs. de la Comunicación. FCS~UBA. Jun. 2010.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo.** Tradução de Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MAGNANI, José Guilherme Cantor (2002), **De Perto e de Dentro:** notas para uma etnografia urbana. Revista RBCS, vol. 17. Número49 junho/2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ,1997.

_____. Arte, comunicação e tecnicidade no final do século. **Margem-Tecnologia e Cultura.** São Paulo: Educ/FAPESP, n.8,1999.

_____. **Ofício de Cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2004.

_____.**Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século.** In: MORAES, Denis de. (org.). Sociedade midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

JANOTTI JR., Jeder. **Are you Experienced?: experiência e mediatização nas cenas musicais**. Contemporânea, Salvador, v.10, n. 1, jan./abr. 2012.

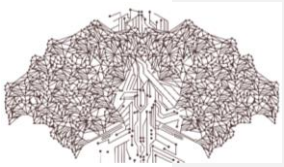
_____; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (orgs.). **Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet.** Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

_____; ALMEIDA, Victor. **Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais.** In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; LIMA, Tatiane Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (Org.). Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet. Rio de Janeiro: Simplíssimo, 2011.

RINCON, Omar. **LO POPULAR EN LA COMUNICACIÓN: <CULTURAS BASTARDAS + CIUDADANÍAS CELEBRITIES.** LA COMUNICACIÓN EN MUTACIÓN - Remix de discursos. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES, www.fesmedia-latin-america.org/ Bogotá, 2015.

ROCHA, Rose de Melo. SILVA, Josimey Costa. PEREIRA, Simone Luci. **Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos.** Galaxia (São Paulo, Online), n. 30, p. 99-111, dez. 2015.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Meneses, Maria Paula. **Epistemologias do Sul.** G.C. Gráfica de Coimbra. Coimbra, Portugal, 2009.



SIQUEIRA, Denise. MATHEUS, Letícia**. Logos: Comunicação & Universidade** - Vol.42, N° 1 (2015) - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social, 2015.

STRAW, Will. **Systems of articulation, logics of change: communities and scenes in popular music.** Cultural Studies, vol. 5, n. 3, 1991.

_____. **Cenas culturais e as consequências imprevistas das políticas públicas**. in: DE SÁ, Simone Pereira; JANOTTI JUNIOR, Jeder (Org.). Cenas musicais. São Paulo: Anadarco, 2013.

SPINOZA, Baruch. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

TROTTA, Felipe. **Entre o Borralho e o Divino: a emergência musical da periferia.** Galaxia. Revista do Programa de Pós graduação em Com. e Semiótica da PUC/SP. V.13, n.26. 2013.

_____. A **música que incomoda: o funk e o rolezinho**. Grupo de Trabalho Comunicação e Sociedade, XXIII COMPÓS, Univ. Federal do Pará (2014).

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade:** de Coleridge a Orwell. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

YUDICE, George. **A funkificação do Rio**. In: A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

SEGURANÇA PÚBLICA NO CIBERESPAÇO: PERCEPÇÕES DE REPRESSÃO DA CRIMINALIDADE CIBERNÉTICA PRATICADAS CONTRA RESIDENTES DE BELÉM DO PARÁ.

Henrique Hugbert de Oliveira Reis, Graduando do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal do Pará.

RESUMO:

A relação Estado-ciberespaço cresce com a ascensão da internet na sociedade, levantando questões e problemáticas sobre o deve da segurança pública quanto os cidadãos na rede mundial de computadores, o artigo analisa a problemática do crime cibernético e a ação da Polícia civil de Belém do Pará na repressão dessa categoria de crime, buscando analisar os crimes registrados pela policia, sua estrutura e o perfil das vítimas, levantando hipóteses a partir dos dados coletados na busca por soluções aos problemas expostos.

PALAVRAS-CHAVE: Ciberespaço, Segurança Pública, Cibercrime, Belém do Pará.

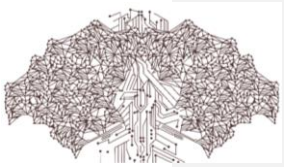
ABSTRACT:

The relationship State-cyberspace grows with the ascension of the internet on society, rising questions and problematics about the public security's duty with its citizens on world wide web, the article analyses the cybercrime problematic and the action of the Civil Police of Belém of Pará on the repression of that crime category, seeking to analyze the Police records, its structure and the profile of the victims, rising hypothesis with the collected data on the search for the exposed problematic solutions.

KEYWORDS: Cyberspace, Public Security, Cybercrimes, Belém do Pará.

INTRODUÇÃO

A segurança pública é uma das principais atividades exercidas pelo Estado na qual existe uma constante exigência publica de eficiência, sendo conceituada pelo governo federal como uma atividade pertinente aos órgãos estatais e à comunidade como um todo no processo histórico da segurança pública, novos desafios e necessidades vieram com as

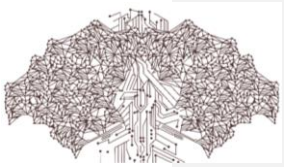


mudanças na sociedade atual, o acesso à internet e sua existência fora uma das grandes mudanças do final do século XX para inicio do século XXI, por ser uma plataforma digital de interação social, a exigência pública de ação do Estado em relação a atividades criminosas no ciberespaço cresceu gradativamente com o crescimento do acesso pela população.

As mudanças sociais e econômicas oriundas da internet atingem seus usuários independentemente do nível econômico, alcançando até os que não têm acesso a mesma: no que diz as consequências de não estar conectado. As formas de negocio e atividades empresariais tiveram grandes impactos devido ao ciberespaço (Castells, Manuel 2001), assim como o compartilhamento de conhecimento e o desenvolvimento de novas tecnologias e conhecimentos num espaço dedicado (Levy, Pierre 1994), ambos os conceitos implicam numa sociedade mais interligada ciberneticamente, homogeneizando ideias e produtos, num espaço que é impactado por eventos em tempo real.

O ciberespaço chega à sociedade aprimorando majoritariamente aspectos sociais existentes e criando novos, a conceituação de ferramenta de comunicação (Levy, Pierre 1997) da internet evidencia a necessidade de técnica para manuseio, esta técnica define a eficiência do usuário no ciberespaço e seu entendimento se torna cada vez mais importante com a mudança da internet de vantagem para necessidade na rotina social diária. A carência de técnica deixa vulnerável o usuário a grandes riscos, os quais podem variar desde constrangimentos sociais até grandes perdas financeiras, oriundas de crimes cibernéticos.

Por ser um espaço de ampla interação social, a internet apresenta riscos e atos de criminalidade existentes em locais físicos (além das exclusivas do espaço digital) ocorrendo uma metamorfose de certas atividades para se adequar aos meios digitais. A existência da criminalidade na internet é uma problemática para a segurança pública (Davis, Justin 2011), ocorrendo a necessidade de atenção das instituições de segurança para a questão, exigindo determinada habilidade no manuseio de novas tecnologias para alcançar os criminosos e o conhecimento para categorizar crimes cometidos na Internet. O aprimoramento do conhecimento digital para alcançar este infrator é fundamental e traz novos desafios e obstáculos para uma vigilância cibernética eficiente.



Com a impetuosa evolução da internet e de tecnologias para integração, ocorre uma adição de novos horizontes nas quais a Policia Civil de Belém do Pará precisa estar preparada, isso significa que existem novas categorias de crimes e novos meios de atuação do criminoso, ocorrendo uma proficiência cibernética desse infrator, levando o questionamento entre agentes se possuem ferramentas de trabalho atualizadas para a situação em agências no exterior (Numm, Samuel 2001).

Análises sobre a segurança publica frente o criminoso cibernético ocorrem simultaneamente em vários países que enxergam a problemática devido a velocidade de informações na internet que possibilita o impacto das suas desvantagens em escala global quase instantaneamente. A necessidade de entender e combater o crime cibernético é pertinente enquanto a internet se fizer presente na sociedade, visto que a internet tem seu espaço na sociedade por aprimorar os aspectos capitalistas, assim como o capitalismo aprimora a estruturas da internet, criando o espaço hibridizado na qual utilizamos, sem sinais de que uma nova plataforma tecnológica tomara o lugar da internet na sociedade.

Com o atual cenário de combate a esta patente de crime em escala mundial, e perceptível que fazer uma analise da atuação da segurança publica belenense é necessária como forma de nortear posicionamentos, buscar aprimoramentos e sugerir soluções para melhorar a atuação da Policia nesta área, para isso, o artigo analisará se a PC de Belém possui uma divisão especializada para esta categoria de crime, sua estrutura física assim como os mecanismos utilizados na investigação criminal, também analisando se a apuração de crimes cibernéticos em outros municípios do Pará são tramitados para a divisão (se houver). Com a análise estrutural de ação da PC do Pará será possível avaliar a eficiência da atuação do órgão, assim como suas ações comparadas com pesquisas feitas em órgãos de segurança pública de outras regiões do mundo.

O levantamento estatístico dos crimes apurados pela delegacia é crucial para analisar o alcance da delegacia com a população, analisando se é relevante a pesquisa para o recorte, os dados a serem pesquisados são de crimes categorizados como cibernéticos, e no que implica que a conceituação de crime cibernético será de que o autor do crime utilizou de mecanismos digitais para consumar o ato (*hackear* por exemplo), excluindo casos onde o autor do crime usou a internet para praticar atos ilícitos contra

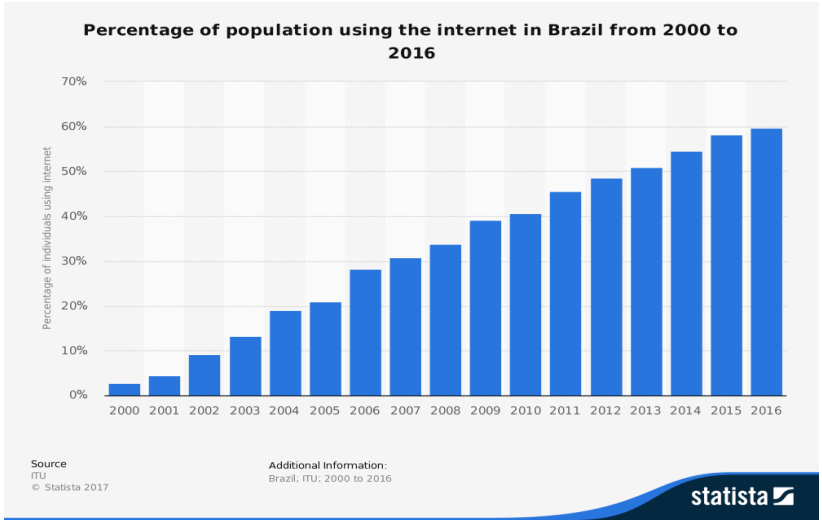
terceiros apenas como plataforma, sem esconder digitalmente sua identificação ou apenas usando como comunicação para atos feitos no mundo físico.

No decorrer do artigo ficará em evidencia que um ator oculto nas relações entre o físico e o digital tem grande importância na compreensão da sociedade atual (assim como da problemática), sendo denominado de *software*, que pode ser considerado uma sutil camada que passa por toda a analise e entendimento do digital (Manovich, Lev 2013) os espaços digitais, as ferramentas e novas categorias de trabalho e comunicação existem por causa do *software*, seu entendimento é útil tanto para o agente de segurança pública quanto para o cidadão comum. Por ser uma criação humana, *softwares* tem finalidades que variam de acordo com o interesse do autor respeitando, porém, regras lógicas que possibilitam entender sua estrutura independentemente do país ou da língua escrita do criador, dando margem para que um *software* criado com intenções criminosas possam alcançar pessoas fora da região onde criador se encontra fisicamente, bastando ele e a vítima estarem conectados no ciberespaço, compreender que criminosos nessa categoria podem estar em qualquer lugar do mundo releva a necessidade de adequação das burocracias em tramitações criminais locais que podem exigir comunicações internacionais, importando inicialmente o processo de ingresso dos cidadãos locais a internet.

CAPITULO I:

1.1 IMIGRAÇÃO AO VIRTUAL NO BRASIL.

O processo histórico da internet na sociedade passou por diversas etapas até a sua conjuntura atual, outrora para fins militares, o ciberespaço ganhou novos moldes quando teve seu acesso liberado a sociedade em geral, tendo destaque mundialmente nos anos 90. O ciberespaço ganhou relevância no cenário nacional apenas no inicio do século XXI quando o numero de usuários brasileiros começou a crescer consideravelmente como ilustra o gráfico a seguir:

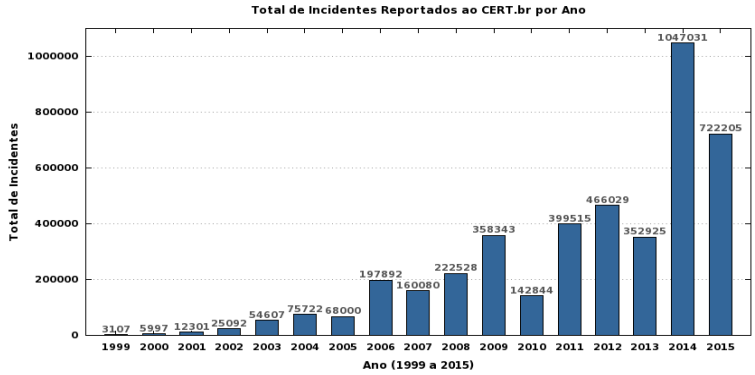


Fonte: Statista.com

Dos acontecimentos que possibilitou o rápido crescimento do ciberespaço brasileiro fora a "inclusão digital", programa federal que visualizou a acessibilidade a tecnologias digitais pelas classes mais baixas da sociedade brasileira, sendo o primeiro passo destes indivíduos com a tecnologia que lhes serviria para acessar a internet, assim como projetos já voltados para acesso á internet (o NAVEGAPARÁ é o exemplo regional). A popularização de centros comerciais para uso da internet também influenciou para o crescimento deste cenário, conhecidas como *cyber cafés* e/ou *Lan Houses*, estes estabelecimentos foram essenciais para aqueles que não tinham recursos para pagar por um computador e acesso a banda larga.

Com a internet alcançando 60% da população brasileira em 16 anos, uma serie de questionamentos são relevantes para analisar o cenário atual do ciberespaço brasileiro, como se deu esse crescimento e suas consequências, estudos sociológicos sobre esse acontecimento são necessários para entender a fundo a imigração ao virtual brasileira, o que se pode analisar com as informações atuais é de que essa imigração ocorreu rapidamente no país, o acesso a internet passara de um luxo para uma necessidade com o passar dos anos, seja pela melhoria e agilidade na rotina, seja pela crescente exigência

social de estar nas redes sociais, o atrativo da internet no Brasil fora a facilidade e economia que o ciberespaço proporcionou para o cidadão comum, possibilitando acesso aos mais variados conteúdos mundialmente propagados (estes majoritariamente gratuitos) que teve seu acesso cada vez mais facilitado com o barateamento do *hardwares* de acesso. O avanço do ciberespaço entre os brasileiros também levou a possibilidade desse usuário de ser vitima de crimes cibernéticos. Relatórios sobre a atividade criminosa no ciberespaço brasileiro cresceram junto seu acesso, ocorrendo picos de criminalidade assim como baixas nos índices quando formas de segurança foram implementadas, a gráfico a segui ilustra a situação:



Fonte: CERT.br

Dentro desse cenário nacional, analises regionais são essenciais para definir quais destas se encontram fragilizadas e alvo da maioria dos incidentes, o recorte diminui para a Região metropolitana de Belém, sendo importante analisar alguns fatores do usuário antes de analisar a estrutura policial. Esse cenário de possibilidade do indivíduo ser vitima de crimes cibernéticos põe a prova suas habilidades para se esquivar (se possível) de ser alvo do ato criminoso, para definir se um usuário tem capacidade de evitar ser alvo de ações criminosas, deve-se analisar sua vulnerabilidade cibernética.

1.2 VULNERABILIDADE CIBERNÉTICA.

Dentro do ciberespaço o usuário está exposto ao mais variados tipo de informações, aplicativos, produtos e arquivos visuais das quais pode ler, baixar ou consumir, as

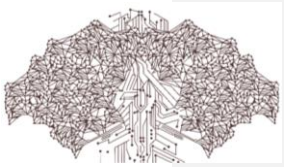
consequências de acesso aos conteúdos digitais variam entre positivas, neutras e negativas, quando se fala de consequências negativas se afirma os conteúdos digitais com propósitos criminosos e/ou ilícitos que podem roubar dados do usuário, danificar o *hardware* de acesso ou induzir informações duvidosas sobre um acontecimento ou terceiros (conhecida como *fake news*) as consequências em ser vitimizado no ciberespaço variam entre prejuízos pessoais ou financeiros (tópico que será discutido posteriormente no artigo) que necessitam de uma forma de analisar o quão o usuário está passivo de ser vitima dessa situação.

A "vulnerabilidade cibernética" e a hipótese que busca definir a fragilidade por meio de proficiências pessoais do usuário que implicam diretamente na relação "*user=software*", definindo o entendimento necessário para averiguar se usuários de um recorte estão vulneráveis por si próprios ou se fatores estruturais o fragilizam no acesso à internet. Por ser uma análise individual, a hipótese põe como fator externo problemas e falhas de segurança de *softwares* que dão oportunidade para ações criminosas, o motivo do escopo do termo para o usuário em individual é pela presença de informações e *softwares* online que procuram induzir o individuo a acessar *links* para baixar arquivos com finalidades criminosas, estes crimes necessitam da imperícia da vitima e o termo busca fazer justamente a probabilidade de vitimização ao ser exposto a esta situação.

Na análise de vulnerabilidade cibernética se busca categorizar dentre três níveis a fragilidade do usuário, sendo estas baixa, média ou alta vulnerabilidade.

Baixa vulnerabilidade.

Usuários com conhecimento avançado em programação e familiarizados com a estrutura cibernética (por questões laborais ou por *hobby*) são os menos suscetíveis a sofrer crimes pela internet, sendo possivelmente nessa categoria que se encontra os perpetuadores dos crimes, não á muito que falar sobre essa categoria alem de que se



atribui o estereótipo de que pessoas nessa categoria possuem ensino superior com grande contato com *softwares*.

Média vulnerabilidade.

Nesta categoria o usuário tem certa compreensão do ciberespaço e utiliza decentemente a internet, porém seus conhecimentos são limitados a sua experiência empírica e a de terceiros, tendo problemas quando confrontado com situações que fogem dessas experiências, sendo passível de ser vitima de ações sofisticadas que exigem certa atenção a detalhes.

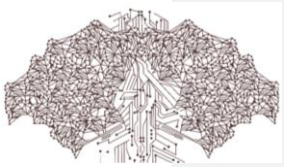
Grande vulnerabilidade.

Usuários com pouco para nenhum conhecimento de internet e tecnologias relativas são os mais vulneráveis no ciberespaço, suscetíveis a atos criminosos, estes indivíduos são alvo não só de ações criminosas, mas de terceiros que monetizam em cima de sua inexperiência em forma de serviços comumente relacionados a remoção de virus e proteção de seus *hardwares* contra *malwares*, pode-se deduzir que um usuário com baixa escolaridade e/ou em seus primeiros contatos com o ciberespaço entra nessa categoria por não ter os requisitos mínimos para o uso eficiente da internet.

A vulnerabilidade cibernética em metrópoles e outros centros urbanos que utilizam constantemente o ciberespaço, gera um problema social onde estes usuários, além de vulneráveis, não irão usufruir de vantagens tecnológicas oferecidas para melhorar suas vidas no mundo físico, esta problemática deve ser analisada junto com a estrutura de conhecimento cibernético, sendo a definição da eficiência cibernética, conceito que busca sustentar quais proficiências o usuário deve ter para alcançar suas necessidades e interesses no ciberespaço.

1.3 OS PILARES DA EFICIÊNCIA CIBERNÉTICA.

Dentro do ciberespaço existem inúmeras informações e conteúdos para consumo em espaços do saber (LEVY, Pierre 2007), ter as noções para alcançar estas informações e a veracidade das mesmas exige alguns conhecimentos prévios, são categorizados estes conhecimentos em **pericia em tecnologia**, **lógica do software**, **educação básica pessoal**



e a **experiência cibernética**, em suma, um usuário digital tem que ter um conhecimento sobre o ciberespaço além do conhecimento básico do mundo físico, tal entendimento da internet visa a possibilidade do uso do mesmo em seu potencial máximo, além de prevenir o usuário das adversidades da internet.

EDUCAÇÃO BÁSICA PESSOAL.

A educação é essencial para qualquer individuo, seja no mundo físico ou digital, sua necessidade dentro do ciberespaço é medida de acordo com os interesses do mesmo com a internet, sendo proporcional com quais ferramentas este usuário decide usar e suas finalidades, nesse quesito a educação se aplica em ações que podem ser feitas fisicamente e tem seu aprimoramento no ciberespaço, questões que envolvam o entendimento específico de ferramentas digitais elevam a necessidade de educação do individuo, por vezes sendo necessário o ensino superior nessa categoria.

LÓGICA DO SOFTWARE.

O *software* tem uma importância primordial na compreensão do digital, podendo ser entendido como os códigos de programação que dão vida a maquinas e a própria internet. Entender a lógica do *software* significa entender como "pensa" uma máquina ou aplicativo, um indivíduo com o entendimento dos padrões de comando de *softwares* o faz ter afinidade com a maioria dos programas e aplicativos, visto que entender o esqueleto de comandos diminui o tempo que o usuário terá para se adequar ao produto, ainda tornando possível entender os problemas e erros que um aplicativo possa ter (mesmo que superficialmente) diminuindo certa frustração no uso de *softwares* em geral.

PERICIA EM TECNOLOGIA.

O entendimento de uma maquina e suas funções e crucial para uma boa utilização não só do ciberespaço, mas com tecnologias em geral, a compreensão das mecânicas de um produto faz com que seu usuário tenha a capacidade de escolher o que melhor supre suas necessidades, além de criar uma afinidade com *softwares* de uma empresa específica, facilitando o processo de adaptação com novas gerações do produto.

EXPERIÊNCIA CIBERNÉTICA.

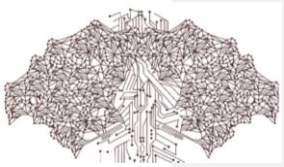
No processo de uso da internet, um usuário acumula conhecimentos sobre o uso de ferramentas e eventos das quais vivenciou online, estes eventos podem ser de situações positivas ou negativas, a experiência cibernética pode ser construída de duas formas, pela experiência pessoal ou pela experiência compartilhada de forma formal ou informal, este pilar é fundamental devido à necessidade do conhecimento empírico de ações criminosas para analisar formas de evitar sua consumação, aplicações e simulações em ambientes controlados podem entrar nesta categoria.

CAPITULO II: ESTRUTURA POLICIAL BELENENSE, SUAS FERRAMENTAS E DADOS.

2.1 A DELEGACIA ESPECIALIZADA.

A análise estrutural da Policia Civil de Belém do Pará levou o foco para a divisão especializada em questões cibernéticas, conhecida como Divisão de Prevenção e Repressão a Crimes Tecnológicos, originalmente, a divisão é incumbida de investigar crimes bancários com componente tecnológico (fraudes por telefone, aparelhos fraudulentos em caixas eletrônicos, etc.), a internet entra em seu foco por esta ter o corpo mais especializado com as estruturas de *software* comumente relacionadas as tecnologias das quadrilhas investigadas. A análise estrutural da DPRCT fora feita entre 2015 e 2016, tendo o corpo de 5 investigadores, 2 escrivães e uma delegada (posteriormente duas pois uma esteve de licença médica a maior parte da pesquisa) ocorrendo a rotação de 1 escrivão e 2 investigadores no período, esta é a única delegacia que tem expertise para lidar com situações com componente cibernético na Região metropolitana de Belém.

Foi possível analisar a maestria de alguns policiais em relação ao ciberespaço que não compõem o corpo da DPRCT, dentro do recorte de pesquisa, ocorreu a mudança temporária da seccional urbana do Bairro da PEDREIRA para o mesmo prédio, assim como a utilização de um *software* mais sofisticado para manuseio e criação de boletins de ocorrência e procedimentos, conhecido como “SISP 2”(Sistema Integrado de Segurança Pública segunda versão) estes eventos levaram a perceber que a afinidade de alguns agentes no estabelecimento são muito mais por “tentativa e erro” com a tecnologia



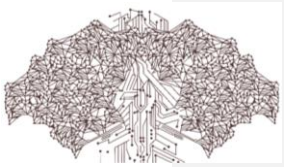
do que conhecimento em si de sua estrutura, esta mudança de sistema integrado (tirando a situação de erros frequentes do programa) demonstrou que alguns funcionários ficaram perdidos na sua utilização, muito mais por que já tinham "mapeado" o sistema antigo,sendo difícil a aceitação da plataforma nova já que não apresentam a afinidade para explorar tal programa. Esta situação evidencia que o contato de tais agentes com tecnologia se dá mais no quesito "decorar" do que "conhecer", sendo aplicável a questão da "Perícia em tecnologia" e "lógica do *software*" nesta questão. É preciso denotar que o *software* foi implementado com o decorrer da carreira de muitos desses agentes e a dificuldade para manuseá-lo não é algo especifico da policia belenense, tão pouco no Brasil já que é uma realidade para os agentes policiais antigos até nos países desenvolvidos, exemplificando com a argumentação de Samuel Numm:

> [...] criminosos se tornaram tecnologicamente proficientes e fazem melhor uso das tecnologias disponíveis para aprimorar o estilo de vida criminal e exploram novos alvos para o crime. (...) Autoridades policiais argumentam que o uso de tecnologias no cumprimento da lei 'é uma necessidade para o combate da sofisticação tecnológica dos criminosos – muitas agencias policiais agora sentem que estão obsoletas, não desarmadas necessariamente. (NUMM, 2001, p. 12, tradução nossa).

Dentro da Estrutura da Divisão especializada, buscou-se analisar dentro desta área específica os mecanismos utilizados para investigação cibernética e sua estrutura. A análise constatou que a DPRCT apresenta um contingente menor que os das delegacias convencionais, tendo mecanismos de investigação a partir de relatórios expedidos pelas fontes solicitadas (Redes sociais, servidores que se encontra um site específico, etc.), devido à necessidade de relatórios de dados, a DPRCT mantém constante contato com sites que comumente ocorrem os crimes tramitados pela divisão, o principal sendo o *Facebook*, onde alguns dos sites possuem uma plataforma de contato para solicitações, o *Facebook* possui uma plataforma específica chamada de "RECORDS".

PLATAFORMA RECORDS.

A plataforma tem o objetivo de agilizar solicitações de órgãos de segurança publica para identificação de acesso e dados efetuados numa conta na rede social, é comum que muitos crimes nas quais ocorrem pelo *Facebook* (a maioria sendo crimes



contra a pessoa) são perpetuados por perfis "falsos" onde não tem identificação de quem possa ser o autor ou apenas identificações de uma pessoa na qual está sendo vítima de falsa identidade. A plataforma garante a possibilidade de interceptar os dados de uma conta solicitada, dando todo o histórico de acesso dentro de um período solicitado e a possibilidade de preservar tal perfil caso o perpetuador do crime tente desativar a conta, dando o tempo necessário para a resposta da solicitação dos dados da conta.

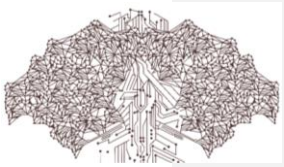
Esta plataforma, apesar de ser uma facilidade para a Polícia, é uma forma de constatar que o intuito dela originalmente era apenas para os Estados Unidos, as solicitações feitas para tal empresa são, em uma parcela considerável de vezes, ignoradas ou constatadas pela empresa como não sendo situações de crime já que a empresa usa da constituição Norte-Americana para caracterizar o crime que a delegacia se embasa para a solicitação que por vezes apresenta conflitos.

É importante destacar que essa plataforma também serve para solicitações de perfis no aplicativo *Instagram* já que pertence ao *Facebook*, abrangendo sua função também para os demais problemas que podem ocorrer no aplicativo.

DEMAIS SITES E APLICATIVOS.

Para os demais aplicativos que não detém uma plataforma de comunicação com a segurança publica, é feita uma solicitação formal pela delegacia para a empresa requisitando os respectivos dados necessários para apurar os crimes, alguns sites e aplicativos são de difícil contato por serem internacionais, oferecendo suporte se houver a comunicação em inglês ou pelo idioma local, existe a possibilidade neste cenário de solicitações serem ignoradas ou negadas pelos sites ou aplicativos, os dados quanto as solicitações negadas ou ignoradas não foram alcançadas por serem consideradas confidenciais pela DPRCT.

2.2 DADOS E COMPARAÇÕES ESPACIAIS.

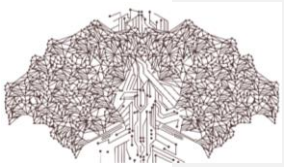


Foi possível perceber que a realidade belenense é demarcada por uma serie de problemas que envolvem a internet e tecnologia em geral. Custers-Bart(2012) evidencia a necessidade cada vez maior da segurança pública estar qualificada para lidar com crimes cada vez mais sofisticados e a maestria de entender as tecnologias e as leis que dão base para agir. Averiguando o entendimento de uma parcela dos agentes da policia e seu contato com tecnologias e a base legal, afirmando:

> Muitas tecnologias são usadas no policiamento, porém, seu uso nem sempre é satisfatório de acordo com seus usuários: as forcas policiais e organizações de investigação criminal. (...) A base legal e a extensão da competência das tecnologias usadas no policiamento é quase sempre incerta. Orçamento, conhecimento e experiência são por vezes faltosos. (BART, 2012, p.28, Tradução nossa).

A problemática evidenciada por Bart se caracteriza na situação de Belém, sendo observada quando outros policiais chegam ou enviam casos para a DPRCT onde fica evidente seu conhecimento (ou desconhecimento) sobre o que seria um crime tecnológico e as ferramentas que possui a seu dispor para lidar com a situação, revelando uma grande duvida quanto a agentes de outras delegacias sobre como lidar com algum crime sofisticado pelo uso de alguma tecnologia e a base legal para enquadramento.

Esse aspecto do ciberespaço como uma nova fronteira para a segurança publica levanta a necessidade de mudança e desafios para o policial, a necessidade de entender que existe uma nova categoria de crime onde uma pessoa pode roubar dados de um computador ou celular por meio de uma invasão (e seus aspectos estruturais que são primordialmente de programação) é dificultoso para um policial que tenta assimilar sua experiência de crimes feitos fisicamente com crimes que ocorreram ciberneticamente, já que para compreender o ato criminoso é preciso ter um conhecimento prévio das ferramentas que este perpetuador utilizou, sendo elas muito especificas e complexas para uma pessoa que não tem entende a lógica do *software*. Quanto às pessoas que recorrem à delegacia para relatar crimes cibernéticos, o cidadão belenense está ao alcance tanto de um criminoso que reside na cidade quanto de um criminoso que reside e age de outra cidade ou estado (até de outro país), este alcance somado com sua vulnerabilidade



cibernética tornam este cidadão passível de sofrer um crime pela internet. A tabela abaixo expõe o numero de casos apurados pela DPRCT das quais foram possíveis coletar:

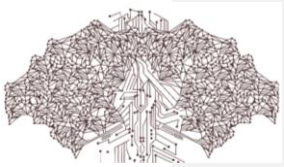
Tabela 1 – Registro de Ocorrências por ano e tipo

	2012	2013	2014	2015
Ameaça	21	23	22	21
Calúnia	14	20	27	15
Difamação	60	29	84	81
Estelionato	366	272	295	241
Total	461	344	428	358

Fonte: Secretaria Adjunta de Inteligência e Análise Criminal – SIAC.

Os crimes indicados na tabela 1 são os com maior registro na DPRCT, dos crimes contra a pessoa (difamação, calúnia e ameaça) sua investigação é baseada numa comunicação entre o *host* do site ou aplicativo e a delegacia (como visto anteriormente). Esta etapa demora entre 3 meses a 1 ano e meio, baseada no tempo de espera da expedição dos dados liberados pela empresa (quando não é liberado, pode-se extender por tempo indeterminado). A média de tempo e espera se aplica também a crimes contra o patrimonio, sendo Estelionato de maior destaque nesta categoria, seu tempo varia na mesma proporção, tendo a possibilidade de varias vítimas serem oriundas de um mesmo criminoso ou quadrilha, havendo a probabilidade dos autores do fato estarem fisicamente em locais diferentes do territorio nacional ou internacional.

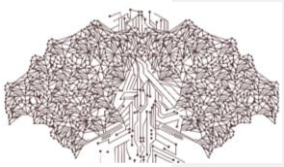
A necessidade de uma coleta mais sofisticada dos dados é crucial, visto que a categorização de crimes cibernéticos não se apresenta de forma eficiente nos arquivos da policia civil de Belém do Pará, reduzindo a possibilidade de um apanhado sólido de dados brutos sobre os crimes tramitados pela delegacia, além de que existe a possibilidade de crimes cibernéticos tramitados em outras delegacias, identificados apenas se consultado o boletim de ocorrência em específico, já que a tipologia do crime entra na mesma categoria que outros crimes cometidos fora do ciberespaço.



Na analise dos dados apurados se pode categorizar em dois blocos os crimes tramitados pela DPRCT, dos crimes contra a pessoa e dos contra o patrimônio, a divisão em dois blocos é devido o interesse do criminoso que possui uma motivação pessoal ou patrimonial contra a vítima em geral. O espaço cibernético para a pratica dos dois blocos de crime compartilha comumente o mesmo endereço, numa mesma rede social os dois tipos de crime podem ocorrer, porém, dos crimes contra o patrimônio (em específico de fraudes) existe um espaço específico em certos casos que é a criação de sites que se assemelham a sites populares de compras online, o objetivo é de ludibriar o usuário a acessa e efetuar compras no site por acreditar que seja o site oficial da empresa na qual o site se mascara dependendo diretamente da vulnerabilidade cibernética do usuário.

Dos dados apurados na delegacia, as formas criminosas recorrentes foram as de *phishing* (do inglês pescar) e *fake profiles* (nomenclatura de perfis falsos) respectivamente em cada bloco de crimes da divisão, *phishing* é o ato explanado acima que busca obter dados e recursos da vitima se passando por fontes confiáveis comerciais, é considerado uma tentativa já que necessita da imperícia da vítima em não visualizar as informações que indicam que o site é falso (analisando a URL com a que é compartilhada pela empresa oficial) é aparentemente a forma predatória criminosa que mais se beneficia da vulnerabilidade do usuário, tendo moldes chamativos para o site falso dependendo de onde se encontra a propaganda, as consequências de cair no ato do *phishing* podem ser desde dados clonados até prejuízos financeiros em contas bancárias, *vírus* e *malwares* baixados e até invasões ao dispositivo de acesso culminando no *ransomware* (ato de criptografar dados onde só podem ser liberados mediante uma complexa chave, o autor do crime detém a chave e comumente negocia um resgate para a liberação de dados via informações que o *malware* disponibiliza) no caso do *ransomware* o autor do crime comumente usa de *proxys* que mascaram seu IP (endereço digital) fazendo com que seja dificultoso achar sua localização, além disso, *ransomwares* possuem um tempo limite para o resgate, dificultando ainda mais a chance de alcançar o autor do crime em tempo.

Os *fake profiles* se apresentam como uma consequência natural da existência de redes sociais e espaços do saber onde não exista a necessidade de comprovação legal para a criação de perfis, o objetivo destes perfis variam com os interesses do seu criador e



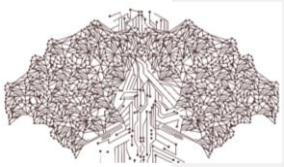
comumente são relacionados com atividades ilícitas e que possam prejudicar a imagem do autor, seu uso na pratica criminosa nos dados levantados na divisão variam na forma de que, o perfil apresenta fotos da vítima para difamar a mesma ou aparecer difamando terceiros, ou, perfil sem foto ou com imagens de famosos/aleatórias com o intuito de difamar um indivíduo ou instituição, o uso de *proxys* podem ser aplicados nesse caso estendendo a investigação criminal.

Um conceito adicional que merece ser mencionado nesta questão é das noticias falsas propagadas pela internet denominada internacionalmente de *fake news*, no escopo do artigo, *fake news* tem seu espaço quanto ferramenta criminosa no ataque a honra de um pessoa, seja ela pública ou não, sendo categorizada criminalmente pela intenção do autor, comumente casos relacionados à *fake news* na divisão eram em relação a pessoas relacionadas a política, com sites onde ocorria a disseminação da informação dada como falsa, também ocorre da informação falsa ser propagada por aplicativos como *whatsapp* onde o impacto é direto pela rápida propagação de informações de pessoa para pessoa. Na menção sobre o *whatsapp* e sua popularidade nacional, o aplicativo tem um histórico conflituoso com a justiça brasileira na questão da liberação de dados de seus usuários resultando na suspensão temporária do aplicativo em rede nacional determinadas vezes.

Uma questão adicional que atribui aspectos jurídicos em casos na DPRCT é o que remete ao “direito ao esquecimento”, alguns crimes contra a pessoa com conteúdo intimo envolvido foram de material vazado na internet há anos (partindo de situações onde os dados foram arquivados online e não em dispositivos pessoais), sendo material de situações anteriores criminais que voltaram a aparecer pela difícil exclusão permanente de informações do ciberespaço, esta problemática merece um adendo por ter seu espaço de debate quanto aos crimes cibernéticos, uma vez que se a informação fosse excluída permanentemente, não ocorreriam situações futuras com o material exposto.

POSSÍVEL SOLUÇÃO.

Com o conhecimento de que os crimes contra o patrimônio perpetuados pela internet, em seu núcleo, necessitam da imperícia da vítima para que ocorra, deduz-se que uma solução para combater este crime seja a coleta dos métodos utilizados pelas



categorias criminosas recorrentes, assimilar as formas que evidenciam a fraude e lecionar estes atos como forma de prevenção. A constante vigilância com maquinas 24 horas ligadas para proteger o civil em sua utilização do ciberespaço é custosa, a capacitação do usuário por meio dos conceitos da eficiência cibernética e da diminuição da vulnerabilidade cibernética podem ser mais vantajosos, poupando esforço e recursos públicos na investigação deste crime posteriormente, estudos e aulas sobre segurança cibernética podem ser aliadas também com o aprendizado dos pilares da eficiência cibernética, assim como as questões sobre vulnerabilidade cibernética, quanto mais o usuário entende de suas ferramentas e o espaço digital na qual frequenta, melhor seu desempenho digital que influencia diretamente na existência destes crimes e beneficia segurança pública no ato da prevenção. O estudo e entendimento do ciberespaço assim como *softwares* relacionados é um importante aspecto para a sociedade no século XXI devido à imersão digital na qual vivemos, as relações e consequências Líquidas apresentadas por Bawman expõem as fragilidades sociais que podem ser aplicadas num espaço digital da qual não se sentem em controle, mesmo que na maior parte do tempo cada individuo está controlando sua direção no ciberespaço.

Pesquisas mais sólidas no escopo com dados mais atualizados são necessárias para nortear melhores soluções para a problemática e a evolução do quadro ciber-criminal de Belém, a possibilidade de cruzar dados com pesquisas semelhantes em outros recortes nacionais pode levantar se o problema identificado em Belém do Pará é algo local ou se é existente em outras delegacias e divisões Brasileiras, assim como a importância da constante atualização sobre as ferramentas criminosas cibernéticas devido aos avanços digitais que possibilitam novas formas de exploração criminosa.

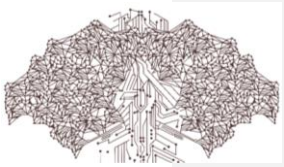
Referências bibliográficas

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. 10ª edição. São Paulo. 2013.

CASTELLS, Manuel. The Internet Galaxy. Oxford:Oxford University Press, 2001.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. 3ª Edição. São Paulo. Editora 34, 2010.

LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva. 5ª Edição. São Paulo. Edições LOYOLA, 2007.



NUMM, Samuel. Police Technology in cities: changes and challenges. Vol.23. Indianapolis: Technology in Society. 2001.

CUSTERS, Bart. Technology in policing: Experiences, obstacles and police needs. vol.28. Netherlands: Computer Law & Security Review. 2012.

DAVIS, Justin. Examining perceptions of local law enforcement in the fight against crimes with cyber component.Vol.35. North Carolina: EmeraldGroupPublishingLimited. 2012.

MANOVICH, Lev. Software Takes Command. 1ª Edição. New York. Bloomsbury Academic. 2013.

HALL, Allan. The scourge of Scamville: Romanian town is the cyber-crime capital of the world. Disponível em:<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2840697/The-scourge-Scamville-Romanian-town-cyber-crime-capital-world-hundreds-fraudsters-rake-millions-gullible-online-shoppers.html> Acesso em agosto 2016.

MALDONADO, Viviane. Direito ao Esquecimento. 1ª Edição. São Paulo. Novo Século. 2017.

BAUMAN, Zygmunt. Medo Líquido. 1ª Edição. Rio de Janeiro. Zahar. 2008.

BAUMAN, Zygmunt. Vigilância Líquida. 1ª Edição. Rio de Janeiro. Zahar. 2013.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

SER, TER OU APARENTAR? EIS A QUESTÃO: O OTIMISMO NOS CANAIS "WHINDERSSON NUNES" E "HEL MOTHER"

Renata Pinho Pereira[1]; Aline de Caldas Costa dos Santos[2]

Resumo: Este artigo objetiva analisar o discurso do otimismo junto aos canais dos *youtubers* Whindersson Nunes e Helen Ramos. O estudo é multidisciplinar, aprofundando-se nos conceitos de sujeito de Michel Foucault; de "sabedoria de vida" de Arthur Schopenhauer- "ser", "ter" e "aparentar"; e de "diário éxtimo" de Paula Sibila, no contexto das Webs 2.0 e 3.0. Os resultados apontam para dois tipos de sujeitos otimistas: um testemunhal, que se torna produto, e outro missionário, que visa à mudança social.

Palavras-chave: influenciador; otimismo; discurso; YouTube.

1. Introdução

Este trabalho identifica materializações do discurso do otimismo em conteúdos audiovisuais disponibilizados por dois youtubers brasileiros: Whindersson Nunes e Helen Ramos. Estes canais foram analisados entre agosto e dezembro de 2017. Nestes materiais, observa-se como os youtubers ocupam a posição de sujeito otimista, fazendo circular o discurso de seus testemunhos sobre mudanças de perspectiva que os conduziram a um estado de felicidade. Assim o tema relaciona-se com o Eixo Temático 20 - Influenciadores, blogueiros e youtubers, pois o discurso do otimismo mostra-se como a prática do testemunho/influência sobre os demais membros da sociedade.

O objetivo é analisar os discursos em relação ao que tomamos como otimismo, nos canais "Whindersson Nunes" e "Hel Mother", levando em consideração a imersão de cada um deles na web 2.0 ou 3.0, conforme suas especificidades. O estudo busca fortalecer o método multidisciplinar para analisar o tripé: discurso - filosofia - cibercultura. O artigo apresenta os resultados iniciais do plano de trabalho "O discurso do otimismo no audiovisual contemporâneo

1 . Pesquisadora de Iniciação Científica da Universidade Federal do Oeste da Bahia. É estudante de Bacharelado em Publicidade e Propaganda da mesma instituição e participa do Grupo de Pesquisa Laboratório de Estudos Multidisciplinares em Linguagens, Comunicação e Cultura (LINC - UFOB). E-mail: renatapinha.marketing@gmail.com

2 . Pesquisadora e professora da Universidade Federal do Oeste da Bahia (Santa Maria da Vitória, Bahia). É bacharel em Rádio e TV pela Universidade Estadual de Santa Cruz, (Ilhéus, Bahia), mestre em Cultura e Turismo pela mesma instituição e Doutora em Memória: Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Vitória da Conquista, Bahia) e participa do Grupo de Pesquisa Laboratório de Estudos Multidisciplinares em Linguagens, Comunicação e Cultura (LINC - UFOB). E-mail: aline.santos@ufob.edu.br

ou diga-me que causas defendes e te direi que otimista és", que faz parte do projeto "Ciberconselheiros: o discurso do otimismo no audiovisual contemporâneo", em andamento no Centro Multidisciplinar Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia.

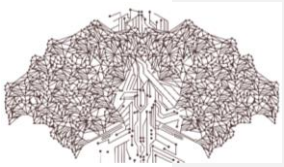
O estudo apresenta resultados iniciais da pesquisa supracitada, mais especificamente, do plano de trabalho "O discurso do otimismo no audiovisual contemporâneo ou diga-me que causas defendes e te direi que otimista és". Trata-se de estudo multidisciplinar que aborda um recurso filosófico (o otimismo) em relação a um recurso histórico (o discurso) e um contexto de cibercultura (rede social), tomando como suporte e linguagem o audiovisual contemporâneo.

2. O olhar sobre as teorias

Por se tratar de estudo multidisciplinar, o trabalho sustenta-se sobre uma base teórica triádica: filosofia, análise do discurso e cibercultura.

O que toca o campo da filosofia refere-se ao conceito de otimismo. Nesse estudo, o otimismo comparece com o aporte de dois estudos - as reflexões de Arthur Schopenhauer (2009) e do trabalho de doutorado de Costa (2017). De Schopenhauer, traz-se a contribuição de um tipo de otimismo forjado a partir do que o filósofo chama de "sabedoria de vida". O caminho para encontrar a felicidade é de natureza prática e se refere a ouvir a "sabedoria de vida" das pessoas mais experientes para evitar o sofrimento. Esta sabedoria de vida circula, enquanto objeto de discurso, em modalidades discursivas variadas – ditados populares, sentenças genéricas, testemunhos pessoais. Se, para Schopenhauer, o sujeito está fadado a sofrer, na obra *Aforismos para a sabedoria de vida* o pensador realiza e expõe o seu oposto. O autor reconhece a possibilidade creditada aos indivíduos de experimentar um estado de felicidade pessoal inalienável, a ser conquistado através de um escolha entre três "determinações fundamentais". Em síntese, para Schopenhauer "a vida é sofrimento", porém é possível alcançar uma felicidade de ordem prática, factível para quem compreende que é preciso investir sobre o "*ser*" – e não sobre o "*ter*" ou o "*aparentar*".

Este é o primeiro critério para seleção do *corpus* de análise no YouTube. Após apreciar materiais variados naquela rede social, observou-se que alguns *youtubers* apresentavam grandes números de seguidores ou de envolvimento social com os temas abordados. Após uma listagem inicial de nomes em evidência, submeteu-se alguns dos materiais ao crivo de Schopenhauer para filtrar aqueles que materializam a ênfase sobre o "*ser*", secundarizando o *"ter"* e o *"aparentar"*.



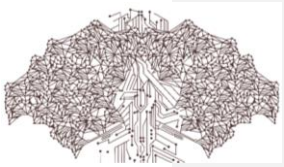
Na sequência, o trato com o conceito de otimismo recebe contribuições apresentadas na tese de doutorado *Otimismo e memória religiosa em diferentes narrativas* (2017), na qual Costa realiza uma ampliação reflexiva, trazendo para o campo do otimismo uma efetiva ação voltada para a mudança do estado de coisas. O otimista é uma posição de sujeito que questiona a ordem vigente, se opõe à limitação das liberdades individuais e, com seus recursos intelectuais e morais – ou seja, com o seu "ser" – age em favor da transformação social, ocupando o espaço de ação no sentido de propor uma mudança (COSTA, 2017).

Assim, o otimismo, em sua versão mais ampliada, refere-se a um conceito que aponta para o "ser" e impulsiona uma mudança de olhar filosófico, quiçá coletivo, visando à profusão de um estado de felicidade resultante da elasticidade das liberdades individuais. O otimista é um ativo da mudança social.

No que refere-se à análise do discurso, adotamos a perspectiva de Michel Foucault (2014), mais especificamente, o conceito de "sujeito". No trato com o discurso, Foucault trabalha com uma unidade intitulada "enunciado", a qual se constitui de quatro elementos – o referencial, o sujeito, o domínio de memória e a materialidade repetível. O referencial diz das condições (históricas) de existência de um objeto de discurso; o sujeito se refere a uma função de fala; o domínio de memória demarca o território de coabitação de diferentes enunciados onde se realiza o corte temporal de passado e de futuro em relação a um dado enunciado; a materialidade repetível é a apresentação plástica com que o enunciado se apresenta e pode vir a ser reconhecido, quando ocorre sua continuidade, em diferentes epistemes. Neste estudo, nos concentraremos apenas sobre o sujeito. Para Foucault, o sujeito não é uma pessoa, um personagem ou um autor. Não se trata de um indivíduo, um sujeito pragmático. Ao contrário,

> o sujeito do enunciado é uma função determinada, mas não forçosamente a mesma de um enunciado a outro; na medida em que é uma função vazia, podendo ser exercida por indivíduos, até certo ponto, indiferentes, quando chegam a formular o enunciado; e na medida em que um único e mesmo indivíduo pode ocupar, alternadamente, em uma série de enunciados, diferentes posições e assumir o papel de diferentes sujeitos (FOUCAULT, 2014, p. 113).

O sujeito é uma posição. Ela pode vir a ser ocupada mediante a reunião de condições históricas de possibilidade para algo seja dito por alguém. Assim, o sujeito de fala se constitui quando atende aos requisitos para realizar determinada prática, enquanto que os demais ficam historicamente alijados desta mesma condição. Desse modo, o sujeito é aquele que participa de



um discurso quando está na "verdade" (FOUCAULT, 2006) aceita pela história; é isto o que permite que um objeto de discurso possa ser dito.

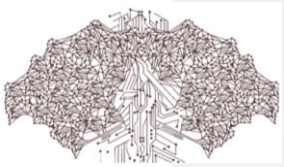
Quanto aos que não se encaixam na posição de sujeito de fala, ocorre o resultado do que Foucault chama de processo de "controle da circulação dos discursos" (FOUCAULT, 2006). O silêncio é imposto através de mecanismos discursivos de exclusão da posição de sujeito de fala. Dentre tais mecanismos, nos interessa destacar o que ele chama de "interdição", que pode se manifestar na modalidade tabu do objeto, ritual das circunstâncias ou direito privilegiado do sujeito que fala. "Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa" (FOUCAULT, 1996, p. 21).

O olhar de Foucault sobre o sujeito do discurso nos conduzirá até o objetivo de identificar se os youtubers em estudo estão ocupando a posição de otimistas e, em caso, positivo, que tipo de otimismo comparece em suas falas. Nossa investigação também adentra no campo da cibercultura, campo aberto às interações e, mais recentemente, a modalidades menos evidente de propaganda. Assim, também integra o objetivo desse estudo compreender como os youtubers selecionados se relacionam com a Web 2.0 e 3.0.

No que diz respeito à Cibercultura, abordamos as características das Webs. A partir do estudo de Lúcia Santaella (2013), compreendemos as transformações da Web sob uma perspectiva histórica, que também aponta certa parcela da história das tecnologias digitais.

A Web 1.0, primeira fase abordada pela autora, se refere à etapa em que empresas ou instituições específicas produziam e difundiam conteúdos na grande rede mundial de computadores. A despeito da suntuosidade desta expressão, a maquinaria disponível para navegação na internet era bastante precária – conexão discada via telefonia fixa, equipamentos com baixíssimo desempenho, assim como seus recursos de memória e armazenamento de dados etc. A Web 1.0 foi intitulada "Web da informação", pois se constituía em uma fonte de pesquisas de variedades, uma espécie de enciclopédia digital.

Já a Web 2.0 ficou conhecida como "web da cooperação", segundo Lucia Santaella (2013). Essa fase do desenvolvimento das tecnologias de comunicação virtuais conta com maiores possibilidades de navegação, pois já se começa a falar em internet do tipo banda larga; e de desempenho, com equipamentos pessoais muito mais eficientes em relação à memória e ao armazenamento de dados. Mas o que mais marca a Web 2.0 é a possiblidade de dialogia. Aqui, as instituições e empresas permanecem ofertando conteúdos, mas os sujeitos comuns, antes simples usuários anônimos, então puderam ocupar espaços de fala e distribuir conteúdos de suas especialidades em blogs, fotologs e redes sociais. Além disso, a Web 2.0 permite grande



relacionamento entre produtores de conteúdo e usuários das redes sociais, seja por meio de comentários, seja como seguidores de perfis virtuais, ou ainda, mais recentemente, através de inscrições em canais do *Youtube*, que interessa a essa pesquisa. Aqui a ênfase recai sobre as redes sociais.

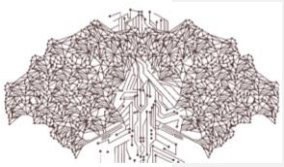
> A popularização desses serviços faz com que, com cada um desses perfis, criem-se pontos de referência para a identidade digital de alguém. Ademais, as redes sociais vão além de outros serviços apresentados na rede, porque agregam as funcionalidades dos demais e permitem socializar os passos que cada um dá nas redes, adicionando os recursos para isso. O envio de fotos, a gravação de transmissão de vídeos, faz com que a pessoa que disponha de um aparelho móvel com câmera, passe a ter o potencial de emissora de TV individual. É claro que nem todas as pessoas criam conteúdos, mas o simples fato de ter acesso já é, em si, uma mudança importante para a constituição de uma cultura da participação e do compartilhamento. (VIANA apud SANTAELLA, 2013, p.28).

Santaella destaca que as redes sociais popularizaram a cadeira de autor, sendo que, a partir da Web 2.0, qualquer indivíduo conectado pode produzir conteúdos para outros internautas, que podem, nesse caso, interagir com os novos ocupantes da posição de "emissor".

Ainda naquele texto, Santaella apresenta os horizontes da Web 3.0:

> Para continuar a usar a controvertida numeração das Webs, a novidade que se descortina é a da Web 3.0, também chamada de web semântica. Esta deverá trazer funções e recursos mais complexos para as redes, a partir da combinação de metadados semânticos e ontológicos. Por exemplo: junto com cada vídeo, foto ou texto vão surgir outras informações adicionais que descrevem o conteúdo, o significado e a relação entre os dados. Isso facilita a interoperabilidade entre sistemas e permite o uso de inteligência artificial para a busca e validação da informação (VIANA apud SANTAELLA, 2013, p.40).

Para este estudo, a abordagem a Web 3.0 diz respeito a uma aproximação entre consumo de conteúdos digitais e a produção de publicidade dirigida, considerando os metadados coletados. A Web 3.0 possui refinado sistema de acompanhamento do comportamento dos usuários da internet e os dados que guardam esses registros podem vir a ser utilizados para variados fins. Daí



a preocupação de pesquisadores com a chamada "internet das coisas" (LEMOS, 2013), pois a utilização desses registros por terceiros gera discussões de ordem ética, social, econômica e política, por exemplo. Não são raros os casos de rastreamento de hábitos de pesquisa para aproximar o internauta de produtos correlacionados aos seus interesses, sem que o mesmo o tenha solicitado. Também não deixa de ser comum que um perfil interessado na Web 2.0, em dado momento, se volte para a Web 3.0.

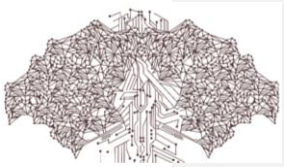
Por essa razão, neste estudo, associa-se o "*ser*" à Web 2.0 e o "*ter*" e o "*aparentar*" à Web 3.0. Se, na Web 2.0, circulam conteúdos que externalizam as ideias, conhecimentos e experiências de quem utiliza esses serviços, nesse caso especial, a dos youtubers, na Web 3.0, os mesmos aparecem fazendo com que fatos cotidianos sejam alvos de uma exposição exacerbada, visando à publicização de produtos e serviços de si.

A respeito dessa exposição exacerbada nas redes sociais, acrescenta-se o conceito de "diário éxtimo" cunhado por Paula Sibilia (2016). Para a autora quando ocorre à comercialização da intimidade a fim de adquirir capital financeiro e simbólico, o que poderia compor um diário íntimo passa a ser um diário éxtimo. Trata-se de uma apropriação de linguagem, porém, em outro suporte e com outros fins.

> Um elemento importante nesse itinerário foram os blogs, surgidos nos primeiros anos do século XXI e então curiosamente definidos como "diários íntimos que se publicam na internet" [...] Quase todos os blogs, aliás, costumam recorrer a alguns artifícios estilísticos e ao modelo confessional do velho diário íntimo. Ou melhor: do diário éxtimo, de acordo comum trocadilho que procura dar conta dos paradoxos dessa novidade, que consiste em expor a própria intimidade nas vitrines globais das telas interconectadas. (SIBILIA, 2016, p. 20)

Nesse sentido, os usuários encontraram nas redes sociais um espaço para externalizar o cotidiano, ampliar seus círculos de relações e, com base nessas práticas, oferecer produtos gerados a partir de seus diários éxtimos – livros, palestras, cursos, etc. A Web 3.0 é um espaço franqueado à industrialização do eu, uma espécie de desdobramento comercial do que, na Web 2.0, comparecia apenas como proposta de interação, exposição de ideias e opiniões.

Baseando-se na sustentação teórica supracitada, foi possível problematizar as maneiras como Whindersson Nunes e Helen Ramos se relacionam com o otimismo em um contexto de cibercultura.



2.1 Whindersson Nunes, o lampião do YouTube

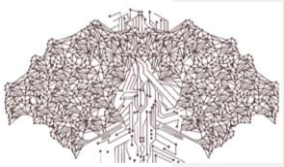
Whindersson Nunes Batista, 22 anos, é natural de Palmeira, cidade localizada no interior do Piauí. Após gravar os primeiros vídeos e espalhar nas redes sociais, a maioria filmados com uma câmera emprestada, o jovem descobriu que a "brincadeira" poderia tornar-se profissão. Logo em 2013, a ideia de criar um canal no YouTube deu ao auxiliar de garçom a oportunidade de mudar a sua história de vida e torna-se o *youtuber* mais influente do mundo, atuando também como humorista *stand up* show.

Deleted:

Atualmente, o canal "Whindersson Nunes" é o segundo a registrar o maior número de visualizações no Brasil, perdendo apenas para o "Porta dos Fundos". Em janeiro de 2018, o canal contabilizava mais de 2 milhões de visualizações. São centenas e mais centenas de pessoas que conhecem ou, pelo menos, já ouviram falar do humorista. Atualmente, 26.129.266 seguidores acompanham ou recebem notificações dos vídeos e paródias do *youtuber* Em 2017, ele investiu em estratégias para tornar-se conhecido internacionalmente. As primeiras apresentações foram em Lisboa, Portugal. No site www.whindersson.com.br, a agenda de apresentações de *stand up* estava completa até dezembro do mesmo ano.

Na página inicial do seu canal, o *slogan* "novos tempos, novos ídolos" motiva e ilustra a posição em que Whindersson coloca a sua carreira de *youtuber*. Ele se coloca como um divisor de águas entre um tempo e outro e, por si, se eleva à posição de ídolo. Os "novos tempos" se relacionam à transição que o mesmo vivenciou, iniciada em uma condição de invisibilidade social e extrema escassez material, mas, atualmente, detentor de reconhecimento público e um patrimônio invejado por muitos *youtubers*, assim como pelos usuários da rede. Quanto aos "novos ídolos", emerge uma continuidade com o discurso do herói – o sujeito que, oprimido, supera todas as adversidades contando apenas com recursos morais e, em dado momento de sua trajetória, encontra vitória, glória social e segurança material.

Para o "Lampião do YouTube", como gosta de ser chamado, o que importa é divertir o público e tornar sua marca cada vez mais conhecida e acessível. Mais uma vez, a associação com o herói se faz presente: Virgulino era desconhecido e perdeu de uma só vez sua família e patrimônio, ainda na infância; entretanto, na fase adulta, formou um movimento que se vingava do sistema de opressão e fez sua marca ser conhecida na história. Como "Lampião do Youtube", Whindersson faz chacotas com a condição de pobreza em que o sistema capitalista o colocava na infância e, se o faz, é exatamente por não pertencer mais àquela situação. Ele se vinga do sistema pela ironia, ao mesmo tempo em que se integra a ele, crescendo materialmente com os perfis virtuais.



Whindersson investe em postagens assíduas, visando à expansão do canal, mas não estaciona neste produto; o sucesso de seu canal foi sintetizado em uma fórmula, vendida através de cursos e palestras que ensinam como tornar-se um *youtuber*. O comediante ministra aulas como fundamentos da criatividade e *performance*, por exemplo.

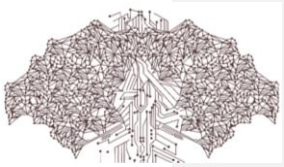
Whindersson dita moda e influencia o cenário sociocultural no qual está inserido. Em seus shows, é comum encontrar alguém com o mesmo corte de cabelo, o estilo da roupa e, até mesmo, com os seus trejeitos. Há, inclusive, uma linha de camisetas com imagens inspiradas na história e na fama do *youtuber*, com fotos, ideias e uma proposta de estética multicolor e visualmente marcante[3]. O estilo Whindersson Nunes abarca uma imagem destacada pelo exagero e uma postura de comédia a respeito das polaridades entre o estereótipo do rico e o do pobre brasileiro.

Visionário, Whindersson Nunes, alcançou uma carreira e uma condição financeira e social de ascensão. Contudo, não perdeu de vista seu objeto de fala, a rotina do pobre em comparação com a do rico por relatados na forma de os fatos cotidianos em ambas as classes sociais Ele conta sobre a escola, a família, épocas festivas, relacionamentos etc. No contexto de suas falas, sempre há narrativas de suas experiências antes da fama, as brigas com os colegas de escola, e até mesmo como era difícil arrumar uma namorada. O canal "Whindersson Nunes" materializa um discurso de desabafo de um "ex garoto pobre", que agora vive a realidade de estar "rico".

No vídeo "Casa de rico e casa de pobre", Whindersson inicia, como de costume, com um convite para seus seguidores acompanharem os shows presenciais: "Galera de Brasília, dia 04 de março no Ginásio Wilson Neto, às 20h, tá? Ingresso aqui nesse site, viu, Brasília". Sua atuação não se encerra no audiovisual – ele se expande para outras frentes de trabalho aproveitando as portas abertas pela Web 3.0. Os vídeos são chamariz de público para os shows, bem como para os produtos associados ao seu nome enquanto marca.

O supracitado vídeo caracteriza os hábitos de moradia das diferentes classes socioeconômicas, porém, não se restringe à descrição material, avança destacando a casa do rico como local de fartura e a casa do pobre como local de escassez. Na casa do pobre, a comida e os bens utilitários estão no bojo de uma necessidade e sempre se configuram como na iminência do fim, do limite para um estado de falta. Na casa do rico, a comida se torna uma estética, pois o alimento é quase sempre rejeitado, mas os objetos de alimentação ilustram hábitos de consumo, por exemplo, prato temáticos, decorações de desenhos animados etc.

[3] https://roupas.mercadolivre.com.br/camisetas-blusas/camisetas/masculino/manga-curta/camiseta-whindersson



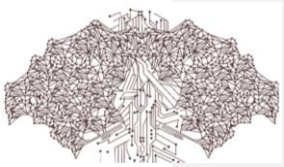
Curioso é destacar que as narrativas de Whindersson tem uma modalidade discursiva testemunhal. Sobre isso, ele explicita

> As pessoas falam assim: "Whindersson, você fala muitas coisas verdade de rico e de pobre". Mas sabe por quê? Por que eu vivenciei tudo isso, Vivencio os dois lados da moeda. Por que tudo do rico pro pobre tem uma diferença, a casa do rico já é diferente da casa do pobre [...] Você vê que filho de rico tem uma dificuldade em comer, filho de rico tem dificuldade pra comer por que a casa dele é cheia de coisa e o pobre não, já briga para comer até o que não tem. (do canal Whindersson Nunes,disponível em https://www.youtube.com/watch?v=KiaExB6LzOo&t=48s)

Nesse mesmo vídeo, mais a o final, ele complementa dizendo:

> Não importa a casa que você vive. O importante é dar valor às pessoas que você ama: seu pai, sua mãe, seus amigos... É isso aí, se você gostou desse vídeo, clique em "gostei", aqui tá? Não sai daqui sem clicar em "gostei", que é muito importante pra mim. Você que já quer fechar aqui já, já que ir pra outro vídeo, já, clica logo em "gostei" antes. Comenta aqui em baixo o que você quer mais que eu faça em caso de rico e de pobre: "Ah! Quero que você fale de carro de rico, carro de pobre". Comenta aqui em baixo e volta lá no facebook, onde eu postei vídeo novo "Casa de rico e casa de pobre", que eu postei o link do youtube e curti lá. Não se esquece de curtir, marcar seu amigo no comentário que já viveu essas duas vidas: casa de rico, casa de pobre. Minhas redes sociais na descrição do vídeo, aqui tem twitter, instragram, facebook, também tem link pra comprar o ingresso pra Brasília no dia 04 de março, da uma entradinha no meu site lá. (do canal Whindersson Nunes,disponível em https://www.youtube.com/watch?v=KiaExB6LzOo&t=48s).

É possível notar na fala do *youtuber* aspectos de uma construção estereotipada do "rico" e do "pobre" que dá ênfase ao "ter" e ao "aparentar" abordados por Schopenhauer (20019). Ele descreve o rico a partir do que este possui, e o configura a partir da aparência que o usos dessas posses sugere. Do mesmo modo, ele descreve o pobre a partir do que lhe falta, de modo que a aparência do pobre é decorrente dos improvisos cotidianos para adaptar objetos disponíveis para o uso do que lhe falta. Este assunto é tema central de uma infinidade de outros vídeos disponibilizados no canal, como "Escola de rico e escola de pobre", "Final de ano de rico e de



pobre", "Mãe de rico e mãe de pobre". Nas reflexões do *youtuber*, o "pobre" comparece situado em um paralelo com o "rico", não no sentido de uma pirâmide, seja econômica ou social, mas em separado daquele nas suas próprias dimensões culturais e intelectuais. Whindersson reforça, nesses vídeos, a sua leitura acerca do "aparentar": a polaridade entre as classes sociais referidas é intensificada e a rotina do pobre é sempre objeto de graça, enquanto a do rico, de distinção. O pobre ri de sua condição, ri como transgressão e até como resignação. O rico está acima do riso: é o estágio em que a vida fica certa, séria, padronizada.

O otimismo que começa a se mostrar é restrito à mudança da escassez para a fartura material, mas sempre alinhavada, ao final, com uma ênfase ao "*ser*". O "*ter*" e o "*aparentar*" são os objetos das narrativas que compõem o produto de Whindersson, mas o Whindersson que fala é um agente que difunde o discurso do "*ser*", ainda que em muito menor proporção.

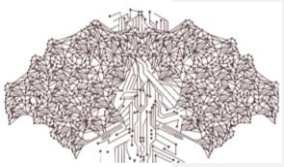
Isto fica evidente no final da fala daquele mesmo vídeo sobre a casa do rico e a do pobre, quando Whindersson coloca "Não importa a casa que você vive. O importante é dar valor às pessoas que você ama: seu pai, sua mãe, seus amigos". O influenciador tenta mostrar aos que o assistem que os bens materiais ficam em segundo plano, dando relevância ao "ser", porém, através de uma abordagem que, mesmo constituindo-se em estereótipo social, pode ser dita sem pressões ou "interdições" (FOUCAULT, 2014).

Quando faz o humor sobre o pobre, Whindersson fala de algo com propriedade, pois existe condições históricas que o permitem relatar sobre essa posição de sujeito: sua origem do interior de um estado brasileiro. "As pessoas falam assim: "Whindersson, você fala muitas coisas verdade de rico e de pobre". Mas sabe por quê? Por que eu vivenciei tudo isso, Vivencio os dois lados da moeda", afirma o comediante.

Ao mesmo tempo, Whindersson ascendeu materialmente ainda muito jovem, mas não ocupou a posição de sujeito rico, pelo menos não o rico que ele descreve no seu humor. Agora rico e pobre são sujeitos exteriores.

A priori Whindersson materializa um otimismo testemunhal, pois retrata sua própria mudança, porém não estimula outras mudanças, pois brinca com estereótipos e, indo além faz dos estereótipos o recurso de seus materiais para a Web 3.0.

Em outro vídeo "Escola de rico e escola de pobre", Whindersson inicia mais uma vez falando sobre sua agenda de shows: "Sexta-feira dia 24 de março tem show no Arena das Dunas, às 21h vou fazer o maior e melhor show que Natal já viu. 06,07 e 08 tem show em Portugal, olha que massa, hein?!"; depois do recado, relata como é o cotidiano de um estudante de escola pública.



Primeiramente ele agradece a Deus por não fazer mais parte desse grupo. Whindersson concluiu o ensino médio e dedicou o tempo aos compromissos da sua agenda. Saudoso, relembra à época do colégio, o recreio, a merenda e confessa que sempre estudou em escola pública. Segundo o *youtuber,* escola publica é pressão. Dessa época lembra-se da falta de estrutura, das brigas de corredor e as visitas inesperadas das mães. "A mãe do pobre, quando vai na diretoria, ela não fica falando o que ela vai proibir, o que ela vai fazer, onde é que o menino ia chegar, só tem uma frase que acaba com a vida da criança: pressão psicológica".

Nesse mesmo vídeo, Whindersson dispara: "O evento que parava qualquer escola, inclusive a de rico, era o interclasse". Logo recorda-se de como os times eram divididos: não tinha uniforme, era por cor mesmo. Depois disso cada um vinha com a vestimenta que tinha em casa. Já o interclasse de rico era uniformizado! O humorista retruca: "Não sabe nem jogar, mas o pai é rico".

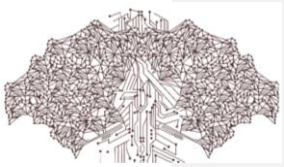
Já a mãe do rico e do pobre é o assunto de outro vídeo do *youtuber*. "Mãe de rico e mãe de pobre" tem consideráveis 14.715.076 visualizações, até o momento da coleta desse material, o vídeo postado em 13 de maio de 2017 é mais um relato da experiência pessoal de Whindersson. A mãe do rico é educada e protetora, a mãe do pobre "puxa a orelha", mas uma coisa em comum para todas as mães, independente de classe socioeconômica, é o amor pelos filhos.

Nesse universo do "pobre" e do "rico" o humorista inspira-se no seu testemunho e "sabedoria de vida", as postagens sobre esse universo é o traço do humor que ele publiciza: um discurso fundamentado no "ter" e no "aparentar". O "rico" idealizado por Whindersson é o indivíduo feliz e livre de qualquer problema. No "Final de ano de rico e de pobre" ele afirma: "final de ano é bom. É bom por que tem Natal. Natal do rico é bom por que a maior dificuldade do rico é colocar a estrela lá em cima da árvore de Natal de 2,5 metros de altura".

O canal "Whindersson Nunes" faz um paralelo entre a "antiga" vida, antes da fama, e a "nova vida", depois da fama. As narrativas do *youtuber* são frutos das experiências que ele guarda na memória da sua infância e da sua adolescência e do cenário atual de que ele faz parte como um *popstar.*

O "diário éxtimo" de Whindersson é um produto biográfico que mescla memórias passadas, experiências contemporâneas, observações de vida e uma projeção de si que pode ser exposta e comercializada na Web 3.0. O "ser" de Whindersson é um observador que pondera os extremos do "ter" e do "aparentar" do outro, o pobre e o rico.

2.2 Helen Ramos, a desromantizadora da maternidade



Helen Ramos é natural do Distrito Federal e, aos 30 anos, conduz o canal "Hel Mother" no YouTube. Helen possui formação em Jornalismo, mas é apresentada pela mídia[4] como roteirista, cineasta e atriz. O canal foi criado para compartilhar relatos e gerar discussões a respeito da maternidade, em específico, da maternidade que foi romantizada por muitas gerações, colocando a posição de sujeito "mãe" em um lugar de restrição para o discurso de crítica, de dor e de desafio. Nesse sentido, o slogan do canal é "Maternidade sem caô", ou seja, o canal constitui-se em um espaço para abordar a maternidade livre de discursos que escondem ou julgam o lugar do desconforto na rotina das mães. Uma das falas mais impactantes de Helen é "amo meu filho, mas odeio ser mãe", o que se refere a um conjunto de experiências transformadoras quanto ao filho, mas também a toda uma vivência de opressões e dificuldades imposta pela sociedade brasileira às mães.

O canal propõe abrir discussões sobre questões consideradas como "tabu" até bem pouco tempo. Neste contexto de proibições, a maternidade só pode ser dita a partir de um lugar de contentamento, felicidade e realização para a mulher. Porém, sustentada por sua experiência de mãe solteira, Helen afirma que esse olhar "romântico" se caracteriza, em verdade, como uma perspectiva conservadora e patriarcalista presente na sociedade brasileira. A *youtuber* aborda esses temas apresentando aspectos variados a respeito da maternidade que não podiam ser ditas por uma mãe: violência obstétrica, abandono paterno, preconceitos de gênero e até mesmo a própria fragilidade psicológica pós-parto e puerperal[5].

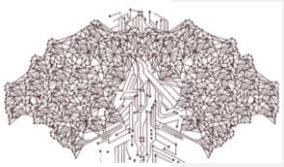
O canal ganhou vida em 2016, ano em que Helen Ramos decidiu fazer desabafos e falas de resistência referentes à maternidade sob a perspectiva conservadora. Helen relata as suas experiências de ser mãe solteira em uma sociedade patriarcal e se propõe a desromantizar a maternidade. A "mãe do Caetano" aborda assuntos delicados e necessários para a mudança social.

No canal "Hel Mother", os números de inscritos são tímidos em relação ao *youtuber* anterior: na data da coleta dos materiais para este estudo, o canal registrava apenas 130.2932 seguidores.

No vídeo intitulado "Porque desromantizar a maternidade", Helen chama a atenção para o silenciamento de práticas médicas comuns em relação à obstetrícia.

[4] Revistadonna.clicrbs.com.br/maternidade-2/youtuber-helen-ramos-fala-com-fraqueza-sobre-maternidade-e-provoca-o-debate-no-canal-hel-mother/

[5] Puerpério corresponde ao período que se inicia com o parto e se estende até o fim de um vínculo de cuidados exclusivos com filho.



> Quando eu decidi ser mãe, eu não sabia que isso existia, que as mulheres sofrem violência obstétrica, que você está parindo no momento mais frágil e indefeso da sua vida. Você está totalmente indefesa, porque você está em trabalho de parto e alguém vai lá e faz um corte em você sem te avisar. Alguém vai lá e faz uma episiotomia e assim pode ser que você demore mais de um ou anos para ter vontade de ter prazer nas relações sexuais, mas tudo bem: mãe não precisa sentir prazer. (do canal Hel Mother, disponível em https://www.youtube.com/watch?v=ndKqO-Hi5Y0).

Helen denuncia a ausência de preparação da sociedade e da medicina para com a futura mãe – não existe um momento informativo sobre as práticas obstétricas que podem vir a ser adotadas em situações rotineiras ou emergenciais. Tampouco acontece uma consulta à mãe a respeito de sua preferência, ou concordância, por exemplo, com a episiotomia, e suas consequências para a vida sexual da mulher mãe.

Este silenciamento evidencia a prática arcaica de não conceber a posição de sujeito "mãe" como partícipe das decisões sobre seu próprio corpo.

Helen vai de encontro com o "aparentar" atribuído à mãe. Ao publicar sua experiência com a maternidade, recheada de dissabores, a *youtuber* ocupa um lugar de fala de sujeito da resistência. Ela combate o discurso clássico sobre a maternidade, o qual sempre excluiu a dor e condenou quem a proferisse como parte da maternidade enquanto objeto de discurso.

A *youtuber* afirma sua preocupação, também, com questões que vão além do ato de conceber um filho. O canal "Hel mother" emprega esforços por uma mudança social na educação da criança, pensando no meio em que ela estará inserida. O vídeo "Criação não racista", que tem a participação da *youtuber* Xan, do canal "Soul vaidosa", traz a perspectiva de uma sociedade que ainda dissemina um discurso de preconceito e desigualdade racial. A preocupação de Helen, no vídeo supracitado, é quanto às vivências externas e como ela pode educar seu filho de forma menos racista. "Eu faço uma educação não racista com o Caetano, mas isso não basta, não basta ele aqui dentro de casa não ter essa educação racista, por que lá fora ele vai ter contato com isso. Não basta ser racista, tem que combater o racismo". (https://www.youtube.com/watch?v=DnJ81EYCsgo).

Helen aborda o "ser" e a posição que ocupa é considerada como a do sujeito otimista por ultrapassar a "interdição" a respeito da maternidade – não se podia falar sobre o assunto fora de uma perspectiva romantizada. A *youtuber* rompe paradigmas e trata de temáticas que ainda são

consideradas na sociedade contemporânea como assuntos "proibidos", "cautelosos" e "afrontantes".

O canal "Hel Mother" preocupa-se com a qualidade do discurso que dissemina e coloca-se como o motivador para as pequenas mudanças, as quais dão-se desde o direito de amar seu filho e não adaptar-se a rotina de ser mãe até o rompimento da ideologia patriarcal.

Helen aborda também a recolocação da mulher mãe no mercado de trabalho, adentrando ainda pelos temas da depressão pós-parto, feminismo e aborto. Trata-se de um canal voltado para a desestereotipação de uma posição de sujeito. Nos vídeos, Helen rompe com a imagem da mãe conservadora e funda um espaço de revisão desse discurso. O rompimento com um domínio de memória estabelece também a abertura para uma nova "sabedoria de vida" - o "ser" de que trata Helen precisa ser constituído com novos saberes e posicionamentos éticos e morais.

Desse modo, o canal funciona como um diário íntimo que não visa torna-se um produto, ou um "diário éxtimo". A intimidade compartilhada pela *youtuber* não se desdobra em livro, filme, curso ou marca. O que ocorre é uma provocação para o diálogo que promova a difusão de informações relevantes sobre a mulher, a mãe, a profissional contemporânea.

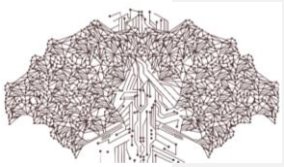
Helen se situa no campo da Web 2.0 como uma estimuladora da reflexão coletiva e do debate social. Trata-se de uma investida potencializadora das ferramentas de interação da Web em favor de novos posicionamentos, fundamentados em igualdade de gênero e respeito às diferenças.

Considerações finais

O trabalho buscou refletir a respeito da tríade Filosofia – Análise de discurso – Cibercultura, envolvendo a posição de sujeito otimista em materiais audiovisuais disponíveis na internet.

Desse modo, os materiais selecionados a partir dos canais "Whindersson Nunes" e "Hel mother" apontam para resultados que se opõem ao mesmo tempo em que se complementam.

Em "Whindersson Nunes" foram identificadas materializações de um otimismo em tensão entre o "ser" e o "ter", uma vez que parte de estereótipos referentes a classes sociais, portanto,



um otimismo testemunhal. Também foi identificada uma ponte com a Web 3.0, uma vez que o canal gera uma série de produtos na forma de diferentes modalidades de diários éxtimos.

Já em "Hel mother", o otimismo materializa-se na forma de uma tensão entre o "ser" e o "aparentar", altamente combatido em favor de novos posicionamentos sociais pautados na equidade, portanto, um otimismo missionário. O que se verifica aqui é uma forte prevalência da Web 2.0, com objetivo de intensificar o debate social a respeito da mulher e da maternidade na sociedade contemporânea.

Referências bibliográficas

COSTA, Aline de Caldas. **Otimismo e memória religiosa em diferentes narrativas**. Vitória da Conquista: UESB, 2017

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

SANTAELLA, Lúcia. O DNA das redes sociais digitais. *In:* BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando J. de (Orgs). **Comunicação em tempo de redes sociais**: afetos, emoções e subjetividades. São Paulo: INTERCOM, 2013

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Aforismos para a sabedoria de vida**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

SKOL, REPOSICIONAMENTO E SITES DE REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE DA DRAMATIZAÇÃO DA MARCA E DA CONSTRUÇÃO DO SEU CAPITAL SOCIAL EM REDE [1]

Fernanda Carrera[2]; Priscila Krüger[3]; Ibnny Ferreira[4]; Amanda Vasconcelos[5]; Heloize Medeiros[6]; Vírnia Martins[7]

Resumo

Este trabalho busca compreender os trâmites do reposicionamento da Skol e suas tentativas de reconstrução do seu capital social em rede (RECUERO, 2012), procurando fomentar e gerenciar atributos de autoridade, reputação, visibilidade e popularidade; bem como observar de que modo este processo se assemelha às investidas cotidianas dos indivíduos na busca pela validação de suas dramatizações de si (GOFFMAN, 1985) no ambiente digital. De que forma, portanto, a Skol constrói seu capital social em meio às ameaças à face que reivindicam seu passado? Como negocia seu lugar no ambiente de interação, reforçando laços que legitimam o self que deseja construir a partir de agora? Ao tentar responder estas questões, este artigo propõe um novo olhar sobre as estratégias marcárias nestes ambientes digitais, apontando para marcas que, inseridas nestes trâmites relacionais e, inclusive, produzindo e mantendo seu capital social e suas subjetividades negociadas, parecem ajudar a compor as arquiteturas digitais de interação, complexificando os estímulos de colaboração e compartilhamento que caracterizam os sites de redes sociais.

Palavras-chave: *Skol; reposicionamento; sites de redes sociais; capital social; dramatização de si.*

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 – Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Professora adjunta da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É Doutora em Comunicação (UFF), mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) e líder do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: fernandacarrera@gmail.com

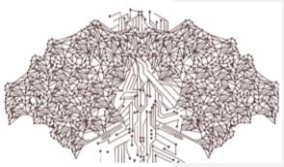
[3] Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). É graduada em Publicidade e Propaganda (UFRN). Participante do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: priscilahbk@gmail.com

[4] Possui graduação em Publicidade e Propaganda (UFRN). Participa do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: ibnny.afonso@gmail.com

[5] Graduanda em Publicidade e Propaganda (UFRN). Participante do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: amandalai97@gmail.com

[6] Graduanda em Publicidade e Propaganda (UFRN). Participante do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: heloizebeatriz@gmail.com

[7] Graduanda em Publicidade e Propaganda (UFRN). Participante do Grupo de Pesquisa em Ciberpublicidade e Sociabilidades Digitais (UFRN). E-mail: virniamartinsmp@gmail.com

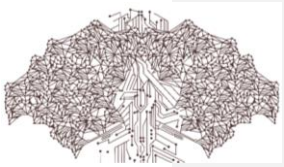


1. Introdução

Em fevereiro de 2015, após o lançamento da sua campanha para o carnaval, a Skol - marca de cerveja popular no Brasil - enfrentou sua pior crise de imagem. Seus cartazes estampavam frases como "Esqueci o não em casa" e "Topo antes de saber a pergunta", como desdobramento do slogan da marca "Viva Redondo", buscando estrategicamente vincular a cerveja aos sentidos de liberdade que usualmente são associados à festa. No entanto, após uma postagem no Facebook e no Instagram na qual duas mulheres se mostravam indignadas com as mensagens da campanha (inclusive com intervenções nos cartazes dizendo "e trouxe o nunca"), a repercussão não poderia ser mais negativa[8]. Viralizada, a reclamação ecoava por diversas redes sociais digitais, exaltando o caráter problemático de uma publicidade que negligenciava o contexto de violência sexual enfrentado por mulheres nesta época do ano.

Embora coerente com o posicionamento adotado pela marca há anos, uma vez que suas mensagens comumente utilizavam a velha fórmula da sexualização feminina associada à bebida, a Skol se deparou com um público questionador e descontente, potencializado pelas ferramentas à sua disposição no ambiente digital. Com a imagem prejudicada, a empresa resolveu mudar radicalmente sua linha comunicativa e lançou, no dia oito de março de 2017[9], Dia Internacional da Mulher, o seu reposicionamento. Com um anúncio que assumia o passado da marca e afirmava que "o mundo evoluiu e a Skol também"[10], a ação intitulada "Reposter" trazia mulheres ilustradoras para recriarem os cartazes antigos da cerveja, na tentativa de reconquistar o público e alavancar a sua imagem. A partir daí, diversos anúncios e conteúdos digitais foram criados em conformidade com esta estratégia, reforçando a ideia do novo slogan: "Redondo é sair do seu quadrado".

[8] Sobre o caso, ver: http://exame.abril.com.br/marketing/outdoor-da-skol-para-carnaval-causa-indignacao-em-sao-paulo/
[9] O reposicionamento começa a ser desenhado quando o até então diretor de marketing da Ambev, Pedro Henrique de Sá Earp, é substituído por Paula Nogueira Lindenberg, que começa a atuar a partir de março de 2015. Ver: https://exame.abril.com.br/negocios/depois-de-polemica-ambev-troca-diretor-de-marketing/
[10] http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/skol-lanca-acao-para-trocar-cartazes-machistas-de-bares.ghtml

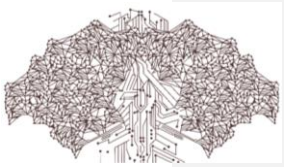


Nesse contexto de reposicionamento, a Skol instaura uma nova lógica comunicacional com seu público, evidenciada especialmente pelas escolhas estratégicas no ambiente digital. No âmbito das mídias sociais, a marca se esforça para reconstruir seu "*ethos*" (AMOSSY, 2005), em uma tentativa de realinhar sua imagem de si em um espaço, sobretudo, de interação. Considerando este lugar de trâmites dialógicos, no entanto, sua intenção não é em si suficiente, uma vez que todo ato de enunciação é fundamentalmente assimétrico: o sujeito que interpreta o enunciado reconstrói os sentidos a partir de indicações, mas nada garante que o que ele reconstrói coincida com as representações do enunciador (MAINGUENEAU, 2001). Nesse sentido, embora busque reconstruir seu capital social a partir do reposicionamento, a marca não consegue apagar por completo sua trajetória discursiva, enfrentando, muitas vezes, a desconfiança e a resistência do público.

Dentro desse contexto, a Skol parece se inserir na rede como um ator social em um processo constante de legitimação da sua face (GOFFMAN, 1985), gerenciando o seu eu e tentando se recapitalizar socialmente diante das suspeições e expectativas dos seus interlocutores e das suas próprias intenções identitárias. Sendo assim, este trabalho busca compreender esse percurso de gestão de si da marca sob à luz dos fundamentos sociológicos que assujeitam seu reposicionamento à mesma lógica interacional dos indivíduos: dependente dos contextos, dos sentidos e dos repertórios de cada interagente. Isto é, busca-se aqui compreender os trâmites e as negociações desta tentativa de reconstrução de capital social em rede (RECUERO, 2012) e de que modo este processo se assemelha às investidas cotidianas dos indivíduos na busca pela validação de suas dramatizações de si (GOFFMAN, 1985). Ao final, propõe um novo olhar sobre as estratégias marcárias nestes ambientes digitais, entendendo que estes espaços posicionam as marcas em um lugar de interação similar àquele já reconhecido pelos indivíduos.

2. As marcas e a dramatização de si nas suas vidas digitais cotidianas

Para entender esse processo, precisamos nos ater a alguns conceitos estipulados por Goffman (1985) que nos ajudam a compreender a representação do "eu" através das interações face a face. De acordo com o autor, as interações face a face ocorrem a partir de elementos que possibilitam a expressão de um self que se apresenta para os demais



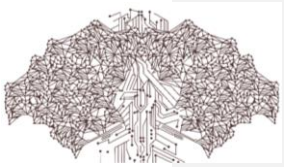
atores, e essa representação só pode ser considerada bem-sucedida a partir do momento em que ocorre a legitimação da face apresentada. Sendo assim, o processo de representação acontece a partir do momento em que um indivíduo fica face a face com outro, transmitindo determinadas impressões sobre si, mesmo que de forma inconsciente, e assumindo papéis que se adequam a determinadas situações a partir da troca de informações e ações, seja de forma verbal ou não verbal.

Nesse contexto, surgem elementos expressivos que auxiliam no processo de gerenciamento das impressões, denominados de fachada e cenário. Podemos considerar o cenário como o "alicerce" da fachada, pois através dele o indivíduo é capaz de se apropriar ou ressignificar espaços para fins relacionais. Sendo assim, enquanto a fachada é o "equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação" (GOFFMAN, 1985, p. 29), o cenário serve como pano de fundo para as interações sociais, de forma que seus elementos dialoguem de acordo com a representação que o indivíduo deseja produzir.

É possível afirmar que o meio digital possibilita o desenho de um novo cenário, nos trazendo a "possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC)" (RECUERO, 2009, p. 24). Essas ferramentas, aqui resumidas aos sites de redes sociais, são espaços que possibilitam a reprodução e a reconstrução das relações sociais que aconteciam somente na interação face a face (GOFFMAN, 1985), agora em meio aos ditames do ciberespaço.

Servindo como pano de fundo para as interações, os sites de redes sociais permitem aos atores a construção e expressão de suas identidades no ciberespaço, simulando os processos de interação existentes no mundo *off-line*. Os atores são considerados o primeiro elemento da rede social e "atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e construção de laços sociais" (RECUERO, 2009, p. 25), de forma que se apropriam de ferramentas, como o Facebook por exemplo, para a construção de si e expressão do *self* (RECUERO, 2009). Ou seja, também nestes ambientes:

> [...] normalmente há uma obrigação de transmitir uma certa informação quando na presença de outros, e uma obrigação de não transmitir outras impressões, assim como há uma expectativa de que os outros se apresentarão de certas formas. Tende a existir um acordo não apenas sobre o significado dos comportamentos que são vistos, mas também sobre os comportamentos que deveriam ser mostrados. (GOFFMAN, 2010, p. 45).



Ao manipular sua fachada e gerenciar sua representação, portanto, o ator deve considerar o contexto situacional que perpassa e o nível de informação que a sua plateia tem de si. Para isso, o indivíduo deve construir a sua fachada sob a existência de duas ações significantes: as expressões transmitidas e as expressões emitidas. Conceituando, as expressões transmitidas são aquelas feitas de forma intencional, por meio de signos já conhecidos por sua plateia e que tornam a ação comunicativa eficiente. Por sua vez, as expressões emitidas trazem a impressão de que há outros sentidos para informação transmitida, causado por um movimento sintomático do autor, de forma não intencional, estando sujeitas à interpretação da plateia que o observa, como aconteceu com a Skol em sua campanha para o carnaval de 2015.

Dentro desse contexto, ainda de acordo com Goffman (1985), existem situações de "ameaça à face", onde a representação do ator pode ser vulnerabilizada. A partir do momento que se dá o processo de interação, a plateia observa o ator de forma a legitimar ou não se as impressões que transmite de si correspondem com quem de fato ele é. Essa representação só é bem sucedida quando ocorre a legitimação do contexto e da face apresentada, influenciando nas "escolhas discursivas dos envolvidos na interação" (RECUERO, 2013).

Dessa forma, o ator deve fazer crível a sua face utilizando de normas que validem sua representação, como a polidez. Responsável pela forma de enunciação transmitida à plateia, a polidez guia o modo como algo será dito considerando o contexto em que a conversação está inserida, preservando as interações e possíveis conflitos que ameacem a face do ator. Além disso, há o recurso performático do tato (GOFFMAN, 1985), que se apoia na contribuição da plateia para manutenção da representação. Ou seja, faz-se necessário uma interação mais direta entre ator-plateia, pois "se o público usar de tato em favor do ator, este deve agir de modo a tornar possível a execução dessa ajuda" (GOFFMAN, 1985, p. 214).

Assim, nesse novo cenário apresentado, as marcas, além de inserir-se no ambiente digital, devem criar uma personificação que gere identificação e adentre o ambiente social das pessoas, passando assim a agir como um ator social no processo de debate. Ou seja, o fortalecimento do ambiente digital como um espaço para divulgação de campanhas

possibilitou novos arranjos midiáticos e sociais que passaram a inserir as marcas no ambiente de interação dos consumidores (GIANNINI, 2016). Dessa forma, com mais essa opção estratégica, as campanhas publicitárias passaram a contar com suporte *online* para trabalhar seus desdobramentos no mercado do consumo. Nesse sentido, ao decidir reposicionar-se, a Skol optou por utilizar plataformas digitais como ferramenta de suporte comunicacional, colocando os sites de redes sociais (SRSs) como um dos principais ambientes nos quais o novo *ethos* da cervejaria deveria ser apresentado.

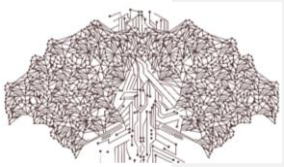
Dentro do ambiente de um site de rede social, os atores são as pessoas e as marcas (CARRERA, 2016) que se constroem ali e ali interagem entre si, isto é, que são responsáveis pelas dinâmicas de interação. Essas interações ocorrem em um fluxo de comunicação bilateral e permitem que todos os atores envolvidos possam expressar suas opiniões e ideologias acerca das mensagens transmitidas, retirando o monopólio comunicacional existente nos meios de comunicação em massa.

Assim, uma vez que há a intenção de gerenciar a representação de um ator social, entende-se que pode haver um desprendimento entre os diversos papeis representados pelo indivíduo ou marca e aquela sua *persona* nos sites de rede social. Na verdade, essa *persona* que se apresenta no ambiente digital pode ser mantida não por uma, mas por diversas pessoas físicas (sobretudo no contexto marcário). Sobre esse tema, Raquel Recuero explana:

> Um ator, assim, pode ser representado por um weblog, por um fotolog, por um twitter ou mesmo por um perfil no Orkut. E, mesmo assim, essas ferramentas podem apresentar um único nó (como um weblog, por exemplo), que é mantido por vários atores (um grupo de autores do mesmo blog coletivo). (RECUERO, 2009, p. 25).

Considerando que a *persona* pode ser mantida por um coletivo, ou seja, um grupo de autores, Beatriz Polivanov aponta que

> tais perfis não devem ser entendidos como o próprio ator transportado para o ambiente digital (DAL BELLO, 2009), mas sim como uma construção discursiva performatizada, dirigida para uma audiência (imaginada) (BOYD, 2011), que permite sua autoapresentação e interação com outros nesse lugar, sempre atravessada por seus discursos: "essa relação entre textos e a existência de um "eu" que pressupõe a existência de um "outro" implica necessariamente a



> presença de várias vozes em um enunciado ou em uma polifonia" (BERTO E GONÇALVES, 2011). (POLIVANOV, 2014, p. 2).

A construção dessas interações, dessa face e, consequentemente, desses valores positivos ocorre não apenas por parte dos seres humanos que criam perfis *online*, mas, em um desdobramento disso, também por parte de organizações que tentam imprimir em suas marcas uma personalidade específica que possa a interagir com o público baseando-se no modelo das interações humanas amplamente estudado por Goffman (2011) e Recuero (2013). Esse processo "é um desdobramento do pressuposto da antropoformização: a tendência de atribuir características humanas a atores não humanos (GUTHRIE, 1997, apud CARRERA, 2016, p. 72).

No contexto das marcas, portanto, fica claro que sua rede só subsiste através da colaboração, e, para manter-se viva nestes ambientes seria fundamental interagir com seus públicos, criar estratégias comunicativas não mais voltadas para a grande massa, mas pensando no consumidor individual que, ao sentir-se inserido como parte do processo, poderá responder como um agente de comunicação e difusão de conteúdos pela sua rede de amigos, em favor da marca (GONÇALVEZ apud GIANNINI, 2016, p. 146).

Dar vida e personalidade às marcas acaba por permitir uma identificação com seu público. Ato contínuo, a mensagem a ser transmitida pode atingir maior número de pessoas na medida em que estas efetivamente se engajem nas propostas apresentadas no SRSs. Com toda essa noção compreendida, importa refletir, portanto, sobre como a *persona* marcária integra um amplo conjunto de ações que visam humanizar as marcas. Esse processo mais amplo e complexo de humanização, envolve, inclusive, a clareza de qual papel as marcas desenvolvem dentro de uma narrativa midiática que possa envolver interativamente o público, notadamente através da utilização de sites de redes sociais.

Desta forma, importa entender como a manifestação do novo *ethos* da Skol como parte da reconstrução de sua *persona*, que agora mostra-se como ser participante de movimentos e debates sociais, reconhecendo e deixando de lado seus antigos valores, pode ser utilizada como moeda de capitalização social a fim de fortalecer positivamente a imagem da marca e seu vínculo com o consumidor.



3. Capital social e seus fatores de construção

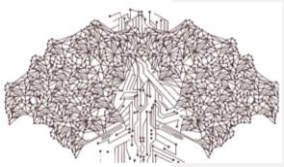
Um dos elementos mais importantes para o estudo do reposicionamento de marcas é a apuração dos valores construídos e representados por elas e que de certa forma, podem auxiliar no entendimento do capital social. O capital social é um conceito estudado por diversos autores como um elemento de interação entre pessoas em uma rede social e, portanto, tem noções variadas de acordo com cada autor. Para Putnam (2000), "refere-se à conexão entre indivíduos - redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela", portanto, o conceito de capital social está relacionado às "regras" estabelecidas socialmente para interação e respeito e confiança mútua. Já para Bourdieu (1983), capital social é

> [...] o agregado dos recursos atuais e potenciais, os quais estão conectados com a posse de uma rede durável, de relações de conhecimento e reconhecimento mais ou menos institucionalizadas, ou em outras palavras, à associação a um grupo - o qual provê cada um dos membros com o suporte do capital coletivo (p. 248-249)

Dentro dessa perspectiva, o capital social pode ser entendido como recursos recebidos a partir da interação entre os atores de uma rede, como uma espécie de retorno sobre o investimento nas relações sociais. Já de acordo com Coleman (1988), o capital social não se encontra nos indivíduos, mas nas relações entre eles. Assim, o capital social estaria nas estruturas e não nos atores envolvidos, como por exemplo grupos de Facebook em que o ator se conecta. Isto é, a estrutura passa confiança, não os atores individualmente.

> O Capital Social é definido por sua função. Não é uma entidade única, mas uma variedade de entidades, com dois elementos em comum: consistem em um aspecto de estruturas sociais, e facilitam certas ações dos atores - tanto corporações quando pessoas - dentro da estrutura. Como outras formas de capital, é produtivo, fazendo com seja possível atingir certos fins que, em sem ele, não seriam possíveis ser atingidos (COLEMAN, 1988, p. 59 apud RECUERO, 2009, p. 47-48).

Os três conceitos apresentados, apesar de diferenciados, são amplamente estudados no que se refere a perspectiva das redes sociais. Putnam tem uma visão sem conflitos, bastante comunitária, em que os atores estabelecem entre si a confiança, de acordo com as experiências, e que de certa forma termina por não pensar nos grupos que agem fora da lei estabelecida. Já para Bourdieu e Coleman, os indivíduos não possuem



capital social; eles podem apenas percebê-lo, para utilizá-lo e transformá-lo em alguma outra forma de capital através das estruturas.

Os sites de rede social apresentam uma forma diferente de conexão visto que permitem que os laços sociais sejam publicados, acumulados e mantidos pelas diferentes ferramentas disponíveis online. Nesse sentido, de acordo com Recuero & Zago (2009), as conexões podem ser classificadas como emergentes ou associativas.

> A conexão associativa é aquela que está sendo mantida pela ferramenta, com efeitos para ambos os atores. A conexão emergente é aquela que é baseada na conversação e na interação verbal, que é mantida, principalmente, pelos atores" (RECUERO, 2012, p. 604).

A partir dessas conexões temos acesso às interações e aos valores que são construídos na rede. Segundo Recuero (2009), a verificação desses valores pode ajudar no entendimento do capital social adquirido no ambiente digital e sua influência na construção e estrutura das redes sociais. Para Bertolini e Bravo (2001), a primeira mudança dos valores encontrados nos sites e nas ações dos atores sociais está relacionada com o capital social relacional, isto é, "com as conexões construídas, mantidas e amplificadas no ciberespaço". (RECUERO, 2009, p. 107). Aqui, os valores analisados serão: a visibilidade, a reputação, a popularidade e a autoridade.

A visibilidade é considerada um valor porque permite que um determinado ator, também chamado de nó, ganhe um destaque na rede devido as suas conexões. Consequentemente, se tornando mais visível e mais conectado, o nó tem a chance de receber mais informações que circulam pela rede e de ter um suporte social. Assim, a visibilidade está conectada ao capital social relacional (BERTOLINI E BRAVO, 2001) visto que ela é decorrente da própria presença do ator na rede social e das suas conexões estabelecidas.

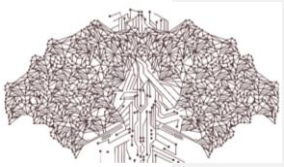
Com uma alta visibilidade vem junto o valor da reputação. Segundo Recuero (2009, p. 109), a reputação é "compreendida como a percepção construída de alguém pelos demais atores", ou seja, é a imagem que passamos para os outros a partir do que compartilhamos no nosso perfil da rede social. A reputação não está somente relacionada com o número de conexões de um determinado ator, mas também as qualidades percebidas desse ator pelos demais membros de sua rede social. Portanto, de acordo com

Bertolini e Bravo (2001) a reputação está associada ao capital social relacional e cognitivo. "Relacional porque é uma consequência das conexões estabelecidas pelos atores. Cognitivo porque está também relacionada ao tipo de informação publicada pelo ator social" (RECUERO, 2009, p. 111).

O valor da popularidade está relacionado à audiência e trata-se de um valor relativo à posição de um ator dentro de sua rede social já que um nó centralizado há mais pessoas conectadas a ele e seu poder de influência será mais forte. Além disso, a popularidade também está vinculada diretamente a interação, seja a partir de números de comentários, de *likes* ou do número de visitas em um perfil. Dessa forma, a popularidade refere-se "mais a uma posição estrutural do nó na rede do que à percepção que os demais nós têm" (RECUERO, 2009, P.112). Dentro dos termos de Bertolini e Bravo (2001), a popularidade está ligada ao capital social relacional.

> Enquanto a visibilidade é um valor relacionado com a capacidade de se fazer ser visto de cada nó (...), a popularidade é uma característica relacionada à posição estrutural do nó na rede. Apenas alguns nós são populares, mas todos os nós possuem visibilidade (RECUERO, 2009, p. 112).

O último valor a ser analisado é o da autoridade que está ligada diretamente a reputação, mas não se restringe apenas a ela. A autoridade refere-se ao poder de influência de um nó na rede social e está vinculada de acordo com Bertolini e Bravo (2001) ao capital social relacional e ao capital social cognitivo. Assim, para obter autoridade sobre determinado assunto, o ator deve se preocupar em construir uma reputação "relacionada a um assunto específico, mais do que apenas ser reconhecido como alguém que está interessado em alguma coisa" (RECUERO, 2009, p. 113). Portanto, podemos concluir que só podemos perceber a medida de autoridade "através de difusão de informações nas redes sociais e da percepção dos atores dos valores contidos nessas informações" (RECUERO, 2009, p. 114).



4. A Skol e o reposicionamento: gerenciamento da face e capital social em rede

Em busca pelo canal oficial da marca Skol no site de compartilhamento de vídeos Youtube[11] é possível acompanhar a evolução das campanhas publicitárias em audiovisual dessa marca desde 18 de dezembro de 2009, data do upload mais antigo da marca encontrado naquele site[12]. Analisando a evolução do discurso publicitário da Skol mediante este conteúdo por ela própria disponibilizado, é possível perceber que, com exceção de campanhas pontuais, como a veiculada em junho de 2016 intitulada "Dia do Orgulho LGBT - #RespeitoIsON"[13], a comunicação da Skol tinha, até dezembro de 2016, um discurso majoritariamente voltado a vincular a cerveja da marca a momentos de festa e diversão entre amigos. Apesar dessa temática principal, grande parte dos vídeos publicitários utilizava, em algum momento, a imagem de mulheres de maneira sexualizada.

A mudança nesse padrão de discurso começou a ocorrer no verão 2016/2017, quando foi lançada a campanha "Redondo é sair do seu quadrado", tendo sido veiculados os primeiros vídeos da série em janeiro de 2017[14]. Dentro dessa mesma temática, a marca expôs, de maneira indubitável, sua mudança de posicionamento através do comercial Reposter, veiculado em comemoração ao dia internacional da mulher de 2017, a propaganda foi veiculada na TV, em sua versão reduzida, mas também na internet, notadamente em sua página oficial do Facebook[15] e em seu canal oficial do Youtube[16]. Abrindo o comercial, é mostrada cena contendo uma série de imagens de pôsteres da marca objetificando e sexualizando o corpo feminino a qual é adicionada uma narração em *off* que explica: "Essas imagens fazem parte do nosso passado. O mundo evoluiu e a Skol também. Isso não nos representa mais".

Adaptando o conceito norteador das campanhas da marca em 2017, a Skol passou a utilizar em suas interações com o público nas redes sociais a frase "Redondo é sair do seu passado" como maneira de apresentar e defender sua nova *persona*. Portanto, a partir desse reposicionamento de marca será analisado como foi desenvolvido o trabalho de

[11] https://www.youtube.com/skolweb
[12] https://www.youtube.com/watch?v=l9ROzb_s4qw
[13] https://www.youtube.com/watch?v=UGJ63SNOZs0
[14] https://www.youtube.com/watch?v=s9FsVvGDDL4
[15] https://www.facebook.com/skol/videos/10155178125107958/
[16] https://www.youtube.com/watch?v=g_8fnMtbdso

face, proposto por Goffman (2011), e como a marca administra seu capital social na rede social Facebook a partir da nova *persona* apresentada aos consumidores em 2017.

4.1 A defesa da face "Redondo é sair do seu passado"

Com uma mudança discursiva tão oposta ao que a Skol apresentou ao longo de sua história comunicacional, o vídeo do comercial Reposter veiculado no Facebook gerou aproximadamente 300 mil interações com o público, entre compartilhamentos, reações e comentários, e obteve mais de 7,8 milhões de visualizações[17]. Dentre os mais de 34 mil comentários, há aqueles que parabenizam a marca pela mudança de postura e há os que questionam a sinceridade do novo discurso aplicado. Diante dessas reações, a Skol manifestou-se em resposta a alguns dos comentários com vistas a defender seu novo posicionamento, materializando o que Goffman (2011) denomina como "trabalho de face".

Em uma transição que visa implantar a nova *persona* da marca, agora ciente dos movimentos sociais que buscam valorizar as diferenças e, no caso específico, as mulheres, a marca não tenta negar sua história midiática. Assume que sim, tinha uma determinada postura anteriormente, mas que a partir de agora reconhece que é necessário mudar seus próprios valores. Dessa forma, a assinatura "redondo é sair do seu passado" tem por objetivo reiterar a nova face da Skol reconhecendo os erros do passado e caminhando para uma nova linguagem de comunicação.

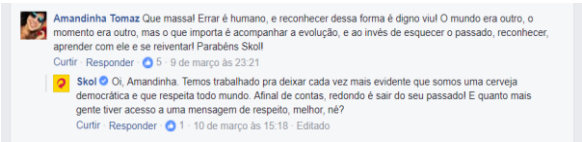
Ao assumir esse novo *ethos* discursivo, a marca vivencia um processo constante de legitimação da sua face, tentando reconstruir seu capital social frente aos erros cometidos e estrategicamente assumidos, posicionando-se num espaço de interação mútua. Como dito, através da internet um novo cenário se desenhou, potencializando vozes e discursos que passam a interferir no processo de construção da fachada, podendo até mesmo ameaçá-la, de forma a colocar em dúvida toda a representação.

No caso da Skol isso acontece porque o público conhece o seu passado, e em momentos passa a desacreditar desse novo posicionamento assumido, colocando em risco a representação da marca. Mas, como estratégia de defesa, a Skol resolveu encarar o seu passado, assumindo os erros cometidos e se reconstruindo através deles. Dessa forma, dá

[17] Estatística coletada na publicação oficial da marca em setembro/2017.

polidez ao seu discurso alinhando-o de acordo com o papel que está assumindo, colocando-se como ator social e buscando legitimar essa face através daqueles que apoiam as novas expressões transmitidas pela marca. Podemos perceber isso através de alguns comentários retirados de publicações na página do Facebook da Skol (ver figura 1).

Figura 1 – Resposta a comentário positivo



Fonte: https://www.facebook.com/skol/videos/10155178125107958/

Ao interagir com a sua plateia, a Skol está sempre gerenciando as impressões sobre si e preservando possíveis conflitos que ameaçam a sua face. Ainda assim, podemos perceber que essa interação direta contribui para a manutenção dessa representação, influenciando nas escolhas discursivas para a legitimação do contexto e da face apresentada (ver figura 2). Assumindo esse novo discurso, a marca Skol adentra o processo de construção de uma representação que causa identificação e torna-se ator social ativo, fazendo parte do processo de debate e capitalizando novos valores dentro da atual conjuntura social.

Figura 2 – Resposta a comentário negativo



Fonte: https://www.facebook.com/skol/videos/10155178125107958/

4.2 **Valores do Capital Social**

- *Visibilidade e Popularidade*

É possível analisar as interações da campanha e o que foi atribuído à marca através das conexões construídas no ciberespaço, a partir dos valores que são construídos na rede citados anteriormente. Com uma grande quantidade de visualizações e interações, a campanha Reposter obteve um alcance muito alto e positivo, como podemos observar nos números a seguir: 7,8 milhões de visualizações, 216 mil *likes*, 56 mil compartilhamentos e 22 mil comentários. Em comparação a outras campanhas, como o SafadON, campanha de São João de 2016 que foi lançada em parceria com o cantor Wesley Safadão, o vídeo tem 3,3 milhões de visualizações, 131 mil *likes* e 14 mil compartilhamentos e 7 mil comentários. Portanto, podemos observar que mesmo com a figura de Wesley Safadão, que é uma imagem de forte influência no Brasil, o maior engajamento da Skol foi com a campanha de seu reposicionamento.

Dessa forma, a visibilidade está ligada com a manutenção social da rede, ou seja, é cuidar dos laços sociais distantes. E a Skol preserva a comunicação com esses laços por meio de interações com os seguidores da *fanpage* no Facebook, através dos comentários

e das publicações postadas. Assim, quanto mais ativa e conectada a marca for na sua rede social, mais visibilidade irá alcançar dentro do ciberespaço.

Além disso, a visibilidade está ligada com a popularidade, que se refere ao número de pessoas conectadas ao perfil da Skol, em sua *fanpage* são 12,5 milhões de seguidores. A partir desse dado, podemos concluir que o perfil da Skol é um nó centralizado visto que há pessoas conectadas a ele, e por consequência, a sua capacidade de influência aumenta devido ao número de visitas da página, ao número de comentários e o tamanho da sua audiência. Dessa forma, a popularidade está voltada para a posição estrutural do perfil na rede.

- *Reputação e Autoridade*

A alta visibilidade, traz consigo o valor da reputação, ou seja, a imagem que é passada com a campanha compartilhada. A campanha "Reposter", recebeu muitas respostas e interações, com diferentes reações ao novo posicionamento da marca. Com essa mudança, muitos aplaudiram o novo posicionamento, como outros acharam que era apenas uma estratégia de marketing. O principal questionamento do público se dá quanto a continuidade e a permanência do discurso da marca, devido ao histórico que ela possui[18].

A autoridade está ligada diretamente com a reputação, visto que se refere ao poder de influência do ator na rede social pois dependendo do tipo de informação publicada por ele, a autoridade é consagrada. No caso da Skol, a sua autoridade ainda está em construção, pois seu público ainda tem dúvidas se o novo posicionamento é realmente efetivo, e se a marca tem o conhecimento necessário para validar o novo discurso, levando em consideração a sua antiga reputação.

Na campanha “Reposter”, para garantir a sua autoridade, a Skol chamou mulheres ilustradoras que tinham conhecimento e domínio sobre o empoderamento feminino. A partir da visão dessas mulheres, a nova autoridade da marca foi sendo construída por meio do discurso das artistas, pois foi dada voz ao grupo que era o foco da campanha. Além disso, para esclarecer para o público que o seu reposicionamento é verdadeiro, a empresa começou a ser mais ativa em sua página do Facebook, justamente para desenvolver uma

[18] https://www.facebook.com/luizaalmeidda/posts/1536185786454158

autoridade sobre sua nova reputação mais rápido. Desde o dia do lançamento da campanha do seu reposicionamento, 8 de março de 2017, houve um total de 17 anúncios publicados em sua *fanpage*.

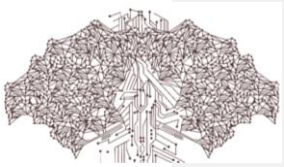
5. Considerações Finais

Com o fortalecimento dos movimentos sociais e mudanças no cenário sociopolítico que estamos atravessando nos últimos anos, as marcas estão em um processo de transição para uma publicidade menos depreciativa e preconceituosa. Nesse contexto, a Skol, assumindo seus erros do passado, vem tentando construir sua nova fachada levando em consideração o cenário dialógico estabelecido por meio dos sites de redes sociais (RECUERO, 2009), afinando e polindo, assim, o seu discurso de forma a alinhar-se ao papel que deseja assumir diante de uma plateia que já conhece seu histórico e gerenciando as impressões que essa plateia tem sobre a marca.

Assim, a partir da análise da repercussão da campanha Reposter, lançada em março de 2017, foi possível observar como a Skol estabeleceu sua mudança de posicionamento através da reconstrução do capital social da marca utilizando-se do ambiente do Facebook para tal. Partindo desse ponto, foram analisados diversos comentários e compartilhamentos referentes ao vídeo de lançamento da campanha, publicado na *fanpage* da cervejaria, e de que maneira a Skol realizou seu trabalho de face (GOFFMAN, 2011) na plataforma para validar o novo discurso da marca.

Dessa forma, levando em consideração os valores de visibilidade, popularidade, reputação e autoridade apontados por Recuero (2012), foi possível perceber que a Skol utilizou o discurso das ilustradoras da campanha publicitária em questão para endossar e dar mais credibilidade ao novo posicionamento da marca, além de adotar o Facebook como uma ferramenta estratégica de aproximação com seu público, humanizando a comunicação.

Como resultado dessa nova abordagem, apesar dos questionamentos provenientes da mudança no discurso, a Skol conseguiu superar seu problema de imagem junto ao público, obtendo a validação da sua nova face por meio da campanha Reposter e seus desdobramentos, bem como pôde recuperar a parcela de capital social que havia sido



perdida desde a campanha do carnaval de 2015, atingindo, assim, seu objetivo de comunicação e conquistando novos público através do reposicionamento da marca.

Referências

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos. São Paulo: Contexto**, p. 9-28, 2005.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. Social Capital, a Multidimensional Concept. apud RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BOURDIEU, P. The forms of Capital. Originalmente publicado em "Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital" In: Soziale Ungleichheiten (Soziale Welt, Sonderheft 2). Goettingen: Otto Schartz & Co. 1983. (pp 98-183) apud RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BOYD, Danah. m., & Ellison, NB (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 11, 2007.

CARRERA, Fernanda. A Ciberpublicidade e o Self da Marca em Ambiente Digital: interações sociais, discurso e marcações identitárias em novos contextos de comunicação. **Tese** – Universidadade Federal Fluminense: Niterói, 2016.

COLEMAN, J. S. Social Capital and the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology, n. 94, p. S95-S120, 1988. apud RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

GIANNINI, Luciano. Comunicação e Relacionamento: a criação de personas para atuação de instituições públicas em redes sociais digitais. In. **Temática**. Ano XII, n. 11. João Pessoa, 2016

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1985.

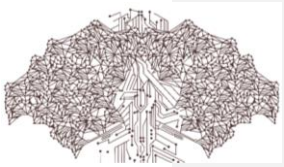
_____. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. Petrópolis: Ed Vozes, 2011.

_____. **Comportamento em lugares públicos**: notas sobre a organização social dos ajuntamentos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

GUTHRIE, S. E. Anthropomorphism: A definition and a theory. In: Mitchell, R. W., Thompson, N. S. and Miles, H. L. (eds) 'Anthropomorphism, anecdotes, and animals'. State University of New York Press, Albany, NY, pp. 50–58, 1997 apud CARRERA, Fernanda. A Ciberpublicidade e o Self da Marca em Ambiente Digital: interações sociais, discurso e marcações identitárias em novos contextos de comunicação. **Tese** – Universidadade Federal Fluminense: Niterói, 2016.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Editora 34, 2010.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Cortez, 2001.



POLIVANOV, Beatriz. Personas no Facebook: Percepções sobre (Des)encaixes entre Selves On e Offline. **4º Congresso Internacional em Comunicação e Consumo**. COMUNICON 2014. São Paulo, 2014.

PUTNAM, R. D. Bowling Alone: The collapse and Revival of American Community. New York: Simon e Schuster, 2000. apud RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

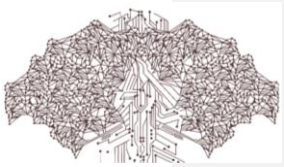
RECUERO, Raquel. Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: Alex Primo. (Org.). **Interações em Rede**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2013, v. 1, p. 51-70.

_____. O capital social em rede: Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea-Revista de comunicação e cultura**, v. 10, n. 3, p. 597-617, 2012.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R. e ZAGO, G. Em Busca das Redes que Importam. Líbero, v. 12, n. 24, 2009 apud RECUERO, Raquel. O capital social em rede: Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social. **Contemporânea-Revista de comunicação e cultura**, v. 10, n. 3, p. 597-617, 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



SNAP SPECTACLES: VIOLAÇÃO DE PRIVACIDADE E INTERNET DAS COISAS (IOT)[1]

Eduardo Leite Vasconcelos[2]

Resumo

No presente artigo, abordamos a questão da privacidade nos objetos da Internet das Coisas (IoT) analisando os Spectacles – óculos escuros com capacidade de filmar e enviar o conteúdo capturado automaticamente para a internet. Para isso, primeiramente, foi feita uma breve revisão bibliográfica a respeito do conceito de Internet das Coisas e questões relativas à privacidade no contexto da IoT. Em seguida, analisou-se os Spectacles à luz da Taxonomia da Privacidade, de Solove (2006), para perceber violações de privacidade que podem ser causadas pelo uso dos óculos. Essas possíveis violações não são característica apenas dos Spectacles, como também de outros aparelhos com as mesmas funções, como smartphones. O que muda, porém, é a possível invisibilidade que os Spectacles podem ter.

Palavras-chave: Spectacles; Snap; Internet das Coisas; privacidade; violação.

Introdução

"Imagine one of your favourite memories. What if you could go back and see that memory the way you experienced it?" [3] (TEAM SNAP, 2016). Foi com essa frase – que mais parece saída do episódio "Toda a sua história" da série britânica de ficção científica Black Mirror – que a Snap Inc.[4] anunciou, em setembro de 2016, a criação de seu mais novo produto: os Spectacles. No episódio citado, de acordo com a sinopse disponibilizada pela Netflix[5], "no futuro, todos têm acesso a um implante de memória que grava tudo o que os seres humanos fazem, veem e ouvem"[6].

Diferente do dispositivo que aparece no episódio de Black Mirror, a Snap Inc. não criou um implante de memória, mas sim, óculos escuros que possuem uma pequena câmera integrada

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Privacidade, vigilância, controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisador é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Participa do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line (GJOL). E-mail: eduardoleitev@gmail.com

[3] Imagine uma de suas memórias favoritas. Que tal se você pudesse voltar e ver aquela memória do jeito que você a experienciou? (Todas as traduções do presente artigo são deste autor).

[4] Empresa de câmeras responsável pela criação do aplicativo Snapchat e dos Spectacles.

[5] Empresa de transmissão online de filmes e seriados. https://help.netflix.com/pt/node/412

[6] Fonte: https://www.netflix.com/watch/70264856?trackId=13752289&tctx=0%2C2%2Cad526255-1e95-4b81-ae62-f8b09d10647d-62229275. Acesso em: 21 de maio de 2017.

em sua armação. Disponíveis em três cores e não muito diferentes de óculos escuros comuns, os Spectacles permitem que os usuários façam vídeos de até dez segundos de seu cotidiano, sem precisar manusear uma câmera ou um *smartphone*. Além disso, com um ângulo de visão semelhante ao do olho humano (115 graus) e filmando a partir do ponto de vista de quem veste os óculos, os Spectacles buscam dar ao usuário a sensação de filmar com os próprios olhos.

A câmera dos Spectacles faz vídeos em formato circular, permitindo que suas imagens sejam visualizadas em *full-screen*, na tela de qualquer aparelho, tanto na horizontal quanto na vertical. Além disso, as imagens feitas com os óculos são enviadas automaticamente, via rede sem fio ou Bluetooth[7], para a conta do usuário no Snapchat, aplicativo de compartilhamento de imagens da Snap Inc.

A proposta de óculos que filmam e automaticamente enviam o conteúdo gerado para a internet pode, à primeira vista, soar como algo futurista extraído de um filme ficção científica. Porém, os Spectacles fazem parte de um contexto muito mais amplo de objetos do cotidiano conectados à internet, dotados de sensibilidade performativa[8]: a Internet das Coisas (IoT).

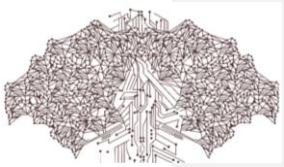
> *The term 'Internet of Things' denotes objects that have become seamlessly integrated into a digital network. For this, regular things, which could not communicate before, need to be provided with an address; often they also become equipped with sensors that can communicate their status or report on their environment. In short, those things are becoming media* [9] (BUNZ, 2016, p. 1).

Assim, o uso dos Spectacles levanta algumas questões em âmbitos diversos, como a questão da interoperabilidade, recorrente em aparelhos eletrônicos cujas marcas, de certa forma, obrigam seus usuários a comprar mais coisas da mesma marca. Isso é visto claramente no mercado de leitores de livros digitais. Os Kindles, da Amazon, não leem o formato padrão do Kobo, leitor da Livraria Cultura, e vice-versa. Ou seja, quem compra qualquer um dos dois leitores é obrigado, também, a comprar os *e-books* na mesma livraria online. No caso dos Spectacles, a pessoa que desejar "filmar com os olhos" deve, obrigatoriamente, fazer uma conta no Snapchat, já que os óculos não enviam os vídeos para o celular do usuário, mas sim, para sua conta no aplicativo.

[7] Sistema que utiliza frequências de rádio de ondas curtas para permitir transmissão de dados e arquivos através de diversos dispositivos digitais. Fonte: https://www.tecmundo.com.br/bluetooth/161-o-que-e-bluetooth-.htm. Acesso em: 21 de maio de 2017.

[8] "A IoT (Internet of Things) cria nesses objetos uma 'sensibilidade performativa' que produz novas agências sobre outros objetos (incluindo aí os humanos), gerando ações no mundo" (LEMOS, 2016).

[9] o termo 'Internet das Coisas' denota objetos que tornaram-se integrados a uma rede digital. Para isso, coisas normais, que antes não se comunicavam, precisam ser providas de um endereço; muitas vezes elas também vêm equipadas com sensores que podem comunicar seu status ou relatar seu ambiente. Resumidamente, essas coisas estão se tornando mídia.



Porém, a questão que mais chama a atenção é a da privacidade. Óculos que filmam, mas se assemelham a óculos comuns, podem violar a privacidade das pessoas que são filmadas ao publicar conteúdo com sua imagem na internet sem nem que elas se deem conta, já que não se espera que óculos escuros consigam fazer imagens e divulgá-las na rede.

A partir deste preâmbulo, o presente artigo pretende discutir privacidade no contexto da Internet das Coisas a partir dos Spectacles. Para isso, foi feita, primeiramente, uma breve revisão bibliográfica sobre Internet das Coisas. Mais adiante, analisamos aspectos dos Spectacles que dizem respeito à privacidade a partir de classificações de tipos de privacidade e suas possíveis violações no contexto da IoT.

1. Internet das coisas

De acordo com Manuel Castells, "a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas" (CASTELLS, 1999, p. 43). Ou seja, as tecnologias, principalmente de comunicação, vigentes de cada época, influenciam diretamente na cultura e no comportamento humano. Vivemos, hoje, em um mundo permeado pela internet, que abrange quase todos os nossos hábitos diários. Se, em seu início, sentávamos à mesa onde havia um computador para acessar a internet e fazer uso de alguns de seus recursos, hoje, vivemos em um estado de conexão permanente, onde o tempo que passamos desconectados é cada vez menor. Além disso, levamos a internet conosco o tempo inteiro através de aparelhos móveis, como *smartphones*, *tablets* e *notebooks*. Assim, tais dispositivos exercem grande influência em nosso cotidiano.

> Você acorda e pega logo o celular, vê se ele te avisa de algo, uma ligação perdida, um SMS, um alarme da agenda… Se ele não te manda fazer nada, você checa os e-mails enquanto toma café, vê que vai ter que alterar a agenda e desfazer um compromisso. Liga o tablet, lê as informações pelos serviços de informações criados por algoritmos agregadores (e não por humanos) como Google Reader, Feedly, Flipboard, entre outros, ou baixa os jornais e revistas eletrônicos no seu e-reader e, da leitura, replica algumas das informações nas redes sociais cujos serviços, vão, automaticamente, fazer chegar essas notícias aos seus contatos (Twitter, Facebook, Pinterest...). Depois, aproveita o embalo e vai se inteirar da vida dos amigos próximos (e dos nem tão próximos) no Facebook ou no Instagram e, antes de sair de casa com o carro, ou para pegar o transporte público, lança o aplicativo Waze para ver as condições do trânsito, mudando a rota, se necessário. (LEMOS, 2013, pp. 20 e 21).

Isso ocorre porque as coisas nos fazem fazer coisas. Essa frase, que, à primeira vista, pode soar ambígua, faz sentido quando percebemos objetos do cotidiano como coisas agem sobre nós, humanos, principalmente quando algo extremamente comum entra em colapso. Por exemplo: se perdemos a chave do carro, não temos como sair de casa. A falta da chave faz com que busquemos

por ela pela casa inteira porque só ela pode fazer com que o carro ligue e, assim, possamos sair de casa. A chave faz com que possamos sair de carro.

Porém, as agências das coisas vêm aumentando e ficando cada vez mais perceptíveis na medida em que elas vão sendo dotadas de capacidade comunicativa através da internet e dos meios digitais. A partir do momento em que o celular passa a acessar à internet, por exemplo, ele faz com que o utilizemos cada vez mais para as mais diversas coisas que, antes, necessitavam de outros agentes para que fossem executadas, como compras e idas ao banco.

> Humanos comunicam. E as coisas também. E nos comunicamos com as coisas e elas nos fazem fazer coisas, queiramos ou não. E fazemos as coisas fazerem coisas para nós e para outras coisas. É assim desde o surgimento do humano no planeta. Na cultura contemporânea, mediadores não-humanos (objetos inteligentes, computadores, servidores, redes telemáticas, smart phones, sensores etc.), nos fazem fazer (nós, humanos), muitas coisas, provocando mudanças em nosso comportamento no dia-a-dia e também, em contrapartida, recursivamente, mudamos esses não-humanos de acordo com as nossas necessidades (LEMOS, 2013, p. 19)

Hoje, deparamo-nos cada vez com mais objetos conectados à rede. Não apenas *smartphones*, computadores e *tablets* estão conectados à internet, mas objetos do cotidiano, como torradeiras[10], carros[11], óculos[12], entre outros. Esses objetos fazem parte de um movimento de conexão de objetos do cotidiano à internet: a chamada Internet das Coisas (IoT).

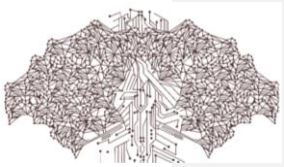
1.1. Definições

Ainda não há uma definição aceita universalmente de Internet das Coisas. O termo em si ainda não é definitivo – já que são usadas diversas outras formas para designar o mesmo fenômeno, como internet de todas as coisas, objetos inteligentes, comunicação máquina a máquina (LEMOS, RODRIGUES, 2014) – e designa, ao mesmo tempo, perspectivas bastante diferentes do mesmo fenômeno a depender do autor. A primeira aparição do termo data de 1999, quando foi usado por Kevin Ashton para descrever "*a system in which objects in the physical*

[10] A torradeira Brad, que se conecta à internet e outras torradeiras, trocando informações sobre seus donos e usos, é parte do projeto Addicted Products – http://www.addictedproducts.com/. (MITEW, 2014)

[11] Experiências com carros que dirigem sem a necessidade de um motorista humano já vêm sendo feitas há alguns anos por empresas como o Google (https://tecnoblog.net/178274/carros-autonomos-google-ruas-california/) e a Uber (http://g1.globo.com/carros/noticia/uber-retoma-testes-com-carro-autonomo-apos-veiculo-tombar-em-acidente.ghtml).

[12] Antes dos Spectacles, a Google lançou, em 2013, seus óculos inteligentes, o Google Glass. O produto acabou não atendendo às expectativas de venda e dos usuários e foi descontinuado em 2015. Fonte: http://www.businessinsider.com/google-glass-launch-2015-2. Acesso em: 21 de maio de 2017.



world could be connected to the Internet by sensors[13]" (MUTANI, PINGLE, 2016, p. 1). Em seu artigo sobre questões que envolvem a Internet das Coisas e modelos de comunicação para IoT, Mutani e Pingle ilustram isso com duas definições bastante distintas:

> "*The term "Internet of Things" (IoT) denotes a trend where a large number of embedded devices employ communication services offered by the Internet protocols. Many of these devices, often called "smart objects,'' are not directly operated by humans, but exist as components in buildings or vehicles, or are spread out in the environment." Or "A global infrastructure for the information society, enabling advanced services by interconnecting (physical and virtual) things based on existing and evolving interoperable information and communication technologies*[14]." (MUTANI, PINGLE, 2016, p. 1)4

O que essas duas definições, e várias outras[15], têm em comum é o fato de objetos, que antes não tinham acesso à internet, estarem cada vez mais conectados à rede e independentes da ação humana para produzir ação. Esses objetos, agora, possuem "capacidade infocomunicacionais a partir das quais os mesmos podem sentir o ambiente, ter consciência do seu estado e de outros, trocar informações, delegar ações e mediar ações com outros objetos ou com humanos" (LEMOS, RODRIGUES, 2014, p; 1030).

Esse movimento de incorporação de objetos à internet é uma crescente desde o final da década de 1990, quando foi cunhado o termo, e começo dos anos 2000, com as primeiras experiências de objetos do cotidiano interconectados, como a geladeira inteligente da LG[16]. Entre 2008 e 2009, a quantidade de objetos conectados à internet já superava a de humanos, e a estimativa é de que, num futuro próximo, a quantidade de máquinas conectadas supere a de humanos em cerca de cem vezes (PTICKET, PODOBNIK, JEZIC, 2016). Como a quantidade de objetos conectados à rede e, muitas vezes, com capacidade de fazer tarefas diárias que antes (ou hoje) pertenciam a humanos, alguns questionamentos e preocupações surgem a respeito do assunto.

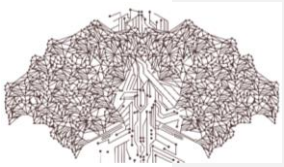
---

[13] Um sistema em que objetos do mundo físico seriam conectados à Internet por meio de sensores.

[14] "O termo 'Internet das coisas' (IoT) denota uma tendência em que um grande número de dispositivos emprega serviços de comunicação oferecidos pelos protocolos da internet. Muitos desses dispositivos, frequentemente chamados de 'objetos inteligentes' não são diretamente operador por humanos, mas existem como componentes em prédios ou veículos ou estão espalhados pelo ambiente" ou "uma infraestrutura global para a sociedade da informação, possibilitando serviços avançados ao interconectar (física e virtualmente) coisas baseadas em tecnologias da informação e comunicação em desenvolvimento.

[15] Ver: SINGER, 2012

[16] "Em junho de 2000, a LG apresentou sua geladeira inteligente durante um evento na Coreia do Sul. O produto deveria fazer par com outros dispositivos, todos conectados à Internet e gerenciáveis através de um sistema da própria LG" (SINGER, 2012, p. 7).



> *In a world where 7 billion humans will 'cohabit' with 70 billion connected machines and several Thousand billion objects connected to a dynamic global network infrastructure with self-management, self-configuration and self-healing capabilities, what will be the place of human beings?*[17](SANTUCCI, 2011, p. 17).

O papel do ser humano nesse mundo permeado por objetos inteligentes ainda não é certo. Porém, é óbvio que seremos diretamente afetados por eles. A partir do momento em que conectamos objetos de nossa casa à internet e eles passam a agir sozinhos, nosso cotidiano muda. Um problema grande que surge a partir disso é a falta de segurança. Se não conseguimos assegurar a segurança de nossos dados em computadores e celulares, como assegurar na nossa cafeteira ou na nossa geladeira? Isso se torna mais drástico quando tratamos de IoT porque a invasão de alguns desses objetos (carros, aparelhos hospitalares, sistemas de sinalização de trânsito, entre outros) coloca a vida humana diretamente em risco. O que, à primeira vista, parece mera suposição já tem acontecido. Em fevereiro de 2017, um hotel austríaco teve seu sistema de chaves raqueado[18]. Todas as portas do estabelecimento foram trancadas e exigiu-se o pagamento de resgate em *bitcoins*[19].

A segurança é apenas uma entre as várias questões que as tecnologias da IoT levantam. Mulani e Pingle (2016) dividiram esses questionamentos em cinco principais tópicos: segurança, interoperabilidade e padrões, regulamentação, questões relativas a economias em desenvolvimento e privacidade. Neste trabalho, porém, exploraremos apenas a questão da privacidade.

1.2. Privacidade e Internet das Coisas

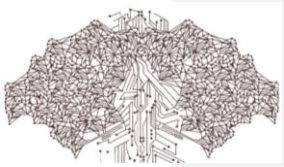
Mulani e Pingle (2016) abordam a questão da privacidade na IoT afirmando que o respeito às expectativas e direitos de privacidade dos cidadãos garantiria uma maior confiança nesses objetos. Essa abordagem, deveras curta e vaga, faz surgir alguns questionamentos. Primeiramente, quais seriam essas expectativas de privacidade e, mais importante, o que seria, então, privacidade?

> *Privacy (...) is a condition that many people value and it is considered a basic human right in most jurisdictions, enshrined in national and supra-national laws*

[17] Num mundo em que 7 bilhões de pessoas vão 'coabitar' com 70 bilhões de máquinas conectadas e trilhões de objetos conectados a uma infraestrutura de rede global e dinâmica com capacidade de autogerenciamento, autoconfiguração e auto reparação, qual será o papel dos seres humanos?

[18] Fonte: http://exame.abril.com.br/tecnologia/hackers-trancam-hospedes-em-hotel-e-exigem-resgate-em-bitcoin/. Acesso em: 21 de maio de 2017.

[19] Moeda virtual. Fonte: http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2014/01/bitcoin-o-que-e.html. Acesso em: 21 de maio de 2017.



> *in various ways. How privacy is understood both as an everyday and legal concept, however, varies between cultures and contexts. In general terms, privacy debates concern acceptable practices with regards to accessing and disclosing personal and sensitive information about a person*[20] (KITCHIN, 2016, p. 25)

Kitchin (2016), em seu relatório sobre Smart Cities[21], afirma que essas informações pessoais podem se referir a vários âmbitos da vida humana, o que acarreta numa divisão da privacidade em seis tipos inter-relacionais de privacidade: privacidade de identidade, que diz respeito a dados pessoais e confidenciais; corporal, ou seja, a proteção da integridade física da pessoa; privacidade territorial, com dados sobre espaços, objetos e propriedades pessoais; privacidade locacional e de movimento, que visa prevenir o rastreio de comportamentos espaciais; comunicacional, que diz respeito a segurança de conversas e correspondências; privacidade transacional, que visa proteger dados bancários, de compras, entre outros.

Esses diversos tipos de privacidade podem ser violados de inúmeras formas. O professor e especialista em leis de privacidade da George Washington University Law School (GW Law), Daniel Solove, em sua taxonomia da privacidade (2006), dividiu essas possíveis violações em quatro grupos: coleta de informação, processamento de informação, disseminação de informação e invasão. É à luz dessa taxonomia que analisaremos, mais adiante, os Spectacles.

2. Spectacles

Quando da escrita do presente artigo – os Spectacles ainda eram produtos relativamente recentes no mercado –, não encontramos informações com relação ao sucesso dos óculos da Snap Inc. precisamente. Porém, a empresa divulgou, no começo de maio de 2017[22], os números

[20] Privacidade (...) é uma condição que muitas pessoas valorizam e é considerada um direito humano básico na maioria das jurisdições, garantifo em leis nacionais e supranacionais de várias formas. Como a privacidade é entendida ao mesmo tempo como um conceito cotidiano e legal, no entanto, varia entre culturas e contextos. Em termos gerais, os debates sobre privacidade dizem respeito a práticas aceitáveis a respeito do acesso e da divulgação de informações pessoais e sensíveis sobre uma pessoa.

[21] De acordo com Kitchin (2016), assim como na Internet das Coisas, não existe um consenso a respeito do conceito de Smart City, porém, as diversas concepções existentes se unem no que diz respeito à expectativa de que novas tecnologias podem ser usadas de modo a melhorar a dinâmica urbana e a vida do cidadão.

[22] Fonte: https://investor.snap.com/~/media/Files/S/Snap-IR/press-release/q1-17-earnings-release.pdf. Acesso em: 21 de maio de 2017.

relativos ao seu IPO[23]. De acordo com a Wired[24], a Snap Inc. foi a empresa de tecnologia que teve a maior venda de ações iniciais nos últimos dois anos nos Estados Unidos, com uma receita de 149,6 milhões de dólares.

Na época do lançamento das ações da Snap Inc. na Bolsa, o site de notícias financeiras ValueWalk.com fez uma estimativa a respeito da venda dos Spectacles para os próximos anos. Custando, nos Estados Unidos, cerca de 130 dólares, a estimativa é de que os Spectacles gerem pelo menos 1,4 bilhões de dólares, com 11 milhões de unidades vendidas até 2020[25].

Óculos que filmam não são necessariamente uma novidade no mercado. Em 2014, a Google lançou o Google Glass[26], que, assim como os Spectacles, também tinham capacidade de filmar a partir do ponto de vista do usuário e publicar esse conteúdo na internet, entre várias outras funções. Porém, a venda do aparelho não acompanhou as expectativas de seus desenvolvedores e o produto foi descontinuado em 2015[27].

Se os Spectacles não trazem uma novidade ao mercado e a primeira iniciativa nesse ramo fracassou, surge o questionamento a respeito de por que estima-se que os óculos da Snap Inc. serão rentáveis. A esse respeito, o site de negócios Business Insider listou algumas razões pelas quais os Spectacles podem obter sucesso onde o Google Glass falhou[28].

O primeiro item da lista é o preço dos aparelhos: enquanto o Google Glass custava cerca de 1500 dólares, os Spectacles custam 130, menos de um décimo do preço dos óculos da Google. Em seguida, o site aborda a questão do *design*: os óculos da Snap Inc. não diferem muito de um par de óculos escuros normais e estão disponíveis em três cores diferentes, deixando a imagem do aparelho mais atraente para o consumidor, enquanto que o Google Glass, de acordo com o Business Insider, era "estranho".

---

[23] IPO é a sigla, em inglês, para Oferta Pública Inicial. Ou seja, quando, pela primeira vez, uma empresa vende ações na Bolsa de Valores.

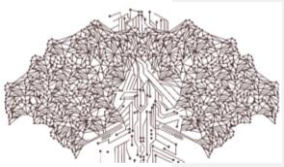
[24] Fonte: https://www.wired.com/2017/05/snap-blows-first-earnings-thats-not-whole-story/?mbid=nl_51117_p3&CNDID=44849742. Acesso em: 15 de maio de 2017.

[25] Fonte: http://www.valuewalk.com/2017/02/snapchat-spectacles-sale/. Acesso em: 21 de maio de 2017.

[26] Fonte: https://olhardigital.uol.com.br/noticia/google-glass-comeca-a-ser-vendido-em-15-de-abril/41355. Acesso em: 21 de maio de 2017.

[27] Fonte: http://www.businessinsider.com/google-ends-sales-of-google-glass-2015-1. Acesso em: 21 de maio de 2017.

[28] Fonte: http://www.businessinsider.com/snapchat-snap-spectacles-vs-google-glass-2016-9/#spectacles-will-be-much-cheaper-than-glass-1. Acesso em: 21 de maio de 2017.



O site continua a lista dizendo que, enquanto os Spectacles apenas filmam, o Google Glass tinha várias outras funções, como acessar e-mails e o Google Maps, além de filmar e fotografar. Isso fazia com que as pessoas ao redor do usuário nunca soubessem exatamente o que ele estava fazendo, se checando os e-mails ou fotografando pessoas a seu redor, o que leva ao último item da lista: ao contrário do Google Glass, é possível saber quando o usuário dos Spectacles está filmando. Ao ter o botão da armação acionado, pequenas luzes de LED se acendem ao redor da câmera dos óculos.

Algumas polêmicas com relação ao uso do Google Glass foram levantadas, levando inclusive à proibição de seu uso dentro de alguns estabelecimentos[29]. Por enquanto, ainda não há relatos parecidos a respeito dos Spectacles. Porém, isso não diminui as possíveis violações de privacidade que um aparelho como esse pode causar. A seguir, analisaremos a questão da privacidade especificamente nos óculos que filmam da Snap Inc.

2.1. Spectacles e privacidade

Como explanado previamente, faremos, nesta seção, uma análise dos Spectacles à luz da taxonomia da privacidade feita por Solove (2006). Em seu trabalho, o professor da GW Law tipificou as possíveis violações de privacidade, propondo que sua taxonomia se tornasse um auxílio na elaboração e cumprimento de leis a respeito da privacidade, principalmente nos Estados Unidos, país onde são comercializados os Spectacles, pelo menos a princípio[30]. Em seu trabalho, Solove divide as possíveis violações de privacidade em quatro principais grupos: coleta de informação, processamento de informação, disseminação de informação e invasão. Porém, o próprio autor ressalta que, se consentidas, essas ações não configuram violações de privacidade.

2.1.1. Coleta de informação

Neste primeiro grupo, dois são os tipos de coleta de informação que configuram violações de privacidade: "Surveillance *is the watching, listening to, or recording of an individual's activities.* Interrogation *consists of various forms of questioning or probing for information*[31]" (SOLOVE, 2006, p. 490, grifo do autor). Os Spectacles não possuem funções que permitam

[29] Fonte: https://www.tecmundo.com.br/google-glass/47697-cliente-e-obrigado-a-deixar-restaurante-por-causa-do-seu-google-glass.htm. Acesso em: 21 de maio de 2017.

[30] O site oficial, spectacles.com, só faz entregas nos Estados Unidos, porém, procurando em sites como Mercado Livre, é possível encontrar o produto, que custa cerca de mil reais.

[31] Vigilância é assistir, ouvir ou gravar atividades de um indivíduo. Interrogação consiste em várias formas de questionamento ou sondagem para obtenção de informação.

violações interrogatórias da privacidade, já que este grupo específico de coleta de informação diz respeito apenas à questão jurídica de que uma pessoa não pode produzir provas contra si próprio.

Já no âmbito da vigilância, as possibilidades de violação da privacidade a partir do uso dos Spectacles são gritantes. Solove começa sua explanação a respeito da vigilância falando do ato de espiar[32] e de leis específicas sobre esse ato em alguns estados dos EUA. Em seguida, o autor descreve três tipos de vigilância: a pessoa observada tem consciência de que está sendo observada; a pessoa observada tem consciência de que pode, em algum momento, ser observada; a pessoa observada não tem consciência de que está sendo observada. A consciência de ser observado ou de poder ser, a qualquer momento, observado, de acordo com Solove, causa constrangimento direto ao cidadão, o que configura violação da privacidade.

Como geralmente não se espera que óculos filmem, já que, primeiramente, eles não foram feitos para tal finalidade, e como o design dos Spectacles não difere muito de outros óculos escuros, pessoas não familiarizadas com eles que se veem diante de alguém vestindo os óculos da Snap Inc. não se dão conta de que estão sendo ou podem ser filmadas. De acordo com Solove, mesmo que não cause constrangimento direto, esse aspecto também é uma violação de privacidade, já que permite que observadores coletem um grau substancial de informações sobre outras pessoas que não fazem ideia de que estão sendo observadas e, como consequência, não sabem quem as observa nem como usa essas imagens, o que leva aos próximos grupos de violação de privacidade.

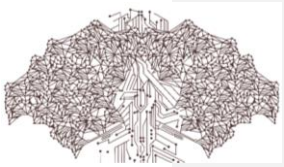
2.1.2. Processamento de informação

Este segundo grupo envolve o modo com a informação é guardada, manipulada e usada, ou seja, atividades que não envolvem mais a obtenção de dados. Nesses casos, os dados já foram obtidos. Aqui, Solove fala em cinco tipos de violação de privacidade por processamento de informação:

> Aggregation *involves the combination of various pieces of data about a person.* Identification *is linking information to particular individuals.* Insecurity *involves carelessness in protecting stored information from leaks and improper access.* Secondary use *is the use of information collected for one purpose for a different purpose without the data subject's consent.* Exclusion *concerns the failure to allow the data subject to know about the data that others have about her and participate in its handling and use*[33] (SOLOVE, 2006, p. 490, grifo do autor).

[32] *peeping*

[33] Agregação envolve a combinação de vários tipos de dados sobre uma pessoa. Identificação é ligar uma informação a indivíduos particulares. Insegurança envolve descuido em proteger informações armazenadas de vazamentos e acesso indevido. Uso secundário é o uso de informação coletada para um propósito



No caso específico dos Spectacles, dois desses tipos de violação de privacidade podem ser reconhecidos: exclusão e falta de cuidados. A exclusão é uma consequência direta do problema da vigilância, analisado anteriormente. Como a pessoa filmada não sabe que está sendo filmada, consequentemente, ela também não saberá da existência de vídeos com sua imagem e também a finalidade para que tais vídeos estão sendo utilizados.

A falta de cuidados diz respeito principalmente à plataforma para onde vão os vídeos feitos com os Spectacles: o Snapchat. Criado primeiramente com a finalidade de possibilitar ao usuário o envio de imagens que desapareceriam após visualizadas pelo receptor, o Snapchat já teve conteúdos de seus usuários vazados[34]. Como os vídeos filmados com os óculos da Snap Inc. são enviados automaticamente dos óculos exclusivamente para o aplicativo em questão, as imagens feitas com os óculos acabam ficando vulneráveis a vazamentos.

2.1.3. Disseminação de informação

De acordo com Solove, as violações desse grupo envolvem o espalhamento ou a transferência de dados pessoais ou a ameaça de fazê-lo. O autor divide a possibilidade de violação da privacidade através da disseminação de informação em sete tipos:

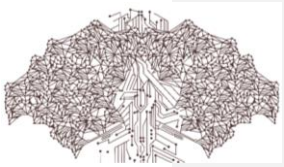
> Breach of confidentiality *is breaking a promise to keep a person's information confidential.* Disclosure *involves the revelation of truthful information about a person that impacts the way others judge her character*. Exposure *involves revealing another's nudity, grief, or bodily functions.* Increased accessibility *is amplifying the accessibility of information.* Blackmail *is the threat to disclose personal information.* Appropriation *involves the use of the data subject's identity to serve the aims and interests of another*. Distortion *consists of the dissemination of false or misleading information about individuals* [35](SOLOVE, 2006, p. 491, grifo do autor).

Para os Spectacles, neste âmbito, o problema seria a apropriação. A partir do momento em que se filma uma pessoa sem seu consentimento e conhecimento, esse vídeo é enviado para

diferente daquele para o qual foi coletado sem o consentimento da pessoa a quem tais dados se referem. Exclusão diz respeito ao sujeito a quem os dados se referem não saber da existência desses dados nem ter participação em sua manipulação e uso.

[34] Fonte: http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/10/vazamento-de-dados-do-snapchat-expoe-milhares-de-fotos-na-web.html. Acesso em: Acesso em: 21 de maio de 2017.

[35] Violação da confidencialidade é quebrar uma promessa de guardar uma informação confidencial sobre alguém. Divulgação envolve a revelação de informação confiável sobre uma pessoa que impacta o modo como outros julgam seu caráter. Exposição envolve revelar nudez, aflições ou funções corporais de outra pessoa. Acessibilidade aumentada é amplificar o acesso de informação. Chantagem é a ameaça de divulgar informações pessoais de outrem. Apropriação envolve o uso da identidade da pessoa a quem os dados se referem para servir a objetivos e interesses de outros. Distorção consiste na disseminação de informação falsa ou enganosa sobre indivíduos.



um aplicativo e publicado na internet, o usuário dos Spectacles se apropria da imagem de outrem e a utiliza para seus próprios interesses, que podem ser os mais variados: desde mostrar aos amigos alguém que se achou bonito até denunciar flagrantes de práticas ilícitas.

2.1.4. Invasão

Por fim, Solove destaca possíveis violações de privacidade a partir da invasão de assuntos privados das pessoas, o que, de acordo com o autor, não precisa necessariamente envolver informações pessoais. Ele divide este grupo em dois tipos: "Intrusion *concerns invasive acts that disturb one's tranquility or solitude.* Decisional interference *involves the government's incursion into the data subject's decisions regarding her private affairs*[36]" (SOLOVE, 2006, p. 491, grifo do autor).

No caso dos Spectacles, haveria intromissão quando o usuário dos óculos filmasse alguma pessoa familiarizada com os óculos e seu funcionamento, já que a consciência de estar sendo filmado sem autorização pode deixar a pessoa filmada em uma posição constrangedora. *"Intrusion involves invasions or incursions into one's life. It disturbs the victim's daily activities, alters her routines, destroys her solitude, and often makes her feel uncomfortable and uneasy*[37]" (SOLOVE, 2006, p. 549).

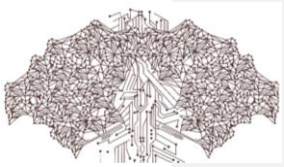
Considerações finais

No presente artigo, abordamos a questão da privacidade na Internet das Coisas a partir dos Spectacles, óculos escuros que filmam e enviam o conteúdo produzido automaticamente para a internet. Como foi possível observar, os óculos da Snap Inc. podem violar a privacidade de pessoas de diferentes formas já que permitem a filmagem pessoas sem seu consentimento e, muitas vezes, sem que elas saibam que estão sendo filmadas.

Porém, é importante salientar alguns aspectos que, à primeira vista, podem passar despercebidos. O primeiro é que essas possíveis violações de privacidade a partir de um objeto que filma não são novas e nem são exclusivas dos Spectacles e outros óculos *smart*, como o Google Glass. A possibilidade de violar a privacidade de outra pessoa ao filmá-la sem seu consentimento ou sem que ela saiba existe desde que as câmeras fotográficas e filmadoras foram

[36] Intrusão diz respeito a atos invasivos que perturbem a tranquilidade ou o isolamento de alguém. Interferência decisória envolve a incursão do governo nos assuntos privados de uma pessoa.

[37] Intrusão envolve invasões ou incursões na vida de uma pessoa. Ela perturba as atividades diárias da vítima, altera sua rotina, destrói seu isolamento e muitas vezes faz com que ela se sinta desconfortável e inquieta.



compactadas e popularizadas e se estende até hoje nos *smartphones*, que possuem pequenas câmeras. Inclusive, a possibilidade de alguém ter sua privacidade violada desta maneira por pessoas portando *smartphones* é muito maior do que por alguém usando os Spectacles, já que a quantidade de *smartphones* supera em milhões a quantidade de óculos que filmam.

A diferença fica na invisibilidade. Apesar de serem acesas pequenas luzes ao redor da câmera dos Spectacles quando eles estão filmando, geralmente não se espera que óculos tenham essa função, o que não ocorre com câmeras e já há algum tempo não ocorre com celulares. Já se espera que esses aparelhos possuam a capacidade de filmar e publicar o conteúdo na rede. Esse é um problema corrente nos aparelhos da Internet das Coisas. Muitas vezes esses aparelhos estão captando dados sem que estejamos cientes disso e, quando estamos, não sabemos ao certo para onde esses dados vão ou o que fazem com eles.

Além disso, os aspectos citados aqui só configuram violação de privacidade quando a pessoa tem sua imagem capturada sem consentimento ou sem que tenha consciência de que está sendo filmada. A partir do momento em que há o consentimento, tais aspectos deixam de ser possíveis violações de privacidade.

Referências bibliográficas

BUNZ, Mercedes. Book review: ***The Internet of Things: tracing a new field of enquiry***. In: Media, Culture & Society, vol. 8, issue 38, 2016. Disponível em: http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443716667066. Acesso em: 25 de abril de 2017.

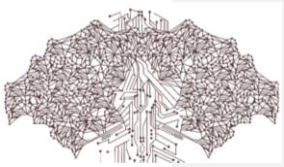
CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

KITCHIN, R. ***Getting smarter about smart cities: Improving data privacy and data security***. Dublin: Data Protection Unit, Department of the Taoiseach, 2016. Disponível em: http://www.taoiseach.gov.ie/eng/Publications/Publications_2016/Smart_Cities_Report_January_2016.pdf. Acesso em: 13 de maio de 2017.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.

LEMOS, André. **Entrevista com André Lemos: depoimento**. Z Cultural: Revista do Programa Avançado de Cultura Contemporânea. Entrevista concedida a Sérgio de Sá, 2016. Disponível em: http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/entrevista-com-andre-lemos/. Acesso em: 25 de abril de 2017.

LEMOS, A. L. M. RODRIGUES, L.P.B. **Internet das coisas, automatismo e fotografia: uma análise pela Teoria Ator-Rede**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, vol. 21, n. 03, pp. 1016-1040. Porto Alegre, 2014. Disponível em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18114. Acesso em: 25 de abril de 2017.



MITEW, Teodor. ***Do objects dream of an internet of things?.*** The Fibreculture Journal 2014.23, 2014. Disponível em: http://ro.uow.edu.au/lhapapers/1828/. Acesso em: 02 de maio de 2017.

MULANI, T. T. PINGLE, S. V. ***Internet of things***. International Research Journal of Multidisciplinary Studies, vol. 2, n. 3, 2016. Disponível em: http://irjms.in/sites/irjms/index.php/files/article/view/270. Acesso em: 27 de abril de 2017.

PTICEK, M. PODOBNIK, V. JEZIC, G. ***Beyond the internet of things: the social networking of machines***. Hindawi Publish Corporation: International Journal of Distributed Sensor Networks, vol. 12, n. 06, 2016. Disponível em: http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1155/2016/8178417. Acesso em: 02 de maio de 2017.

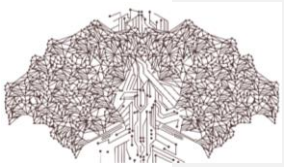
SANTUCCI, G. ***Internet of things: a window to the future***. In: The international digital art magazine, nº 5. Paris: Digital Art International, 2011. Disponível em: http://media.digitalarti.com/files/Digitalarti-5_UK-site-internet-MD.pdf. Acesso em: 04 de maio de 2017.

SINGER, T. **Tudo conectado: conceitos e representações da internet das coisas**. Anais do Simpósio em tecnologias digitais e sociabilidade. Salvador, 2012. Disponível em: http://gitsufba.net/anais/simsocial-2012/. Acesso em: 02 de maio de 2017.

SOLOVE, D. J. ***A taxonomy of privacy***. In: *University of Pennsylvania Law Review*, vol. 154, n. 3. Pennsylvania, 2006. Disponível em: https://www.law.upenn.edu/journals/lawreview/articles/volume154/issue3/Solove154U.Pa.L.Rev.477(2006).pdf. Acesso em: 13 de maio de 2017.

TEAM SNAP. ***Introducing Spectacles!.*** In: *Snap Inc. Blog*, 24 set. 2016. Disponível em: https://www.snap.com/en-US/news/post/introducing-spectacles/. Acesso em: 24 de abril de 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



SOCIALISMO 2.0: A POLITIZAÇÃO DAS CONVERSAÇÕES SOBRE MIGRAÇÃO NO SITE CUBANO CUBADEBATE[1]

Elisa Beatriz Ramírez Hernández[2]; Ângela Cristina Salgueiro Marques[3]; Luis Mauro Sá Martino[4]

Introdução

O processo de reformas impulsionado pelo presidente cubano Raúl Castro no final dos anos 2000 trouxe uma abertura para o debate nacional sobre a atualização do modelo de socialismo cubano. Considerando que o sistema de imprensa cubano é dirigido pelo Departamento Ideológico do Comitê Central do Partido Comunista de Cuba (PCC), geralmente faltam espaços de acompanhamento crítico a essas transformações (Herrera, 2016; Leyva; Somohano, 2008). Por outra parte, o crescente acesso à internet contribui para a constituição de um cenário cada vez mais conflitante e participativo na configuração de novos espaços públicos em rede.[5]

Embora o serviço de Internet esteja disponível à população cubana em espaços públicos de conexão *wifi* ou salas institucionais de navegação, ainda não existe um amplo acesso a esse serviço no espaço residencial, nem via celular, e os preços continuam extremamente altos se comparados com os salários dos trabalhadores comuns. As condições de acesso em pontos de conexão em locais de trabalho do governo, por outro lado, determinam também restrições de navegação, pois são bloqueados muitos dos domínios de páginas estrangeiras, redes sociais e *sites* informativos que são considerados "subversivos" pelo governo (Ramirez Hernandez; Herrera, 2017; Valdés, 2009).

Nesse cenário, as pessoas "privilegiadas" com acesso à internet costumam ser funcionários de instituições e empresas estatais; alguns profissionais como jornalistas, médicos, artistas; pessoas que têm uma renda diferenciada, seja pelo trabalho na área do

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, o conflito e a participação em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestranda em Comunicação Social no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Membro do grupo de pesquisa Margem. E-mail: elisabeatriz88@gmail.com

[3] Doutora em Comunicação Social pela UFMG, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Bolsista de Produtividade do CNPq. E-mail: angelasalgueiro@gmail.com.

[4] Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero (São Paulo, SP, Brasil). E-mail: lmsamartino@gmail.com.

[5] A quantidade de usuários de internet em Cuba tem aumentado recentemente de 27% (2014) a 40% (2016), por exemplo (ONEI, 2017, p.7).

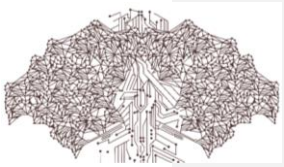
turismo ou porque recebem remessas de familiares no exterior. Grande parte dos cubanos que interage nas redes digitais e também nos espaços públicos virtuais da Ilha são emigrados, revelando uma diáspora que continua vinculada afetiva e emocionalmente à realidade do país (Armony, 2003; Chaguaceda, 2010). Dentre os múltiplos usos que os cubanos fazem das ferramentas digitais, destacamos aqui aqueles que utilizam esse espaço para expressar uma parte da realidade cubana que não aparece nos meios tradicionais.

Certamente, a crescente participação dos cubanos nas novas plataformas de comunicação online impacta na reconfiguração de esferas públicas diversas.[6] Ainda que os meios cubanos tradicionais com presença online tendam a reproduzir os padrões de troca comunicativa característicos dos encontros face a face, chama a atenção, pela abertura ao debate crítico e conflito de opiniões, o *site* governista Cubadebate, criado em 2003. Com a atualização de sua plataforma para a Web 2.0, o que possibilitou o surgimento de um fórum comentários em que se estabelecem conversações (de forma assíncrona) entre os leitores. Se considerarmos as limitações para o amplo acesso às redes sociais no país, plataformas como Cubadebate adquirem maior relevância pela possibilidade que oferecem aos cidadãos de conversarem sobre temas que consideram relevantes[7], exercendo assim sua autonomia política e configurando ações comunicativas práticas de expressão e argumentação.

A partir desse contexto, o presente artigo analisa como os cubanos se apropriam do espaço de comentários do *site* Cubadebate, de forma a se identificarem as potencialidades desses ambientes conversacionais online para a emergência de práticas cívicas e dissensuais. Assim, comparamos dois momentos diferentes de conversações sobre a temática migratória no site, visando analisar como padrões ou mudanças na cultura de conectividade dos comentaristas se relacionam à politização das discussões. Para isso, foram analisados os 354 comentários postados à matéria publicada sob a manchete *Actualiza Cuba su política migratória* (16/10/2012), e os 279 comentários à matéria intitulada *Barack Obama pone fin a la política "pies secos, pies mojados"*

[6] Segundo Herrera (2016), é possível identificar no panorama cubano político: a esfera pública oficial, a esfera cultural/intelectual, a esfera oposicionista, a esfera crítica alternativa oficialmente tolerada, e a esfera diaspórica.

[7] O ranking de Alexa (http://goo.gl/Nfwjuy) coloca o Cubadebate no 5º lugar de preferência pelos cubanos e no 1º em correspondência com as demais páginas do domínio *ponto cu*.



(12/01/2017). Ambas as matérias articulam, a partir do eixo migratório, aspectos relevantes do contexto cubano, como as reformas impulsionadas pelo governo (nesse caso, a migratória) e as relações entre Cuba e os Estados Unidos, duas dimensões que revelam controvérsias latentes entre o projeto político do governo e o projeto de vida dos cubanos.

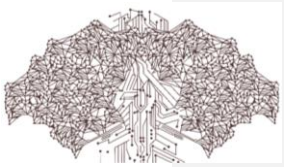
A reforma migratória (2012-2013) eliminou procedimentos burocráticos que, em nome da segurança nacional, limitavam as viagens dos cubanos para o exterior e do exterior, e trouxe discussões sobre o impacto dos êxodos migratórios que por razões políticas ou econômicas têm acontecido após a Revolução Cubana (1959). Nesse sentido, consideramos que as conversações sobre migração no *site* Cubadebate levantam questionamentos centrais sobre um processo histórico revolucionário de mais de seis décadas que ainda continua a se redesenhar.

Conversação cívica online e processos de politização

Partindo dos aportes de Habermas (1987) que indicam articulações entre práticas discursivas caracterizadas por uma menor ou maior força argumentativa, e passando pela proposta de Jane Mansbridge (1999) sobre os fluxos comunicativos que configuram um sistema deliberativo na sociedade, há um grande número de vertentes de pesquisa que revelam as diferentes nuances dos processos de politização das conversações online. Para além dos estudos normativos e centrados no Estado, pretendemos focar naqueles que salientam o papel da conversação cívica nesses processos políticos considerados mais "periféricos".

É preciso definir aqui o que entendemos por "politização" das conversações cotidianas. A conversação online, pautada geralmente pela empatia, pela afetividade e pela narrativização das experiências vividas (*casual political talk on line*), não necessariamente dá origem a um debate político no qual os interlocutores são chamados a posicionar-se diante dos outros, a formular argumentos convincentes e solicitar respostas e justificações dos demais parceiros de interação a respeito de um problema específico. Contudo, como salientam Wojcieszak e Mutz (2009), tópicos políticos controversos podem surgir nessas discussões, nos oferecendo a oportunidade de acompanhar como os interlocutores tematizam um determinado tópico como problema coletivo que exige reflexão e negociação de pontos de vista diferentes, saindo do interesse singular e indo em direção ao interesse coletivo.

Sabemos que na conversação cotidiana se misturam tanto opiniões sobre assuntos da política formal quanto narrativas de eventos cotidianos que compõem a experiência dos sujeitos (MARQUES; MARTINO, 2017; WYATT; KATZ; KIM, 2000; GAMSON, 1992). Mas a politização das conversações rotineiras não tem necessáriamente a ver com o conteúdo temático das trocas, identificado como temas explicitamente referentes a assuntos políticos (políticas



públicas, leis, processos institucionais, práticas de agentes partidários, movimentos sociais, etc.), mas com uma mudança expressiva no modo como os interlocutores se dirigem uns aos outros (reciprocidade[8]): quando da trocas saem de uma dispersividade temática e fluidez nas trocas de turno entre os falantes e passam a evidenciar a tematização de um problema que exige o posicionamento e enfrentamento argumentativo, justificado (os interlocutores têm que explicar os motivos e pressupostos de seus pontos de vista) e orientado para o esclarecimento recíproco dizemos que a conversa "se politizou". Assim, a dimensão política das trocas conversacionais online não é definida apenas pelo conteúdo das trocas comunicativas, mas pela abertura dos interlocutores ao debate (GUTMANN; THOMPSON, 1999).

Nesse viés, Hay (2007) propõe uma análise de diferentes estratégias de politização e despolitização que acontecem entre a esfera privada, a esfera pública e as estruturas governamentais, mostrando como questões específicas se deslocam do "reino da necessidade" (HAY, 2007) ou "mundo da vida" (HABERMAS, 1987) para outros âmbitos e situações de problematização social. Atentando para os processos de politização, por exemplo, Hay (2007) identifica três formas principais em que um assunto pode se politizar (inter-relacionadas entre si): a discursiva, que acontece ainda na esfera privada e se refere à desnaturalização e tematização de determinadas questões na vida cotidiana; a social, na esfera pública, que diz respeito à discussão pública de diversos pontos de vista, em que temáticas começam a ser percebidas coletivamente; a política, na esfera governamental, quando tais debates alcançam instâncias legislativas ou demandam atenção no centro do sistema político.

Wood e Flinders (2014) também enfatizam uma visão dinâmica (mais do que dicotômica) da relação entre processos de politização e despolitização, assumindo assim uma perspectiva que localiza as conversações online em uma rede ampla de espaços de discussão conectados (noção sistêmica das trocar argumentativas e articulação de múltiplas esferas públicas) em que a política não se relaciona apenas com o âmbito de atuação do Estado. Dessa forma, consideramos que a apropriação dos dispositivos de interação online para a construção coletiva de modos de agência política, exige atentar igualmente para as dimensões do conteúdo e da forma através da qual se desenham cenas polêmicas de expressão e interpelação (GRAHAM, 2008; CONOVER;

[8] Consideramos a reciprocidade como um indicador de que os participantes de uma conversação são capazes de escutam aos parceiros de interação e de se engajar com seus argumentos (HABERMAS, 1996, p. 305–306; KIES, 2010, p. 42). ParaWilhelm (2000, p.90), a análise de conteúdo de trocas discursivas online deve considerar não apenas o conteúdo das mensagens, mas também a reciprocidade que se estabelece entre participantes da conversação.

SEARING, 2005; GAMSON, 1992; MARQUES, 2016; STROMER-GALLEY, 2005; WITSCHGE, 2008).

Assim, as análises sobre conversação se complexificam ao incorporarem elementos centrais da materialidade técnica que medeia essas interações, os *affordances* e sua dimensão social e cultural[9].Certamente, o desenvolvimento de populares redes sociais como *Facebook* e *Twitter* tem estimulado pesquisas sobre a natureza de conversações políticas *online*, porém, ainda são limitados os estudos sobre fóruns de comentários nos meios massivos digitais, segundo Graham (2015). Nesse sentido, o autor salienta a necessidade de se ampliarem esse tipo de estudos, já que os comentários (*below the line)* são uma das formas mais populares de plataformas UGC (*User Generated Content*) na mídia *mainstream.*

O foco de estudos recentes em ambientes *online* abre questionamentos sobre a reconfiguração da lógica de interação no espaço digital (DAHLBERG, 2001; DAHLGREN, 2005; WILHELM, 2000; MENDONÇA *et al*, 2016) e as possibilidades e constrangimentos expressivos impostos pelas diferentes plataformas (MAIA; REZENDE, 2016). Um primeiro constrangimento expressivo foi sinalizado por autores como Habermas (2006), Lev-On e Manin (2006), ao mencionar a presença de uma multitude de mini-espaços públicos especializados na web e a consequente fragmentação dos públicos que, reunidos em torno de um grande número de questões pontuais, dificilmente seriam confrontados com opiniões dissonantes e vivenciariam disputas mais acirradas.

Outro constrangimento refere-se ao fato de que as trocas comunicativas em espaços dialógicos da rede nem sempre se apoiam sobre argumentos logicamente válidos e nem sempre as opiniões são acompanhadas das justificações necessárias, além de apresentarem forte teor de agressividade e incivilidade (KIES, 2010; MARQUES, 2016). É comum nas conversações online as pessoas falarem sem escutar, de atacarem pessoalmente os participantes ao invés de questionarem seus argumentos, de confirmarem ao invés de questionarem idéias pré-concebidas e reforçarem convicções ao invés de evidenciarem as premissas que sustentam seus pontos de vista diante

[9] Em uma definição mais geral, *affordances* caracterizam as ações que são sugeridas por um objeto ou um ambiente. O termos aparece em debates acerca da relação entre o aspecto técnico e o aspecto social desses objetos e ambientes, sendo utilizado para prover modos de explorar como as qualidades materiais das tecnologias sugerem certas práticas enquanto são acomodadas e negociadas em usos não previstos (WELTEVREDE; BORRA, 2016).

daqueles que deles discordam (WRIGHT; STREET, 2007). Ocorre também com frequência uma disputa retórica e estratégica por convencimento. Tal disputa revela duas interessantes particularidades das interações online. Primeiro, a argumentação em torno de uma questão é construída em torno de um conjunto de valores, regras, saberes e crenças que são compartilhados pela maioria dos participantes. Assim, quando um participante se insurge contra uma mesagem dominante (ou leitura preferencial de um discurso), ele assume o risco de sofrer constrangimentos e de ser insistentemente forçado a deixar a discussão (WITSCHGE, 2008). Segundo, para além do argumento racional, as trocas nos fóruns tendem a ser perpassadas por conflitos que necessitam de um espectro ampliado de formas de comunicação de modo a certificar aos participantes que seus pontos de vista foram compreendidos.

Percurso teórico-metodológico

Acreditamos que as análises das trocas conversacionais que se estabelecem entre os comentaristas que se apropriam do espaço do fórum em Cubadebate podem ser melhor articuladas a partir da interseção entre: *1) a análise de conteúdo das mensagens e fios de discussão dispostos e armazenados no fórum online; e 2) a análise crítica do ambiente e contexto social no qual essas mensagens são produzidas e consumidas (arquitetura discursiva*[10]*, ideologias e acontecimentos sociais que se relacionam aos assuntos debatidos)*[11].

Assim, foram analisados três aspectos fundamentais das conversações articuladas a partir dos 354 comentários sobre a matéria *Actualiza Cuba su política migratória* (16/10/2012), e dos 279 comentários acerca da matéria *Barack Obama pone fin a la política "pies secos, pies mojados"* (12/01/2017): *a) Reciprocidade na estruturação dos fios de discussão* (mensagens que iniciam ou continuam o debate, emergência e desenvolvimento de núcleos de discussão,

[10] Freelon (2010) enfatiza que a arquitetura discursiva das plataformas de conversação não pode ser considerada como mera ferramenta, pois produz articulações e arranjos flexíveis que interconectam uma variedade de pessoas e discursos com propósitos específicos. A arquitetura sugere certas práticas e usos (que estão abertos à apropriações inesperadas e que ativam outras affordances) e guarda os traços das interações na plataforma sob a forma de dados, sejam eles não processados, agregados ou em alguma forma algorítmica processada, como conteúdos marcados como "populares", "tendências" ou "relevantes". Isso nos revela como o design discursivo de uma ambiência de interação online pode favorecer a emerência de processos políticos e deliberativos.

[11] Não podemos nos esquecer que o ecossistema digital está imerso em um amplo contexto sociocultural, econômico e político onde é inevitavelmente marcado e modelado por circunstâncias históricas (VAN DIJCK, 2013).

narrativização de pontos de vista); *b) A formulação de questões sensíveis* (questões de cunho moral que se conectam a valores e crenças e, por isso, geram dissenso e despertam sentimentos negativos como raiva, desconfiança e incivilidade); *c) Extrapolação da conversação para ambientes externos* (referências a fontes externas; definição e discussão de problemas a partir de pontos de vista individuais e coletivos para além da interação no espaço de Cubadebate, identificação de causas, consequências e soluções dos problemas debatidos).

Análise empírica

A reforma migratória anunciada pelo governo cubano em 2012 se insere num contexto de mudanças impulsionadas pelo PCC e efetivadas em um documento normativo aprovado em 2011[12]. Assim, é possível observar como os enquadramentos acionados revelam o imaginário de expectativas dos cubanos diante desse contexto de transformações. Contudo, para além dessa conjuntura, os enunciados carregam temporalidades diversas: um passado de grandes êxodos migratórios que instaurou uma realidade familiar dividida, o presente marcado por anseios de novas alternativas, e a expectativa futura de que finalmente Cuba começará a andar em direção a um projeto político democrático. Essa marca multitemporal, que se entrelaça quase intuitivamente na fala, é uma das características que prevalece nas conversações de ambos os momentos estudados, de forma que a migração, nesse contexto, ultrapassa o marco da escolha individual ou familiar para se articular com processos históricos e políticos no país.

Por outro lado, há um contraste entre esses dois momentos analisados que surge a partir da própria natureza dos acontecimentos base. Em 2012, quem poderia dizer que tal abertura migratória não favoreceria aos cubanos? Apesar de existirem opiniões que lembravam de uma política migratória absurda durante período anterior, e das restrições que ainda estão vigentes para emigrados cubanos, nos comentários são várias as expressões de *Viva!* encontradas.[13] Por outra parte, a conversação de 2017 se torna muito mais controversa e aberta para a polêmica uma vez que a decisão de Obama faz emergir contradições presentes na realidade de Cuba. A eliminação da política de "pés secos, pés molhados" retira um estímulo para os cubanos se lançarem ao mar rumo à Flórida, limitando também uma das vias de "escape" que muitos cubanos visualizavam

[12]Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución.

[13] Encontramos exatamente quarenta e três "*Viva!"* (a Revolução, Raúl, Cuba), que reproduzem todo um legado de discursos e atos políticos massivos em praças públicas durante várias décadas.

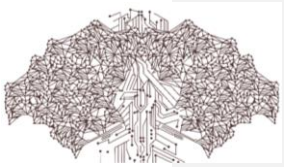
para a realização de seus projetos de vida. É na conversação, no engajamento discursivo dos interlocutores, nas trocas de ideias, opiniões, experiências, que essas contradições vêm à tona.

Dessa forma, enquanto prevalece na conversação de 2012 um entusiasmo geral pelas expectativas de novas oportunidade de migração; percebe-se em 2017 um clima pessimista diante da eliminação da possibilidade de migração ilegal para os Estados Unidos. Esse contraste impacta também no modo como a conversação se constitui, sendo que passamos de enunciados mais individualizados e curtos (2012) para outros mais polêmicos, elaborados e com maior presença de reciprocidade no debate (2017). Há duas questões que podem ser ressaltadas aqui: assuntos percebidos como negativos no nível individual estimulam um maior engajamento político na conversação (embora a notícia de Obama possa ser entendida também como positiva no nível macrossocial das relações bilaterais); que o clima de expectativas positivas gerado no início das reformas do PCC foi se reduzindo durante o intervalo de quatro anos[14], sendo que em 2017 a migração ilegal era percebida ainda como única opção viável diante da precária situação econômica do país.

Ainda que cada conversação analisada se construa sob estratégias discursivas diferentes, há uma semelhança entre ambos os momentos quanto à relevância conferida à temática migratória, de modo a se estabelecer uma narrativa comum do período revolucionário. Em 2012, por exemplo, a maioria dos comentários são elogios que misturam surpresa e alegria com outras opiniões mais controversas que não são ditas com palavras; a expressão “al fin” (finalmente) se repete várias vezes na conversa.

> **Af** dijo: Al finnnnn!!!!! ahora a ver a donde se puede ir. 16 OCTUBRE 2012 A LAS 15:37
>
> **F@B@T** dijo: Al FIIIIIIIIIIIIIINNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNNN!!
> 16 OCTUBRE 2012 A LAS 11:09
>
> **MyImmortal** dijo: QUE BUENO!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! 16 OCTUBRE 2012 A LAS 11:12
>
> **Rony** dijo: Increible!!!!!!!!!!!!!!!!! Nunca pense que llegaríamos ahí….16 OCTUBRE 2012 A LAS 8:25
>
> **O.o** dijo: ya era hora!!! 16 OCTUBRE 2012 A LAS 8:21

[14]Tomamos aqui o intervalo de quatro anos, pois a notícia de 2012 foi publicada em outubro, finalizando o ano, e a de 2017 em janeiro, começando o ano.



> **julio** dijo: Tremendo notición 16 OCTUBRE 2012 A LAS 9:00
>
> **uc@s** dijo: Brillante!!! me he quedado sin palabras. 16 OCTUBRE 2012 A LAS 9:02
>
> **marlen** dijo: waooooooooooo que logroooooooooooo algo que deveria de haber sido asi siempre ,en fin mejor tarde que nuca 16 OCTUBRE 2012 A LAS 11:00

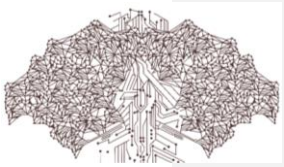
Uma característica desses comentários é a utilização de sinais gráficos que complementam o conteúdo explícito: vários signos de exclamação, repetição de letras para enfatizar a entonação, uso de maiúsculas. Esses elementos todos fazem parte de um discurso paralelo que ultrapassa o simples significado das palavras, mas que se aproxima de emoções, reações, inclusive opiniões que destacam aquela outra parte que não se diz (ou não pode ser enunciada), que refere-se a uma história de proibições e vontades populares reprimidas.

a) A reciprocidade e os enquadramentos coletivos de sentido nas trocas online

Partimos aqui da análise de como a dinâmica interacional dos comentários repercute na construção comum de enquadramentos e discussões em cada caso, ou seja, como e em que medida os comentaristas se posicionam individual e coletivamente na fala, e como constroem (ou não) o diálogo. O fórum Cubadebate é estruturado por dois tipos de comentários: entradas independentes e entradas de respostas; de modo que os participantes podem formalmente tanto fazer um post quanto responder a outro, ou ambas as ações.

Certamente, há uma intenção do meio de estimular a participação dos leitores e a interação entre eles, como indica a evolução do desenho da interface com esses fins, porém, ainda existem problemas que dificultam o desenvolvimento da conversação, e que afeta inclusive os qualidade dos dados utilizados nessa pesquisa. No episódio de 2012, por exemplo, encontramos um bloco de vinte comentários consecutivos que foram publicados em duplicado, pois aparecem no início da conversação, e também depois quase no final, enquanto outros comentários isolados aparecem também repetidos, um sendo a continuação do outro. Rastreando os fios de discussão que se articulam ao longo da conversação, percebemos também casos em que não aparecem todos os comentários que integram um diálogo específico, por exemplo, existem cinco comentaristas que se dirigem ao post da usuária *Lien*, mas o post inicial de *Lien* não aparece; igualmente acontece com os dois comentaristas que respondem a *Alex Cor*, mas não conseguimos ver qual é o comentário que inicia esse fio.

Essas condições dificultam ainda mais a reciprocidade das trocas conversacionais, que já é imitada, em alguma medida, pelo carácter assíncrono e outras características do desenho



discursivo do fórum. Observamos também nesse primeiro episódio de 2012 dois exemplos que, ao mesmo tempo em que evidenciam o esforço dos comentaristas por estabelecer um diálogo com seus interlocutores, mostram como as limitações da arquitetura discursiva impactam na reciprocidade do diálogo e na construção coletiva de entendimentos: a pergunta que o usuário *Anibal* faz aos comentaristas do fórum é respondida pelo usuário *SSP*, mas 129 comentários depois; o post de *JC* recebe um elogio do comentarista *Arturo*, mas 65 comentários depois.

Observamos que, nesse episódio de 2012 prevalecem comentários curtos e sempre de entradas independentes, ou seja, os posts não são respondidos e cada participante aparece isolado.[15] Dessa forma, pode-se pensar que o desenho interacional do fórum se torna pouco útil para promover o debate. No entanto, constatamos que a maioria dos comentários são articulados com o discurso dos parceiros e, sobretudo, que os interlocutores constroem suas intervenções a partir da leitura dos demais comentários. A reciprocidade, nesse caso, não aparece apenas subordinada ao desenho da arquitetura discursiva, mas nasce da argúcia e de um desejo de conhecer e se comunicar com o outro que ultrapassa a mediação tecnológica. É possível perceber que os comentaristas não apenas lêem a notícia, mas o resto dos comentários, reconhecendo assim a importância desse espaço de discussão.

A dificuldade para se estabelecerem diálogos contínuos no site pode ter várias explicações: que os internautas não dominem a lógica formal de interação do site, ou não gostem dela; que o desenho realmente se torna inviável para o propósito que foi criado (o usuário deve introduzir seus dados no formulário para cada entrada por separado, seja independente ou de resposta). Assim, na notícia de 2017 por exemplo, vemos como essas funcionalidades se condensam às vezes em uma entrada só, na qual o comentarista responde a vários dos parceiros e, ao mesmo tempo, constrói seu próprio enunciado individual. Nesse caso, observa-se como, apesar da distância na conversação, os interlocutores mencionados retomam o diálogo e respondem novamente.

Sin palabras dijo:Hay muchos comentarios que parece no tienen los pies puestos en la tierra.
Por ejemplo:
EL MEDICO, yo no los dejo entrar, aunque se hallan ido por problemas economicos, porque el pais tenia un contrato con el pais que estaba de MISION y DESERTO e hizo quedar mal al pais y dejo en evidencia a sus compañeros.

[15] No caso das trocas ocorridas em 2017, onde se identifica maior reciprocidade, também encontram-se fios de discussão diluídos ao longo da conversa.

Adonys: Es cierto luego venian a Cuba a especular y a insitar a jovenes y amigos a que pusieran en peligro sus vidas.
Dany: eso se sabe pues en las redes se comenta mucho esa situación, pero esas lacras no pueden venir de vuelta para aca, que el gobierno de EU haga algo menos devolverlos, que se los coman con papas.13 ENERO 2017 A LAS 9:39/ RESPONDER

José Ruiz dijo: "sin palabras"…sin amor…contra los cubanos…sin cubanía un total reaccionario… disfrazado de frases huecas13 ENERO 2017 A LAS 10:02/ RESPONDER
el medico dijo:no importa si no me dejas entrar la libertad tiene un precio y soy cubano en cuba usa o donde sea prefiero ser libre limpiando pisos que esclavo con un estetoscopio…….15 ENERO 2017 A LAS 17:03/ RESPONDER

Assim, nesse episódio de 2017 nota-se um maior desenvolvimento dos fios de discussão em torno de um tópico específico e engajamento dos participantes na interação discursiva; enquanto que em 2012 os núcleos de discussão se limitam apenas ao escopo de duas ou três pessoas, poucos comentários reciprocamente construídos e uma escassa evolução do diálogo. Isso é possível de ser evidenciado, por exemplo, na discussão que parte da referência aos recursos econômicos necessários para emigrar; passa pela crítica aos cubanos que estão acostumados com o paternalismo do governo que é visto como responsável e provedor absoluto; e chega na problematização dos baixos salários dos cubanos, que se diferenciam do resto do mundo.

> **ROBER** dijo: El que tenga dinero todo ok ,pero y el que no….16 OCTUBRE 2012 A LAS 11:02
>
> **Jorgito** dijo: ROBERT el que no tenga dinero que lo busque. El cubano cuando no llega se pasa… Tate tranquilo… Ahora tambien quieren el dinero para viajar. -En el mundo entero viajar es caro y cuesta- ¿O tambien tenemos que esperar que nos den el viaje por la libreta de abastecimiento. JAJAJAJAJAJAJAJA16 OCTUBRE 2012 A LAS 16:05
>
> **Jorge LGuerrero** dijo: Rober,la mejor respuesta te la dio Jorgito,de mi parte solo me queda decirte,a doblar el lomo nene,por favor lo quieren todo masticadito,eso se acabo papa.
> 16 OCTUBRE 2012 A LAS 19:59
>
> **la lista** dijo: jorguito,,no es que nos regalen el viaje,,pero en todo el mundo el salario juega su papel,,aquí, sabemos muy bien q no,,,17 OCTUBRE 2012 A LAS 8:45

De forma, geral, a análise da reciprocidade entre os posts revelou que na medida em que os comentaristas conseguem dialogar com seus parceiros de interação, incorporar pontos de vista alheios, se apoiar na fala dos outros participantes e contribuir para o entendimento de questões comuns, a conversação evolui do plano individual para a coletivização de questões controversas que surgem no diálogo. Essa relação é muito mais evidente e frequente no episódio de 2017, como explicamos, mas é interessante observarmos também como, apesar das limitações da conversação

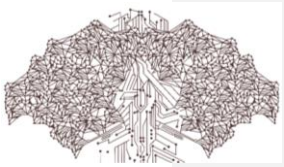
de 2012, percebemos alguns núcleos de discussão que emergem e se diferenciam do resto dos posts independentes.

Olhando para quais interlocutores são endereçados os proferimentos, identificamos no fórum dois tipos de interações que permitem indicar os atores, presenciais ou sugeridos, que se relacionam com a conversação: *comentarista-comentarista*, fundamentalmente nas respostas de parceiros à dúvidas lançadas no fórum (2012) ou contestação/apoio de posicionamentos políticos dos outros (2017); *comentarista-meio Cubadebate*, quando são solicitados esclarecimentos e respostas a dúvidas (2012) ou pelas referências à possibilidades de censura de comentários críticos (2017). Em nenhum dos casos os editores de Cubadebate aparecem em cena, ao menos não explicitamente, de forma que a conversação no sentido *Cubadebate-comentarista* não acontece. É possível notar como, atualmente, os posicionamentos elaborados por Cubadebate diante das notícias têm como origem os questionamentos apresentados pelos leitores no fórum de comentários, o que se diferencia completamente do episódio de 2012. Essa atitude indica a relevância que esse forum possui para a configuração da política editorial do *site*.

Por outra parte, é interessante observarmos um terceiro tipo de interlocutor que aparece subentendido na conversação e que pode contribuir para a compreensão da participação dos comentaristas no fórum e do papel desse espaço de trocas online no contexto cubano. Certamente, os leitores de Cubadebate associam esse meio com outros espaços da mídia tradicional, fundamentalmente o programa televisivo de análise política Mesa Redonda Informativa, criado por Fidel Castro no início dos anos dos mil[16]. Assim, os enunciados revelam um entendimento coletivo de que os meios cubanos de comunicação são regulados diretamente pelo governo e de que aquele fórum não é apenas um espaço de discussão pública, mas um canal de comunicação direta com os máximos dirigentes políticos do país.

Os posts de 2012, fundamentalmente relacionados a dúvidas sobre a nova lei, são maiormente endereçados a: Raúl Castro (simbolizando a Revolução, o Governo, a Pátria); autoridades de imigração; Randy (primeiro nome do diretor do programa Mesa Redonda e de Cubadebate); sem interlocutor definido mas orientados à busca de informação junto aos comentaristas, funcionários, ou editores do site em geral. Uma multiplicidade de interlocutores que, ao final, são identificados como um só; reconhecendo assim a onipresença do governo político em todas as esferas da vida pública. Ao total, foram contabilizadas umas vinte menções ao programa televisivo da Mesa Redonda como apropriado para responder ao volume de

[16]O site Cubadebate e o programa televisivo Mesa Redonda Informativa são dirigidos pelo Departamento de Informação do Comitê Central do Partido Comunista de Cuba.



questionamentos que surgem no fórum; vários comentaristas sugerem também outro popular programa de TV sobre legislação.

b) Formulação de questões sensíveis

A politização das conversações online também ocorre graças ao modo como questões controversas fazem com que os interlocutores tenham que formular seus pontos de vista sob a forma de argumentos os quais devem defender diante de outros que lhes parecem ofensivos. Assim, uma questão controversa envolve a mobilização de valores e crenças, não apenas de dados e fatos concretos. Sentimentos morais como empatia, solidariedade, ódio e injúria podem ser envolvidos como aspectos sensíveis que moldam essas questões e as disseminam rapidamente nas redes de conversação do cotidiano, sobretudo as redes digitais (MARQUES; MARTINO, 2017; WRIGHT; STREET, 2007).

Nesse sentido, uma característica própria do episódio de 2017 é a presença de determinados comentários ou atores que geram polêmica ao longo da conversação, seja no fio de respostas continuas ou mesmo em outras entradas posteriores. Por outra parte, enquanto a presença de reciprocidade na conversação de 2012 envolve geralmente apenas dois interlocutores, onde um responde a outro; no caso de 2017, podemos observar a ampliação desse diálogo para um segundo ou terceiro nível de interação, no qual as entradas de resposta podem estar direcionadas tanto ao comentário que inicia a discussão quanto aos participantes que continuam o fio. Nesse sentido identificamos que comentários que atacam de alguma forma a integridade moral dos cubanos de dentro ou fora de Cuba geraram discussões mais polêmicas e prolongadas. O comentário do usuário *Jalime*, por exemplo, for referenciado oito vezes na conversação, revelando intensas discordâncias e tratamento hostil por parte de alguns interagentes.

Jalime dijo: que triste los cubanos no tenemos derecho de vivir bien en donde te de la gana eso no favorese nada este pais vive de remesas ,cuando no alla escape bamos aver lo que se forme aquí 12 ENERO 2017 A LAS 18:46/ RESPONDER

Oscar dijo: El único derecho que uno tiene es el de vivir en el país donde nació. En el resto del mundo uno recibe el PRIVILEGIO de una visa,el PRIVILEGIO de una residencia, el PRIVILEGIO de una nacionalidad
NOS HEMOS ACOSTUMBRADO A LAS GRATUIDADES INDEBIDAS 12 ENERO 2017 A LAS 23:33 / RESPONDER

> **Alexis M** dijo: Gratuidades indebidas ? Y toda la m…da q hemos recibido a cambio (terrorismo, bloqueo,ataques,exclusión …) eso no es gratis13 ENERO 2017 A LAS 0:45

> **Oscar** dijo: Estimado Alexis, no comprendo su respuesta. Posiblemente mi comentario no esté bien redactado. No es mi intención negar lo que ha costado el terrorismo a Cuba13 ENERO 2017 A LAS 2:04

yailen dijo: estimada jaline no concuerdo con tu comentario de que triste los cubanos no tenemos derecho de vivir bien en donde te de la gana eso no favorese nada este pais vive de remesas ,cuando no alla escape bamos aver lo que se forme aqui, aqui tu vives donde quieras segun tus posibilidades y las personas que viven si hacer nada que trabajen para vivir y que no esten en el invento uno es libre de hacer lo que quiera a que algunos se acomoden a vivir la dulce vida eso es otra cosa 13 ENERO 2017 A LAS 9:34/ RESPONDER

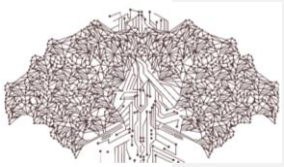
Adalberto dijo: Jalime, que desagradable tu comentario. Todo parece indicar que quieres vivir de una forma que no sea el trabajo honrado. Al parecer no lo logras porque no estudiaste, al menos eso me parece por tan mala ortografia. 13 ENERO 2017 A LAS 10:26 / RESPONDER

iris 86 dijo: Jalime quien te dijo que los cubanos no podemos salir de este país, mientras que sea de una forma segura que no le cueste la vida a nadie ,lo que pasa es que tu eres de los que nooooo han hecho nada productivo por este tú País y lo que quieres es vivir de las remesas de alguien que vive en el norte que se jugó el pellejo para que tú seguramente te dieras una vida de comodidades sin trabajar ni estudiar cosa esta que te vendria muy bien por tu ortografía, ha y no creas que no tengo familia que se hayan sometido a se mejante situación por el sueño Americano. 13 ENERO 2017 A LAS 11:58/ RESPONDER

> **Respeto** dijo: Disculpeme iris86 y Adalberto pero no estoy de acuerdo en que ustedes jusguen a jalime sin conocerlo yo conosco muchas personas que son universitarios y no ejercen su profecion y estan inventando en la calle o si no tienen negocios por cuenta propia yo quieron que me expliquen PORQUE, aqui mucha gente en este pais mal viven de sus salarios promedios que son 500 pesos en moneda nacional que equivalen a 20 cuc… 13 ENERO 2017 A LAS 22:34

gus dijo: estimado adalberto,es posible que jalime no halla podido estudiar como haces referencia en tu comentario ,pero que escaso de recursos eres, por que para tu información ,en este pais los que hemos estudiado, y debemos vivir de nuestro holgado salario ,sin recibir remesas de exterior, ¿estamos viviendo? ME PARECE QUE NO, estamos tratando de subsistir EL DIA A DIA ,sin contar los maltratos que recibimos en todas las esferas de la nación. 13 ENERO 2017 A LAS 11:31

Nesse caso, a discussão se elabora a partir do desacordo com opiniões que são consideradas injustas, incorretas ou contrárias a um sistema de valores compartilhados pela maioria. Percebemos assim como a conversação se politiza a partir da abertura para o conflito e o encontro com pontos de vista antagônicos (MARQUES; MARTINO, 2017). Há a formulação de justificativas para os pontos de vista defendidos e uma apresentação de razões publicamente defensáveis.



Maia et al (2017) revelam como falar sobre questões sensíveis pode tanto despertar experiências de opressão e desvalorização, quanto produzir solidariedade em torno de valores comuns. O importante é que assumam o risco da discordância e explicitem as premissas e razões que orientam a tentativa de entender e enquadrar um problema.

c) Extrapolação da conversação para o contexto sociopolítico mais amplo

O engajamento recíproco e a elaboração coletiva de posicionamentos conflitantes entre interlocutores da plataforma Cubadebate nas conversações de 2012 e 2017 contribuem não apenas para o desenvolvimento da reflexividade em torno dos problemas identificados e tematizados coletivamente; mas também para a elaboração de um discurso crítico que vai além do marco da conversação e questiona o contexto político mais amplo. Podemos observar a diferença entre o que pode ser considerado como perspectiva crítica em um e no outro caso. Em 2012 a crítica é direcionada para a demanda pela autodeterminação dos cubanos:

> **AG** dijo:Es increible el aire de alegria que se nota en la calle, aunque la mayoría no vayamos a ir a ningun lado, el al menos sentirte LIBRE te hace vibrar el alma. Nos lo merecemos!!
> 16 OCTUBRE 2012 A LAS 10:27

> **Czar** dijo:Los molinos del senor muelen lentamente, pero muelen.No deberiamos haber esperado tanto tiempo para que las cosas tomaran su normal curso. Aun faltan cambios y como faltan 16 OCTUBRE 2012 A LAS 13:37

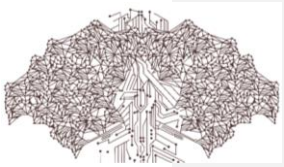
> **PsicologoDeportivo** dijo:Felicidades Compatriotas al fin cumpliremos nustros sueños de conocer otro mundo gracias.16 OCTUBRE 2012 A LAS 11:14

> **AMC** dijo:En sentido general esto hace que el cubano se sienta más dueño de su vida, más libre en la toma de sus decisiones. Saludos.16 OCTUBRE 2012 A LAS 9:20

Por sua vez, em 2017 a crítica se estende ao sistema político e econômico e contra o papel dos dirigentes políticos do país; o comentário do usuário *Demos* recebeu seis referências posteriores na conversação:

> **ervin** dijo:me parece q se le ha ido la mano a Obama, q la mano, el cuerpo entero, para nadie es un secreto q aunque peligroso, el mar es hoy x hoy la unica via expedita de muchos jovenes de arribar a los EEUU, y el parole, por favor la opcion de no tener q tributar nuca mas a un señor feudal q te da 1 y se queda con 9.Adelant cubanos 13 ENERO 2017 A LAS 14:25

> **ConCausa** dijo:De verdad , que el cubano nació para sufrir ,quien dijo que los cubanos se van de Cuba por la Ley de Ajuste Cubano,quien dijo que dejerán de irse cubanos por cualquier vía,miren el cubano se va porque aquí no hay alternativa es con ¨Los Castros o en contra de ellos¨,los que queden fuera de este marco vamos ¨excluidos¨, en mi país



> por decir publicamente esto que acabo de decir me cuesta el trabajo, me pueden encerrar,me hacen la vida inmposible,y toda mi familia hasta aquellos que no tienen nada que ver…13 ENERO 2017 A LAS 13:16

> **DEMO** dijo: Ya es hora de que cuba haga cambios y acabe de reconocer otras alternativas de pensamiento, incluso de una izquierda más moderada, ese pensamiento radical que no deja espacios dentro del parlamento, ni derecho a otro pensamiento, es obsoleto hace décadas, ese también será un mal legado para el futuro, haber gobernado bajo la imposición de un pensamiento único… 13 ENERO 2017 A LAS 10:29

> **marby** dijo: DEMO , muy de acuerdo contigo ,lo q pasa q aqui casi nunca publican opiniones q discrepen de su pensamiento rigido e intolerante ,pero son millones de cubanos q piensan como nosotros y ademas el acceso a internet es bastante limitado y caro ,pero esdtoy plenamente de acuerdo q EN LA BANCADA PARLAMENTO ,DEBEN HABER ASIENTOS RESERVADOS PARA OTRAS TENDENCIAS Y PROYECTOS ,ESO NO SE LLAMA INJERENCIA COMO QUIEREN HACER VER ,ESTE GOBIERNO ESO SE LLAMA DEMOCRACIA 21 ENERO 2017 A LAS 13:14

Nesse sentido, a conversação não deve ser entendida apenas no escopo de sua realização efetiva, mas entrelaçada com as referências externas, textuais e meta textuais, que permeiam a produção dos enunciados. Como vimos, na busca por informação e construção de enunciados, os comentaristas acionam todo o universo de referências que extrapolam o âmbito das trocas online para outros espaços concomitantes, revelando assim uma espécie de mapa mental comum das relações sociais em Cuba.

Por outra parte, as referências a elementos externos ao espaço da conversação funcionam também como parte da argumentação: um comentarista publica a lista de universidades americanas e o valor da matrícula anual para justificar o critério de que o governo cubano tem o direito de reter os profissionais qualificados formados gratuitamente; outra pessoa introduz um link a uma página com um charge que ridiculiza grupos opositores ao governo cubano; um participante posta um texto que tomou da página do Facebook de um cubano emigrado nos Estados Unidos enquanto outros fornecem informações em resposta às dúvidas de ouros participantes.

Dessa forma, emergem contradições e opiniões diversas que compelem os interlocutores a se posicionarem diante uma variedade de opiniões políticas em um processo que não é comum no espaço público da Ilha. A relevância dessas conversações para a constituição de um debate público crítico em Cuba deve ser entendida também diante das limitações do acesso à rede no país e de práticas de censura e autocensura que permeiam a atuação política dos comentaristas. A nosso ver, o espraiamento temático das questões formuladas no espaço dos comentários revela como as conversações online podem se entrelaçar a outras esferas públicas de debate, auxiliando

a configurar redes temáticas e discursivas capazes de alimentar sistemas deliberativos mais amplos.

Considerações finais

A história de compromisso do povo cubano com o processo revolucionário e, ao mesmo tempo, a não existência de movimentos sociais ou práticas cidadãs que questionem o agir governamental, fazem parte de uma cultura política particular dos cubanos das últimas seis décadas. Devido à ausência de estruturas democráticas em Cuba e de canais que possam formalmente viabilizar a organização da sociedade, em meio a uma possível transição democrática, trocas conversacionais *online* e *off-line* podem contribuir para a formação e emergência dos sujeitos políticos que participam desse processo.

A literatura sobre conversação online delimita as características dos diferentes ambientes de trocas comunicativas: redes sociais, fóruns de discussão política, blogs, fóruns de discussão administrados pelo governo, espaço de comentários no jornal, etc. Contudo, em um contexto tão complexo como o cubano (e outras sociedades que experimentam processos de transição democrática, transformações sociais ou crises políticas), essas fronteiras se diluem cada vez mais, sobretudo no cerne do imaginário popular que modela a conversação. Assim, se faz necessário construir modelos metodológicos apropriados para a abordagem de espaços de conversação online em relação com o contexto em que essas práticas comunicativas acontecem. Essa perspectiva permite ampliar o entendimento de processos de politização de conversações online, a partir da articulação das possibilidades expressivas da plataforma, a lógica de apropriação dos usuários, e o contexto social mais amplo que atravessa esses espaços.

Podemos dizer que na conversação de 2012 as interações comunicativas são voltadas para a compreensão coletiva das implicações da nova lei e quais benefícios poderia trazer para o projeto de vida dos cubanos. Assim, interesses individuais são acionados coletivamente, pois muitas pessoas visam esclarecer em conjunto sua própria situação e possibilidades de viajar/migrar; embora exista também nesses enunciados uma conexão implícita com o contexto político mais amplo. Contudo, devido ao pouco desenvolvimento de fios de discussão ou mesmo do espírito positivo que desencadeia a notícia, a problematização de questões políticas que atravessam a temática é mais limitada.

Já no episódio de 2017, observamos uma maior quantidade de núcleos de discussão bem definidos, constituídos a partir de entradas independentes que são seguidas de várias respostas; embora acontece muitas vezes que o fio de discussão se corta e é retomado posteriormente por

outro comentarista em um post independente que se refere àquele tópico. Assim, identificamos nesse caso uma maior reciprocidade no debate, questionamentos críticos sobre a realidade política na Ilha e o desenvolvimento de uma conversação orientada ao entendimento coletivo de problemas sociais comuns. Diferentemente do outro episódio analisado, os pontos de vista expostos pelos comentaristas em 2017 também acionam narrativas pessoais, nacionais, histórias de vida que se entrelaçam com a história recente da nação. Dessa forma, os posts correspondentes a esse segundo episódio são muito mais extensos, elaborados, e articulados em torno dos principais tópicos que emergem na discussão.

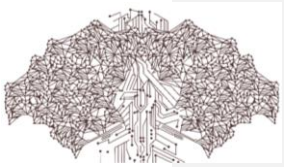
Em ambas as conversações analisadas, se reitera que os comentaristas tematizam a emigração de profissionais (médicos e outras profissões que representam a mão de obra qualificada) e as dimensões políticas externas e internas do ato de migrar (relação com os Estados Unidos *vs.* insuficiência do governo para sustentar a economia interna). Revelam-se assim tensionamentos entre o papel que deve desempenhar o Estado e os direitos que cabem aos cubanos na livre determinação de escolhas de vida. Nesse sentido, identificamos alguns dos principais enquadramentos que são acionados coletivamente pelos comentaristas de 2017: causas e consequências do fenômeno migratório (políticas, econômicas) são debatidas a partir de valores (coletivos) e expectativas (individuais) que entram em conflito; se problematiza o lugar do cubano "fiel à Revolução" *vs.* legitimidade da identidade nacional dos emigrantes; se desidentifica a questão migratória como assunto de relações internacionais e passa a se localizar no terreno das relações internas do Estado com os cidadãos e no âmbito da cotidianidade.

Esta análise mostrou que na medida em que os sujeitos aprimoram uma lógica de interação comunicativa mediada tecnologicamente, têm mais possibilidades de se engajarem politicamente, tendem a ser mais criativos na elaboração do discurso e proativos na proposta de soluções. Assim, percebemos que o desenvolvimento recente de
uma cultura de conectividade entre os cubanos contribui para que problemáticas latentes no imaginário social possam transitar para um espaço público de visibilidade e questionamento coletivo.

Palavras-chave: conversação online; politização; Cuba; migração; cubadebate.

Referências bibliográficas

ARMONY. A. (2003). Civil Society in Cuba: A Conceptual Approach. In: CRAHAN. M. **Religion, culture, and society: the case of Cuba**. A Conference Report. Washington, D.C. Woodrow Wilson Center Reports on the Americas / No. 9. Chapter 2.



BERG, J. The impact of anonymity and issue controversiality on the quality of online discussion, **Journal of Information Technology & Politics**, (2016) 13:1, 37-51.

CHAGUACEDA, A. (2010). La campana vibrante. Intelectuales, esfera pública y poder en Cuba: balance y perspectivas de un trienio. ***Contracorriente***, 7, 3, 323-360.

CONOVER, P.; SEARING, D. Studying 'Everyday Political Talk' in the Deliberative System. **ActaPolitica**, v. 40, p. 269-283, 2005.

DAHLBERG, Lincoln. The internet and democratic discourse: exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. **Information,Communication & Society**, v.4, n.4, p. 615-633, 2001.

DAHLGREN, P., The Internet, Public Spheres, and Political Communication: dispersion and deliberation. **PoliticalCommunication**, n.22, pp.147-162, 2005.

FREELON, Deen G. Analyzing online political discussion using three models of democratic communication. **New Media & Society**, v. 12, n. 7, p. 1172-1190, 2010.

GAMSON, W. **Talking Politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

GRAHAM, T. Needles in a haystack: a new approach for identifying and assessing political talk in nonpolitical discussion forums. **Javnost-the public**, Ljubljana, v.15, n. 2, p. 17-36. 2008.

GUTMANN, Amy & THOMPSON, Dennis. Democratic Disagreement. In: MACEDO, Stephen (ed.). **DeliberativePolitics: essays on democracy and disagreement**. Oxford: Oxford University Press, p. 243-279, 1999.

HABERMAS, J. **Between facts and norms**. Cambridge, MA:MIT Press, 1996.

HABERMAS, J. **The Theory of communicative action: vol. II. Lifeworld and system: a critique of functionalism reason**.Boston: Beacon Press, 1987.

HAY, C. **Why we hate politics?** Cambridge: Polity Press. 2007.

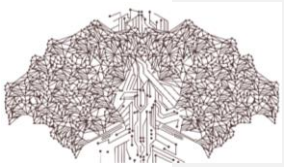
HERRERA, A. P. **A mídia religiosa na esfera pública em Cuba: o papel desempenhado pela revista Espacio Laical**. [Tesis de Maestría]. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, 2016.

KIES, R. **Promises and limits of web-deliberation**. New York, NY: Palgrave McMillan, 2010.

LEYVA, A. & SOMOHANO, A. (2008). Los intelectuales y la esfera política en Cuba: el debate sobre políticas culturales. **Temas**, 56, 44-55.

MAIA, R. C. M.; REZENDE T. A. Respect and Disrespect in Deliberation across the Networked Media Environment: Examining Multiple Paths of Political Talk. **Journal of Computer Mediated Communication** 21, pp. 121–39, 2016.

MAIA, Rousiley Celi Moreira et alli. Conversação e deliberação sobre questões sensíveis: um estudo sobre o uso das razões que circulam nos media. **Galáxia**, nº 34, Jan.-Abr. 2017, p. 55-72.



MANSBRIDGE, J. Everyday Talk in Deliberative System. In: MACEDO, S. (ed.). **Deliberative Politics: essays on democracy and disagreement**. Oxford: Oxford University Press, p. 211-239, 1999.

MARQUES, A. C. S. Dimensões do processo comunicativo na deliberação online: trocas argumentativas, criação de cenas dissensuais e construção do sujeito político. In: MENDOÇA, R. F.; PEREIRA, M.A.; FILGUEIRAS, F. (Org.). **Democracia Digital: publicidade, instituições e confronto político**. 1ed.Belo Horizonte: Editora UFMG,v. 1, p. 237-262. 2016.

MARQUES, A. C. S.; MARTINO, L. M. S. Aspectos éticos e políticos da conversação online. **In: Mídia, ética e esfera pública**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2016.

MARQUES, A. C. S.; MARTINO, L. M. S., A politização das conversas cotidianas e suas relações com processos deliberativos. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, E-compós, Brasília, v.20, n.1, jan./abr. 2017.

ONEI. Capítulo 17: Tecnología de la información y las comunicaciones. In: **Anuario estadístico de Cuba 2016, 2017**. Disponível em:<http://www.one.cu/aec2016/17%20Tecnologias%20de%20la%20Informacion.pdf>. Acesso em: 13/09/2017.

RAMIREZ HERNANDEZ, E.B.; PADILLA HERRERA, A. Desarrollo, alternativas y cambio social desde la comunicación: una mirada al observatorio crítico de Cuba. **COMMONS. REVISTA DE COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA DIGITAL**, v. 6, p. 148-165, 2017.

SACK,W. Discourse Architecture and Very Large-scale Conversation, in R. Latham and S. Sassen (eds) *Digital Formations: IT and New Architectures in the Global Realm*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005, p.242–282.

STROMER-GALLEY, J. Decoding deliberation online. Paper presented at the **Second Conference on Online Deliberation**, Palo Alto, California. Maio, 2005.

VALDÉS, J. (2009). *El espacio y el límite*. Instituto Cubano de Investigaciones Culturales Juan Marinello. La Habana: Ruth Casa Editorial.

VAN DIJCK, J. Engineering Sociality in a Culture of Connectivity. In: VAN DIJCK, J. **The culture of connectivity: A critical history of social media**. Oxford University Press, 2013.

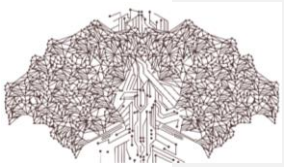
WELTEVREDE, E. ; BORRA, E. Platform affordances and data practices: The value of dispute on Wikipedia. **Big Data & Society**, v. 3, n. 1, p. 1–16, 2016.

WILHELM, A. **Democracy in the digital age: challenges to political life in cyberspace.** London: Routledge, 2000.

WITSCHGE, T. Examining online public discourse in context: a mixed method approach. **Javnost-the public**, 15, 2, 2008, 75-92. 2008.

WOOD, M.; FLINDERS, M. Rethinking depoliticisation: beyond the governmental. **Policy & Politics**, 42(2), 151-170, 2014.

WRIGHT, Scott; STREET, John. Democracy, deliberation and design: the case of online discussion forums. **New media & society**, v. 9, n. 5, p. 849-869, 2007.



WYATT, R. O.; KATZ, E.; KIM, J. Bridging the spheres: Political and personal conversation in public and private spaces. **Journal of communication**, v. 50, n. 1, p. 71-92, 2000.



SOCIEDADE ECOSSISTÊMICA E STREAMS DA TWITCH COMO OBRAS CIBERCULTURAIS

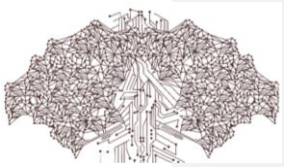
Nicholas Gialluca Domene

Em um contexto de comunicação instantânea e massificada entre quantidades imensuráveis de humanos e não-humanos, os conceitos do século XX sobre social e objetos culturais tornam-se obsoletos. Não vê-se mais autoridade ou imposição na distribuição de informações como proposto por Adorno e Horkheimer, que atribuíam à mídia a responsabilidade de impôr e propagar somente a ideologia da classe dominante, simplificando e emburrecendo as massas por uma imposição do que seria a cultura dessa nova classe, possível após o advento e a disseminação das técnicas de comunicação em massa, como o rádio e a televisão. A figura da sociedade em massa é derivada do advento das tecnologias de impressão, que determinaram um produtor de informação, excluído e superior, e uma massa consumidora, aglomerada e rebaixada. A mídia teria o papel de reprodução e imposição da ideologia vigente:

> "Na época industrial, com o advento da máquina a vapor, da eletricidade e da produção de massa, a análise da função social da mídia se deteve principalmente nos estudos dos processos de distribuição e reprodução da ideologia dominante e do modo de produção capitalista, subordinando a função social da comunicação à lógica produtiva." (DI FELICE, 2013, p. 50)

Neste contexto, a mídia teria um papel exclusivamente integrador da sociedade, excluindo sua capacidade emancipadora dos indivíduos.

Não mais nos é permitido compreender a sociedade por uma lente tão simplista e reducionista. Em primeiro lugar, não é possível reduzir toda a produção cultural massificada em uma idealização do Capital, como se o sistema econômico e o conjunto de ideologias da classe mais rica fossem uma unidade, uma entidade com vontades, desejos, forças, aflições e medos. Do pensamento unitário restam só os vícios, pois compreende-se que a realidade é quanto mais inexplicável, ou ainda que a realidade é a incerteza de si própria (MORIN, KERN, 2011). Em segundo lugar, com o conceito da autopoiesis de Maturana e Varela se disseminando por todos os campos do conhecimento, da biologia à sociologia, entende-se que não há possibilidade em imposição sem uma contrapartida do imposto. Não há mais um fluxo unilateral de cultura ou informação e isso se apresenta diretamente no universo econômico.



Com a chamada *Internet 2.0*, vê-se uma mudança no consumo, uma vez que o próprio produto da internet não é mais o conteúdo unilateral, com uma figura de produtor/criador/autor presente, mas é a própria interação que a plataforma digital permite:

> "Os significados econômicos de tais transformações remetem à passagem da centralidade do processo de produção e venda de um produto para a centralidade do processo informativo, que transforma a prática do consumo numa troca de informações entre o público e os fluxos informativos da mercadoria. Estes, com efeito, constituem os verdadeiros artífices da construção do valor" (DI FELICE, 2009, p. 270)

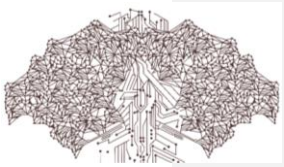
Não mais o valor dos produtos da rede são o próprio conteúdo produzido por um determinado criativo, um indivíduo acima dos demais na escala da produção, mas o produto em si é o aglomerado de indivíduos e a conexão entre todos. A interação assume papel prioritário diante do conteúdo que levou todos àquele lugar. Um exemplo disso é a abordagem do The Financial Times, que diz que os usuários que comentam pelo menos uma vez por semana consomem o website até 7 vezes mais do que usuários que só consomem o conteúdo tradicional da mídia.[1]

A Twitch.tv é a maior rede social de *streams*, comportando mais de 15 milhões de usuários diários, mais de 100 milhões mensais, com aproximadamente 100 minutos de consumo por pessoa[2], e apresenta um novo modelo de produto cultural: uma apresentação pouco roteirizada, em sua maior parte uma partida de videogame comentada pelo próprio jogador/apresentador, e uma interatividade intensa com o público por meio de um *chat*, em que qualquer espectador com conta na Twitch pode deixar sua opinião, sugestão, crítica, etc.

Além dos novos conceitos de ecossistemas para compreender o social, e compreender a criação e disseminação de informações como rizomas (DELEUZE, GUATTARI, 1995), como caules e nós sem começo ou fim, a Twitch apresenta uma nova problemática na disseminação de conteúdo, uma vez que o contato com os espectadores é constante e em tempo real. O papel de ecossistema se mostra muito mais presente nesse ambiente, em que o apresentador, ponto-chave do conteúdo e figura central do ambiente, do acontecimento, é insistentemente e inegavelmente influenciado segundo a segundo por todos os espectadores que quiserem se fazer presentes e

[1] https://digiday.com/uk/financial-times-reader-comments/

[2] https://www.twitch.tv/p/about/



quiserem participar do evento. O comentarista e especialista hoje é questionado em tempo real e tem uma fragilidade muito acentuada de sua superioridade de conhecimento no assunto.

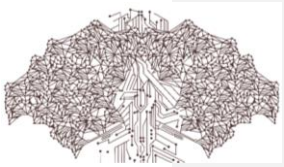
Além disso, conexão significa reciprocidade. Se nós construímos o social, ele nos constrói. O chat da Twitch veloz permite uma *hivemind*, em que os comentários instantaneamente influenciam no que o espectador pensa sobre o acontecimento e direcionam seu próximo comentário (seja concordante ou discordante). Fazer parte de uma hivemind compreende construir essa consciência coletiva e magna, e ao mesmo tempo emprestar e abdicar-se de sua autonomia, acreditando serem espontâneos comportamentos altamente influenciados, direcionados e de origem externa. Não existiria hivemind se percebêssemo-nos como meros seguidores de uma manada. A própria ideia da quebra da alienação (CHAUÍ, 1980), de entender como soberana e imutável uma instituição (seja uma entidade, uma construção social, um conceito econômico, etc) alienígena ao seu próprio alcance de mudança, levando a um comportamento apaziguador, conformista e ao extremo autoritário, leva à emancipação da autoridade como construtora da realidade e traz à tona a conscientização de que tudo que nos cria também é criado por nós ao mesmo tempo. Isso teoricamente indicaria uma maior autonomia a seus participantes, uma vez que compreendem seu papel tanto de consumidor como de criadores da ideologia, do conteúdo, da informação, etc; mas assumindo ambos papéis, conscientemente agem como criadores e inconscientemente como consumidores cegos, pois acreditam fielmente em sua própria autonomia. Um levantamento parecido foi feito por Slavoj Zizek em uma palestra entitulada *Digital Civilization*[3], quando questiona se um rato, com seu sistema nervoso atrelado a um mecanismo, tem seus movimentos controlados por seres humanos mediados por máquinas e disparos elétricos, acredita ter autonomia sobre seu próprio corpo, e conclui que se isto fosse imposto a seres humanos, nós não veríamos contradição entre o livre arbítrio e o comportamento ou movimento impostos por tal máquina.

O objetivo do artigo é analisar o fenômeno da Twitch.tv como novo produto cultural à parte dos modelos previstos até então, e como um exemplo do novo tipo de social ecossistêmico.

Pierre Levy em sua obra *Cibercultura* nos apresenta à ideia do que seria um produto dessa nova cultura cibernética, como sendo uma obra essencialmente aberta. Ele descreve a obra cibercultural como:

> "Os testemunhos artísticos da cibercultura são obras-fluxo, obras-processo, ou mesmo obras-acontecimento pouco adequadas ao armazenamento e à conservação. [...] quanto mais a obra explorar as possibilidades oferecidas pela

[3] https://www.youtube.com/watch?v=u3iDKaRCQro



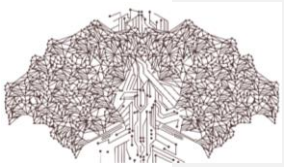
> interação, pela interconexão e pelos dispositivos de criação coletiva, mais será típica da cibercultura… e menos será uma "obra" no sentido clássico do termo." (LEVY, 1999, p. 147)

Uma obra cibercultural, de acordo com o autor, não pode ser totalizada por uma autoridade, e ele determina duas possibilidades: o autor e a gravação. O autor totaliza a obra pela autoridade que tem em determinar seu fim, seu término. A gravação por impôr a rigidez física, a estabilidade material da obra. Em uma obra da cibercultura, não há estabilidade material pois a obra em si é tanto o conteúdo proposto quanto a interação entre os fãs, e o autor não impõe quando é o fim da obra pois ela sempre pode ser revisitada e tomada como matéria prima para outras obras. No caso da Twitch, a figura do autor se dá pelo proprietário do canal, que inicia e encerra as streams e dá o intervalo temporal em que o conteúdo se apresenta e a interação ocorre.

Nas épocas pré-técnicas de comunicação em massa, o performer de uma obra, fosse uma história, uma música, uma peça de teatro, tinha sempre sua audiência face a face, passível de ser avaliada momento a momento para ajustar detalhes da performance, quando possível, para alcançar o interesse do público (a performance como "organismo", que respira, percebe e reage). Nestas épocas e nestes contextos, a audiência era íntima da performance, mas limitada em sua quantidade: por maiores que fossem os auditórios, uma peça não poderia ser executada para mais de poucos milhares de espectadores. Com o advento destas técnicas de comunicação em massa, e com a evolução das técnicas de reprodução, que possibilitaram a disseminação de obras clássicas para públicos do mundo todo (BENJAMIN, 1975), o performer viu-se intermediado da audiência pelas técnicas de reprodução: o músico pelos métodos de gravação e reprodução sonora, o ator pela câmera, o montador, o diretor, o ruído visual da projeção, etc; mas ganha em audiência, uma vez que cada performance potencialmente pode ser vista por milhões de espectadores. Hoje, com a sociedade em rede, com o fluxo de informações não imposta, a cultura ecossistêmica, o consumo e a criação de produtos numa troca quase imediata, provocando uma produção industrial de caráter autopoiético com o mercado, a obra de arte vê-se com o potencial de atingir milhões de pessoas simultaneamente e com a condição interativa de se avaliar e reagir, como organismo, a essa audiência, criando assim a obra de arte da cibercultura, como é a stream da Twitch.tv.

É benéfico à compreensão do tema uma rápida abordagem sobre o comportamento de consumidor de um torcedor de *e-sports* ordinário para depois abordarmos os resultados de uma pesquisa empírica sobre o assunto, demonstrando como a interação se relaciona com o ambiente esportivo em geral e qual sua peculiaridade gerada na transposição para o ambiente cibernético.

CS:GO é esporte de subcultura, sua disseminação não é a partir de uma figura vertical como progenitor, mestre ou instituição para consumidor jovem, mas sim de consumidor jovem



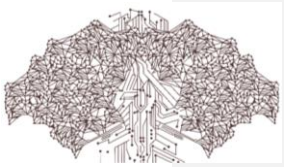
para consumidor jovem ou de descoberta espontânea. O espaço é um fator irrelevante para a prática e disseminação do esporte pois apesar de ser um esporte que requer um equipamento custoso como um computador, não requer mais do que o ordinário para um computador pessoal de casa, e diferente de um esporte como o golf, não requer nenhum espaço além de uma cadeira e uma mesa. Isso significa que é um esporte de ampla disseminação, sem barreira física ou financeira exacerbada, sem imposição cultural ou institucional para a prática ou o envolvimento, sem o custo contínuo para o ato lúdico ou para consumir as transmissões, que são gratuitas e sem impedimento geográfico ou climático. Não é à toa que durante a final do último campeonato *Major*, no dia 28 de janeiro de 2018, registrou-se mais de 1.2 milhão de espectadores únicos, logados dentro do jogo para assitir a partida, e uma média mensal acima de 500 mil jogadores onlines a qualquer momento já há mais de 3 anos.[4]

A *Valve* (produtora que criou o jogo) não tem um contrato padronizado para a cessão de direitos para transmissões ao vivo do jogo, ao invés disso deixa para as entidades que organizam os torneios que decidam como vão realizar a cada caso, o que leva a cada torneio ter suas próprias regras, que também mudam de acordo com quem as pede. As organizações dos torneios ganham tanto nas transmissões (tanto por porcentagem dos lucros obtidos a partir da Twitch.tv, que fatura ao canal numa conta que leva em conta por viewer/por minuto, quanto por uma parte do faturamento dos anunciantes) quanto na venda de ingressos. A *Valve* só se responsabiliza por dois torneios anuais, chamados *Major*, quando ela sorteia produtos online para os telespectadores, mas também deixa à entidade o cargo de organizar as transmissões.

A transmissão do jogo é feita a partir, principalmente, da plataforma Twitch.tv por um narrador (que também controla as câmeras) e um ou dois comentaristas. Como Umberto Eco disse em *A Obra Aberta* (2015), este formato de obra é mais considerado uma montagem do que em si uma criação de conteúdo, pois o conteúdo se encontra disponível no próprio jogo e qualquer um pode fazer sua própria montagem do fenômeno, mas a narração é em si uma criação de conteúdo intelectual, por isso acredito que esta específica contém um produtor, mas não ainda um criador ou autor. Esta transmissão é também acompanhada na lateral da janela do site por uma janela de bate-papo, composta tanto pelos próprios narradores e/ou organizadores da transmissão quanto pelos próprios espectadores.

A hipótese que guia este artigo é a de que este bate papo, apesar de incontrolado pelos administradores do canal e produtores de conteúdo, também auxilia no consumo do material, uma vez que ao ser consumido, gera tempo de audiência para o canal mesmo que o produto não seja a

[4] Fonte: http://steamcharts.com/app/730#All. Último acesso: 30 de janeiro de 2018 às 13:03



transmissão em si gerando então renda a partir de um 'subproduto', como muitas vezes é lidado. Esta janela de bate papo representaria no caso das transmissões o peso da importância das interações em qualquer produto cibercultural, sendo o objeto produzido e transmitido tão importante quanto a interação que ele gera pelos seus consumidores. Para validar esta hipótese, foram analisados bate-papos de 7 jogos no principal canal brasileiro de transmissão de partidas de *CS:GO*[5]: 4 jogos envolvendo a maior equipe brasileira, *SK Gaming*, em campeonatos internacionais contra adversários internacionais diversos, e 3 jogos envolvendo somente equipes internacionais, sem nenhum time ou competidor brasileiro. Foi-se definido assim pois os jogos brasileiros, naturalmente, atraem muitos espectadores brasileiros que normalmente não acompanham os campeonatos jogo a jogo, demonstrado pela quantidade de interações no bate-papo e pelo pico de espectadores e tais partidas; e os jogos internacionais atraem mais espectadores que acompanham o esporte pela atração ao jogo em si, como é o caso em outros esportes (por exemplo, brasileiros acompanhando o campeonato inglês são muito menos numerosos, mais identificados por pessoas que são atraídas pela emoção do esporte, e não tanto pela emoção do torcer por específico time) e como foi sugerido pelos narradores com quem foi questionada a opinião sobre a hipótese da pesquisa. Dos 4 jogos envolvendo a equipe *SK Gaming*, foram 2 vitórias e 2 derrotas para ter dados sobre como é o comportamento dos participantes diante de uma derrota ou uma vitória do time para quem torcem. Pela experiência, não há discussão sobre se há ou não torcedores de outros times participando do bate-papo, havendo então uma unanimidade de torcedores pelo time brasileiro, mas mesmo na hipótese de que façam-se presentes alguns brasileiros que torcem pelas equipes internacionais jogando contra a *SK Gaming*, é importante frisar que o objetivo do estudo não é o comportamento de torcedores da equipe brasileira, mas sim o comportamento dos participantes do bate papo em transmissões brasileiras, e a relação dessa interação com o consumo do material audiovisual apresentado. Ao total, foram 12.158 dados coletados durante as sete partidas, separados em dezessete categorias diferentes. Os comentários foram catalogados entre: críticas ou elogios direcionados a um jogador específico ou a uma equipe, interações hostis ou amigáveis entre fãs participantes do *chat*, mensagens de apoio ao time brasileiro ou ao time adversário, mensagens sobre a vida pessoal do participante do bate papo, críticas ou elogios ao narradores, sugestões de jogada ou comentários neutros (inclusas piadas, expressões populares, *emoticons* isolados, *meme*s, etc). A margem de erro foi calculada a partir da quantidade de jogos totais em que a equipe brasileira participou desde o começo de sua carreira, totalizando aproximadamente 570 jogos. Sendo assim, esta margem diz respeito à

[5] ESL Brazil: https://www.twitch.tv/ESL_Brazil

totalidade das partidas do *e-sport* transmitidas pelo canal brasileiro. Os resultados são os seguintes:

Dados gerais	**Jogos entre times internacionais**	**Jogos envolvendo time brasileiro**
Comentário neutro (meme, expressão popular, etc)	39.60%	10.20%
Interação hostil entre fãs	2.50%	11.90%
Interação amigável entre fãs	27.50%	4.40%
Crítica aos narradores	1%	4.60%
Elogio aos narradores	2.40%	0.10%
Crítica a time específico	3.10%	15.20%
Crítica a jogador específico	8.80%	34%
Elogio a time específico	3%	3.20%
Elogio a jogador específico	11.30%	21.80%
Mensagem de apoio a time específico	0.30%	2.70%
Sugestão de jogada	0.20%	0.90%
Índice de hostilidade		
Hostil	15.40%	65.70%
Amigável	84.10%	42.40%
Média de mensagens no chat por partida	708	2508
Interatividade	30%	16.30%
Margem de erro	2%	1%

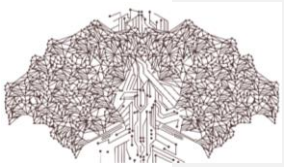
Tabela desenvolvida pelo autor

Os dados que mais dizem respeito à hipótese central são a média de mensagens no chat por partida e a interatividade. Interatividade, como um todo, foi considerada toda mensagem que respondia a outro participante do *chat*, fossem respostas a perguntas, comentários sobre um comentário, ofensas, entre outros. Importante de ressaltar também é que perguntas não foram

consideradas como interações entre fãs, mas foram catalogadas em "comentários neutros", visto que uma pergunta sem resposta não completa uma interação, mas sim a inicia ou sugere. A análise feita a partir dos dados é de que os jogos entre equipes internacionais, sem a presença da equipe brasileira, atraíram menos espectadores, o que diminuiu as mensagens no *chat* mas aumentaram percentualmente a interação entre fãs. Isso se deve, entre alguns motivos, à baixa velocidade em que as mensagens apareciam e ao maior intervalo de tempo em que uma mensagem era exposta na janela de bate papo. Mensagens expostas por mais tempo dão mais chance de uma resposta ou um comentário adjacente sobre o mesmo assunto a partir. Algo a ser levado em conta também é que em jogos quando não há um time favorito, apresenta-se menos o êxtase e a emoção do torcedor causando um maior desinteresse pela partida. Esse desinteresse claramente é atingido pela interação no bate papo, uma vez que mesmo que o jogo esteja desinteressante, o bate papo pode manter o espectador participando de discussões enquanto o jogo acontece, mantendo sua participação na contagem de visualizantes e gerando renda ao canal produtor do conteúdo. Este mesmo resultado foi observado no jogo da *SK Gaming* vs. *Misfits*, quando a equipe *SK* venceu por 16x6, demonstrando, sem sombra de dúvida, domínio sobre a partida. A interação entre espectadores foi de 25% de todas as mensagens do *chat*, demonstrando resultado similar aos jogos internacionais, quando não havia um grande interesse pela partida em questão.

O índice de hostilidade é composto pela dicotomia entre "hostil", formado pela soma das mensagens catalogadas como críticas e interações hostis; e "amigável", formado pela soma de elogios e interações amigáveis. Ele reflete a diferença no ambiente do bate papo de uma transmissão, não pela interatividade, mas pela receptividade de uma mensagem ou pela reação a fenômenos ocorridos na tela, e retrata os ânimos exacerbados pelos participantes do chat. Há uma clara diferença entre partidas de equipes internacionais e partidas envolvendo a equipe de brasileiros, *SK Gaming*, quando o índice indica hostilidade em 15,4% e 65,7% das mensagens enviadas no *chat* das transmissões analisadas respectivamente. Entende-se que este fator é também determinante na presença ou ausência de interatividade entre participantes pois é comumente entendido que um ambiente hostil é mais desagradável, e portanto um tende a se preservar de agressões quando desnecessárias. Uma crítica frequente tanto de participantes quanto de produtores de conteúdo é a da "toxicidade" do *chat*, que significa a hostilidade com que os espectadores lidam com os acontecimentos.

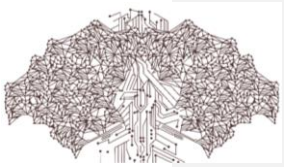
A insistente agressividade pode ser também analisada pelo comportamento em geral de indivíduos em ambiente anônimo. Erving Goffman (2010), ao analisar o engajamento entre indivíduos que não se conhecem em locais sociais, entende que deve existir uma razão, um motivo para a interação, ao contrário da interação entre indivíduos conhecidos em que deve haver uma



razão para a não interação; quando não há tal motivo em qualquer um dos casos, o usual é que não haja e que haja interação, respectivamente. O risco que cada ator toma ao iniciar uma interação é o de ser ignorado, caso seja entre conhecidos, e o de dar abertura a encontros inoportunos, caso seja com um desconhecido. Focando no encontro entre desconhecidos pois é o que melhor demonstra o comportamento de interações entre participantes de um *chat*, por exemplo, mas que facilmente pode ser expandido para qualquer interação a primeira vista de consumidores de um produto cibercultural. Goffman indica que existem posições sociais expostas, ou seja, posições sociais nas quais os ocupantes estão constantemente abertos a interações com tanto conhecidos quanto desconhecidos. Considera policiais, sacerdotes e vendedores de jornal como casos interessantes pois estes podem ser abordados apenas para saudações, sem que haja uma intenção posterior ao início do engajamento. Estes ocupam posições expostas principalmente de acordo com as vestimentas (farda, toga, uniforme, etc) e podem ser abordados para perguntas, interações banais, diálogos, ou como dito anteriormente, apenas saudações. Aqui já é presente uma característica importante destas posições que é a dissociação do "eu" para com a figura: dialoga-se com a figura, não com o ocupante em si, na maioria dos casos. Outro caso de uma figura constantemente exposta é a de pessoas muito jovens ou muito idosas em algumas sociedades. Estas figuras, não mais exercendo um papel, mas vivenciando-o, são colocadas com um valor tão escasso que entende-se que não têm nada a perder com a interação face a face com outros membros da comunidade, por isso podem ser abordadas a qualquer momento. Neste caso, as pessoas são expostas, não mais a figura.

A condição em questão com o anonimato é um outro caso em que abre-se um indivíduo para engajamentos, que é o quando ele se encontra fora do seu papel social:

> "Dada a suposição de que os interesses do indivíduo não devem ser prejudicados forçando contato com ele, e dado o fato de que esses interesses que ele tem serão expressos através de sua representação de seus papéis sérios, podemos esperar que quando ele não está engajado em seus próprios papéis haverá então menos razão para se tomar cuidado com ele em termos comunicativos; e isto realmente acontece. Assim, quando um indivíduo está visivelmente embriagado, ou vestindo uma fantasia, ou engajado num esporte frívolo, ele pode ser abordado quase À vontade, e se tornar alvo de piadas, presumivelmente sob a suposição de que o indivíduo pode se dissociar facilmente do eu projetado através destas atividades, e por isso não precisa ser cuidadoso nem protetor." (GOFFMAN, 2010, p. 140)
>
> "[...] a permissão para iniciar contato inapropriado é meramente parte da síndrome da permissão associada com o anonimato, no sentido de que um indivíduo que projeta um eu estranho não é totalmente responsável pela boa conduta desse eu. [...] a própria alienação de seu eu projetado que permite que outros tratem esse eu como abordável e

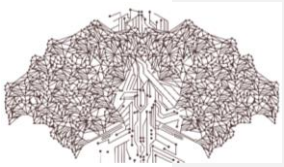


> dispensável permite que ele se comporte mal em seu nome." (GOFFMAN, 2010, p. 144)

O autor então trabalha com a noção de que a partir da dissociação do eu social, do papel padrão e responsável desta pessoa, ela abre ao mesmo tempo as portas para ser abordada e interagir sem necessariamente ter cuidado em obedecer as normas de conduta costumeiramente estabelecidas entre indivíduos em uma mesma sociedade. Um exemplo específico e pontual, mas certeiro, da mudança no comportamento de indivíduos perante um outro membro da comunidade que tem sua figura de "eu" social descolada de si mesmo é o resultado da performance Rhythm 0, de Marina Abramović. A figura da performer foi lentamente se transformando de um eu presente e relevante para a anulação completa desta personificação, transformando-a num objeto e assim abrindo o caminho para qualquer engajamento de qualquer indivíduo ali presente. Em um ambiente anônimo e relativamente inconsequente, como o ambiente virtual, qualquer ação agressiva é explicada tanto pela ausência de punição como pela ausência de barreiras sociais prendendo o indivíduo ao seu papel no cumprimento das normas de condutas.

Essa explicação se encaixa no contexto dos resultados do *chat* por, obviamente, o contexto virtual incluir este tipo de comportamento, e pela média de mensagens no *chat* por partida. Um bate papo movimentado significa menor tempo de exposição de cada mensagem, significando que um indivíduo que escreve algo agressivo tem de se confrontar por menos tempo com o próprio ato hostil produzido, o que o distancia ainda mais da figura pública ali criada que, em sua própria concepção, nada tem a ver com a figura externa e social, portanto não tendo nenhuma das obrigações com cordialidades ou respeito. Em sua vez, um *chat* menos movimentado é um chat mais lento, permitindo que um indivíduo agressivo possa pelo menos ter a chance de reler e refletir sobre a mensagem publicada.

Uma característica importante deste ambiente é a forte imitação presente. Nos jogos entre equipes internacionais, obteve-se 39,6% de mensagens neutras, em sua maioria piadas ou *emoticons*; e em jogos envolvendo a equipe de brasileiros, obteve-se 34% de críticas a um jogador específico. Estes dados são as categorias que tiveram maior presença em seus devidos tipos de partida, e são os curiosos para se analisar imitação. As críticas direcionadas a um jogador específico em sua vasta maioria foram um único comentário repetido à exaustão, igualando o jogador à inteligência artificial pré-programada do jogo, o chamado *bot*. Estes comentários eram repetidos por dezenas de participantes com exatamente os mesmos dizeres em sequência sem qualquer variação ou interação explícita entre eles. É curioso perceber que os participantes copiaram uns aos outros sem levar um argumento à diante, sem discordar, só repetiam como um mantra para reforçar o ponto e para deixarem sua marca, como uma multidão que grita em uníssono. Sobre este fenômeno, Sigmund Freud, a partir do trabalho de W. McDougall, explica



que esta indução a repetir e a fazer parte de um comportamento grupal vem do contágio emocional:

> "O fato é que os sinais percebidos de um estado afetivo são capazes de provocar automaticamente o mesmo afeto naquele que os percebe. Essa compulsão automática se torna tão mais forte quanto maior for o número de pessoas em que se perceba simultaneamente o mesmo afeto. Então a crítica do indivíduo se cala e ele se deixa deslizar para dentro do mesmo afeto. Mas, ao fazê-lo, eleva a excitação dos outros que agiram sobre ele, e assim se intensifica a carga afetiva dos indivíduos por meio da indução recíproca. [...] Esse mecanismo de intensificação afetiva [...] causa no indivíduo a impressão de um poder irrestrito e de um perigo invencível. Por um momento, [a massa] se colocou no lugar da sociedade humana inteira, que é portadora da autoridade cujas punições as pessoas temem e por amor à qual se impõem tantas inibições. [...] Em obediência à nova autoridade, a pessoa está autorizada a desativar sua "consciência moral" anterior e ao mesmo tempo ceder à tentação do ganho de prazer que certamente obterá mediante a suspensão de suas inibições." (FREUD, 2013, p. 63-64)

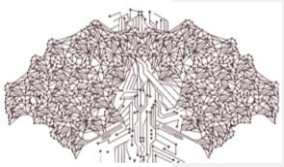
Além dos comportamentos hostis imitativos, temos, por exemplo, nas partidas internacionais, a extensiva repetição de piadas ou *emoticons*, repetição esta similar à agressiva: dezenas de mensagens idênticas são publicadas por dezenas de usuários criando uma onda de reações iguais a um mesmo estímulo. O tipo de análise deve ser o mesmo em ambos os casos: são comportamentos que indicam um forte sentimento de revalidação do 'eu' isolado para com o grupo que supostamente divide os mesmos interesses, que é recompensado em casos assim quando há oportunidade de fazer parte de um mesmo fenômeno em uníssono. Grande parte das interações dos jogos internacionais eram também feitos a partir de piadas, estas normalmente quando eram inéditas; pouca interação surgia de uma mesma fala repetida já diversas vezes.

O único índice amistoso maior nos jogos das equipes brasileiras em relação ao jogos das equipes internacionais é o de elogios a um jogador específico (21,8% e 11,3% respectivamente). A partir das análises propostas anteriormente, a linha lógica para se entender este dado é que a emoção ao ver uma jogada dar certo, ou em algum momento chave de vitória da equipe, os participantes envolvem-se em uma onda de elogios que dura para além do round ganho, nesta contínua leva de comentários idênticos criando uma espécie de consciência coletiva concordante (ao menos nestes momentos específicos).

As conclusões deste estudo são de ordem tanto teórica quanto de ordem empírica e mercadológica. É importante que meios de produção cultural que almejam estabelecer-se no novo ambiente reinado pela cibercultura entendam-na profundamente para que possam fundar suas

raízes em sólidas epistemologias, não somente suposições, para compreenderem o comportamento de seus clientes e consumidores. A cibercultura é a cultura própria deste novo ambiente social da Internet, que com sua nova forma de disseminação informacional e comunicacional, leva autores de diversos campos a repensarem suas estratégias para com o objeto em questão. Não mais é permitido aos teóricos uma abordagem distante e uma análise causal dos fenômenos e desafios presentes cotidianamente: deve-se ter em mente uma concepção de mundo complexa para entender a nova realidade, tanto da produção como do consumo das novas plataformas de interação. A unilateralidade da produção cultural de massa, antes produzida pelas redes de televisão e rádio, agora se extingue dando lugar a uma produção cultural em constante ajuste de acordo com as vontades e necessidades de seus consumidores: o produtor de objetos consumidos a larga escala não pode ser mais o topo de uma verticalidade, mas parte de uma horizontalidade na compreensão do que sua obra de fato é, não do que ele gostaria que ela fosse. Concebendo a produção cultural agora como servindo tanto de entretenimento como base para a interação entre consumidores organiza o pensamento na manipulação e criação de plataformas adequadas ao consumo de tal material: não mais uma tela única é capaz de conter tudo o que a produção audiovisual proporciona, mas deve-se contabilizar também espaço virtual e físico, tanto em infraestrutura para armazenar dados como em design para expor claramente, para a produção do próprio público junto ao objeto primário, no caso deste estudo, as transmissões de partidas de campeonato de *CS:GO*.

Os dados coletados revelaram uma grande interatividade do público assistindo a partidas internacionais não envolvendo uma equipe favorita, o que demonstrou ao longo do artigo ser causado, em parte, pelo menor interesse afetivo pelos fenômenos ocorridos na tela e mais em analisar e discutir as jogadas, interagir entre si ou simplesmente contar piadas ou publicar *emoticons*. Os jogos envolvendo a equipe brasileira foram muito mais comentados no *chat*, mas incluíram interação bem menor, sendo respondido em parte pela alta velocidade e movimentação do bate papo e pelo alto interesse afetivo na partida em si. A hostilidade é um fator tanto quanto ela é em qualquer meio anônimo e deve ser analisada de acordo: a Internet não produz novos comportamentos hostis, apenas é um campo onde é permitido ao indivíduo se dissociar do seu eu social e encarnar em uma objetificação de si mesmo e dos outros. O mesmo vale para tantos outros lugares e ocasiões e este é o fenômeno que deve ser analisado e aprofundado, ao invés de uma simplificação que justifica a hostilidade como uma natureza má enfim liberta. A evidência acerca de um comportamento imitativo é importante pois demonstra que uma grande parcela das publicações que seriam isoladas na realidade são interações coletivas indiretas, pois apesar de não serem direcionadas a um ou outro participante, são de alguma maneira interações com a massa



ali presente, cada um incluindo-se nela e desfrutando das recompensas conquistadas na abdicação de uma individualidade e na união com outros similares a si mesmo.

Este estudo interessa aos produtores de conteúdo ciberculturais, pequenos e grandes, pois analisa o próprio consumo da obra, não pela abordagem já largamente estudada do consumo em si do objeto, mas o consumo indireto, a partir das opiniões, discussões e criações dos próprios consumidores que ajudam a gerar mais renda ainda. O cenário ideal é o de além da expansão do número total de consumidores, otimizá-los da melhor forma possível. Consumidores de partidas de *e-sport* podem fechar a aba em seus navegadores se a transmissão estiver desinteressante por própria conta do jogo em si, mas se o *chat* for bem administrado e interativo, o espectador pode ficar e gerar renda direta ao canal pelo simples fato de ficar na aba discutindo com outros espectadores sobre qualquer assunto. Tim Ashwell (2007) escreveu sobre como em 1930 com o advento da televisão domiciliar, o presidente do Madison Square Garden confiantemente disse que ninguém nunca preferiria assistir a um jogo esportivo em casa; ao invés disso, os espectadores pagariam para assistirem às transmissões em teatros e salas de cinema porque fazer parte de uma multidão entusiasmada é uma parte vital da experiência de torcedor. Enquanto ele errou na previsão exata, hoje esta análise é muito mais concreta, levando em conta a quantidade de bares especializados em reunir torcedores para transmissões de jogos, a movimentação acentuada no Twitter e Facebook durante jogos de esportes convencionais como futebol, entre outros.

Em vista do caso abordado por este artigo, uma possível solução para aumentar a interatividade em torcedores nos jogos da equipe brasileira seria separar os torcedores em 3 ou mais grandes *chat*, determinados por IP, ou seja, por região de torcedor, assim criariam-se espaços de interação menos movimentados que o total. Não há razão para questionar se com tanta hostilidade, um dos *chats* poderia ser prejudicado por conter uma maioria de usuários com comportamento hostil, porque o comportamento agressivo é próprio do ambiente em que se encontra hoje, mas não é próprio deste proposto (maior tempo de intervalo entre mensagens, maior contemplação e menor dissociação do usuário com suas próprias mensagens, não o isentando assim de responsabilidade social com seus atos e nem o libertando para uma grande onda de comportamento imitativo que o libera de ter de se justificar para si mesmo). Assim, há uma adequação do espaço de consumo para corrigir condutas que levam a um menor aproveitamento de cada consumidor, mas não há necessariamente uma fiscalização constante, punição, ou uma repressão de comportamentos.

Nenhum destes fatores é determinantes isoladamente, mas produzem em conjunto o resultado principal que é o índice de interatividade da comunidade de participantes. São actantes com suas próprias razões e origens, mas juntos contribuem para criar um ambiente mais ou menos

interativo, e de acordo com a hipótese, se o produtor de conteúdo o controlar a partir destes perímetros, pode aumentar a interatividade entre consumidores de seu produto e assim aumentar o próprio consumo, gerando renda.

Palavras-chave: twitch; consumo; cibercultura; obra; social.

Referências bibliográficas

ADORNO, T. HORKHEIMER, M. Dialética do Esclarecimento. 2ª edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1985.

ASHWELL, T. Electronic Media. In MULLIN, B. J., HARDY, S., SUTTON, W. A. Sport Marketing. 3ª edição. Champaign: Human Kinetics. 2007. pp. 367-381

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. 1ª edição. São Paulo: Abril S.A. Cultural e Industrial, 1975.

CHAUÍ, M. O que é ideologia? 2ª edição São Paulo: Brasiliense, 1980.

DELEUZE, G. GUATTARI, F. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia 2. 2ª edição. São Paulo: Editora 34. 1995.

DI FELICE, M. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas. *MATRIZes*, nº2 jul/dez 2013, ano 7.

_____. Paisagens Pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.

ECO, U. A Obra Aberta. 10ª edição. São Paulo: Editora Perspectiva. 2015

FREUD, . Psicologia das massas e análise do eu. 1ª edição. Porto Alegre: L&PM Editores. 2013

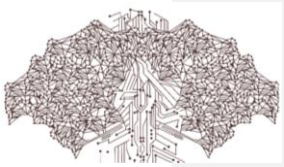
GOFFMAN, E. Comportamento em Lugares Públicos. 1ª edição. Petrópolis: Editora Vozes. 2010.

LEVY, P. Cibercultura. 1ª edição. São Paulo: Editora 34, 1999.

MATURANA, H. VARELA, F. A Árvore do Conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana. 9ª edição. São Paulo: Palas Athena. 2001.

MORIN, E., KERN, A. Terra Pátria. 6ª edição. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



SPREAD THE (RIOT GRRRL) WORD: A INFLUÊNCIA DO USO DE HASHTAGS NO CONSUMO FEMININO[6]

Luiza Bittencourt[7]; Gabriela Gelain[8]

RESUMO: O artigo pretende analisar o uso da *hashtag #RiotGrrrl* por empresas para alcançarem uma audiência online que tenha tanto o perfil ligado a subcultura *Riot Grrrl*, quanto à causa feminista de um modo geral, atuando como um influenciador em seu consumo. Trata-se de uma pesquisa exploratória baseada em revisão bibliográfica e num estudo com inspiração netnográfica (HINE, 2000) desenvolvido a partir do monitoramento de postagens de empresas no *Instagram* que direcionam seus produtos e serviços através da associação desta *hashtag* para alcançar um nicho de público interessado na pauta feminista. Dessa forma, pretende-se abordar estratégias de *fermvertising* por meio do uso de *hashtags* e apresentar um panorama do funcionamento dessa indexação e das categorias nelas envolvidas.

Palavras-Chaves: *Riot Grrrl*; Influência Digital; *Hashtag*; *Femvertising*; Feminismo

Introdução

O presente artigo pretende analisar o uso da *hashtag #RiotGrrrl* para alcançar uma audiência *online* que tenha o perfil ligado ao movimento homônimo, ou à causa feminista de modo geral, atuando como um influenciador em seu consumo. O movimento *Riot Grrrl* emergiu nos anos noventa nos Estados Unidos e buscava subverter a dominação masculina dentro do *punk rock* e criar sua própria cena, com música, arte, política, literatura, cinema e outras expressões (RIBEIRO; COSTA; SANTIAGO, 2012, p. 227 e 228).

Dessa forma, trata-se de uma pesquisa exploratória que visa apresentar um panorama de como a *hashtag #RiotGrrrl* tem sido aplicada em postagens de empresas no Instagram para atingir público direcionado para a sua marca. Esse estudo está dividido em três etapas. Inicialmente, é realizado um breve histórico do movimento *Riot Grrrl* e suas estratégias de disseminação através das redes sociais. Em seguida, é feita uma análise sobre o uso de *hashtags* pelo movimento feminista e sob a ótica de estudos sobre consumo. Na terceira parte, é apresentado uma abordagem

[6] Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, Blogueiros, Youtubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[7] Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação na Universidade Federal Fluminense, com período sanduíche na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Bolsista da CAPES. Participa dos grupos de pesquisa Laboratório de Pesquisa em Culturas e Tecnologias da Comunicação (LabCult) da Universidade Federal Fluminense e do *More Than Loud* da Universidade do Porto. E-mail: lua@ponteplural.com.br

[8] Mestra em Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), com apoio de bolsa CAPES. Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Participou do Grupo de Pesquisa CultPop e desde 2016 é voluntária na Keep It Simple, Make it Fast! KISMIF Conference em Porto, Portugal. E-mail: gabrielagelain@gmail.com

de como a hashtag *#RiotGrrrl* tem sido aplicada pelas empresas para direcionar seus produtos e serviços para um público ligado a essa terminologia.

Para tanto serão levados em conta estudos relacionados à formação de identidade (BAUMAN, 2001) e o sentimento de pertencimento (HALL, 2006; CAMPBELL, 2006); a articulação de ações de publicidade por meio do ciberespaço (LÉVY, 2000) e a criação de comunidades virtuais (JENKINS, 2006; LEMOS, 2002) em redes sociais ao redor de *hashtags*; bem como aos conceitos de consumo, capital subcultural (THORNTON, 1995) e *femvertising*.

1. Riot = Not Quiet: A disseminação do grito *Riot Grrrl* nas redes sociais

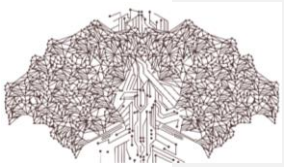
Também conhecido como o "*punk* feminista", o movimento *Riot Grrrl* foi organizado primeiramente por jovens artistas e feministas que integravam a cena[9] *punk*, em que estavam cansadas de presenciar o machismo e o sexismo dentro de um movimento que, embora se proclamasse libertário, reproduzia o que elas contestavam na sociedade.

De acordo com Jussara Costa e Jéssica Ribeiro (2012), foi através da *internet* que bandas *Riot Grrrl* tornaram-se acessíveis às garotas brasileiras, em sua maior parte de classe média e localizadas em uma faixa etária que ia dos treze aos vinte anos de idade. Havia uma identificação com as letras, estilo e ideias propostas pelas musicistas. Deste modo, iniciava, no país, uma articulação entre grupos autônomos de jovens mulheres dentro do movimento *punk* (que apesar de se dizer libertário, reproduzia atitudes misóginas e sexistas), onde criaram uma subcultura.

E tais articulações foram potencializadas através da expansão da *internet* e de seus recursos tecnológicos que reconfiguraram a forma de interação entre pessoas e, principalmente, entre consumidores e marcas, ocasionando uma reestruturação nas estratégias de *marketing* e gerando novos modelos de negócios.

Conforme afirma Sara Marcus (2010), as primeiras garotas que se envolveram nesta subcultura iniciaram uma lista de *e-mails*. Este foi o primeiro sinal, dentro do *Riot Grrrl*, de que em breve haveria uma grande mudança do papel e da máquina de escrever para o uso da *internet*. As integrantes da lista discutiam questões de política, raça e classe. A lista de *e-mail* era restrita e a única forma de ser inserida, e talvez até mesmo de tomar conhecimento da lista, era a partir de alguém que já estivesse no grupo. Contudo, o potencial democrático da internet foi mais visível no caso da *America Online Riot Grrrls*, onde as mulheres jovens promoveram suas bandas e

[9] "Uma das palavras mais pronunciadas pelos *punks*, designa o ambiente em que eles circulam. Assim, a 'cena' é composta pelas casas onde acontecem os shows, pelas lojas que vendem discos *punks*, pelas distros que distribuem material *punk* e, obviamente, pelos próprios *punks*, como na expressão 'fulano(a) faz parte da cena" (Craig O'HARA, 2005, p. 185).



fanzines. Diversas musicistas enviavam pedidos de agendamento de shows, e aquelas localizadas no lado privilegiado do digital compartilhavam informação sobre o que estavam lendo e ouvindo.

Assim, em um ambiente *online* onde cada usuário conectado ao ciberespaço torna-se potencialmente emissor e receptor (LÉVY, 1996), houve uma proliferação de *blogs* e disseminação de redes sociais associadas à ampliação de sua mobilidade por conta da possibilidade de acesso a elas em smartphones e *tablets* em qualquer lugar em que estiver conectado a uma rede de *internet*.

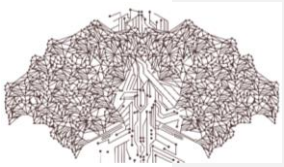
Assim, essas interrelações ficaram ainda mais dinâmicas, ao mesmo tempo em que as propostas e atividades relacionadas com o movimento *Riot Grrrl* passaram a formar comunidades virtuais (JENKINS, 2006; LEMOS, 2002) em torno dessa temática, que foram construídas com base nas "afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações internacionais". (LÉVY, 1999, p. 127).

Ou seja: através de uma experiência mediada por suportes tecnológicos, diversas jovens com interesses em comum passaram a ser reunir em espaços *online* para interagir e nele apresentaram comportamentos específicos - muitas vezes, parte de um capital subcultural (THORNTON, 1995) e uma preocupação deste capital dentro da subcultura -, combinando regras a serem seguidas e estabelecendo valores e significados, tais como os elementos que identificam a subcultura *Riot Grrrl* (e outras cenas musicais do *underground*): o estilo musical, a estética das roupas e a performance das garotas em shows.

De acordo com Amaral, Barbosa e Polivanov (2015), os *sites* de rede social potencializaram os contatos diários, os laços e o compartilhamento. Deste modo é possível notar formas de expressão também voltadas a algumas subculturas e cenas musicais. Contemporaneamente, as jovens mulheres *Riot Grrrls* criaram comunidades na *internet* (coletivos, grupos de *Facebook*, *Blogs* e outras plataformas *online*) e, embora muitas discussões abordem pautas como o feminismo, o racismo e o sexismo, escrevem com maior frequência sobre questões cotidianas (Camargo, 2008; Costa et.al, 2012).

Além de compartilhar essas experiências, foi possível utilizar as plataformas digitais (como o *Facebook*, *Youtube*, *Tumblr* e o *Instagram*) para disponibilizar *fanzines online*, trazendo não só um maior alcance de audiência, mas também novas possibilidades estéticas, agregando som e movimento ao que antes eram textos xerocados, como é possível observar nos perfis de comunidades virtuais com temáticas relacionadas ao movimento *Riot Grrrl*.

Frente a essas perspectivas tecnológicas de disseminação, o presente estudo possui inspiração netnográfica (HINE, 2000) e parte de um monitoramento do uso da expressão *Riot*



Grrrl utilizada no formato de *hashtag* no *Instagram* para identificar produtos e serviços alinhados com a ideologia feminista.

2. Mexeu com Uma, Mexeu com Todas: *Hashtags* e Feminismo

De acordo com Leonard (1998), a terminologia *Riot Grrrl* popularizou-se e está sendo utilizada em circunstâncias diferentes e novas, uma vez que a *internet* facilita o acesso internacional à subcultura, que migra para novos espaços políticos e ideológicos, atinge outros países, culturas e realidades.

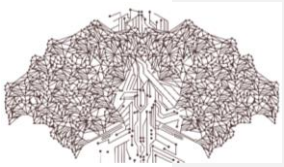
E, dessa forma, o uso da referida expressão tem sido utilizada por empresas para abordar a audiência através de campanhas publicitárias no ambiente *online*, buscando, em alguns casos, construir ou fortalecer uma imagem de sua marca relacionada com o movimento *Riot Grrrl* e suas propostas, principalmente no que diz respeito à questão do feminismo.

Como apontam Mandaji e Moura (2013, p. 7), a indexação através de *hashtags* possibilita a formação de grupos por meio do compartilhamento de ideias, onde elas são utilizadas não somente para definir e delimitar o conteúdo das informações, como também para exteriorizar ideais, sentimentos, preferências, indignações e posicionamentos variados dos indivíduos que compõem o ciberespaço.

Para fazer a aplicação de uma *hashtag* em uma publicação basta fazer a inserção de um termo precedido do símbolo "#". Ao incluir esse signo, confere-se um grau de distintividade àquela publicação, uma vez que ela será categorizada junto de outras que se aproximam pelo uso da mesma *hashtag* que funciona como um indexador temático, facilitando que o público interessado nesse conteúdo tenha acesso utilizando esse filtro por assunto através de uma simples busca na ferramenta de pesquisa; ou por clique no *link* da *hashtag* em alguma postagem; ou optando por seguir as postagens relacionadas com essa *hashtag* na rede social.

Nesse tocante, cabe destacar que as *hashtags* têm sido utilizadas pelo movimento feminista como uma forma de impulsionar[10] diversos tipos de debates nas redes sociais. No último ano surgiram diversas campanhas que reuniram mulheres de todo mundo através de *tags* como

[10] No caso específico do ativismo de mulheres via internet, as *hashtags* tem operado algumas das experiências mais bem sucedidas de mobilização no campo. Assumindo sentidos diversos, elas ora contribuem para fazer pressão junto ao poder público nos processos de tomada de decisões; ora servem para dar visibilidade às causas da militância; ora se traduzem em campanhas de conscientização no campo das relações de gênero; ora ajudam a sistematizar dados que referendem políticas públicas; e, não menos importante, servem para promover encontros, partilhas de experiências e facilitar a solidariedade." (REIS, 2017, p. 3-4)



#*MeToo* e #*TimeIsUp*, além dos termos #MeuAmigoSecreto e #PrimeiroAssedio, utilizados no Brasil para compartilhar histórias, identificar assediadores e conferir visibilidade ao tema.

De acordo com Camila Olivia-Melo (2012), com as contribuições das feministas e suas pautas e teorias é possível pensar nos sujeitos envolvidos nos processos de comunicação não mais apenas enquanto receptores e usuários da comunicação, mas sim carregando potencialidades para utilizar as tecnologias em suas produções diárias, usando a conexão de redes, procurando e encontrando espaço de respostas e de participação: "a perspectiva feminista dos novos sujeitos oxigena o campo da comunicação, pois abre caminhos a uma abordagem da diferença e possibilita aos sujeitos ações de performatividade para recriar criativamente certas normas constituídas e reiteradas verticalmente" (OLÍVIA-MELO, 2012, p.10).

Através dessas ações foi possível notar a relevância do uso de *hashtags* para a intensificação do ativismo feminino no ambiente *online*. Por meio delas foi possível criar rápidas ondas de mobilização que foram propagadas pelas redes sociais.

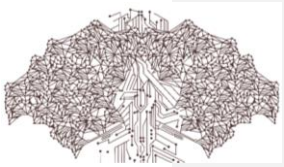
Vale destacar que a reverberação desse movimento fez com que "feminismo" (*feminism*) fosse apontada como a palavra do ano de 2017, com base nas buscas de verbetes feitas na plataforma online do dicionário Merriam-Webster[11]. Ou seja, o aumento da pesquisa demonstra que há um público interessado nesta palavra. De acordo com a postagem na página do dicionário, o feminismo cresceu após a cobertura da Marcha das Mulheres em Washington (janeiro de 2018), o lançamento da série *The Handmaid's Tale* e do filme *Wonder Woman*. No entanto, também afirmam que as pesquisas sobre a palavra têm aumentado em decorrência das agressões sexuais e assédios nas notícias e campanhas como as das *hashtags* #*MeToo* e #*TimeIsUp*.

Todavia, esse crescimento de interesse pelo feminismo no âmbito social fez com que diversas marcas também notassem a sua relevância ao reconhecer um nicho de mercado envolvido. Ou seja: percebeu-se a existência de uma audiência motivada a consumir produtos e serviços relacionados a esse tema, que logo começou a ganhar destaque na indústria da moda - com coleções voltadas para esse assunto - e do *marketing*, com a retomada do segmento denominado *femvertising*[12], isto é, campanhas de publicidade que estimulam o empoderamento [13]feminino.

[11] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.merriam-webster.com/words-at-play/word-of-the-year-2017-feminism/feminism

[12] Palavra composta pela da junção das palavras *feminism* (feminismo) e *advertising* (publicidade).

[13] Empoderamento remete ao termo utilizado pelas feministas como sinônimo de "poder às mulheres"; a mulher que toma atitude perante situações desconfortáveis e escolhas sobre a sua vida; que se fortalece a partir de vivências machistas que já sofreu; que toma consciência do poder que tem e de que possui autonomia enquanto ser humano:"A definição de empoderamento é próxima da noção de autonomia, pois se refere à capacidade de os indivíduos e grupos poderem decidir sobre as questões que lhe dizem respeito,



3. *Femvertising* e o uso da *hashtag #RiotGrrrl* no *Instagram*

No ambiente mercadológico competitiv, o apoio por causas sociais pelas empresas tem crescido consideravelmente nas duas últimas décadas. Assim, esta evolução foi esperada como um resultado positivo de empresas de *marketing* relacionada à causas sociais, através de estratégias com ênfase na responsabilidade social corporativa. O objetivo empresarial é de persuadir os consumidores/as consumidoras a se engajarem em compromissos sociais com relação a pautas de gênero, meio-ambiente, bem-estar, bem como o cidadão/cidadã a pensar em suas comunidades (ABITBOL e STERNADORI, 2016).

Há quase um século, as empresas e agências de publicidade usam o *femvertising* para celebrar o mundo feminino através de campanhas com ênfase no empoderamento de mulheres. A primeira campanha foi em 1929, onde Edward Bernays[14] promoveu o tabagismo entre elas, pois percebia que era uma base de consumidoras ainda não explorada. Desde então as propagandas que têm como ênfase o *femvertising*, tentam construir um relacionamento com as consumidoras (mulheres) através de representações de meninas e mulheres "reais" e "comuns", onde o destaque é para experiências femininas pessoais.

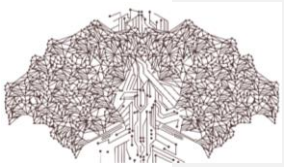
Ou seja, uma vez que o *femvertising* procura promover a igualdade de gênero em suas campanhas, pode ser considerada feminista. Entretanto, estas empresas também influenciam explicitamente o consumo dos produtos anunciados, "o que contradiz a crença dos estudiosos feministas de que o empoderamento das mulheres não é simplesmente uma questão de dinheiro e de escolha de compras, mas também da existência e aplicação de políticas e práticas sociais (RAMAZANOGLU, 1989)" segundo Abitbol e Sternadori (2016, p.118).

Ou seja, as comunicações de posicionamentos feministas inseridas nos comerciais, campanhas e promoções possuem um conflito que é inerente entre: a) a sua função como portadores de consumos individuais e b) as causas políticas e sociais que são inseparáveis ao movimento feminista (ABITBOL e STERNADORI, 2016). Sobre esse aspecto:

> Se o feminismo vende, é porque tem público, e isso pode ser muito positivo: significa dizer que muitas pessoas estão interessadas no assunto, o tema se

escolher, enfim entre cursos de ação alternativos em múltiplas esferas - política, econômica, cultural, psicológica, entre outras. Desse modo, trata-se de um atributo, mas também de um processo pelo qual se aufere poder e liberdades negativas e positivas. Pode-se então, pensar o empoderamento como resultante de processos políticos no âmbito dos indivíduos e grupos". (Rodrigo HOROCHOVSKI e Giselle MEIRELLES, 2007, p.486).

[14] Edward Louis Bernays foi um dos pioneiros no campo das relações públicas e da propaganda. Nasceu em 22 de novembro de 1891 na Áustria-Hungria, em Viena.



> popularizа, a discussão se amplia e as tomadas de consciência também. Mas é preciso estarmos todas e todos atentos ao grande dilema que reside em qualquer militância: forjar a própria identidade e força motriz da própria vida em uma causa que, para dar certo, precisa se tornar desnecessária. Quando aquilo que defendemos se torna realidade, precisamos abrir mão da identidade de heroínas e heróis transformadores do mundo, o que nem sempre é fácil. (ZAPATER, 2018, blog Justificando, online)

Cabe lembrar que no último ano também houve a comercialização de produtos infantis voltados para essa perspectiva de empoderamento, como por exemplo o lançamento de uma série de bonecas Barbie - tradicional símbolo do "padrão feminino" questionado pelas *Riot Grrrls* - que passou a ter corpos de diferentes formatos, uma variedade de tons de pele e distintas opções de cabelos[15], associada a uma campanha de marketing indexada com a *hashtag* *#VocêPodeSerTudoQueQuiser*.

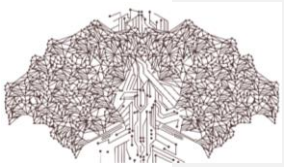
Da mesma forma, frases e signos ligados ao feminismo vêm sendo utilizados como estratégias de divulgação de produtos na indústria da moda. Frise-se que não é a primeira vez que esse segmento se apropria de expressões e símbolos de movimentos sociais e culturais para comercializar produtos. Fato semelhante ocorreu, por exemplo, na década de 60 com a mensagem "*Black is Beautiful*" utilizada pelo movimento negro durante a luta pela igualdade racial nos Estados Unidos; e as frases de "Paz e Amor" e "Faça Amor, Não faça Guerra" do movimento *hippie* nos anos 70.

Tanto o *femvertising* quanto a absorção pela moda continuam ocorrendo e atualmente estão diretamente relacionados com as interações no ambiente *online* para atingirem o público alvo.

Assim, nas últimas décadas a cultura digital tem provocado diversas reconfigurações na forma de consumo que levou a mudanças na relação entre a audiência e as empresas. Afinal, estas precisaram remodelar suas estratégias de divulgação de modo a alcançar o seu público alvo, que passou a estar espalhado por diversas plataformas digitais e redes sociais. Como explica Bruns (2011, p. 137), "estes públicos não existem em um único espaço qualquer da mídia nem em uma única plataforma qualquer da mídia, porém transcendem e se espalham por todos estes espaços, entrelaçando-se entre si".

De acordo com Slater (1997), o consumo é entendido como a aquisição de bens produzidos para a venda (no mercado) e também é geralmente compreendido como decorrência de mudanças estruturais de fundo, ora apresentado como "o modelo de desenvolvimento econômico, a estrutura social, a modernização ou a matriz sociopolítica" (ARIZTÍA, 2016, p.20). No entanto, para esta

[15] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: http://www.barbie.com/pt-br/promo/barbie-fashionistas



autora, a prática de consumir não é algo universal a todos os grupos sociais ou sociedades, mas aponta a uma constelação específica de convenções, procedimentos e padrões, ou seja, práticas próprias das sociedades de mercado.

E assim as marcas vêm lançando mão de uma extensa produção de conteúdo para atingir seus consumidores por meio de equipes especializadas que elaboram planejamentos de comunicação focados na melhor forma de orientar as suas publicações ofertando produtos e serviços para o nicho segmentado de consumo (CASTRO, 2013).

Conforme identificado por Hinerasky (2014), as estratégias mais comuns são: a) anúncios patrocinados; b) publicação de conteúdo de imagens ou vídeos através da conta oficial ou dos designer/diretores criativos; c) uso do serviço de mensagens diretas (*Direct Message*) do *Instagram*; d) produção e publicação de vídeos e/ou webséries; e) parcerias e contratação de influenciadores (blogueiros, modelos, músicos, atores, personalidades etc) para divulgação dos lançamentos e produtos; f) promoção de *hashtags* (#) em todas as suas contas. No tocante a essa última, cabe destacar que se trata de uma das maneiras mais difundidas para realizar o direcionamento das publicações no *Instagram*.

Com a crescente mercadorização dos mais variados âmbitos da existência (CASTRO, 2013), nos últimos anos as empresas têm utilizado as redes sociais como fontes produtoras de informação, filtros de informação e espaços de reverberação de informações (RECUERO, 2009), de modo a gerar uma "mídia espalhável" (JENKINS, 2009, p. 349) que atinja consumidores que sejam capazes de não só receber a informação, mas também de compartilhá-la com outros interessados, seguindo a lógica do "se não se espalha, está morto" (JENKINS, FORD, GREEN, 2013, p. 293). O engajamento do público é fundamental nesse processo de disseminação.

Mas não é só. As *hashtags* funcionam como palavras chave que, além de agruparem assuntos, também são capazes de reunirem pessoas interessadas no mesmo tipo de conteúdo, o que no caso de um movimento voltado para o empoderamento feminino colabora na disseminação de uma sensação de pertencimento a um grupo (FORCE, 2005) e na formação de um sentimento de comunidade (GUERRA, 2015; TRIGGS, 2006).

Ou seja, as marcas usam essas *hashtags* para desenvolver uma conexão com uma identidade que o consumidor já tem, ou quer possuir, num processo de construção de personalidade que pode ser ininterrupto, frente à instabilidade de uma sociedade pautada pela modernidade líquida proposta por Bauman (2001).

E é nesse ambiente que a concepção da individualidade e sua renovação passa por uma ação de "ir às compras no supermercado das identidades" (BAUMAN, 2001, p. 98) aproximando-se da esfera do consumo por meio da aquisição de itens que assinalem características dessa

identidade, conferindo um grau de distintividade àquele consumidor, bem como colaborando no seu reconhecimento como parte de um grupo.

E esse processo de construção da personalidade aciona a perspectiva do consumo uma vez que, como explica Campbell (2006, p. 52), o que compramos diz algo sobre quem somos. Frente a esse contexto da sociedade de consumo e considerando o entendimento de Hall (2006) de que as identidades são construções sociais, tem-se que a sua formação se dá por meio de conjunturas simbólicas e culturais ligadas às práticas do consumo.

Assim, para melhor compreender desse envolvimento teve o início uma observação exploratória de postagens identificadas com a *hashtag #RiotGrrrl* no *Instagram* entre agosto e dezembro de 2017. Através desse monitoramento foram observadas cerca de 300 publicações a fim de identificar padrões e detectar categorias de produtos e serviços indexados com a referida palavra chave.

Dessa forma, foi possível notar o seu uso principalmente nas seguintes categorias: música; roupas, sapatos e acessórios; *fanzines* e livros; tatuagens; e gastronomia.

A primeira indexação está ligada com imagens de shows ao vivo, *playlists* e músicas em plataformas de *streaming*, letras de música, fotos de artistas e bandas e CDs. De modo geral, tratam-se de publicações anunciando lançamento de músicas e álbuns, bem como de turnês e concertos, como por exemplo no caso das bandas *Giant Kitty Band*[16], *Brutal Mary*[17] e *Sugar Wash Band*[18].

O segundo item é composto por uma enorme variedade de produtos de vestuário que vão desde roupas para bebês até lingeries direcionada para o público *Riot Grrrl*. Dentre as postagens analisadas as empresas que apareceram em destaque diversas vezes durante esse monitoramento foram: *Riot Lounge*[19], *That Oregon Girl*[20] (que possui uma pluralidade de roupas infantis e para mães), *HC Ut-OH Clothing*[21], *Escape To Venus*[22], *Demonia Shoes*[23], *Hag Club*[24] e a *Voltage Grrrl*[25] (Imagem 1). Já os principais acessórios identificados pela *hashtag* foram: bolsas, sapatos, *buttons* e *pins* para customização de roupas.

[16]Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Bek3MSTlulb
[17] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/brutalxmary/
[18] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/sugarwashband/
[19] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/riotlounge/
[20] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/thatoregongirl.us/
[21] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/hc_utohclothes/
[22] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/escapetovenus/
[23] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/demonia.shoes/
[24] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/hagclub/
[25] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/voltagegrrrl/

Figura 1 - Instagram @voltagegrrrl



Fonte: http://www.instagram.com/voltagegrrrl Acesso em 30/01/18.

Nessa categoria foi possível notar a maior incidência de produtos à venda por marcas que não possuem relação com o movimento *Riot Grrrl*, como por exemplo postagens relacionadas ao desfile da *Dior*, (que trazia em sua coleção de primavera-verão camisetas brancas com as frases "*we should all be feminists*" e "*why have there been no great woman artists?*"); à *Mango* (loja portuguesa que lançou uma série de blusas com viés feminista); e a *Red Bubble*[26], que trata-se de uma empresa que vende artigos com ilustrações de designers de todo o mundo.

O terceiro indexador está relacionado com um dos principais produtos da subcultura *Riot Grrrl*, que são os *fanzines* - cujo termo possui origem na junção das palavras *fanatic* e *magazine* -, que despontaram como um relevante veículo de comunicação produzido de forma artesanal, individual ou coletivamente, e que tinham, em geral, uma circulação limitada (GUERRA e QUINTELA, 2014 e 2016) relacionada com a sua versão impressa. Nesse tocante, citam-se como exemplos a *No Make Up Tips Zine*[27] relacionada à cena *Riot Grrrl*/feminista do Brasil e a *Esoteric Nashville*[28], produzido pelo coletivo homônimo que atua na área do feminismo interseccional. No

[26] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/redbubble/
[27] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/nomakeuptipszine/
[28] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/esoteric_nashville/

que diz respeito a livros, a principal referência que apareceu diversas vezes no monitoramento foi do *The Riot Grrrl Project*[29].

A quarta categoria inclui as tatuagens, que assim como os *fanzines* fazem parte de um perfil de consumo ligado à moda *punk*, compondo também as marcas de capital subcultural (THORNTON, 1995) do *Riot Grrrl*. Sobre esse tópico, é possível notar que costumam corresponder em sua maioria ao nome do movimento[30]; ou frases de empoderamento[31]; e associadas a imagens de mulheres[32], personagens femininos[33], ou símbolos ligados ao feminismo[34] e ao próprio movimento[35].

Por último, a gastronomia foi um tema que apareceu durante a busca e tem uma interessante relação com o *Riot Grrrl*, uma vez que há dentro do movimento uma luta pelo ecofeminismo que reflete no fato de que parte das integrantes está ligada à prática do veganismo e do vegetarianismo.

E, durante a pesquisa, essa relação pode ser observada uma vez que as postagens no *Instagram* relacionadas a comida e identificadas com a *hashtag* pesquisada estavam relacionadas com alimentos produzidos sem origem animal, como é o caso do *Zucchini Kill Bakery*[36] e *Riot Grill Los Angeles*[37] (Figura 2). No tocante ao primeiro, trata-se de uma referência direta ao nome da banda *Bikini Kill*, ícone do movimento; e no que diz respeito ao segundo exemplo, cabe destacar que é utilizado o slogan "*Support your local business grrrls!*", que também se relaciona com a identidade do *Riot Grrrl*.

Figura 2 - Riot Grill Los Angeles

[29] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/theriotgrrrlproject/
[30] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BZJogPXl_WD
[31] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BeHYJqnH1yW/
[32] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/ycvwyBOepU/
[33] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BBs3jh9FE5H
[34] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BLj64Otjeai/
[35] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BeUVjxVDGI-/
[36] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/zucchinikillbakery/
[37] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/lariotgrill/

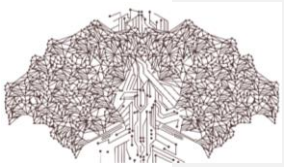


Fonte: Instagram https://www.instagram.com/p/BebS3bal-d1/?taken-by=lariotgrill Acesso em 30/01/18.

Também na pesquisa sobre a subcultura *Riot Grrrl* no Brasil, Gelain (2017) encontra a página do *Facebook* (outra mídia usada para divulgar postagens do *Instragram*) Atelier Baunilha – empresa de São Paulo especializada em produtos sem lactose e veganos –, através da hashtag *#RiotGrrrl* em março de 2016. Neste caso, a empresa também utilizou a hashtag possivelmente para impulsionar as vendas na semana do Dia da Mulher (8 de março).

Durante essa pesquisa exploratória foi possível notar ainda que a hashtag *#RiotGrrrl* não costuma aparecer sozinha identificando as publicações. De modo geral, no *Instagram* os usuários optam por selecionar um conjunto de *hashtags* para indexar suas fotos, a fim de ampliar ainda mais o alcance de sua postagem. Dessa forma, as imagens citadas aparecem associadas a outras palavras chaves descritivas, como por exemplo *#riotband*; *#girlband*; *#punkrockgirl*; *#punk*; *#girlpower*; *#rebelgirl*; *#empowerment*; *#sisterhood*; *#handmadewithlove*; e, principalmente, *#feminism* e *#feminist*.

Sobre esses indexadores vale apontar sobre os três últimos. Quanto aos termos *#feminism* e *#feminist*, estes são os mais recorrentes nas publicações também associadas à *hashtag* do movimento. Já o *#handmadewithlove* ou, em tradução livre, "feito à mão com amor" conecta-se diretamente à proposta *Do It Yourself* (Faça Você Mesmo) que foi disseminada pelo movimento *punk* e também inspirou o *Riot Grrrl*. Durante a observação restou evidente que a maior parte dos produtos identificados por essa *hashtag* estavam associados à gestão e produção de pequenas e médias empreendedoras, que desenvolvem e divulgam suas marcas por meio das redes sociais.



Considerações Finais

Dessa forma, de acordo com o monitoramento realizado, conclui-se que a expressão aparece majoritariamente em sites da *internet* relacionados com o movimento *Riot Grrrl*, mas também tem sido associada a produtos de empresas que não necessariamente possuem alguma característica relacionada com essa subcultura, porém pretendem estar associadas ao viés feminista, funcionando, portanto, como um influenciador do consumo. Contudo, é preciso estar atento para não confundir com a existência de uma "comunidade única" *online* conectada por essa *hashtag*.

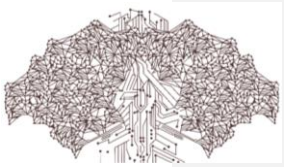
Afinal, como visto nessa pesquisa exploratória, a apropriação da *hashtag* por empresas que não estão conectadas ao movimento ocorre principalmente nos produtos relacionados à moda, como vestuário, sapatos e acessórios. Assim, uma audiência que não faz parte desse movimento também tem acesso a esses itens por meio de um marketing voltado ao *femvertising*.

Da mesma forma, é possível que a busca por produtos oriundos do *femvertising* possam ter relação ao capital subcultural com relação ao público de consumidoras ativistas e feministas, bem como mulheres que estão inseridas na subcultura *Riot Grrrl*. O capital subcultural é a manifestação de comportamentos e estilos que demonstram "autenticidade", "diferença", "singularidade" e "sofisticação", os quais levam ao reconhecimento, à admiração e ao prestígio dentro de um grupo subcultural (como o das *Riot Grrrls*). Definidos e distribuídos pelas macro e/ou micro mídias, estes conhecimentos e competências podem ser materializados e corporalizados na aparência (através do corte de cabelo, roupas ou de tatuagens, por exemplo), na disposição de discos e CDs, ou seja, consumos relacionados ao universo do grupo subcultural, entre outros (THORNTON, 1995).

Todavia, cabe informar que foi notado durante o monitoramento que, ao mesmo tempo em que atinge uma audiência interessada na ideologia feminista e que pode ter interesse em consumir os produtos; a associação da *hashtag* para o comércio de produtos e serviços pode ser vista de forma negativa pelas integrantes do *Riot Grrrl* e do movimento feminista. Foram identificados diversos comentários em publicações feitas no *Instagram*, como por exemplo, na postagem no *Instagram* de *Femme Holiks*[38], que questiona o uso do feminismo pela *Dior*.

Por todo exposto, resta evidente que essa análise corresponde a um ponto de partida para novas investigações relacionadas com o tema do consumo feminista no ambiente online a serem desenvolvidas.

[38] Acesso em 30/01/2018. Disponível em: https://www.instagram.com/p/BdfLYYDHGAO.



Referências bibliográficas

AMARAL, Adriana; BARBOSA, Camila; POLIVANOV, Beatriz. Subculturas, re(a)presentação e autoironia em sites de rede social: o caso da fanpage "Gótica Desanimada" no Facebook. CONGRESSO BRASILEIRA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., Rio de Janeiro. **Anais do 28 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

ABITBOL, Alan; STERNADORI, Miglena. You act like a girl: an examination of consumer perceptions of femvertising. **Quarterly Review of Business Disciplines**, United States, v.3, n2, p. 117-138, 2016.

ARIZTÍA, Tomás. Classes médias e consumo: três enfoques de leitura a partir da sociologia. In: **O que é consumo**: comunicação, dinâmicas produtivas e constituição de subjetividades. Organizado por Denise Cogo, Rose de Melo Rocha e Tânia Hoff. Porto Alegre: Sulina, 2016. pp. 17-37.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. 1ª ed., Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2001.

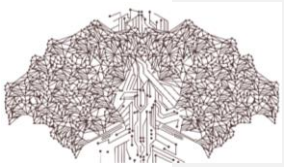
BRUNS, Axel. **Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo**. In: 9º Encontro da SBPJor, Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo. Rio de Janeiro, 2011, p. 119-140.

CAMARGO, Michelle Alcântara. Riot Grrrls em São Paulo: estética corporal na construção identitária. FAZENDO GÊNERO 8 - CORPO, VIOLÊNCIA E PODER. Florianópolis. **Anais do Congresso Fazendo Gênero 8,** Florianópolis: UFSC, 25 a 28 de agosto de 2008.

CAMPBELL, C. **Eu compro, logo existo: as bases metafísicas do consumo moderno**. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Orgs.). Cultura, consumo e Identidade. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006.

COSTA, Jussara C. et.al. Um jeito diferente e "novo" de ser feminista: em cena, o Riot Grrrl. **Revista Ártemis,** v. 13, p. 222-240, jan./jul. 2012.

COSTA, Jussara. C.; RIBEIRO, Jessyka. K. A. Um jeito diferente de ser movimento: em cena, o Riot Grrrl. CONGRESSO INTERNACIONAL DE ESTUDOS SOBRE A DIVERSIDADE



SEXUAL E DE GÊNERO DE ABEH, 6., Salvador. **Anais do Congresso da ABEH** Salvador: UFBA, 2012.

FORCE, William, '**No, we don't have any t-shirts: identity in a (self-consciously) consumerist punk subculture'**, M.A. Thesis, Tampa: University of South Florida, 2005.

GELAIN, Gabriela Cleveston (2017). **Releituras, transições e dissidências da Subcultura Feminista Riot Grrrl no Brasil**. Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2017. Disponível em: http://tinyurl.com/riotbrasil. Acesso em 30/01/2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2006.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media**. Nova York: NYU Press, 2013.

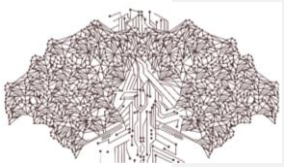
HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HINERASKY, Daniela. **O Instagram Como Plataforma De Negócio de Moda: dos "itbloggers" às "it-marcas"**. Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Subjetividade, do 4º Encontro de GTs - Comunicon, 2014. Disponível em: www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gt_seis/GT06_HINERASKY.pdf. Acesso em 30/01/2018.

LEMOS, André. **Agregações Eletrônicas ou Comunidades Virtuais? Análise das listas Facom e Cibercultura.** [2002a]. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/agregacao.htm>. Acesso em outubro de 2017.

LEONARD, Marion. Paper planes: travelling the new grrrl geographies. In: SKELTON, T.; VALENTINE, G. **Cool places:** geographies of youth cultures. London: Routledge, 1998.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.



MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MARCUS, Sara. **Girls to the front**: the true story of the Riot Grrrl Revolution. New York: Harper Perennial, 2010.

MOURA, Keren Franciane; Carolina Fernandes da Silva, MANDAJI. **A relação das hashtags com as palavras de ordem presentes nas Manifestações Brasileiras de 2013**. Disponível em: http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-1334-1.pdf. Acesso em: 21 de outubro de 2017.

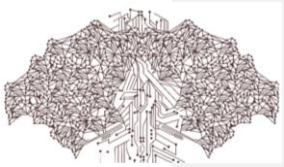
OLÍVIA-MELO, Camila. Novos sujeitos da comunicação - uma contribuição dos Estudos Queer para misturar: emissão-recepção-produção-expressão. In: **IV Enpecom - Encontro de Pesquisa em Comunicação**, 2012, Curitiba-PR. IV Enpecom - Encontro de Pesquisa em Comunicação, 2012

O'HARA, Craig. **A filosofia do *punk***: muito mais do que barulho. São Paulo: Radical Livros, 2005.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na Internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In: SOSTER, D.A.; SILVA, F.F. (Orgs.). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009. Disponível em <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf> Acesso em 30/01/2018.

REIS, Josemira Silva. Feminismo por Hashtags: as potencialidades e riscos tecidos pela rede. Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13thWomen's Worlds Congress (**Anais Eletrônicos**), Florianópolis, 2017. http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1503731675_ARQUIVO_josemirareis_fazendogenerov2.pdf Acesso em 30/01/18.

RIBEIRO, Jéssyka K. A.; COSTA, Jussara C; SANTIAGO, Idalina M. F. L., 2012. **Um jeito diferente e novo de ser feminista: em cena, o Riot Grrrl.** Revista Ártemis, Edição V.13, pp. 222-240.



HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi e MEIRELLES, Giselle. Problematizando o conceito de Empoderamento. SEMINÁRIO NACIONAL MOVIMENTOS SOCIAIS, PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA 2., 2007, Florianópolis, SC. **Anais do Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia**, Florianópolis, SC: UFSC, 2017. P.485-506

SOUZA, Juliana Mello. Feminina e não feminista: a construção mediática do backlash, do consumo e dos pós-feminismos. **Media & Jornalismo**. vol17 n.30. Lisboa, junho 2017.

SLATER, Don. **Consumer Culture and Modernity.** Cambridge: Polity Press, 1997.

THORNTON, Sarah. **Club Cultures**: music, media and subcultural capital. Oxford: Polity, 1995.

TRIGGS, Teal, **'Scissors and glue: punk fanzines and the creation of a DIY aesthetic'**, Journal of Design History, 19: 1, pp. 69-83, 2006.

ZAPATER, Maíra. **Os problemas de um feminismo para consumo imediato**. 2018. Disponível em: <http://justificando.cartacapital.com.br/2018/01/19/os-problemas-de-um-feminismo-para-consumo-imediato/>. Acesso em: 29 jan. 2018.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

SUBJETIVIDADE, SUJEIÇÃO SOCIAL E VIGILÂNCIA LÍQUIDA: O PAPEL DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS DE COMUNICAÇÃO [1]

Maria Rita Pereira Xavier[2]; Alexsandro Galeno de Araújo Dantas[3]

A tecnologia não caracteriza a passagem das sociedades da tradição para a modernidade, pois, é um meio e uma prótese que os humanos vêm construindo ao longo da história para potencializar sua ação no mundo. De forma que é impreciso concebê-la como um conjunto de artefatos que caracterizam o modo de vida do mundo atual. Essa contingência antropológica sublinha a importância de preservar a ideia de que a tecnologia é para o homem, não o homem para a tecnologia. O que precisamos atentar é que há as tecnologias que ligam os homens entre si e aquelas que os separam, hierarquizam e distanciam, havendo tanto as tecnologias para a vida quanto para a morte. (ALMEIDA, 2012).

O mito moderno do progresso é uma das justificativas para a criação de artefatos tecnológicos de morte e controle, em que o único caminho possível é através do avanço e da criação de cada vez mais tecnologia, tendo em vista que a modernidade era marcada pela tradição, mas também pela criação. Assim, entende-se tecnologia como "o campo de conhecimento relativo ao desenho de artefatos e à planificação da sua realização, operação, ajuste, manutenção e monitoramento à luz do conhecimento científico. Ou, resumidamente: o estudo científico do artificial". (BUNGE, 1985, p. 231).

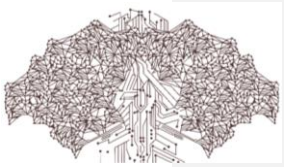
Borgmann (1984 apud CUPANI, 2004, p. 501) afirma que os produtos e o seu consumo constituem "a meta declarada do empreendimento tecnológico", que foi proposta no início da Modernidade com a expectativa de que o homem poderia dominar a natureza. Assim, para entender a tecnologia não é suficiente atentar para o seu aspecto de natureza dominada, nem à sua associação com a ciência, é necessário entender por que a tecnologia tem chegado a ser um modo de vida que implica em uma:

> Tendência a reduzir todo e qualquer problema a uma questão de relação entre meios e fins. Reciprocamente, o mundo dos dispositivos é um mundo de meros meios, sem fins últimos, o que constitui uma novidade na história humana. Isto é muito importante para se entender a diferença entre a técnica tradicional e a tecnologia. Ao passo que na técnica toda relação meio fim estava inserida em um contexto (social, cultural,

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 8: Privacidade, vigilância, controle; do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é doutoranda em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É Mestre em Ciências Sociais (UFRN) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Marginália (UFRN). E-mail: mariaritax_@hotmail.com

[3] . Pesquisador é professor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É Doutor em Ciências Sociais (PUC-SP) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação Marginália (UFRN). E-mail: alexgalenno@gmail.com



> ecológico), na tecnologia a relação meio fim vale universalmente, com independência dos contextos concretos. (CUPANI, 2004, p. 502).

Os dispositivos[4] são um meio (algo-para), de modo que é preciso distinguir entre a função do dispositivo – conhecida pelo usuário – e a sua maquinaria, geralmente incompreendida (por exemplo, a comum ignorância com relação à maquinaria de um computador, ainda que saibamos usá-lo bem). Por meio da sua função, um dispositivo alivia um esforço, libera um peso, o que significa que os produtos podem ser consumidos de maneira instantânea, ubíqua, segura e fácil. (CUPANI, 2004). Na década de 1980, os microcomputadores foram se tornando amigáveis, fáceis de operar e compreender. Esse é "o sinal do grande hiato entre a função acessível a todos e a maquinaria conhecida por quase ninguém". (BORGMANN, 1984, p. 47).

Ao longo das últimas três décadas, o capitalismo pós-industrial foi introduzindo máquinas cada vez mais pessoais no cotidiano social. Se antes o maquinário estava apenas voltado para a produção industrial em grande escala – o que requeria um tipo de subjetividade "operária" específica –, agora as máquinas se instauram para modelar a subjetividade a partir de "dentro". Se antes o trabalhador desligava a máquina ao sair da fábrica, agora as máquinas acompanham-no a todo lugar. Assim, se a forma como produzimos, consumimos, usamos e regulamos mercadorias são um meio para entendermos o capitalismo, e se é possível dizer que o automóvel foi fundamental para o entendimento do século passado, talvez seja possível afirmar que o smartphone é a mercadoria que define o século XXI. (ASCHOFF, 2015).

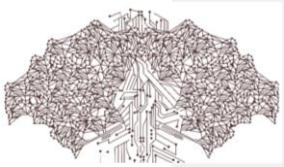
Os smartphones talvez sejam os netos dos computadores aos quais Borgmann (1984) se referia. Já que são máquinas de uso simples que se inseriram com facilidade no cotidiano, em decorrência da facilitação de questões práticas; embora poucos conheçam de fato o seu funcionamento maquínico ou a sua capacidade para recolher e distribuir dados. É preciso atentar às mudanças mais sutis e lembrar do fato de que o smartphone é tanto uma máquina quanto uma mercadoria. (ASCHOFF, 2015).

A inserção social desses artefatos produziu uma mudança significativa nos comportamentos sociais, a justificativa para o estudo está na sua inquestionável adesão e na enorme quantidade de dados produzidas por meio deles. É preciso entender como os artefatos tecnológicos se adaptam as necessidades dos usuários para, em seguida, fazerem com que os usuários se adaptem às suas demandas de uso. O smartphone concentra funções que são geradoras de dados de telefonia, usos na internet, geolocalizações, imagens, movimentações bancárias, interesses diversos, etc. Em resumo, é uma máquina portátil e onipresente de vigilância.

Segundo análise de pesquisadores do laboratório de Privacidade (*Privacy Lab*) da Universidade de Yale e da *Exodus Privacy*[5], há uma proliferação de programas de rastreamento em aplicativos comuns para smartphones, tais como os de clima, de luz de lanterna, de compartilhamento de caronas, de relacionamento e até de música, como o conhecido *spotify*. Há dezenas de rastreadores que coletam um enorme volume de informações dos usuários. (GRAUER, 2017). São "resultados que reforçam a onipresença das ferramentas de rastreamento, a despeito de um sistema de permissões no Android que deveria dar aos usuários controle sobre seus dados. Eles também

[4] Dispositivos entendidos aqui não como o conceito filosófico, mas como artefatos.

[5] Organização francesa sem fins lucrativos.



destacam como um grupo grande e variado de empresas atua para permitir o rastreamento". (GRAUER, 2017, p. 1). Esse breve panorama já permite uma noção sobre como o smartphone se insere no dispositivo de vigilância vigente.

O intuito é entender o lugar dos smartphones dentro desse dispositivo de vigilância maior, no qual há algoritmos programados para rastrear dados e alimentar o chamado Big Data[6]. É necessário pensar como uma massa de informações subjetivas é utilizada para a produção de uma subjetividade voltada para interesses capitalistas, através de processos de mineração de dados e da utilização de técnicas de perfilização (*profiling).*

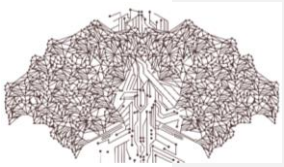
O pressuposto teórico é o de que a subjetividade e as subjetivações produzidas pelo capitalismo são feitas para a máquina social, o que compreende a máquina técnica como um de seus produtos. (LAZZARATO, 2014). Se a sujeição social é marcada pelos processos de subjetivação modernos, a ideia é a de que através do dispositivo de vigilância atual, a subjetividade seja modulada em uma interseção que se dá entre essa sujeição social e uma servidão maquínica. O entendimento é o de que o capitalismo prepararia o terreno para a vigilância através da distribuição ubíqua, da praticidade e do entretenimento proporcionados pelos artefatos tecnológicos, que fariam parte do conjunto de elementos heterogêneos de um dispositivo de vigilância mais abrangente. Ao smartphone caberia abrir caminho para a geração e anuência da entrega de dados, portanto informação e conhecimento, apoiada em uma "cooperação voluntária" dos usuários. Diante desse contexto, haveria a fabricação e modulação de uma subjetividade específica através desses dispositivos de vigilância. Para entender como se exerce o poder na sociedade de controle (Deleuze 1992) e como ele se resvala para a subjetividade.

A ideia é que a introdução de dispositivos móveis interferiria em fatores produtores de uma subjetividade própria, que pode facilitar "sujeição social". De acordo com Lazzarato (2014), a produção de subjetividade capitalística opera através de dispositivos de sujeição social e servidão maquínica que se agenciam mutuamente. Lazzarato (1994) aprofunda essa discussão ao explicar que:

> Marx dizia que a maquinaria era a mais adequada forma de capital fixo, este é ainda mais o caso hoje em dia, já que os maquinismos invadiram nossas vidas cotidianas e agora "assistem" nossos modos de falar, ouvir, ver, escrever e sentir ao constituir o que poderíamos chamar de "capital social constante". Máquinas técnicas e sociais, nas quais "humanos" e "não humanos" funcionam juntos como partes componentes nos agenciamentos corporativos, do Estado de bem-estar social e no agenciamento midiático. (LAZZARATO, 2014, p. 17).

Nessa perspectiva a produção de subjetividade se dá no ponto de interseção entre os dispositivos de "sujeição social" e os de "servidão maquínica". É preciso esclarecer que a subjetividade e as subjetivações que o capitalismo produz são feitas para a máquina social, isso compreende a máquina técnica como um de seus produtos. (LAZZARATO, 2014).

[6] Em tecnologia da informação, o termo Big Data refere-se a um grande conjunto de dados armazenados. Diz-se que o Big Data se baseia em 5 V's: velocidade, volume, variedade, veracidade e valor.



A sujeição social é um processo de personificação das relações de capital, pois o "capitalista" age como "capital personificado", assim como o trabalhador da fábrica é o trabalho personificado. Já na servidão maquínica o indivíduo não é mais instituído como um "sujeito individuado", "sujeito econômico" ou "cidadão", é considerado uma engrenagem, uma roda dentada, uma parte do componente dos diversos agenciamentos ("empresa", "sistema financeiro", "mídia", "Estado de bem-estar social" e equipamentos coletivos: escolas, hospitais, museus, teatros, televisão, internet, etc.). A servidão é um conceito que Deleuze e Guattari emprestaram da cibernética e da ciência da automação, que significa a "pilotagem" ou o "governo" dos componentes de um sistema. É o modo de controle e regulação de uma máquina social ou técnica, um modo de comando, de regulação e de governo "assistido" pela tecnologia, sendo uma especificidade do capitalismo. (LAZZARATO, 2014). De modo mais conciso Lazzarato (2014) explica que:

> A sujeição produz e sujeita indivíduos, enquanto na servidão, "[in]divíduos se tornam "dividuais", e as massas se tornam amostras, dados, mercados ou bancos. [...] A sujeição fabrica um sujeito vinculado a um objeto externo (uma máquina, um dispositivo de comunicação, dinheiro, serviços públicos, etc.) de que o sujeito faz uso e com o qual ele age. Na sujeição, o indivíduo trabalha ou se comunica com outro sujeito individuado via uma máquina-objeto, que funciona como meio ou mediação de sua ação ou uso. (LAZZARATO, 2014, p. 29).

Nesse sentido, a lógica sujeito-objeto utilizada pela sujeição social é demasiada humana, posto que a servidão maquínica não se constrange com dualismos sujeito/objeto, palavras/coisas, natureza/cultura. O dividual não se opõe às maquinas, ele é adjacente às máquinas, constituindo um dispositivo "homens-máquinas" em que ambos são partes recorrentes e intercambiáveis de um processo de produção, comunicação e consumo que os excede. Não mais agimos ou fazemos uso de algo, se por agir e usar entendermos funções do sujeito, o que se constitui são entradas e saídas, *inputs* ou *outputs*, pontos de conjunção ou disjunção nos processos econômicos, sociais ou comunicacionais geridos e governados pela servidão. A relação sujeito/objeto, homem/máquina ou agente/instrumento desaparece em prol de uma configuração global em que há um encontro/agenciamento de forças que não se dividem em "vivos" e "mortos", subjetivo e objetivo, mas são todos animados de modos variados.

Na servidão, as relações entre agentes e signos existem de fato, mas não são intersubjetivas, pois os agentes não são pessoas e as semióticas não são representativas. De modo que agentes humanos e não humanos funcionam como pontos de conexão, junção e disjunção de fluxos, além de serem redes que compõem o agenciamento coletivo. (LAZZARATO, 2014). Essa ideia de que a subjetividade se modula na interseção entre servidão maquínica e sujeição social também estaria inserida no contexto de uma espécie de "servidão voluntária", entendido aqui a partir dos termos de Bauman e Lyon (2012) sobre "vigilância líquida".

Uma das questões é entender como os dispositivos se adaptam as necessidades dos usuários para, em seguida, fazer com que os usuários se adaptem às suas demandas. A fabricação e modulação de uma subjetividade específica através desses dispositivos corrobora com a vigilância. Isto porque, segundo Guattari (1992), os fatores subjetivos passaram a desempenhar um papel

preponderante ao serem absorvidos pelo *mass midia* de alcance mundial; entendendo-se subjetividade como:

> O conjunto das condições que torna possível que instâncias individuais e/ou coletivas estejam em posição de emergir como *território existencial* autorreferencial, em adjacência ou em relação de delimitação com uma alteridade ela mesmo subjetiva. Assim, em certos contextos sociais e semiológicos se individua (...) em outras condições a subjetividade se faz coletiva, o que não significa que ela se torne por isso exclusivamente social. (...) O termo "coletivo" deve ser entendido no aqui no sentido de uma multiplicidade que se desenvolve para além do indivíduo, junto ao *socius*. (...) As condições de produção evocadas nesse esboço de definição implicam, então, conjuntamente, instâncias humanas intersubjetivas manifestadas na linguagem e instâncias concernentes à etologia, interações institucionais de diferentes naturezas, *dispositivos maquínicos, tais como aqueles que recorrem ao trabalho com computador*, universos incorporais, tais como aqueles relativos à música e às artes plásticas. Essa parte não humana pré-pessoal da subjetividade é essencial, já que a partir dela que pode se desenvolver sua heterogênese. (GUATTARI, 1992, p. 19, grifo nosso).

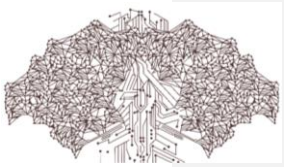
Nessa perspectiva, trata-se da ideia de que "a subjetividade não é fabricada apenas através das fases psicogenéticas da psicanálise ou dos "matemas do inconsciente"[7], mas também nas grandes máquinas sociais, mass-midiáticas, que não podem ser qualificadas de humanas. " (GUATTARI, 1992, p. 19) Tal qual é o caso dos smartphones.

A produção de subjetividade

A informação é imprescindível nos processos de vigilância, a vigilância de dados ou de rastros pessoais na internet tem o privilégio de ter acesso a processos sociais, subjetivos, econômicos, cognitivos, que se tornaram passíveis de monitoramento cotidiano. Dados que eram custosos e de difícil acesso passaram a ser coletados de forma regular, automatizada e à distância. (BRUNO, 2013).

Neste sentido, Guattari (1992) ressalta que as máquinas tecnológicas de informação e comunicação também operam no núcleo da subjetividade humana, tanto no que concerne à memórias e inteligência quanto à sensibilidade, aos afetos e aos fantasmas inconscientes. Embora

[7] O termo matema foi criado por Jacques Lacan, em 1971, para designar uma escrita algébrica capaz de expor cientificamente os conceitos da psicanálise, e que permite transmiti-los em termos estruturais, como se tratasse da própria linguagem da psicose. (ROUDINESCO; PLON, 1998, p. 516 apud GUATTARI, 1992, p. 19).



para levar em conta as dimensões maquínicas de subjetivação, seja necessário atentar para os diversos elementos heterogêneos que compõem a produção de subjetividade:

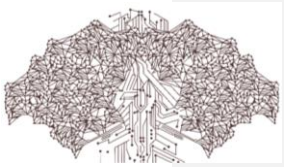
> 1) componentes semiológicos significantes que se manifestam através da família, da educação, do meio ambiente, da religião, da arte, do esporte; 2) elementos fabricados pela indústria dos mídia, do cinema, etc. 3) dimensões semiológicas a-significantes colocando em jogo máquinas informacionais de signos pelo fato de produzirem significações e denotações que escapam aos axiomas linguísticos. (GUATTARI, 1992, p. 14).

Assim, para entender os rastros subjetivos coletados através da vigilância algorítmica, de modo a entender como se dá a sua produção capitalística de subjetividade, levaremos em conta a perspectiva de Guattari e Rolnik (1999, p. 25) de que o sujeito não é do domínio de "uma suposta natureza humana [...] ao contrário, [é] a ideia de uma subjetividade de natureza industrial, maquínica, ou seja, essencialmente fabricada, modelada, recebida, consumida". Assim, o dispositivo de vigilância através de smartphones influencia na disseminação de uma subjetividade mais ampla que ultrapassa o indivíduo em si. Segundo Guattari e Rolnik (1999):

> O indivíduo está na encruzilhada de múltiplos componentes de subjetividade, alguns são inconscientes, do domínio do corpo, do que se chama "grupos primários" (clã, tribo, turma, etc.), além do domínio da produção de poder através da lei, polícia, etc. E há a hipótese de que também existe uma subjetividade ainda mais ampla: a subjetividade capitalística. (GUATTARI; ROLNIK, 1999, p. 34).

É sabido que o capitalismo capta e controla todas as instâncias da vida, tendo como suporte o avanço científico da tecnologia e seus dispositivos de controle, ao mesmo tempo em que impõe lógicas de vida que interpelam e tendem a conduzir os modos de vida. Segundo Guattari e Rolnik (1999), existem as máquinas de produção de subjetividade tradicional (etnias, corporação profissional, casta) e as capitalistas (produção industrial e de escala internacional). De modo que as representações são injetadas através de uma economia coletiva do desejo, na qual a produção de subjetividade é a matéria-prima da evolução das forças produtivas mais desenvolvidas e de toda e qualquer produção.

> Todas essas questões da economia coletiva do desejo deixam de parecer utópicas a partir do momento em que não mais consideramos a produção de subjetividade como apenas um caso de superestrutura, dependente das estruturas pesadas de produção das relações sociais. (GUATTARI; ROLNIK, 1999, p. 26).



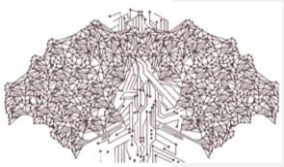
A explicação é a de que a partir do momento em que consideramos a produção de subjetividade como matéria-prima da evolução das forças produtivas em suas formas mais desenvolvidas, como os setores de ponta da indústria, as questões da economia coletiva do desejo deixam de parecer utópicas. Essa espécie de vontade de potência produtiva revoluciona a própria produção através das revoluções científicas, biológicas, da incorporação massiva da telemática, da informática, da ciência dos robôs e através do peso cada vez maior dos equipamentos coletivos e da mídia. Desse modo, a produção de subjetividade talvez tenha se tornado mais importante do que qualquer outro tipo de produção, mais até do que a produção de petróleo e as energias. Visto que as mutações de subjetividade funcionam além da esfera das ideologias, pois estão no próprio coração dos indivíduos, em sua maneira de perceber o mundo, de se articular como tecido urbano, com os processos maquínicos de trabalho e na maneira de se relacionar com a ordem social das forças produtivas. (GUATTARI; ROLNIK, 1999, p. 26).

Os autores preferem falar em processo de subjetivação, ao invés de ideologia. Desse modo, tudo que é produzido pela subjetivação capitalística e nos chega através da linguagem, da família e dos equipamentos que nos rodeiam trata-se de sistema de conexão direta entre as grandes máquinas produtivas e de controle social e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo. De maneira que Guattari e Rolnik (1999) não contrapõem as relações de produção econômica e as relações de produção subjetiva. Nos ramos mais modernos da indústria, desenvolve-se um tipo de trabalho ao mesmo tempo material e semiótico.

Assim, pode-se pensar que a introdução de dispositivos comunicacionais e os seus efeitos se encaixam na ideia de uma produção de subjetividade capitalística não apenas da ordem da representação, mas de uma modelização que diz respeito "aos comportamentos, à sensibilidade, à percepção, à memória, às relações sociais, às relações sexuais, etc." (GUATTARI; ROLNIK, 1999, pp. 27-28). Visto que esses fatores são de alguma forma alterados nos indivíduos através do seu uso: desde as relações sociais que estão se adaptando à presença constante desses objetos, até a maneira como memória, percepção, foco e até o tato se alteram para que o usuário se adapte, faça uso das funções oferecidas e mais importante de tudo, se torne um consumidor. Esses dispositivos podem ser entendidos tanto como modalizadores quanto como "distribuidores" de informação ao capital, já que são grandes coletores de dados de uso.

Guattari e Rolnik (1999) entendem subjetividade como uma articulação com o tecido urbano, que vai além das ideologias e se instaura nas maneiras de perceber o mundo, através de processos maquínicos do trabalho há a criação de uma ordem social que dá suporte às forças produtivas. Nesse sentido, a representação teórica e ideológica não pode ser separada das condições de uma práxis social, visto que há sistemas de conexão direta entre as grandes máquinas produtivas e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo. Dessa maneira, entende-se por processos da constituição da subjetividade coletiva o desejo em escala coletiva, os processos de singularização que são razões produtoras de subjetividade; o desejo somado a subjetividade; o trabalho material e o semiótico e as subjetividades individuais em confronto. Assim, os sistemas de produção da subjetividade dominante, agenciamento coletivo de enunciação, produzem subjetividades ao invés de produzir o sujeito. (GUATTARI; ROLNIK, 1999).

> É preciso dissociar os conceitos de indivíduo e subjetividade, os indivíduos são resultado de uma produção de massa, de modo que o indivíduo é serializado, registrado, modelado. A subjetividade não é



> passível de totalização ou de centralização no indivíduo", pois é fruto de uma multiplicidade de agenciamentos da subjetivação, é essencialmente fabricada e modelada no registro social. O indivíduo consome sistemas de representação, de sensibilidade, etc. que não têm nada a ver com categorias naturais universais. (GUATTARI; ROLNIK, 1999, p. 31).

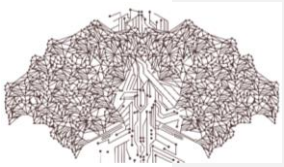
O lucro capitalista se faz na produção de poder subjetivo. Parafraseando Guattari e Rolnik (1999) que analisam o exemplo do walkman na década de 1980, é possível argumentar que os jovens que passeiam pelas ruas equipados com um smartphone estabelecem com o dispositivo e a rede à qual ele se conecta uma relação que não é natural. Ao produzir esse tipo de aparelho, a indústria não fabrica simplesmente algo que transmite entretenimento, informação, mensagens, etc. – ou música como era o caso do walkman – o que ela faz é inventar um universo virtual (ou musical), que estabelece uma outra relação com os objetos, o que a indústria faz é inventar uma nova percepção. (GUATTARI; ROLNIK, 1999, p. 32).

Se a nossa subjetividade é modelizada por esses dispositivos, o entendimento de que esses aparelhos são divertidos e o comportamento que consiste em ficar inteiramente focalizado no aparelho, em uma relação de comunicação direta, foi introduzido com o vídeo e se estendeu para a nossa relação com as telas de dispositivos *smart* atuais, esta é mais uma relação produzida e modelada por e para esta sociedade. Isso tendo como suporte a ideia de uma noção de subjetividade que abarca a subjetividade individual como "resultado de um entrecruzamento de determinações coletivas de várias espécies, não só sociais, mas econômicas, tecnológicas, de mídia, etc." (GUATTARI; ROLNIK, 1999, p. 34).

Vigilância líquida

A produção de subjetividade já pode ser percebida através de alterações de comportamento, como a tendência à exposição voluntária de informações de si e a criação de uma espécie de sujeito confessional (BAUMAN; LYON, 2013), que depende enormemente do dispositivo móvel para desenvolver e expressar percepções, afetos, sensações, cognição, linguagem, etc. De modo que é possível pensar num controle que começa na subjetividade a partir da dependência dos indivíduos desses objetos e se expande para diversas faces da vida cotidiana através do acesso aos dados e da anuência sem questionamentos em relação à vigilância.

Vigilância líquida é menos uma forma completa de especificar a vigilância e mais uma orientação, um modo de situar as mudanças nessa área na modernidade fluida e perturbadora da atualidade. A vigilância suaviza-se especialmente no reino do consumo, onde velhas amarras se afrouxam à medida que fragmentos de dados pessoais obtidos para um objetivo são facilmente usados com outro fim. A vigilância se espalha de formas até então inimagináveis, "reagindo à liquidez e reproduzindo-a. Sem um contêiner fixo, mas sacudida pelas demandas de "segurança" e aconselhada pelo marketing insistente das empresas de tecnologia, a segurança se esparrama por toda parte". (BAUMAN; LYON, 2013, p. 10).



Nessa perspectiva, CRARY (2014, p. 82) afirma que "os efeitos da dominação penetraram a existência individual com nova intensidade e abrangência". [...] Através de uma ideia de que o ciberespaço surgiu, aparentemente do nada, mas como um conjunto de ferramentas sem precedentes, dotado do poder de reinventar o indivíduo e sua relação com o mundo. (CRARY, 2014). É possível dizer que os atuais mecanismos de comando e os efeitos de normalização estão presentes em praticamente todos os lugares, quase o tempo todo e se internalizam de forma mais completa e micrológica do que o poder disciplinar dos séculos XIX e XX.

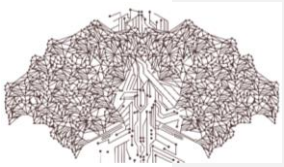
O consumismo ampliou-se em direção à atividade 24/7, que se baseia através de técnicas de personalização, individuação, interações com máquinas e comunicação obrigatória. O trabalho que precisamos fazer é com diligência continuarmos nos reinventando a nós mesmos e administrando nossas identidades intricadas. (CRARY, 2014). O atual modo de vida se dá numa sociedade confessional que nos impele a promover uma auto exposição pública, tornando as redes sociais o lugar por excelência da vigilância voluntária. De acordo com a "sociedade de controle", a vigilância passa por um processo de dissolução das grandes estruturas advindas da modernidade sólida, de modo que quanto menos ela se mostra mais ela prende o indivíduo em suas teias.

Uma outra interface dessa questão se dá por meio da disseminação do medo e do controle que se dá por meio de artefatos comunicacionais, câmeras de vigilância, aeroportos, etc. que geram um mal-estar da visibilidade. Já que a vigilância (servidão) voluntária é consequência do comportamento da exposição espontânea de informações de si, numa espécie de sujeito confessional. O ponto de partida para essa discussão é a definição de Vigilância líquida utilizadas por Bauman e Lyon (2013):

> Vigilância líquida é menos uma forma completa de especificar a vigilância e mais uma orientação, um modo de situar as mudanças nessa área na modernidade fluida e perturbadora da atualidade. A vigilância suaviza-se especialmente no reino do consumo. Velhas amarras se afrouxam à medida que fragmentos de dados pessoais obtidos para um objetivo são facilmente usados com outro fim. A vigilância se espalha de formas até então inimagináveis, reagindo à liquidez e reproduzindo-a. sem um contêiner fixo, mas sacudida pelas demandas de "segurança" e aconselhada pelo marketing insistente das empresas de tecnologia, a segurança se esparrama por toda parte. (BAUMAN; LYON, 2013, p. 10).

Se no panóptico moderno, os prisioneiros não podiam mover-se porque estavam sob vigilância constante e permaneciam o tempo todo nos lugares designados porque não sabiam, nem tinham como saber onde os guardas (livres para se mover) estariam. De acordo com a descrição de Foucault (1997):

> O dispositivo panóptico organiza unidades espaciais que permitem ver sem parar e reconhecer imediatamente […] A plena luz e o olhar de um vigia captam melhor que a sombra, que finalmente protegia. A visibilidade é uma armadilha. [...] o efeito



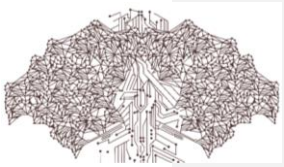
> mais importante do panóptico é induzir no detento um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder. Fazer com que a vigilância seja permanente em seus efeitos, mesmo se é descontínua em sua ação. O panóptico é uma máquina de dissociar o par ver-ser-visto: no anel periférico se é totalmente visto, sem nunca ver; na torre central, vê-se tudo, sem nunca ser visto. (FOUCAULT, 1997, p. 190).

Já Agamben (2009) pensa sobre a fase extrema da consolidação capitalista atual como uma gigantesca acumulação e proliferação dos dispositivos, de modo que hoje não existe um só momento da vida que não seja modelado, contaminado ou controlado por algum dispositivo. O autor define dispositivo como qualquer coisa que tenha a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes. "Na raiz de cada dispositivo está um desejo demasiadamente humano de felicidade, e a captura e a subjetivação deste desejo em uma esfera separada constituem a potência específica do dispositivo." (AGAMBEN, 2009, p. 14).

Bauman e Lyon (2013) corroboram desse posicionamento ao dizerem que na atualidade, a arquitetura das tecnologias eletrônicas nas quais o poder atua por meio das mutáveis e móveis organizações atuais, torna a arquitetura de paredes e janelas amplamente redundante (não obstante firewalls e Windows). Visto que admite formas de controle de diferentes faces, que não têm uma conexão óbvia com o aprisionamento e que, em geral, compartilham da flexibilidade e da diversão encontradas no entretenimento e no consumo. Anonimato, confidencialidade e privacidade não devem ter suas questões ignoradas, mas é preciso ter em mente que também estão estreitamente ligadas à imparcialidade, justiça, liberdades civis e direitos humanos. "Isso porque, a categorização social é basicamente o que a vigilância realiza hoje, para o bem ou para o mal." (BAUMAN; LYON, 2013, p. 20). Conforme reiteram os autores:

> As novas práticas de vigilância baseadas no processamento de informações e não nos discursos que Foucault tinha em mente, permitem uma nova transparência, em que não somente os cidadãos, mas todos nós, por todo o espectro dos papeis que desempenhamos na vida cotidiana, somos permanentemente checados, monitorados, testados, avaliados apreciados e julgados. Mas, claramente, o inverso não é verdadeiro. À medida que os detalhes de nossa vida diária se tornam mais transparentes às organizações de vigilância, suas próprias atividades são cada vez mais difíceis de discernir. À proporção em que o poder se move à velocidade de sinais eletrônicos, a transparência simultaneamente aumenta para uns e diminui para outros. (BAUMAN; LYON, 2013, p. 19).

A ideia de pós-pan-óptico para pensar a vigilância de hoje se caracteriza pela dissolução da estrutura sólida ou da sua mistura com as novas estruturas. O nomadismo e a velocidade são bastante valorizados, pois quanto mais movimento se faz, mais rastros se deixa. De maneira que



todas as formas sociais se desmancham mais depressa do que a velocidade com que são criadas novas formas. Assim, também a vigilância, antes aparentemente sólida e estável, torna-se mais móvel e flexível, infiltrando-se e espalhando-se por diversas áreas da vida. No pós-pan-óptico, não há o engajamento entre prisioneiro e observador característico do panóptico, o que se valoriza é a velocidade e o nomadismo. Visto que os dispositivos de controle não estão mais necessariamente ligados a um espaço, como uma prisão, mas estão cada vez mais presentes no consumo e na diversão. (BAUMAN; LYON, 2013).

"Os tempos líquidos oferecem alguns desafios profundos para quem deseja agir de maneira ética, ainda mais no mundo da vigilância." (BAUMAN; LYON, 2013, p. 14). Nesse sentido, duas grandes questões se apresentam na ética da segurança. Uma delas é a adiaforização, na qual sistemas e processos se divorciam de qualquer consideração de caráter moral. As pessoas podem ser associadas a números, estatísticas e palavras que não dizem nada, como consumidor ou telespectador. De modo que a ação à distância e a replicação de dados permitam aos controladores dizerem que estão apenas lidando com dados e, portanto, a se considerarem moralmente neutros em relação ao resultado de suas ações. Nessa lógica quanto mais categorizado, traduzido em dados, algoritmos ou em palavras vazias, menos singulares e mais manipuláveis. A segunda questão trata-se da categorização social, a consequências disso é que os cidadãos são permanentemente checados, avaliados, monitorados, testados e julgados a todo o momento através de compras, do uso do cartão de credito, de viagens, do uso da internet, do telefone celular, etc. enquanto do lado de lá não sabemos o que se passa. Há o aumento da transparência de um lado enquanto o outro permanece em grande parte inacessível. (BAUMAN; LYON, 2013).

É possível pensar o uso de *profiling* e *crowdforcing*[8] para estabelecer cada vez mais a categorização, tendo em vista um tratamento diferenciado entre as pessoas, com consequências menos catastróficas, mas não menos insidiosas. Assim, a vigilância se torna sedutora, pois não só não oferecemos resistência à sua atuação, como gostamos dela. A liberdade é negociada em prol da segurança; à medida que vão aparecendo categorizações sociais, a vigilância estimula a separação entre poder e política, que costumam se relacionar em um anel recursivo de reciprocidade mútua. O poder agora existe num espaço global e extraterritorial, enquanto a política torna-se incapaz de agir em nível planetário. Sem controle político, o poder torna-se fonte de incerteza, enquanto a política parece irrelevante para resolver os problemas das pessoas. O poder se tornou global, e a política se manteve local e frágil. Sugere-se que as novas mídias e os relacionamentos fluidos seriam um produto da fragmentação, visto que densas e estreitas redes de vínculos sociais seriam prejudiciais para a circulação do poder. (BAUMAN; LYON, 2013).

Referências bibliográficas

AGAMBEN, G. **O que é um dispositivo?** In O que é contemporâneo? E outros ensaios. Trad. Vinicius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.

ALMEIDA, Maria da Conceição de. **Tecnociência e globalização**. p. 27-63. In: Cultura e pensamento complexo. Ed. Sulina, 2012.

[8] Esses são mecanismos de monitoramento e rastreamento de ações, informações e comunicações. Especialmente, através da elaboração de bancos de dados, a partir dos quais se estabelece perfis computacionais. (BRUNO, 2013)

ASCHOFF, Nicole M. **A sociedade do smartphone**. In Jacobin Magazine. Trad. Tiago Madeira. Jun, 2015.

BORGMANN, A. ***Technology and the character of contemporary life***. A philosophical inquiry. Chicago/Londres. The University of Chicago Press, 1984.

BRUNO, F**. Máquinas de ver, Modos de ser**: Vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 196p., 2013.

BUNGE, M. ***Treatise on basic philosophy***. Dordrecht, Reidel. Tomo 7: Philosophy of science and Technology, 1985.

CHIGNOLA, Sandro. **Sobre o dispositivo**: Foucault, Agamben, Deleuze. In Cadernos IHU ideias. Instituto Humanitas Unisinos. Ano 12, nº 214, v. 12, 2014.

CUPANI, A. **A tecnologia como problema filosófico**: três enfoques. scientiæ zudia, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 493-518, 2004.

CRARY, Jonathan. 24/7 **Capitalismo tardio e os fins do sono**. Tradução Joaquim Toledo Jr. São Paulo: cosac Naify, 2014.

BAUMAN; Z; LYON, D. **Vigilância líquida**: Diálogos com David Lyon. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2013.

DELLEUZE, G. "**Post-scriptum sobre as sociedades de controle**", In Conversações 1972-1990, trad. Peter Pál Pelbart. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

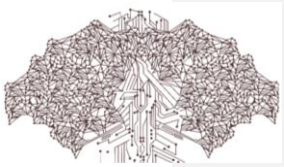
GUATTARI, F. **Caosmose** – um novo paradigma estético. São Paulo: 34, 2ª ed.,1992.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1999.

GRAUER, YAEL. **Aplicativos populares para celular estão cheios de rastreadores.** In The Intercept, 2017. Disponível em: https://theintercept.com/2017/12/04/aplicativos-populares-para-celular-estao-cheios-de-rastreadores/ Acesso em: 04. Dez. 2017.

LAZZARATO, M. **Signos, máquinas e subjetividades**. São Paulo; Helsinque: n-1 Edições; Edições Sesc São Paulo, 213p., 2014.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



SUBTERRÂNEOS DAS REDES: DOS AGENTES INTELIGENTES À PÓS-VERDADE[1]

Carlos Pernisa Júnior[2]

Palavras-chave: Comunicação; redes; algoritmos; agentes inteligentes; pós-verdade.

Introdução

O tema da pós-verdade esteve muito em voga em 2016 e 2017, mas pouco se falou sobre suas origens e como se configuram os subterrâneos das redes. Esse artigo trata desses aspectos, fazendo referências que abordam desde os agentes inteligentes, passando por outros tipos de algoritmos, até chegar ao fenômeno da pós-verdade, onde notícias falsas - *fake news* - estão disseminadas e concorrem com a abordagem jornalística de órgãos de imprensa de todo o mundo.

No final do século passado, Steven Johnson, em seu *Cultura da interface*: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar (2001), lançado nos Estados Unidos em 1997, aponta para os agentes inteligentes. Usando a discussão entre Jaron Lanier, criador da realidade virtual, e Patti Maes, a chamada "madrinha do agente social", do MIT, Johnson traça uma pequena historiografia desses agentes. O problema era com os agentes que deixavam os computadores para operarem diretamente nas redes. Isso demonstra que já existe uma antiga avaliação de quanto os agentes - que são usos possíveis dos algoritmos - poderiam ser mais causadores de males do que de benefícios, em certos casos.

É possível começar a vislumbrar como os agentes se desenvolvem e como são a origem dos algoritmos contemporâneos, que estão a serviço de grandes conglomerados, como Google e Facebook. Esses são hoje a razão de vários estudos e de problemas. Como as redes digitais operam por quase todo o planeta, as consequências do uso de algoritmos podem ser em escala mundial. Há muito o que observar em relação a eles: a falta de controle sobre como agem e de discussão séria e esclarecedora sobre os mesmos.

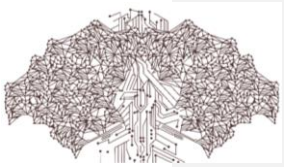
Algoritmos

A principal discussão deve ser sobre os algoritmos. O que eles são, o que fazem e o que representam realmente. O problema crucial é que isso não fica exposto, não entra em debate. Esse tema é ignorado pela maioria, que, apesar de estar lidando com algoritmos o tempo todo, não se dá conta deles e nem sabe do que se trata.

Os algoritmos vêm determinando o que acontece nas redes digitais, principalmente na Internet e na *Web*, sua versão gráfica. É por meio deles que várias ações são executadas por usuários e máquinas, mas com muito pouca ou nenhuma visibilidade. Os algoritmos buscam, muitas vezes, facilitar ações, mas o fazem, em grande parte, escondendo o que é efetivamente feito. Uma busca na *Web* já pode acionar diversos algoritmos, que vão ou proceder a busca ou

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 16: Jornalismo de dados, ética da informação, fake news e crise dos pontos de vista centrais, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Pesquisador é professor da Universidade Federal de Juiz de Fora - MG. É Doutor em Comunicação (UFRJ) e participa do Grupo de Pesquisa "Laboratório de Mídia Digital" (UFJF). E-mail: carlos.pernisa@ufjf.edu.br



vão acompanhá-la, trazendo mais dados para a mesma. Isso pode ser interessante para o usuário, mas nem sempre. Alguns algoritmos estão fazendo papeis de intermediários entre o usuário e o que ele quer nas redes. Isso faz com que haja elementos de interferência que não fazem parte do repertório do próprio usuário, mas apenas da comunicação entre as máquinas, tornando a jornada por vezes perigosa, sem uma certeza do que está acontecendo neste caminho.

Uma compra na *Web* pode gerar uma série de informações sobre o comprador, que talvez esse não quisesse que fosse disseminada e nem compartilhada com outros potenciais vendedores, mas isso acaba acontecendo em diversas vezes. Ao preencher um cadastro, o usuário pode estar concordando em ceder seus dados para empresas parceiras ou vai ter seu histórico de compras rastreado por algoritmos que vão verificar seus hábitos e preferências. Isso nem sempre está claro e nunca são mostrados os mecanismos de funcionamento desses algoritmos.

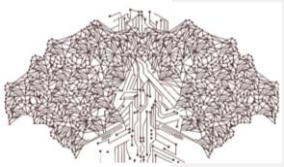
A máquina, utilizando algoritmos, também passa a tentar avaliar desejos e vontades de seus usuários, antecipando necessidades. É feita uma checagem de preferências e gostos de pessoas. Isso é pouco visível em 1997, quando Steven Johnson escreve *Cultura da interface*, mas ganhou força nos últimos anos: a chamada *Web* 3.0 ou *Web* semântica.

O próprio criador da *Web*, Tim Berners-Lee, foi quem cunhou o termo, em 1999, em *Tecendo a teia*, dois anos depois do texto de Johnson. Em entrevista à revista Computerworld, em 2007, explica:

> "A Web 2.0 é um nome para descrever como operam os arquivos usados na web. Com relação ao conteúdo gerado pelos usuários, isso ocorre quando as pessoas acessam web sites e classificam (tagging) informações, sobem uma fotografia ou constroem sites comunitários. A Web 2.0, portanto, é baseada em sites comunitários. Mas não fui eu quem inventou este termo. Foi Tim O'Reilly, em 2005.
> Sobre a Web 3.0, algumas pessoas usam este termo para definir uma nova arquitetura de dados. Já outras usam como uma forma de regulamentação da tecnologia da web. Mas considere o futuro da tecnologia da web. Um problema típico bem conhecido dos arquivos 2.0 é que seus dados não se encontram num site, mas num banco de dados. Eles não estão na web, não podem ser manipulados. Pegue por exemplo um site profissional com informações sobre os seus colegas de trabalho, um outro site com informações sobre os seus amigos, além de sites de diferentes comunidades. Na Web 2.0 você não pode enxergar o quadro completo; ninguém pode ver o quadro completo. É por isso que algumas pessoas dizem que a Web 3.0 será uma realidade quando os sites exibirem dados que possam ser manipulados". (MOON, 2007)

Com foco mais detalhado na *Web* semântica, fica mais claro perceber que o agente inteligente social é um algoritmo, em termos contemporâneos. Aquilo de que trata Berners-Lee é apenas uma parte do que se transformou a *Web* semântica, pois ela passa a ser aquela em que dados podem ser sim manipulados, mas que essa manipulação é feita por algoritmos de grandes empresas. Acontece o que Johnson temia quando, tratando de agentes inteligentes, falava em departamentos de *marketing* tendo acesso a informações sobre seus consumidores.

Agentes



Steven Johnson (2001) já estava preocupado, no final do século passado, com agentes inteligentes. Ele classificava-os em três tipos: pessoal, viajante e social. O primeiro é o chamado mordomo virtual, programa que executa tarefas dentro do computador, acionado de acordo com a vontade do usuário, sem maiores repercussões fora desse espaço. O segundo e o terceiro tipos, porém, são mais complicados e passaram a requerer uma atenção especial. Jaron Lanier, que escreveu "*The trouble with agents*", depois ampliado para "*Agents of alienation*", não achava que fossem tão eficazes quanto pareciam. Patti Maes teve uma grande disputa com ele envolvendo estes dois tipos de agentes (JOHNSON, 2001, p. 132-133).

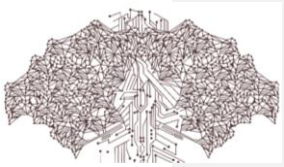
O agente viajante é aquele enviado para o ciberespaço, que executa uma ou mais ações e volta para com resultados para o usuário. Um exemplo é o Google Alertas, onde um usuário pode pedir uma busca por um termo na rede e obter uma série de respostas a esta pesquisa, de acordo com parâmetros definidos pelo próprio usuário. Lanier acredita que um agente deste tipo pode sofrer influências de outros programas no decorrer de sua viagem pelo ciberespaço e não cumprir exatamente as suas tarefas durante sua jornada, com a possibilidade de outros programas, enviados por *hackers*, conectarem-se a ele e alterarem seu propósito, indicando novas tarefas e desvirtuando a programação inicial.

O terceiro agente, o social, chamado por Johnson de "mídia de *push*", também teria problemas, segundo Lanier.

> No sentido mais elementar, é informação que vem até nós, em contraposição à que nós mesmos obtemos. (As formas tradicionais de navegação na Web são, assim, consideradas "mídias de *pull*"). [...] A informação relevante é empurrada diretamente para você – o que significa, teoricamente, que suas necessidades são satisfeitas antes que você as perceba. Tudo que chega a seu desktop será talhado sob medida para seus "gostos e preferências pessoais", uma entrega de informações e serviços personalizada e sempre um passo à sua frente.(JOHNSON, 2001, p. 137-138)

Johnson (2001, p. 139) explica que agentes inteligentes tentam "adivinhar" o que o usuário está procurando e não propondo caminhos ou "mapas" para melhorar a navegação na *Web*. Estes agentes "empurram" opções para usuários e são ligados diretamente a setores de *marketing* de empresas diversas. Ele usa pesquisas e textos de Lanier para exemplificar esse contexto (2001, p. 132-139).

> Esse é o perigo de deixar nosso *computador* decidir o que queremos, em vez de comunicar isso a ele diretamente. [...]
> Como Lanier afirmou incansavelmente nos últimos anos, o chamado software inteligente é em geral uma desculpa para um design de interface medíocre. Realmente não quero que meu computador adivinhe que informação estou procurando – sobretudo se essas adivinhações estiverem sendo bancadas pelos departamentos de marketing da Nike e da Microsoft. O que quero é uma maneira melhor de obter essa informação. Precisamos de mapas rodoviários melhores do espaço-informação, não de um melhor serviço de entregas. [...]
> O que precisamos realmente é de melhores maneiras de *puxar*. É em torno disso que o projeto de interface competente sempre girou. (JOHNSON, 2001, p. 139)



Esta ideia de que o computador deve se antecipar a uma demanda do usuário é o ponto mais destacado por Johnson e Lanier como um grande problema para o funcionamento do agente social. Johnson, no entanto, acredita que o problema é da ordem do *marketing*.

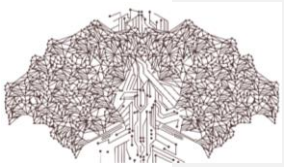
> Não sei o que pensa o pessoal do Vale do Silício, mas o marketing direto que se enfia pela minha porta cada manhã parece ter uma apreensão bastante boa de meu "gostos e preferências pessoais". Seria possível montar um perfil completo da minha personalidade só passando os olhos na minha correspondência de uma semana. É possível discernir minhas inclinações políticas, minha profissão, meu gosto para roupas, a plataforma do meu computador, o bairro em que moro. Os defensores do *push* falam com enlevo sobre os méritos da informação sob medida, mas os empurradores de mala direta de papel parecem já estar mantendo um bom controle sobre nós. Só porque é rebotalho sob medida endereçado para nós, não deixa de ser rebotalho. Quando penso sobre o futuro dos agentes de *push*, o que me vem imediatamente à cabeça é aquela façanha da democracia no final do século XX: as propagandas de candidatos a cargos políticos enviadas por mala direta. Começaram sendo distribuídas como cartas-padrão, endereçadas com tipos manchados, de impressora matricial, e como remetente figuravam endereços empresariais. Lentamente, porém, o gênero evoluiu: primeiro foram falsos manuscritos do próprio candidato, depois os endereços batidos a máquina de uma correspondência pessoal, depois os apelos solenes feitos a mão para empurrar seu botão sociologicamente calibrado. A precisão crescente se traduz diretamente em crescente irritação. Pior do que receber um envelope com *junk mail*, só ser maliciosamente induzido a abrir um. (JOHNSON, 2001, p. 138)

Aqui talvez esteja um problema não detectado por Johnson, mas que Lanier parece ter percebido melhor. "[…] agentes são problemas em dobro. Maus, porque fazem as pessoas diminuírem-se, e errados, porque confundem o *feedback* que leva ao bom *design*" (LANIER, 1995. Tradução nossa)[3]. Colocar as pessoas em relação às máquinas, especificamente, aos computadores, parece mostrar que a questão pode ir além de cartas-padrão distribuídas por candidatos.

Filtro bolha

Uma das maneiras de ver a questão sobre máquinas e pessoas pode ser a observação do filtro bolha, caso em que algoritmos determinam o que as pessoas vão ou não vão ver, principalmente nas redes sociais. Eli Pariser trata do filtro bolha - filtro invisível, na tradução brasileira. Esse faz um rastreamento, nas redes digitais, do que é visto pelo usuário e, depois, uma replicação de tudo o que for considerado positivo e de acordo com o gosto da pessoa, sendo retirado aquilo que não se adequar à maneira como ela pensa, reforçando modelos e dificultando o aparecimento de ideias contraditórias. Isso é aplicado, mais claramente, em redes sociais digitais.

[3] […] agents are double trouble. Evil, because they make people diminish themselves, and wrong, because they confuse the feedback that leads to good design (LANIER, 1995).



Há novas maneiras de se buscar dados sobre pessoas quando se trata de uma rede como modelo de arquitetura de informações. Este formato permite determinadas composições em que o próprio receptor pode, conscientemente, organizar seus dados no sistema e disponibilizar voluntariamente aqueles que quiser. Contudo, o mesmo formato possibilita que pessoas, com as mais diferentes intenções, possam vasculhar os dados disponíveis e inferir daí supostos gostos e preferências. Um exemplo bastante comum é o de compras pela Internet. Existem *sites* que, por meio de algoritmos, contabilizam as compras de cada consumidor feitas em sua página. A partir de uma grande quantidade de informações cruzadas, eles passam a traçar determinados "perfis" de compras e indicar determinados produtos – do tipo "quem comprou isso também levou aquilo", muito comuns hoje.

Esse tipo de organização também está baseado no funcionamento de algoritmos específicos para determinar essas relações e poder indicar certos produtos em vez de outros. Isso poderia funcionar também quando se fala de candidaturas políticas. Cruzando dados de pessoas que têm determinadas preferências, pode-se encontrar um "perfil" de eleitor mais adequado a uma plataforma eleitoral. Isso, inclusive, influenciaria alguns resultados eleitorais, já que se pode atingir diretamente determinado grupo de pessoas e, por meio de reforços e sugestões, montar uma campanha que se adeque a esse grupo, mas não exatamente uma propaganda política voltada para debater ideias e plataformas de governo.

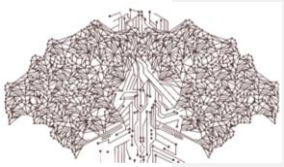
Pariser observou esse tipo de modelo de cruzamentos de dados remetido à política quando viu, de repente, alguns amigos no Facebook simplesmente desaparecerem de sua *timeline* porque eram republicanos e não democratas como ele. Intrigado com o fato, pesquisou e descobriu que o sumiço se devia ao funcionamento da plataforma do Facebook, que organizava a informação de acordo com alguns critérios específicos, utilizando para isso um algoritmo próprio. Pariser cunhou, então, o termo "filtro bolha", *filter bubble*.[4]

Ele explica a função dos algoritmos, que determinam como vai ser a visualização de resultados de interações de usuários com algumas plataformas digitais. Esses algoritmos são similares aos agentes inteligentes analisados por Johnson e demonstram que há um controle sendo exercido, sem que o usuário perceba claramente isso, pois esse último não tem acesso a eles – algoritmos. Há aí também uma indicação de invasão na privacidade de quem usa as plataformas, já que dados, principalmente sobre gostos, preferências e opiniões, são informados através desses procedimentos. O *marketing* passa a atuar como principal interessado neste tipo de ação e faz com que os interesses deixem de ser focados em melhores serviços, mas sim em ações mais lucrativas.

Junta-se a isso a obtenção de dados diversos dos usuários, por meio de variados expedientes, como a transação entre empresas de informações pessoais de seus clientes. Esses nem sempre percebem, mas concordam em deixar esse material disponível para "parceiros" de determinadas empresas. Assim, um dado de uma pessoa pode passar de uma empresa a outra, que vai utilizá-lo, possivelmente, como um meio de chegar a essa pessoa, "convidando-a" a fazer uma compra ou a analisar algum produto. Sem nunca ter feito qualquer contato com uma determinada instituição, qualquer um pode ser abordado por ela, mesmo que não tenha solicitado esse tipo de aproximação.

Os vários clientes de uma empresa ou *site* passam a ser elencados por suas preferências e gostos. A cada um deles está ligado determinado comportamento, e os dados de todos são cruzados. Com essa organização, as empresas passam a relacionar aqueles que têm gostos e preferências semelhantes ou muito próximos, fazendo com que haja uma listagem de determinadas características comuns e podendo retirar o que seja diverso.

[4] Aqui, para deixar mais claros os objetivos do próprio Pariser, utiliza-se o termo "filtro bolha".



Pariser diz que filtros, formados pelos algoritmos que personalizam os resultados de buscas na Internet e outras ações dos usuários das redes, criam "bolhas" onde cada um só encontra aquilo que reafirma como positivo em seus círculos de contato. Com isso, há a possibilidade de cada um ter seu espaço cada vez mais fechado para o que seja diverso daquilo com que concorde, o que também leva a um comportamento de tentar eliminar as contradições. Quem gosta de uma coisa vai receber mais informações sobre ela e ter contatos mais facilitados com que compartilha da mesma opinião. Quem não gosta daquilo vai ser retirado da listagem, ficando de fora de possíveis contatos.

Assim, Pariser passou a ter seus amigos republicanos não mais listados em sua *timeline*, por terem opiniões divergentes das dos democratas, com as quais ele concordava. Isso vai levar a outras consequências, como no caso do uso do *big data* simultaneamente aos filtros e também na disseminação de mensagens do tipo *fake news* em campanhas políticas.

Big data

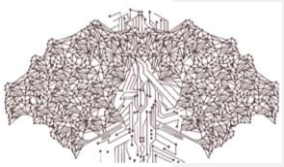
A computação evoluiu para conseguir trabalhar com grandes quantidades de dados e poder fazer compilações e manipulações nessa enorme massa de informações que os algoritmos trazem em sua busca na *Web*. É o que se chama de *big data*. O termo em inglês indica como trabalhar com grande volume de dados, que só pode ser organizado por meio de máquinas e não por pessoas. Novamente, empresas têm mostrado interesse nesse tipo de informações, pois elas podem mostrar muito sobre pessoas que estão na rede. O maior problema aqui parece ser a função da exposição.

Sites são acusados, em alguns casos, de utilizar dados de clientes sem autorização. Porém, há que se verificar como os dados estão nas redes – e também o que Johnson colocou sobre as malas diretas dos candidatos nos Estados Unidos. Não é que tudo esteja em sigilo e que haja sempre uma invasão de privacidade por parte de departamentos de *marketing* de empresas.

Se for investigada a história da participação dos usuários nas redes, começando com os *blogs* – contração de *web log*, em inglês, "diário em rede" –, um dos primeiros usos da chamada *Web* 2.0 ou participativa, esta participação nas redes teve uma caraterística de exposição. Antes, os diários eram em papel, como uma forma de tratar do dia a dia de seus autores, mas muito raramente como exposição, não eram para serem vistos por outras pessoas. Alguns deles possuíam cadeados para não serem abertos. Contudo, as pessoas passaram a postar seus diários em rede, para que outras pudessem ver, invertendo seu propósito inicial.

Esta exposição começou a aparecer na rede e também em outros domínios, como *reality shows* de televisões, por exemplo. Inicia-se uma era da exposição, onde a rede acaba tornando-se um dos locais preferidos por aqueles interessados em se mostrar. Logo, as redes sociais vão aparecendo e figuram como pontos de exposição para diversas pessoas espalhadas pelo mundo. Não é por acaso o aparecimento do YouTube, do Facebook e de outras plataformas logo após o crescimento do *blog*.

Apesar do aparecimento de algoritmos e de grandes bases de dados digitalizadas e disponíveis para diversos tipos de levantamentos, a exposição cada vez maior de pessoas acaba por facilitar – em parte – a busca por dados pessoais e também sua exploração por grandes conglomerados de comunicação e do mercado. Colocar somente o *big data* como principal causa de uma possível invasão de privacidade não é uma boa estratégia, quando se vê várias maneiras de se obter informações pessoais de uma grande quantidade de indivíduos pelo mundo. A exposição é uma impulsionadora desta facilitação na obtenção dessas informações.



No entanto, o *big data* também atua na localização de pessoas e tendências na rede. É possível encontrar determinado consumidor para um produto, fazendo pesquisas em grandes volumes de dados para separar potenciais usuários de outros que não se interessariam por tal produto, por exemplo.

Mesmo com Johnson mostrando que já era possível, vendo a correspondência de uma pessoa, avaliar seus gostos e preferências, o grau de refinamento obtido atualmente, com auxílio do *big data* e de outras formas de rastreamento, é muito maior e, provavelmente, mais confiável. Isso porque as pessoas revelam muito de si próprias na rede sem ao menos saberem disso.

Uma experiência feita por meio de um vídeo mostra um suposto adivinho que "descobre" coisas sobre pessoas apenas tocando nas mãos delas. Na verdade, há especialistas em computação, numa parte do cenário que fica escondida, fazendo buscas na Internet para levantar dados daquele que está na presença do adivinho. Depois que este faz uma série de supostas "descobertas" sobre a pessoa, que são apenas informações passadas por aqueles que estão escondidos, rastreando essas informações – inclusive dados de contas bancárias e números de cartões de crédito –, parte do cenário é retirada, e revela-se a farsa. Essa experiência serviria de alerta para que as pessoas fossem mais cuidadosas com o que postam nas redes e como fazem a segurança de suas informações mais sigilosas.

O *big data* é estudado por Cathy O'Neil em *Weapons of Math Destruction* (2016), onde ela busca explicar o que acontece em relação a algoritmos quando se trabalha com bancos de dados e inteligência artificial. Não se pode confiar em cálculos feitos por máquinas como algo que sempre vai ser justo, pois esses cálculos são baseados em escolhas feitas anteriormente por outros indivíduos, que geralmente têm posições tendenciosas. O caso clássico é o de associações entre compras em *sites* de vendas, do tipo "quem comprou isso também levou aquilo", conforme já descrito. É preciso haver um banco de dados já composto para que o algoritmo possa funcionar e fazer análises de busca por preferências - e não apenas se pautar em uma compra feita por um usuário. O problema é que as amostragens são, muitas vezes, viciadas por algum tipo de comportamento. Essa é uma das conclusões tiradas por Cathy O'Neil.

Redes sociais

Outro problema é o uso das redes sociais. A Microsoft criou um robô para responder perguntas no Twitter chamado Tay, entabulando uma conversa simulada. Em 24 horas, ele teve que ser retirado do ar por ter se tornado um grande problema, com traços de racismo, xenofobia, entre outros (CANO, 2016). Baseado em *big data* e inteligência artificial, o programa rastreava, por meio de algoritmos, o Twitter, tentando obter boas respostas para diversas perguntas e situações. O robô não entendia alguns tipos de perguntas e começou a observar certos comportamentos na rede e a repeti-los, sem ter como fazer uma análise precisa da conversa. O problema é que o Twitter tem, entre seus membros, diversos usuários com tendências que não seriam as mais "educadas", para usar um termo leve. Com isso, Tay começou a dar respostas sexistas, racistas e xenófobas em pouco tempo e teve que ser retirado do ar, para não comprometer ainda mais a imagem da empresa, arranhada com as respostas do robô.

Hoje, redes sociais digitais aparecem como espaços privilegiados para a atuação dos algoritmos. São casos já clássicos de controle, principalmente por parte de grandes

conglomerados multinacionais e da comunicação contemporânea. Facebook e Google[5] – e seus algoritmos – são o centro da análise do filtro bolha de Pariser. As redes sociais são apontadas como um problema, facilitado pelos filtros e algoritmos. Umberto Eco reconheceu que as redes "deram voz aos imbecis" (REDES, 2015). Em entrevista ao El País, Zygmunt Bauman fez a crítica: "As redes sociais são uma armadilha" (DE QUEROL, 2016). Essa armadilha é exatamente a presença do filtro bolha, conforme ele explica, mesmo não utilizando esse termo:

> "As redes sociais não ensinam a dialogar porque é muito fácil evitar a controvérsia… Muita gente as usa não para unir, não para ampliar seus horizontes, mas ao contrário, para se fechar no que eu chamo de zonas de conforto, onde o único som que escutam é o eco de suas próprias vozes, onde o único que veem são os reflexos de suas próprias caras. As redes são muito úteis, oferecem serviços muito prazerosos, mas são uma armadilha". (DE QUEROL, 2016)

Andrew Keen, jornalista e escritor britânico, escreveu *The Internet Is Not the Answer*, inédito no Brasil. Ele diz em entrevista a Tommaso Koch, no El País:

> "Há quatro chaves. A Internet está agravando a desigualdade entre ricos e pobres; está contribuindo em longo prazo para a crise do desemprego, com máquinas inteligentes que substituem inclusive o trabalho especializado da classe média; está criando uma economia da vigilância, onde somos o produto, transformados em dados que Google e Facebook vendem a outras companhias para fazer publicidade. E está nos tornando mais mal informados, mais ignorantes e narcisistas". (KOCH, 2016)

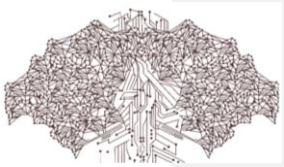
Keen faz a relação entre a ação do filtro bolha e dos algoritmos com o controle que vem das companhias interessadas em transformar as redes em espaços de *marketing* e de vendas. Fica mais clara esta ligação, demonstrando também a posição de Johnson sobre a situação nas redes digitais em geral – não só as sociais. Diz Keen:

> "O objetivo do Google, como disse o próprio Eric Schmidt [seu ex-diretor-executivo], é nos conhecer melhor que nós mesmos. E para isso eles têm o YouTube, o Google Maps, o Gmail, o Android, os carros sem motorista… Não se trata do Grande Irmão de *1984*, de Orwell, e sim de nos vender coisas. Somos ratos trancados numa gaiola, rodeados por estas grandes companhias e por anunciantes". (KOCH, 2016)

Há aqueles que não entendem a questão da mesma maneira. Domenico De Masi vê as redes ainda em uma fase inicial, sendo mais emocionais e não tanto racionais:

> Naturalmente, temos uma fase inicial, em que utilizamos a internet sobretudo para a nossa dimensão emotiva. Depois, transcorrerá um pouco de tempo, e teremos uma utilização do tipo racional. Temos de levar em consideração que as redes sociais são recentíssimas. O Facebook existe há 11 anos. O LinkedIn há 9 anos. Então, somos

[5] Ainda que o Google seja uma empresa, há estratégias semelhantes às das redes sociais em seu funcionamento e plataformas das quais o Google é proprietário que se comportam efetivamente como redes sociais digitais.



> "recém-nascidos" em relação às mídias sociais. Aos poucos, utilizaremos essas mídias de forma mais racional e menos emotiva. Porém, esse tipo de comunicação se soma aos demais tipos de comunicação. Não substitui os tipos precedentes. (DE MASI, 2016)

A visão do sociólogo indica que o uso da Internet e, particularmente, das redes sociais ainda é muito pouco entendido, inclusive e destacadamente por aqueles que as compõem. Isso levaria a esse comportamento mais emocional de que ele fala. Seguindo essa postura, isso deveria ser reflexo dessa parte emotiva que estaria mais proeminente do que a racional, neste momento. Cabe ainda uma discussão sobre a evolução proposta por De Masi, pois isso pode não ser ponto pacífico entre os que estão estudando redes sociais, o que não é objetivo deste trabalho.

Fake news e pós-verdade

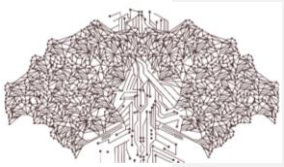
Chega-se às *fake news* e à pós-verdade. Esses dois casos estão inter-relacionados, pois se apresentam como dois lados da mesma moeda: a adoção de uma verdade sem comprovação. As notícias falsas não são novidade e existem por diversos motivos. A maioria talvez aconteça por não haver uma apuração bem feita, mas hoje há outros elementos que colocam novos questionamentos sobre elas, principalmente em relação às construções feitas para disseminar inverdades nas redes com o intuito de obter benefícios na economia ou na política.

O resultado é a criação do que está sendo chamado de pós-verdade, onde as pessoas não se preocupam em comprovar aquilo que está sendo veiculado para elas, mas apenas aceitam aquilo porque "faz parte do que elas acreditam". Aqui também não se pode deixar de lado o filtro bolha atuando como um reforço às notícias falsas e a essa certeza de que aquilo, mesmo sem comprovação - e muitas vezes até com prova em contrário -, é visto como algo verdadeiro.

A pós-verdade ganhou relevância, tendo o termo sido escolhido como a palavra do ano de 2016 pelo departamento responsável pelos dicionários britânicos de Oxford, que realiza essa eleição.

> Além de eleger o termo, a instituição definiu o que é a "pós-verdade": um adjetivo "que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais".
>
> A palavra é usada por quem avalia que a verdade está perdendo importância no debate político. Por exemplo: o boato amplamente divulgado de que o Papa Francisco apoiava a candidatura de Donald Trump não vale menos do que as fontes confiáveis que negaram esta história. Segundo a Oxford Dictionaries, o termo "pós-verdade" com a definição atual foi usado pela primeira vez em 1992 pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich. Ele tem sido empregado [...] há cerca de uma década, mas [...] cresceu 2.000% em 2016. (FÁBIO, 2016)

Denúncias sobre notícias falsas espalhadas pelo ciberespaço fazem sentido quando o conceito de pós-verdade é aplicado a elas, ou seja, a disseminação desse tipo de notícia só pode acontecer quando há um ambiente propício. Na Alemanha nazista de Hitler, Joseph Goebbels também atraia adeptos espalhando notícias não comprovadas, principalmente sobre judeus e comunistas. Pessoas aderiram ao projeto nazista por meio desse tipo de propaganda e também por meio da repetição maciça destas informações.



A repetição parece ser também um fenômeno encontrado hoje, destacadamente nas redes sociais, onde há uma velocidade de disseminação de informações atrelada a uma constante reafirmação do que está sendo dito, por uma repetição que é fruto da estratégia do filtro bolha, onde o "mais do mesmo" é um de seus pontos fundamentais. Há também esse aspecto que deve ser ressaltado: a velocidade. No ambiente de rede, essa passa a ser uma característica destacada do processo de comunicação.

O problema com a velocidade é ela ser utilizada para que não se reflita sobre o que está sendo visto, passando-se assim a se acreditar em algo apenas porque aquilo foi dito – e não comprovado. Novamente, fica clara aí a noção de pós-verdade. Porque não há muito espaço para esclarecimento ou contextualização. Acredita-se em qualquer coisa que possa fazer sentido num ambiente de notícias falsas sendo espalhadas em grande quantidade.

Isso deixa entrever que há muita coisa grave acontecendo nos subterrâneos das redes, às vezes nem tão subterrâneos assim, mas que deve ser mais colocada à mostra, com mais discussão. Relembrando Lanier e Johnson, melhor seria ter ótimos "mapas rodoviários do espaço-informação" e não um bom serviço de entregas.

Segmentação e circulação

As eleições nos EUA e as que definiram a saída da Inglaterra da Comunidade Europeia, em 2016, parecem ser exemplares (ALVES, 2017; CADWALLADR, 2016 e LLANERAS, 2016). Em ambas, a suspeita é de que grupos com interesses específicos teriam plantado notícias falsas em redes sociais digitais, destacadamente, para que fosse produzido um efeito de viralização e que essas informações inverídicas pudessem circular com rapidez, causando impacto e também pouca reflexão. São exemplos dos efeitos de agentes, algoritmos, filtros bolha, *big data*, redes sociais e do cenário de notícias forjadas da pós-verdade nas sociedades, apesar de haver a intenção em encontrar um único fator definitivo para explicar esses fenômenos.

As características da campanha do candidato republicano, Donald Trump, foram apontadas como ofensivas e pouco eficazes em termos de conquista de eleitorado, mas o resultado final apontou em outra direção, ainda que a vitória em termos de número total de votos tenha sido da democrata Hillary Clinton.

Outro aspecto a ser ressaltado é a influência da mídia nas eleições. As campanhas focam em determinados meios de comunicação como estratégicos para levar uma mensagem para os eleitores. A busca pelos melhores veículos pode ser decisiva numa votação em que a sociedade se informa, cada vez mais, por meio da imprensa e da propaganda eleitoral, que, diferente do caso brasileiro, não é via TV aberta e rádio e sem custos de transmissão para partidos e candidatos – o nosso horário eleitoral gratuito.

Numa campanha paga, o gasto em determinados veículos tem que ser muito bem pensado. Entretanto, atualmente, há uma outra campanha, por assim dizer, que é feita fora dos parâmetros convencionais. O uso das redes sociais digitais é cada vez mais determinante para se alcançar eleitores e influenciar seu voto. Esse dado parece ter feito diferença nos últimos anos, principalmente a partir da primeira eleição de Barak Obama, em 2008.

A análise unicamente política dos fatos não dá mais conta do que acontece numa campanha eleitoral. Isso não vale apenas para os Estados Unidos. Deve-se lembrar que as mesmas análises foram feitas, por exemplo, para tentar explicar o voto pela saída da Inglaterra da Comunidade Europeia. Para uma análise não dirigida somente à política, é preciso traçar uma rota que começa ainda no século passado, com a transição de uma sociedade baseada em meios analógicos para uma voltada para o processo digital. Isso pode parecer inadequado, já que os fatos relatados tratam

de acontecimentos recentes na história, basicamente do ano passado. Contudo, há que se pensar em um começo para esse movimento, e o processo de digitalização pode ser uma chave possível.

Se meios analógicos dispunham de determinadas características em sua organização, essas eram determinantes em sua relação com a sociedade da época; como som e imagem na TV influenciando gerações que nasceram durante e após os anos 1960 e som no rádio e imagens e sons no cinema para as anteriores. No entanto, todos tinham a mesma característica analógica e mantinham certos padrões comuns. Não era possível trabalhar com a multimidialidade, por exemplo, assim como a velocidade de transmissão/distribuição era a da época analógica. Não se transmitia para alguém em particular um programa de televisão ou de rádio.

Os meios impressos eram mais utilizados e menos ágeis. A televisão via satélite não é tão antiga, e o uso de fitas de videotape acontecia até há bem pouco tempo, fazendo com que a distribuição e a edição de material fosse bem lenta, se comparada ao que se tem hoje. A transmissão era mais complicada e menos eficiente em termos de atingir um público em pouco tempo e em uma vasta região, ou mesmo atingir uma determinada pessoa, específica, em suas demandas mais definidas.

Johnson demonstra que havia a tentativa de se sair da dinâmica do modelo anterior de comunicação de massa para a entrada em um outro modo de se comunicar, agora com o uso do computador e das redes digitais, principalmente a Internet. Essa mudança se dá não só pela questão da comunicação, mas também por uma dimensão tecnológica, envolvendo toda a sociedade. A passagem para o digital não é um aspecto unicamente técnico e nem algo que se deu dentro do âmbito da comunicação apenas.

Manuel Castells já falava sobre isso em *A sociedade em rede* (1996), mostrando modificações profundas a partir do novo modelo de rede. Esse não opera mais como o de massa, em que a transmissão/distribuição indicava um padrão em que um único emissor se colocava para muitos receptores, que, por sua vez, não tinham um canal de retorno garantido para se expressar. O modelo de rede não é pautado em um único emissor e pode colocar o receptor em condições de responder a uma colocação de quem emite. Há a mudança de um caráter vertical de comunicação para outro, mais horizontal.

Isso não quer dizer que o modelo de massa tenha sido abandonado. Porém, há que se considerar esse novo modelo e encará-lo como possibilidade real. Essa novidade não quer dizer, também, que há uma maior liberdade ou que a democracia finalmente vigora na área da comunicação. Por trás de toda essa estrutura que foi forjada, permanece o desejo de alguns grupos influentes em manter antigas posturas.

Mesmo empresas criadas recentemente, que deveriam estar mais próximas da lógica da rede, utilizam seu modelo para obter resultados próximos ao que a comunicação de massa buscava no século anterior. Nada indica que Facebook ou Google são instituições comprometidas com a democracia e uma sociedade mais igualitária, mais horizontal. O que se vê são disputas para alcançar objetivos que corporações mais antigas também tinham e que relembram estratégias até do nazi-fascismo, como mostrado por Pariser.

Não há apenas um aspecto a ser ressaltado. São várias perspectivas que devem ser levadas em conta para tentar traçar um quadro geral que indique o que acontece hoje para que uma grande quantidade de acontecimentos, antes considerados pouco prováveis, estejam, de fato, acontecendo.

A maioria das reclamações sobre a vitória de Trump e do Brexit recaíram sobre o Google e o Facebook, que aparecem como responsáveis por distorções ocorridas durante o período em que tais eventos aconteceram. Pelo Facebook, seu dono, Mark Zuckerberg, respondeu às críticas lançadas contra a empresa, acusada de espalhar notícias falsas no período da campanha

presidencial nos Estados Unidos. Zuckerberg disse não ser responsável por essas notícias; acrescentou, inclusive, que esse tipo de notícia não é ligada a uma só visão partidária; e que isso não foi determinante para a vitória de Trump (GOMES, 2016).

No entanto, o fato de o Facebook não auxiliar nos debates, mas, ao contrário, dificultá-los, não foi colocado por ele, que apenas indicou que muitas pessoas puderam participar da votação, expressar sua opinião e compartilhá-la por meio da sua rede social. Nenhuma palavra sobre algoritmos foi dita na sua declaração, divulgada logo após o resultado das eleições dos EUA. A questão da filtragem permanece como um grande silêncio, e seu uso não é admitido.

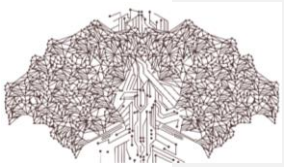
Steve Coll, jornalista e diretor da Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia, contrapõe esta visão:

> "[O Facebook] é de longe a rede social que mais se usa. Nos EUA são 200 milhões de usuários únicos por mês, e o total da população é de 300 milhões, de forma que praticamente todos os adultos interagem com sua plataforma. Essa foi uma campanha muito controversa para o Facebook. Alguns republicanos se queixaram de que uma equipe de pessoas da companhia selecionava as notícias. Se algo assim tivesse sido dito contra *The New York Times*, *The Wall Street Journal* ou inclusive Breitbart, alguém diria 'claro, isso é o que os editores fazem', mas o Facebook defende que é neutro, que não funciona como uma organização editorial. Pressionado por essas reclamações da direita, o Facebook demitiu essa equipe e retomou o processo de automatização. Agora está claro que certos grupos ideológicos e comerciais conseguiram explorar o sistema para difundir um alto número de notícias falsas. Um exemplo notável, documentado por um professor da Universidade da Carolina do Norte, é o de uma história que afirmava que o papa Francisco apoiava Trump, e que foi compartilhada mais de um milhão de vezes". (AGUILAR, 2016)

A repetição exaustiva dessas notícias, e também a característica de se ter sempre "mais do mesmo", faz com que essa possibilidade de uma influência nas opiniões e posições das pessoas possa ser moldada. A circulação atual não é a mesma da do modelo anterior e houve também a segmentação do público, que não é mais massa. Isso indica que há outros fatores a serem abordados quando se buscam possíveis mudanças na sociedade face a seu novo modelo, em rede, que determina novos comportamentos.

A circulação não é mais vista apenas como a que se dá entre o emissor e o receptor – e mesmo essa também está se alterando –, mas é também possível outra, chamada por Fausto Neto de "além das bordas" (2009, 2010a e 2010b) e por Braga de "fluxo adiante" (2012a). Percebe-se que o controle exercido pelos grandes meios de comunicação tem limite, determinado pelo próprio comportamento dos receptores. Sempre foi possível comentar uma matéria jornalística para além do âmbito do veículo que a produziu e divulgou. Hoje é também mais visível este espaço e sua ampla atuação junto a um número maior de receptores. Se, antes, uma pessoa conversava com outras sobre uma notícia, em casa, no trabalho ou num ambiente de lazer, hoje é possível atingir um número muito maior de interessados em debater aquele assunto em redes sociais e outras plataformas digitais. Nesse "fluxo adiante", empresas de comunicação já não podem atuar diretamente, e receptores passam a ter maior domínio sobre o que é dito.

Nem sempre, porém, o que está nos meios de comunicação hegemônicos – a chamada "grande mídia" – é o que vai ser concretizado nas discussões em redes sociais, que vão além do



controle que esses meios podem promover. É claro que esse controle dos meios de comunicação tradicionais não é o mesmo do que o de redes digitais, principalmente as sociais. A grande mídia não consegue ter acesso ao que o Facebook, por exemplo, pode divulgar ou disseminar. Isso ficou claro na disputa entre Rede Globo e Facebook no Brasil[6] e mostra que há mesmo um descompasso entre as duas formas de mídia, a tradicional e a que está surgindo agora. O que pode ser interessante para mostrar que as redes sociais não estão sob a tutela dos meios tradicionais e que podem trilhar caminhos diversos, inclusive proporcionando a seus usuários outras formas de se comportarem, até mesmo como formadores de opinião, comentaristas e influenciadores.

Contudo, esse tipo de atuação dos receptores não quer dizer maior qualidade de informação. Do mesmo modo, as redes sociais não garantem a veracidade das notícias. A possibilidade de muitas notícias falsas circularem sem controle nesse ambiente em rede pode ser uma maneira de se ter desinformação, e não o contrário. Há espaço para distorções em material veiculado ali e até para deturpações de material verídico, mas alterado deliberadamente por alguns mal intencionados. Um caso é o de *hackers* russos, que teriam criado notícias falsas e alterado alguns materiais para gerar um ambiente em que a pós-verdade aparecesse com mais força, levando Trump e sua equipe de campanha a se aproveitarem disso.[7]

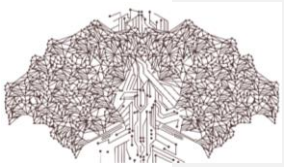
Como a busca por atingir o máximo de pessoas com uma única emissão, da comunicação de massa, não é mais a única opção, a segmentação torna-se ponto importante para análise. O que importa é o público, o receptor com seus interesses. Atingir um tipo específico de pessoas, baseado em seus gostos e preferências, pode ser melhor do que chegar a um número enorme e indefinido de receptores que não necessariamente se interessam por aquele assunto abordado. No entanto, aqui também há interesses de grupos ligados à comunicação tradicional e ao mercado, que trariam modificações importantes à ideia de atingir públicos específicos, buscando mais consumidores do que agentes participantes de um processo.

O Google, mesmo não sendo uma rede social, também esteve envolvido em críticas sobre uso de algoritmos. Logo após as primeiras colocações de Pariser em 2011, veio a público dizer que havia modificado seus algoritmos para que não houvesse certas distorções. No entanto, ainda hoje[8], há algoritmos funcionando e organizando pesquisas feitas no *site* de buscas. Além disso, o Google tem outras formas de controle sobre seus usuários, em diversos tipos de programas que procuram rastrear ações realizadas por eles (KOCH, 2016). Esse controle é de difícil percepção, já que os algoritmos não estão abertos para que qualquer pessoa possa consultá-los e entender seu

[6] A Globo entrou em rota de colisão com o Facebook por conta de mercado publicitário. Chegou mesmo a tentar retirar seu material da rede social, mas acabou voltando atrás e se organizou no Facebook de outra forma, sem citar o nome da rede social em suas matérias e programas televisivos. Sobre isso, ver Nathalie Ursini (2013), Teresa Levin (2013), Saulo Pereira Guimarães (2013), Carlos Pernisa Júnior (2016, p. 94-96).

[7] Essa discussão foi colocada por integrantes do partido democrata norte-americano, inclusive. Nos exemplos citados, há a matéria com a entrevista de Steve Coll (AGUILAR, 2016), e as do El País (AYUSO, 2016) e do The Guardian (CADWALLADR, 2016), inclusive levando a novos debates sobre falsas notícias, populismo e pesquisas na rede. Uma matéria publicada pela revista alemã Das Magazin criou uma polêmica maior, sendo debatida por Paulo Alves (2017), defendendo a publicação alemã, e por Manoel Galdino (2017), contrapondo sua visão à anterior. Na publicação, há a ideia de que o *big data* e um método de análise de comportamento desenvolvido em Cambridge pelo pesquisador Michal Kosinski, que teria sido adaptado por uma empresa chamada Cambridge Analytica, foram os responsáveis pela eleição de Trump. O artigo original sobre a pesquisa de Michal Kosinski apareceu na Das Magazin, em dezembro. A versão em inglês deste artigo foi publicada antes no Motherboard.

[8] Vide matéria de Carole Cadwalladr para o jornal The Guardian (2016).



funcionamento. Assim, é importante perceber as alterações que diversas formas de controle e participação vêm trazendo para a sociedade atual.

Considerações finais

A existência de tantos elementos indica mais do que uma única posição definitiva sobre Trump e sobre a separação da Inglaterra da Comunidade Europeia. O que se observa são diversas possibilidades de entendimento das duas questões e de outras derivadas dessas, como a ascensão da direita em vários países e no Brasil. Não se trata de algo necessariamente novo, mas de fatores que, muitas vezes, se relacionam e indicam que esse ambiente digital propicia a participação, mas não só isso, deixando margem a posicionamentos mais ligados à economia de mercado, a interesses de empresas que buscam concentração de renda e riquezas e a movimentos nacionalistas exacerbados e também extremistas.

As relações nesse momento de ambiente digital em rede e de forte atuação da comunicação indicam um retrato pouco definido, mas que pode ser pensado e analisado. Isso parece ser pouco relevante para aqueles que preferem colocar os fatos em um único espaço de entendimento. Claro que existem os que relativizam a questão, mas há como que um afã na busca de soluções únicas e definitivas para responder a determinadas perguntas, que também corrobora para que essas posições fiquem em segundo plano na análise.

Resta entender que não existem essas soluções, porque as relações no ciberespaço estão se dando em várias frentes e sob vários aspectos. Além disso, o que pode soar num momento como novo modo de participação popular em rede, aparece, em outro, como oportunidade de controlar essa população. Redes sociais digitais parecem ser um bom exemplo disso. O que fica é o desafio de não cair em tentações perigosas e armadilhas de percurso, buscando estudos mais amplos, envolvendo grande parcela de interesses e personagens que compõem a trama, e resultando em análises mais aprofundadas e com menor rapidez e superficialidade. Este é o momento de maior reflexão sobre o que está ao redor.

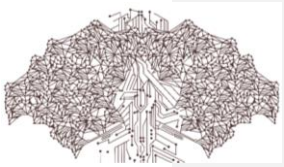
Referências bibliográficas

AGUILAR, Andrea. “O ambiente está contaminado por notícias falsas”. **El País.** 28 nov. 2016. (Entrevista com Steve Coll) Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/25/internacional/1480091889_943811.html. Acesso em 29 de novembro de 2016.

ALVES, Paulo. “BIG DATA: o segredo por trás da eleição de Trump”. **Showmetech**. 06 fev. 2017. Disponível em http://www.showmetech.com.br/big-data-trump/. Acesso em 13 de fevereiro de 2017.

AYUSO, Javier. “Internet e populismo mataram a verdade”. **El País.** 24 out. 2016. Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/14/internacional/1476453280_024293.html. Acesso em 23 de outubro de 2016.

BRAGA, José Luiz. “Circuitos versus campos sociais.” In: JANOTTI JR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela e JACKS, Nilda (orgs.) **Mediação & Midiatização.** Salvador/Brasília: EDUFBA/ Compós, 2012. p. 31-52.



CADWALLADR, Carole. "Google, democracy and the truth about internet search." **The Guardian.** 4 dez. 2016. Disponível em https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/04/google-democracy-truth-internet-search-facebook. Acesso em 06 de dezembro de 2016.

CANO, Rosa Jiménez. "O robô racista, sexista e xenófobo da Microsoft acaba silenciado". **El País.** 25 mar. 2016. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2016/03/24/tecnologia/1458855274_675885.html?rel=mas. Acesso em 28 de setembro de 2016.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: a era da informática, economia e cultura. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1996. v. 1.

DE QUEROL, Ricardo. "As redes sociais são uma armadilha." **El País.** 9 jan. 2016. (Entrevista com Zygmunt Bauman) Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427_675885.html?rel=mas. Acesso em 22 de julho de 2016.

DE MASI, Domenico. "É o ápice da riqueza comunicativa em todo o curso da história humana." 1 dez. 2016. (Entrevista ao portal CND Comunicação) Disponível em https://www.facebook.com/cdncomunica/videos/10913394376313357/. Acesso em 06 de dezembro de 2016.

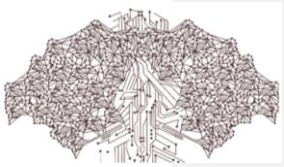
FÁBIO, André Cabette. "O que é 'pós-verdade', a palavra do ano segundo a Universidade de Oxford". **Nexo**. 11 nov. 2106. Disponível em https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/16/O-que-é-'pós-verdade'-a-palavra-do-ano-segundo-a-Universidade-de-Oxford. Acesso em 06 de dezembro de 2016.

FAUSTO NETO, Antonio. "A circulação além das bordas." *Paper* apresentado no Colóquio "Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina." Convênio CAPES/MYNCT, Agosto/2010, Facultad de Ciencia Política y RRII, Universidade Nacional de Rosário, Argentina. p. 2-17. Disponível em http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf. Acesso em 10 de setembro de 2012.

FAUSTO NETO, Antonio. "As bordas da circulação..." Rio de Janeiro: PUC-Rio, **Alceu – Revista de Comunicação, Cultura e Política**, v. 10, n. 20 jan./jun. 2010. p. 55 a 69.

FAUSTO NETO, Antonio. "Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação..." *In*: **Anais** – XVIII Encontro Anual da Compôs – Associação Brasileira dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Belo Horizonte, MG: PUC-MG, 2009.

GALDINO, Manoel. "Não, provavelmente o Trump não sabe mais sobre você do que você mesmo". **Blog Pra Falar de Coisas**. 09 fev. 2017. Disponível em https://prafalardecoisas.wordpress.com/2017/02/09/nao-provavelmente-o-trump-nao-sabe-mais-sobre-voce-do-que-voce-mesmo/. Acesso em 13 de fevereiro de 2017.



GOMES, João Francisco. "Mark Zuckerberg nega que Facebook tenha influenciado resultados da eleição." **Observador.** 14 nov. 2016. Disponível em http://observador.pt/2016/11/14/mark-zuckerberg-nega-que-facebook-tenha-influenciado-resultados-da-eleicao/. Acesso em 06 de dezembro de 2016.

GUIMARÃES, Saulo Pereira. Rede Globo proíbe menções ao Facebook e Twitter. **Info.** São Paulo: Abril, mai. 2013. Disponível em http://info.abril.com.br/noticias/internet/rede-globo-proibe-mencoes-ao-facebook-etwitter-31052013-10.shl. Acesso em 24 de junho de 2013.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Tradução de Maria Luísa X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KOCH, Tommaso. "A Internet está nos tornando mais ignorantes e narcisistas". **El País.** 1 jun. 2016. (Resenha sobre o livro de Andrew Keen: *The Internet Is Not the Answer*) Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2016/06/01/cultura/1464780705_182820.html. Acesso em 23 de outubro de 2016.

LANIER, Jaron. "My Problem with Agents". **Wired**, nov. 1996. Disponível em http://www.wired.com/wired/archive/4.11/myprob.html. Acesso em 14 de junho de 2013.

LANIER, Jaron. "Agents of alienation". **Journal of Consciousness Studies**, Imprint Academic, Ingenta Connect, v. 2, nº 1, 1 jan. 1995, pp. 76-81.

LEVIN, Teresa. Globo explica saída do Facebook. **Meio e mensagem.** São Paulo, mai. 2013. Disponível em http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/05/08/Globo-explica-saida-do-Facebook#ixzz2X4Tv4Gn2. Acesso em 11 de maio de 2013.

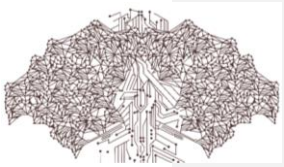
LLANERAS, Kiko. "Sete elementos que ajudam a explicar as eleições dos EUA." **El País.** 19 nov. 2016. Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/18/internacional/1479470860_400019.html. Acesso em 23 de novembro de 2016.

MOON, Peter. "Qual é o futuro da web, segundo Tim Berners-Lee". **Computerworld**. 09 jul. 2007. Disponível em http://computerworld.com.br/negocios/2007/07/09/idgnoticia.2007-07-09.9970442373. Acesso em 14 de fevereiro de 2017.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy.** New York: Crown Publishing Group/Penguin Random House, 2016.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a Internet está escondendo de você. Tradução de Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **A circulação no jornalismo**: o terceiro polo em busca de seu espaço. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2016.

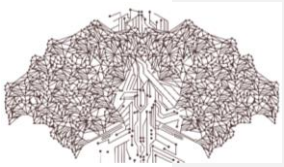


"REDES sociais deram voz a legião de imbecis, diz Umberto Eco". **Notícias UOL/ANSA.** 11 jun. 2015. Disponível em https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2015/06/11/redes-sociais-deram-voz-a-legiao-de-imbecis-diz-umberto-eco.jhtm. Acesso em 28 de setembro de 2017.

URSINI, Nathalie. Globo tira links do Facebook. **Meio e mensagem.** São Paulo, abr. 2013. Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2013/04/10/Globo-tira-links-do- Facebook.html#ixzz2X4UkMUJW. Acesso em 11 de maio de 2013.

VENTICINQUE, Danilo. "A internet esconde quem discorda de você". **Época**. São Paulo: Editora Globo, 2012. (Entrevista com Eli Pariser) Disponível em http://revistaepoca.globo.com/ideias/noticia/2012/08/internet-esconde-quem-discorda-de-voce.html. Acesso em 20 de dezembro de 2012.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



SUPERVALORIZAÇÃO DA IMAGEM E A DEPENDÊNCIA TECNOLÓGICA: O RETRATO DA TEORIA DA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO EM *BLACK MIRROR*[1]

Giulia Franceschi Tessarini[2]; Tarcísio Torres Silva[3]

Resumo

Este trabalho tem como intuito analisar a série britânica *Black Mirror*, criada por Charlie Brooker em 2011, com base na teoria da "Sociedade do Espetáculo", proposta por Guy Debord (1931-1994). A série foi originalmente transmitida no *Channel 4*, obtendo sucesso internacional após ser inserida no catálogo da plataforma de conteúdo audiovisual por assinatura Netflix. Alguns episódios satirizam a acumulação de espetáculos na sociedade, atual e futura, e criticam a nossa supervalorização da imagem e dependência tecnológica, dentre os quais foi destacado *Nosedive* (2016), cuja história é baseada na crítica ao enaltecimento da aparência e à inautenticidade do ser humano contemporâneo. Com isso, pretende-se mostrar que o desenvolvimento da tecnologia e do ciberespaço, analisados pela série, otimiza alguns dos pontos apontados por Guy Debord, o que torna a sua teoria contemporânea e aplicável ao nosso tempo.

Palavras-chave: imagem; sociedade do espetáculo; tecnologia; iconofagia; *Black Mirror*.

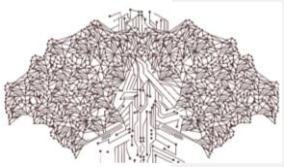
Black Mirror: um retrato social

Criada por Charlie Brooker em 2011, a série britânica *Black Mirror* é uma junção de sátira, ficção científica e drama psicológico, que tem como objetivo maior abordar o poder que os dispositivos eletrônicos exercem sobre nós, criticando as consequências provenientes dessa modernização. Espelha nossa dependência tecnológica, nossa

[1] Artigo apresentado ao Eixo Temático 9 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Bolsista de Iniciação Científica CNPQ. Graduanda em Publicidade e Propaganda, PUC-Campinas. E-mail: giulia.franceschi8@gmail.com

[3] Orientador do trabalho. Professor pesquisador da PUC-Campinas. Doutor em Artes Visuais pela UNICAMP.



conectividade eterna com esse meio, 24 horas por dia, como se tudo fosse construído a base dela. Critica a supervalorização da imagem, própria e dos outros, como se todas as vidas fossem, agora, espetáculos, mediados por imagens. Revela as piores anomalias do ser humano contemporâneo, a forma como teatralizamos notícias trágicas, o desespero, as relações e as sensações provenientes delas.

Os episódios retratam um universo distópico, visto que causam nos seus espectadores um desconforto que os fazem refletir, justamente por se imaginarem naquelas situações, tão prováveis de serem reais. Apoiado nisso, a série explora um futuro próximo, ou, em alguns casos, até mesmo um presente alternativo, visto que tecnologias retratadas na série já existem e são utilizadas atualmente, além de que o caráter psicológico dos personagens é essencialmente semelhante ao do ser humano moderno.

É, como disse Charlie Brooker, uma seleção de histórias sobre "e se", nas quais a tecnologia nunca é usada como vilã, mas como mágica. É sobre o limite do ser humano quando ele se utiliza dela, sobre suas prováveis atitudes caso aquela fosse a nossa realidade. "É sobre os dilemas humanos." (Rolling Stone, 2016).

Enredo de *Nosedive*: sobrevivendo como vítimas do sistema

Na análise sugerida para este trabalho, foi selecionado o episódio *Nosedive* (Queda Livre, em português). É o primeiro episódio da terceira temporada da série, dirigido por Joe Wright, inspirado numa história de Charlie Brooker, com exibição original em outubro de 2016. A história se trata de uma jovem, Lacie Pound, que busca a qualquer custo sua aceitação social e o ápice da sua popularidade. Em um ambiente espetacularizado, onde acessos são liberados, ações são aprovadas e benefícios são conferidos conforme a sua imagem perante aquela sociedade, a personagem leva uma vida superficial baseada na volatilidade das relações e supervalorização das aparências. O método de funcionamento dessa realidade é pontuar e ser pontuado, de uma a cinco estrelas, de acordo com suas atitudes e postagens no seu perfil de rede social. Para manter sua pontuação elevada de 4.2 e, assim, ter privilégios, Lacie representa uma identidade fictícia, compartilhando gostos que não são seus e agindo de forma incoerente ao que realmente é em seu interior. Da mesma forma vivem as outras pessoas ao seu redor, com suas estrelas literalmente no

topo da cabeça, influenciando o início ou o fim de relações. Há também aqueles poucos que não se preocupam em atingir uma pontuação invejável, que levam a vida como querem, independente do sistema. Esse é o caso de Ryan, irmão de Lacie, dono de uma média abaixo de 4, que enxerga o espetáculo e sua forma teatral e superficial de existir.

O episódio começa caracterizando a personagem e, consequentemente, todo o modo de vida em que se baseia aquela civilização. As ações são como peças teatrais, com sorrisos e gargalhadas praticados na frente do espelho e ensaios das mais diversas reações, para que o ator transmita, no momento certo, o máximo de verdade possível e, proveniente disso, conquiste sua tão aclamada avaliação positiva. Outra peculiaridade desse perfil constitui no distanciamento e até na exclusão de pessoas com o *ranking* inferior ao do círculo social. Há cenas no episódio em que indivíduos são ignorados e tratados com tremenda indiferença apenas por não possuírem o número de estrelas suficiente. Não mais possuem acessos, benefícios ou participação no meio social; não mais recebem sorrisos, cumprimentos ou avaliações positivas. Tornaram-se apenas vítimas exclusas do sistema, de uma queda livre sem volta possível ao topo.

No decorrer da trama, Lacie, com o objetivo de aprimorar seu perfil compartilhando um estilo de vida mais admirável, decide se mudar, e procura uma residência luxuosa num condomínio particular. Sua visita é marcada por imagens utópicas de uma vida perfeita, produzidas pela corretora, a fim de atingir o emocional da personagem. Convencida, mas sem o poder aquisitivo exigido, ela recebe a notícia de que, para obter acesso a um clube de descontos, Lacie deve ser dona de no mínimo 4.5 estrelas, pontuação mínima para quem é considerado um influenciador digital.

Com o interesse em aumentar sua avaliação, Lacie busca ajuda profissional. Este, ao estudar núcleos de interação, elogiá-la pelos sinais de esforço ao compartilhar postagens logo de manhã e apresentar gráficos da dinamicidade diária da sua nota, garante que atingirá a média necessária em 18 meses. Sabendo da pressa da personagem, ele, então, a aconselha um impulso: conquistar avaliações de pessoas influentes.

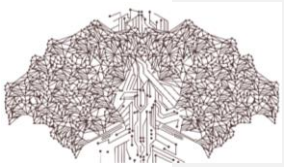
Para isso, Lacie reconecta-se com uma amizade antiga, Naomi Jayne, dona de uma pontuação elevadíssima, que a convida para ser a dama de honra do seu casamento. Em seu caminho para o evento, a personagem passa por diversas situações infelizes que diminuem sua nota para até 2.6: uma discussão com seu irmão, dono de uma média abaixo

de 4, que prefere viver fora do espetáculo; uma distração ao sair de casa, que faz com que Lacie derrube acidentalmente café na roupa de uma desconhecida; um atraso para atender ao táxi; um bloqueio ao comprar sua passagem aérea devido a sua pontuação 4.1, o que causa fúria e a perda de controle da personagem; uma punição civil pelo alvoroço no aeroporto, que diminui um ponto no *ranking* social; caronas que a abandonam no meio do caminho e pessoas que se incomodam ao ver sua situação e pontuação precária.

Devido a isso, Lacie é banida do casamento pela própria Naomi, que recusa arriscar sua reputação aceitando a entrada e participação de alguém avaliado no *ranking* com menos de quatro estrelas. Apesar disso, determinada a fazer seu discurso no evento, a personagem resolve seguir viagem; depois de muito pedir por carona, Lacie encontra Susan, uma motorista de caminhão com nota 1.4. Após compartilharem histórias, como a do marido de Susan, Tom, que sofreu câncer e teve seu lugar de tratamento tomado por outro com uma avaliação superior, descobre-se que Susan já foi Lacie. Já foi dona de 4.6 estrelas, de sorrisos e comentários falsos, de ações que não eram dela; porém, depois do que aconteceu com seu marido, a motorista decidiu ser quem realmente era, dizer o que realmente queria dizer, agir como realmente queria agir.

Durante a viagem, Lacie, ao finalmente ter a chance de refletir sobre aquele estilo de vida, parece perceber que o seu modo de agir e o de todos a sua volta não possui objetivos finais; eles são ensinados a acreditar que viver de avaliações trar-lhes-ia felicidade e paz interior. Não é isso, porém, que os indivíduos daquela sociedade verdadeiramente sentem; muito pelo contrário, eles não são capazes de sentir realmente nada.

Ao chegar ao casamento, com a nota abaixo de 1, Lacie apresenta seu discurso ensaiado, somado com as verdades que há muito gostaria de ter dito. Sua aparência causa espanto e repúdio e suas palavras revelam o real significado de seu relacionamento com Naomi, baseado em humilhações e interesses. Seu fim paradoxal, trágico para pessoas da sua realidade, libertador para ela, é dentro de uma cela, sem acesso à interação social pelo aplicativo, sem seu *gadget* ou sua lente de contato tecnológica. De frente com outro personagem, ambos trocam ofensas e xingamentos, como nunca poderiam fazer caso continuassem submissos ao "joguinho dos números", assim nomeado por Lacie. Ali,



podia expressar sua verdadeira opinião e parecer o que realmente é, sem ser escrava de status, avaliações ou julgamentos. Estava, finalmente, fora do espetáculo.

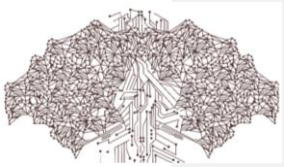
A sociedade espetacular, iconofágica e mediatizada

Esta história de Charlie Brooker trabalha com uma metalinguagem da realidade conhecida, referindo-se à sociedade digitalizada midiatizada em que estamos inseridos. Guy Debord a define como Sociedade do Espetáculo, teoria apresentada em 1967 que diz que "tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação". Cada experiência com o mundo é quase imediatamente reproduzida em imagem. O espetáculo de Debord, porém, não é apenas "um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (DEBORD, 1997, p. 14). Assim são representadas as relações sociais dos personagens de *Nosedive*: espetacularizadas.

Há falta de verdade e significado nos relacionamentos, baseados unicamente em fingir gentilezas e interesses saudáveis uns nos outros. "No mundo *realmente invertido,* a verdade é um momento do que é falso." (DEBORD, 1997, p. 16). O que se conhece é o que está representado na mídia. Isso é retratado na cena em que Lacie encontra, diariamente, outra mulher no elevador do prédio em que trabalha. Ambas trocam sorrisos e cumprimentos, claramente forçados, enquanto pesquisam uma sobre a outra nas redes sociais, por meio de uma espécie de lente de contato tecnológica, para criarem uma conversa, como se fossem realmente conhecidas.

Dominada, a sociedade vive alienada em função de espetáculos, se relaciona com as representações (imagens), abdica da dura realidade para viver um mundo movido pelas aparências. Afinal, o espetáculo, como já dizia Debord, "(...) é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo o descobre como a negação visível da vida; como negação da vida que se tornou visível." (DEBORD, 1997, p. 16).

A tecnologia em questão que circunda os personagens do episódio é muito similar à que se conhece e se utiliza hoje em dia. Há uma rede de interação (ciberespaço), que possibilita a troca de informações e a comunicação entre seus internautas, construtores e colaboradores desse ambiente, composto por chamadas plataformas digitais, nas quais os



seres humanos consomem, adquirem conhecimento e, principalmente, compartilham representações de suas vidas por meio das imagens.

> No ciberespaço, de modo especial na internet - a rede de maior expressão -, a comunicação é interativa, usa o código digital universal; é convergente e planetária. Na internet agem e reagem ideias, projetos sociais, utopias, estratégias de poder, toda a gama dos jogos dos homens em sociedade. (...) (CASTRO, 2016, p. 37)

"Sociedade do Espetáculo" é, também, fruto de uma série de estudos e análises de conceitos trazidos pelo filósofo Karl Marx, principalmente em relação às consequências do capitalismo. A alienação de Debord não faz referência apenas a um conjunto de emoções ou a um comportamento comum entre todos, mas a uma resposta ao modo capitalista adotado como organizador social; o espetáculo, por sua vez, como sendo a relação de dominação do mais sobre o menos poderoso, pode ser definido como uma moderna luta de classes. Para construir essa análise, Guy Debord baseou-se num princípio marxista chamado fetichismo da mercadoria, estágio em que a manufatura, o trabalho, deixa de significar apenas um produto humano de uso e adquirem um valor simbólico quase divino; tempo em que Debord afirma a soberania da mercadoria sobre tudo o que é vivido. "O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Não só a relação com a mercadoria é visível, como nada mais se vê senão ela: o mundo que se vê é o seu mundo." (DEBORD, 1997, p. 30). A sociedade espetacular, pois, é o estágio em que esse "fetichismo da mercadoria" obteve extremo desenvolvimento e dominação.

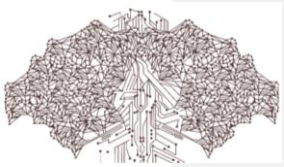
Essa mercadoria ou marca não somente tem seu significado refletido num objeto, mas pode ser também referente a um "produto humano". Hoje, é comum a venda da imagem de outrem para atender ao desejo do consumidor, sendo este sedento por aquilo que falta à sua vida real comum. Blogueiras, *youtubers,* atores, personalidades no geral são utilizados como mercadoria, a fim de comercializar não apenas uma marca, mas uma filosofia de vida. Isso é retratado no episódio quando pessoas com pontuações medianas, meros admiradores, aspiram levar a vida dos influenciadores que seguem no aplicativo, indivíduos com quase o número máximo de estrelas. Isso permite a conquista da eficiência do sistema, em outras palavras, a concretização da venda de uma mercadoria.

Em consequência disso, uma das principais mercadorias hoje é o trabalho gratuito a que todos estamos submetidos, quando geramos dados, avaliamos e curtimos coisas variadas. Passamos horas por dia produzindo conteúdo, fazendo postagens, compartilhando e comentando a nossa rotina. Esse trabalho influi abundantemente no ciclo econômico, visto que envolve publicidade paga ou *Product Placement* por parte dos influenciadores digitais, que despertam o desejo por um produto ou serviço que muitas vezes não teria surgido por vontade própria do consumidor. Dessa forma, desenvolvemos necessidades supérfluas, como a de atingir um determinado número de seguidores e curtidas ou de criar um perfil que nos faça parecer sermos aquilo exigido e aceito pela sociedade.“(...) O consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é sua manifestação geral.” (DEBORD, 1997, p. 33). Essa é a principal atividade retratada em *Nosedive*, praticada de forma tão mecânica e habitual que sua realização não é vista como um sintoma doentio, mas meramente como parte do estilo de vida adotado por aquelas pessoas.

Debord, em vista disso, destaca a preferência da sociedade consumista pela representação à realidade, pela aparência ao ser. Mas também constata sua valorização maior à cópia do que ao original, à imagem ao objeto. O ser humano contemporâneo está mergulhado num desejo constante de ter e ver, com tentativas inesgotáveis de saciá-lo por meio do acúmulo de informações recebidas diariamente. Esse processo, porém, é infindável, visto que o próprio homem se tornou imagem; está fadado a consumir e seguir as regras impostas pelo fantasma da pressão social, que o obriga a ser impecável.

Lacie Pound é, dessa forma, cada um de nós, vítimas da iconofagia, um conceito estudado por Norval Baitello Júnior em sua obra “A Era da Iconofagia”, na qual afirma que:

> (...) vivemos em um tempo em que nos alimentamos de imagens e as imagens se alimentam de nós, dos nossos corpos. Esse processo ocorre quando passamos a viver muito mais como uma imagem do que como um corpo. Viramos escravos das imagens: temos que ter um corpo que seja uma imagem perfeita, temos que levar uma vida vivida em função da imagem, temos que ter uma carreira que seja uma imagem perfeita. Com isso, de repente notamos que o corpo como entidade original da vida passou a ser uma imagem e, portanto, não ter mais vida própria. De



> outro modo: somos devoradores de imagens e somos devorados por elas. (BAITELLO JR. *apud* COELHO, 2016, p. 44)

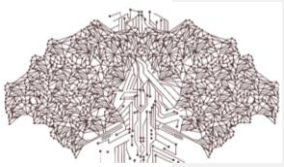
Hoje, vive-se pela e para a imagem. Tornamo-nos superficiais, submissos da imagem, que influencia nosso corpo, nosso modo de agir e pensar. Seguimos suas regras e suas vontades, por inteiro. Somos devorados por elas, a partir do momento em que as devoramos. Na era do ciberespaço, as imagens devoram imagens e seus consumidores, sem dar-lhes tempo para digerir toda aquela informação do modo como quiserem, sem possibilitar que dêem qualquer significação a elas. Tantas são as imagens que uma acaba também devorando a outra, sem dar-lhes a chance de serem absorvidas do modo como deveriam ser. Isso favorece ainda mais a supremacia da espetacularização da sociedade e do sistema capitalista de consumo. "(...) Todo tempo é tempo para consumir, ainda que sejam imagens, e num contexto em que imagens devoram imagens e o real fica cada vez mais esvaziado e sem sentido". (COELHO, 2016).

Uma cena de Nosedive que retrata de maneira eficiente a iconofagia é a que Lacie pede um café camurça com biscoito. Ela morde o biscoito e, sem mastigá-lo, posiciona-o para uma foto; após publicá-la, com a legenda "Maravilhoso!", ela toma apenas um gole do café, que, por sinal, odeia. Enquanto isso, ela recebe inúmeras notificações de avaliações positivas, o que a faz muito mais feliz do que a experiência de provar do que realmente gosta.

No episódio, está clara a sociedade espetacular e iconofágica: só há permissões e vantagens àqueles socialmente ativos na rede social, consequentemente àqueles com as avaliações mais altas, que compartilham imagens do seu dia a dia, mais representadas do que significantes.

O homem moderno está, assim como os personagens do episódio em análise, em constante contato físico com algum dispositivo, como se este fosse uma prolongação de seu corpo; suas relações com o mundo, com os outros e consigo estão cada vez mais mediatizadas em telas. Assim coloca Lipovetsky em sua obra "A Tela Global", concluindo que o ambiente, graças às tecnologias da comunicação e da informação, está difuso pela tela:

> Estamos no tempo da tela-mundo, do tudo-tela, contemporâneo da rede das redes, mas também das telas de vigilância, das telas de informação, das telas lúdicas, das telas ambiente. (...) Na vida inteira, todas as nossas

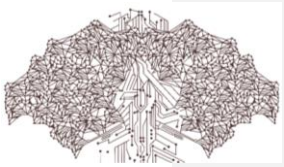


> relações com o mundo e com os outros são cada vez mais mediatizadas por uma quantidade de interfaces nas quais as telas não cessam de convergir, de se comunicar, de se interconectar. (LIPOVETSKY *apud* DANTAS, LIMA, SANTOS, 2017, p. 8)

A tela não se classifica apenas como um instrumento de conquistas pessoais e sociais, mas como uma extensão de si mesmo. Ela media, inclusive, intimidade, relacionamento, cotidiano e lazer. No episódio em análise, a presença do *gadget* é essencial para o funcionamento daquela sociedade. O acompanhamento físico do aparelho é um lembrete incessante de como regrar seus comportamentos e ações, sucintamente resumidas em avaliar e compartilhar.

Essa dependência tecnológica extrema a ponto de ser prioridade inclusive num momento de angústia e violência é também retratada em outro episódio da série, chamado *White Bear* (Urso Branco, em português). A história tem como enredo a transformação da vida de uma mulher num verdadeiro espetáculo; sua rotina baseia-se em acordar com amnésia numa casa onde, ao redor, inúmeros civis comuns pagam para filmá-la e persegui-la, sem criar nenhum tipo de contato, físico ou oral. Seu dia é resumido em tentar lembrar-se da sua identidade, fugir de um homem armado, sentir medo, humilhação e dor. Destinada a viver todo dia o mesmo dia, a personagem se encontra encarcerada num parque chamado *White Bear Justice Park*, onde as pessoas são instruídas a manter distância, não interagir com ela e se divertirem ao adentrarem no espetáculo.

Nesse episódio, é visível, além da crítica ao sensacionalismo midiático, a espetacularização da violência e a dependência tecnológica, o consumismo inconsciente. Enquanto se divertem a custo do sofrimento da protagonista, fotografando e filmando sua humilhação, os turistas estão constantemente comprando algo, seja o ingresso do parque ou a esponja a ser lançada contra a personagem num momento do espetáculo. Mais uma vez, está retratado o pensamento de Debord sobre o fetichismo da mercadoria, referindo-se agora ao consumo excessivo e alienado, visto que as pessoas estão ali, adquirindo produtos e serviços, sem refletir realmente se aquilo é eticamente correto ou não; estão ingenuamente dominadas pelo modelo de produção (capitalismo), que as faz crer no espetáculo acima de tudo.



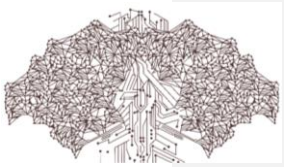
> O mundo presente e ausente que o espetáculo *faz ver* é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado *como ele é*, pois seu movimento é idêntico ao *afastamento* dos homens entre si e em relação a tudo que produzem. (DEBORD, 1997, p. 28)

Em *Nosedive*, outro contraste presente está relacionado ao significado das cores, aspecto também analisado por Paleólogo (2017). Lacie utiliza durante todo o episódio figurinos de um tom pastel (azulado ou rosado), normalmente relacionado à calma, suavidade e leveza; sua realidade, porém, é a contrária disso, constantemente perturbadora e esgotante. Essas cores encobrem o potencial tecnológico de influenciar o comportamento dos personagens, de modo que transpareça retratar uma sociedade tranquila e, sobretudo, normal. É nessa análise que se encontra a controvérsia, criticada por todo o episódio.

Os cenários também são montados de forma contrastante à tensa realidade da série: a cafeteria, a rua, os apartamentos e até o próprio casamento de Naomi possuem fundos e objetos com tons claros (amarelo, branco, cinza) e vivos (verde), que transmitem alegria, além dos mesmos tons pastel das roupas de Lacie.

Além disso, essas cores comunicam com a ideia de nostalgia, justamente por serem de uma paleta muito utilizada desde a década de 50. Não somente em *Nosedive*, essa relação com tempos remotos também existe em outros episódios da série, como *San Junipero*. A história se passa nos anos 80, 90 e 2000, sendo que na primeira década, além do*vaperwave* (movimento artístico de 2010 que retoma a estética cultural retrô dos anos 80), os tons pastel estão presentes na montagem dos personagens, seus figurinos, e em cenários como o do bar, do quarto, da praia e até mesmo em uma das cenas finais no hospital, vivida em 2040. As cores rosa, azul e roxo pastel são as mais marcantes, tendo em vista que a primeira é atualmente destaque em vários ambientes e meios profissionais, hoje conhecida como *pinkmillenium*.

Abordada no artigo "*The millennial-pinkpound: a right-onfashionphenomenon*" ("A libra milenar-rosa: um fenômeno direito da moda", em português), publicado no jornal britânico *The Guardian*, a cor pastel encontrada nos looks de Lacie é a chamada rosa milenar, tom que se tornou representante dos "valores socialmente iluminados dos jovens adultos". (Ferrier, 2017). Apesar de muito já ter sido empregada em tempos



antigos, ela é vista como uma "variedade de cor moderna", que transmite um "conforto psíquico" aos olhos de quem a vê. Pensando nisso, esse tom faz, inclusive, uma relação com o termo agênero, ou seja, com aquilo que envolve todas as pessoas, independente de sua orientação sexual; é uma cor "livre de quaisquer associações". (Tagliani, 2017).

No design e na arquitetura, o rosa milenar marca constante presença ao se tornar a cor principal de bens de consumo, como vestimentas e cosméticos, e de peças decorativas, desde pinturas e revestimentos até móveis e eletrodomésticos. No âmbito publicitário, ela vem sendo escolhida para ser destaque nos *templates* da maioria dos aplicativos, nos filtros de edição de foto, nas embalagens de produtos físicos etc.

Por fim, o desfecho do episódio traz uma última reflexão sobre o modo de vida do ser, agora fora do espetáculo, descrito como a prisão em que Lacie teve seu final por ter se rebelado contra o modo de vida imposto pelo sistema e, consequentemente, zerado sua popularidade. Apesar de ser falso, como tudo é no espetáculo, o lugar é tomado por mais autenticidade e verdade comparado à vida lá fora, visto que são essas virtudes que afloram na discussão entre os dois personagens no final. Ambos expressam suas mais sinceras opiniões, somadas com palavrões e gritos inadmissíveis pelo sistema. O ódio mútuo logo se converte em deleite mútuo, depois de perceberem que agora estão livres para serem quem são, sem receio.

Em regime fechado, privada de qualquer acesso ao digital, Lacie terá uma vida sem mediações e espetáculos. Parafraseando Debord de forma contrária, tudo o que antes era representação, agora será vivido diretamente, mesmo que envolvendo o mínimo de relações. A imagem e a tecnologia não mais serão seus devoradores e a tela deixará de ser extensão de seu corpo. Sua mente receberá tempo, algo que muito provavelmente não conhecia, para pensar o que quiser sobre o que quiser, atitude que definitivamente nunca pôde tomar. Deixará de ser alguém que consome e produz informação de maneira incessante para fazer somente o que muitos de nós gostaríamos, por um minuto que seja: nada.

Teorias no mundo real

Para retratar ainda melhor a metalinguagem do real no episódio, é imprescindível o uso de exemplos que fazem parte do nosso cotidiano. Os aplicativos estão extremamente

engajados com essa função: a Uber, prestadora de serviços eletrônicos na área de transporte privado urbano, possui a opção de classificar cliente e motorista com uma nota de uma a cinco estrelas, exatamente da mesma forma que acontece no episódio; o *Tinder*, por sua vez, um aplicativo de encontros, consiste em avaliar as pessoas com Sim ou Não com base nas suas imagens nessa rede, ou seja, unicamente pela aparência; o aplicativo *Klout*, muito semelhante àquele retratado no episódio, é utilizado como uma ferramenta para compreender o seu "marketing pessoal", que utiliza as influências do internauta nas redes sociais e, com base nelas, atribui-lhe uma nota de 0 a 100. As avaliações também podem, no geral, ser interpretadas comparando-as com os *likes* ou curtidas nas plataformas digitais, como no *Instagram* e *Facebook*.

Além desses aplicativos, foi criada pelo inglês Steve Cutts, em 2016, uma animação para a música de Moby and The Void Pacific Choir chamada "*Are You Lost In The World Like Me*?" que conta a realidade de um menino perdido em meio a nossa sociedade atual, caracterizada por sua supervalorização da aparência, consumo inconsciente, espetacularização da violência, superficialidade das relações mediadas por telas e imagens, dependência tecnológica, ausência de empatia e emoção, e por seu trágico final: todos caminhando para o abismo, sem ao menos ter a chance de levantar os olhos para vê-lo.

No decorrer da animação musical, nós, telespectadores, sentimos logo a identificação e o desespero causado por ela, que se torna mais angustiante a cada segundo, a cada cena. "Se os sistemas falharem, você está livre?" pergunta o cantor e a resposta não é outra senão "não". Estamos presos em um mundo sobrecarregado de lixo eletrônico, de indivíduos fúteis e relações perdidas, cegos para o outro, para o problema e para o futuro. Encontramo-nos numa queda livre, cuja volta ao topo é impossível. Quem se arrisca em tentar ficar fora do sistema, é excluído ou ridicularizado até acabar com a sua própria vida. Assim é também caracterizada a sociedade em *Nosedive*, na qual as reações são exclusivas para as plataformas digitais, os *gadgets* são nossas celas e o final infeliz é inevitável.

São inúmeras, também, as peças publicitárias que apresentam conteúdo crítico à valorização extrema e dependência tecnológica. Um exemplo delas é o comercial criado para a marca de cuidados oculares *Optrex* pela agência Havas, em Londres, dirigido pelo

diretor da série *Black Mirror*, Owen Harris, que faz crítica ao uso constante das ferramentas de mídias sociais. O vídeo apresenta um mundo onde os olhos foram substituídos por telas (*ScreenEyes*), referindo-se a secura dos mesmos, expostos a elas por muito tempo. O produto é um spray que promete refrescar o olhar, "reinicializar seus olhos de tela" (tradução do slogan).

Esse produto permite, inclusive, uma análise farmacológica, tendo em vista os sintomas do homem pós-moderno provenientes do avanço das tecnologias, que afetam seus usuários, tanto psicológica quanto fisicamente. O ponto crítico está presente na neutralização desses problemas, processo em que não se visa curar o vício humano em se conectar, mas os sintomas advindos desse hábito.



Figura 1: Pessoas com olhos de tela. *ScreenEyes*, *Optrex*, 2017.

Outro exemplo é um curta metragem da *Ditch The Label*, uma instituição digital de caridade anti-bullying do Reino Unido, em parceria com a *Boohoo*, uma loja global de moda online, chamado *"Are You Living an Insta Lie?"*. A campanha retrata sobre a exposição forjada dos usuários do *Instagram*, envolvendo um círculo de pessoas que seguem e curtem umas às outras no aplicativo; cada personagem compartilha uma foto montada, parecendo natural, com o objetivo de ganhar *likes* e manter as aparências perante o outro, exatamente como ocorre em *Nosedive*; o aplicativo central do episódio analisado parece muito, funcional e visualmente, inclusive, com o *Instagram*, constituindo-se pelos mesmos objetivos, ações e reações.

Na cena selecionada abaixo, o personagem produz uma foto da sua refeição, sem apreciá-la, apenas para alimentar um perfil que, apesar de ter a sua foto no avatar e o seu

nome no usuário, não representa nenhuma personalidade própria. O frame da campanha selecionado é essencialmente idêntico à cena escolhida para o retrato da iconofagia no episódio, citada anteriormente neste artigo. Ambos compram o produto, fotografam-no e o jogam fora: Esse é o novo ciclo da produção de conteúdo no *Instagram*, da montagem de um *feed* sobre uma vida que não existe, consumindo e praticando até aquilo que repudiam.



Figura 2: Cena da campanha publicitária essencialmente idêntica à cena do episódio. *Ditch The Label, Are You Livin an Insta Lie,* 2017.

Dessa forma, percebe-se que, de tão vista e referenciada, a série mainstream, que, por ter se tornado chave para muitas empresas criarem uma relação interativa e atenderem aos desejos de seus consumidores com base num interesse compartilhado mundialmente, agora faz parte do caldo cultural global. Marcas produzem campanhas que fazem seus clientes lembrarem imediatamente de *Black Mirror*; tanto que, para quando isso acontece, eles criaram a famosa expressão tão utilizada e ouvida atualmente: "isso é tão *Black Mirror*".

Essa relação só comprova a extrema eficiência que a obra de Charlie remete a nossa realidade, a ponto de haver a identificada forte conexão entre o ser e a história de ficção científica. Seja sobre um produto "muito *Black Mirror*" que promete suavizar seus olhos de tela, seja uma campanha sobre o vício incurável do ser humano de "parecer". É inevitável que todo consumidor da série se veja refletido nas histórias de Brooker porque é justamente ele o protagonista. O pensamento e a atitude admitidos pelos personagens no decorrer dos episódios são os prováveis utilizados por nós, caso aquela fosse nossa

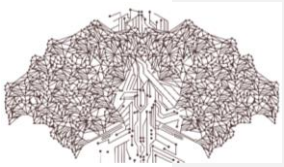
realidade. Identificamo-nos com a maioria das reações e imaginamos um futuro em que o ambiente tecnológico retratado na série esteja realmente presente no nosso cotidiano.

Conclusão: reflexão sobre o sistema atual (e eterno)

A sociedade contemporânea pode ter sua denominação eficientemente resumida em "sociedade da imagem". Hoje, tudo é imagem. Ele a consome de cabeça baixa, por meio de seu próprio dispositivo eletrônico, quando absorve e compartilha conhecimento nas plataformas digitais; ele a devora quando levanta os olhos e os pousa direto numa tela de cinema, de publicidade ou de algum show musical. Ver se tornou o grande prazer do homem moderno. Tanto que se tornou pura imagem. A imagem da TV, da capa de revista, do influenciador no *Instagram*. Os jovens contemporâneos, viventes na era da iconofagia, estão presos no paradoxo de não mais enxergar, depois de tanto já terem visto. Baitello Júnior enfatiza esse excesso de informação ao escrever sobre a explosão da crise da visibilidade e a perda de apelo de certas imagens, abordando a superexposição advinda da repetição das mesmas. Nesse mundo em agitação frenética, tal cegueira, causada pela mediatização das coisas, é a anomalia da sociedade moderna, submersa na escuridão das telas.

Seguindo o conceito de Lipovetsky, nosso tempo de "tela-mundo", "tudo-tela" é sua característica principal. Diariamente, centenas de minutos são perdidos para a tela de um *gadget* para sempre, sem nenhuma evidência de percepção ou arrependimento. Esse espelho negro, que marca presença constante a centímetros do nosso olhar, é responsável por evidenciar quem somos: consumistas e espectadores das realidades de outrem.

Diante disso, tanto a civilização quanto o singular tornaram-se representações. Suas ações e relações, quando não diretamente, são quase automaticamente transformadas em imagens, produzindo indivíduos que veneram a aparência e o superficial. Essa sociedade do espetáculo é consequência desse sistema, uma distopia convertida em realidade eterna. Dessa forma, percebe-se que a filosofia de Debord, mesmo quarenta anos depois, segue tão atual como nunca. Continuamos submissos ao fetichismo da mercadoria, ao trabalho gratuito, aos relacionamentos sociais mediados por imagens. Nós, mórbidos espectadores, transformamos em atração a tragédia e o sofrimento, a vida alheia e o nosso próprio cotidiano. Qualquer acontecimento, independente de sua natureza, está



sendo transmitido em algum dispositivo neste exato momento. O que sobrou de ética e empatia constitui numa raridade sem valor. O relevante para a sociedade contemporânea, superficial e inautêntica, faz relação não mais com o humano, mas com o show da vida, noticiado 24 horas por dia para quem quiser ver.

Referências bibliográficas

BAITELLO JÚNIOR, Norval. **A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura.** São Paulo: Hacker Editores, 2005.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto; JOSÉ DE CASTRO, Valdir. (Orgs.). **Cultura, Comunicação e Espetáculo.** Editora Paulus. 2016.

DANTAS, D., LIMA, B., SANTOS, S. **Mídia e Novas Tecnologias: A Sociedade em Queda Livre na Série Black Mirror.** Anais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Fortaleza - CE. 29 jun. a 01 jul. 2017.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo.**Editora Contraponto. 1997.

FERRIER, Morwenna.***The millennial-pink pound: a right-on fashion phenomenon.***The Guardian.29 ago. 2017. Disponívelem: <https://www.theguardian.com/fashion/2017/aug/29/the-millennial-pink-pound-a-right-on-fashion-phenomenon>. Acesso em novembro de 2017.

PALEÓLOGO, Diego. **Distopia em tons pastéis: afetos e resistências em Black Mirror.** In: XXI SOCINE, 2017, UFPB, João Pessoa. Caderno de Resumos. João Pessoa: Editora Ideia, 2017. Página 264.

RODRIGUES, Stella. **"A porcaria do mundo real estava alcançando a gente!", brinca Charlie Brooker, criador de Black Mirror.**Rolling Stone.21 out. 2016. Disponívelem: <http://rollingstone.uol.com.br/noticia/porcaria-do-mundo-real-estava-alcancando-gente-brinca-charlie-brooker-criador-de-iblack-mirrori/#imagem0>. Acesso em outubro de 2017.

TAGLIANI, Simone. **"Millennial Pink: a cor do momento para o design e a arquitetura".** Blog da Arquitetura. 11 set. 2017. Disponível em: <https://blogdaarquitetura.com/millennial-pink-a-cor-do-momento-para-o-design-e-a-arquitetura/>. Acesso em janeiro de 2018.

Referências audiovisuais

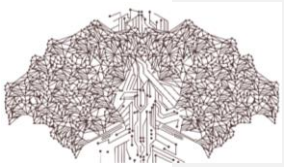
Are You Living an Insta Lie? Social Media Vs. Reality. 20 fev. 2017. 3 minutos e 12 segundos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw>. Acessoemnovembro de 2017.

Moby & The Void Pacific Choir - Are You Lost In The World Like Me?. Animador: Steve Cutts. 18 out. 2016. 3 minutos e 15 segundos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VASywEuqFd8>. Acesso em janeiro de 2018.

Nosedive. Direção: Joe Wright. Roteiro: Charlie Brooker, Michael Schur&Rashida Jones In: Black Mirror: the complete second series. Netflix, 2016.

OPTREX - Screen Eyes. Direção: Owen Harris. Londres: Havas London. 3 out. 2017. 40 segundos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eh_KlfF7PTQ>. Acesso em outubro de 2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



TECNOIMORTALIDADE: REFLEXÕES SOBRE UMA MEMÓRIA DIGITALMENTE MEDIADA[1]

Diego Costa[2]; Fernanda do Valle[3]

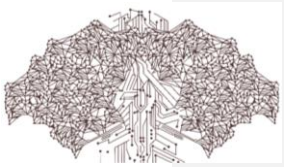
RESUMO: O presente artigo tem por objetivo discutir as relações entre memória e esquecimento, e levantar algumas discussões sobre os impactos oriundos de uma memória cada vez mais mediada por dispositivos técnicos digitais que se tornaram parte de nós. Para tal, embamos nossa discussão em torno dos conceitos sobre memória e esquecimento em Pomian, Halbwachs, Dijck e Weinrich. Expõe a relação entre mídia e memória com Assman, Beiguelman, Garde-Hansen, Rothblatt e Schwarz. Sobre as consequências dessas mediações, e com em vista a emergência das redes digitais, apresenta apontamentos sobre os trabalhos de McLuhan, Bauman e Fernanda Bruno. Por fim, vislumbrando o futuro possível e não tão distante, foi realizada uma análise de três episódios da série *Black Mirror*, por considerar que as questões neles discutidas são a próxima etapa da mediação da memória: *The entire history of you*, *Be right back* e *San Junípero*.

ABSTRACT: The purpose of this article is to discuss the relations between memory and forgetting, and to raise some discussions about the impacts of a memory increasingly mediated by digital technical devices that have become part of us. To do so, we base our discussion on the concepts of memory and forgetting in Pomian, Halbwachs, Dijck and Weinrich. Also it exposes the relationship between media and memory with Assman, Beiguelman, Garde-Hansen, Rothblatt and Schwarz. On the consequences of these mediations, and taking consideration on the emergence of digital networks, it presents notes about the works of McLuhan, Bauman and Fernanda Bruno. Finally, looking at the possible future and not so distant, an analysis of three episodes of the Black Mirror series was made, considering that the issues discussed in them are

[1] Artigo apresentado ao eixo temático 15 – Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/UFRJ) e bibliotecário. É membro dos grupos de pesquisa Informação, Memória e Sociedade pelo IBICT, e Wiki GLAM, ligado à Wikimedia Foundation. Contato: costa.ddiego@gmail.com

[3] Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT/UFRJ) e jornalista. É membro dos grupos de pesquisa Informação, Memória e Sociedade pelo IBICT, e Wiki Educação Brasil, ligado à Wikimedia Foundation.



the next stage memory mediation memory: The entire history of you, Be right back and San Junipero.

1 INTRODUÇÃO

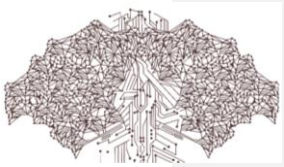
No amplo espectro da medicina, a ciência moderna versa sobre uma doença raríssima chamada Memória Autobiográfica Altamente Superior. Registrado nos anos 2000, o primeiro caso era referente a uma jovem norte-americana chamada Jill Price, que escreveu uma mensagem a James McGaugh, pesquisador da Universidade da Califórnia.

A paciente afirmou que lembrava de todos os episódios, em detalhes, desde seus 12 anos de idade.[4] Após densa pesquisa, em 2007, McGaugh publicou o caso na revista científica Neurocase. Para sua surpresa, outras 33 pessoas foram diagnosticadas.

A pesquisa demonstrou que indivíduos dotados desta habilidade possuem lobos temporais maiores do que a média. Entretanto, ainda não se sabe se a super-memória modifica o cérebro ou se o cérebro diferenciado afeta a memória. A única certeza que a humanidade sustenta é que esquecer e lembrar integram a dicotomia que permite o viver. O que somos, de onde vivemos, com quem estamos, são elementos trabalhados pela memória, suscitando conforto (ou repulsa), segurança e identidade. Os extremos – lembrar demais e tudo esquecer – ocasionam doenças, modificam personalidades e afetam todo um grupo social.

Pode-se dizer, portanto, que memória é a potência que possibilita lembranças ou esquecimento. Parece correto afirmar também que a memória é sempre mediada - seja por nossos próprios cérebros, outras pessoas ou aparatos tecnológicos. Nesse processo comunicativo da memória, individual ou coletivo, é selecionado o que será narrado, logo, facilmente acessado; e o que será ocultado, ou mesmo destruído. Nesse ínterim, memória é um instrumento de controle. Conforme Kundera (1987, p.10), "a luta do homem contra o poder é a luta da memória contra o esquecimento".

[4] Reportagem Revista Galileu. A vida daqueles que nunca esquecem. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI320281-17579,00A+VIDA+DAQUELES+QUE+NUNCA+ESQUECEM.html>



Por outro lado, ainda que a busca do homem por meios que salvaguardem sua memória se mostrem potentes através da história (assim como a invenção da escrita, marcando uma revolução com a saída da cultura oral), é preciso ter em mente que esquecer também é importante. Temos medo de esquecer porque as lembranças estão intrinsecamente ligadas à continuidade da existência. Dentre os seres vivos, os seres humanos são os únicos conscientes de sua finitude na Terra. Lembrar do passado e produzir legados são processos – e, porque não dizer, necessidades - individuais. Porém, é justamente o esquecimento que nos permite seguir em frente, que dá movimento às nossas vidas. Se não o fosse, nosso cérebro nunca seria capaz de armazenar outros fatos e eventos devido ao saturamento de memórias. Talvez, por isso, busquemos sempre novos aparatos tecnológicos que nos auxiliem na supressão de tal processo obliterante.

Até que ponto, então, lembrar de tudo seria saudável tanto para nós quanto para aqueles que nos rodeiam?

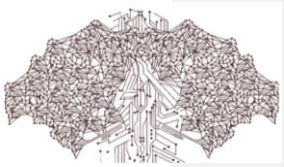
Com esses aspectos em mente, o presente artigo tem por objetivo discutir as relações entre memória e esquecimento, mas, principalmente, levantar algumas discussões sobre os impactos oriundos de uma memória cada vez mais mediada por dispositivos técnicos digitais que se tornaram parte de nós.

Como corpo teórico-conceitual, utilizamos Pomian (2000), Halbwachs (1990), Dijck (2007) e Weinrich (2001) para abordar o percurso e discussões sobre memória, bem como reflexões sobre esquecimento. Para embasar a relação entre mídia e memória, Assman (2008), Beiguelman (2014), Garde-Hansen (2011), Rothblatt (2016) e Schwarz (2013). Sobre as consequências dessas mediações, tendo em vista a emergência das redes digitais, incluímos apontamentos de McLuhan (1974), Bauman (2014), Bruno (2013).

Por fim, vislumbrando o futuro possível e não tão distante, foi realizada uma análise de três episódios da série Black Mirror, por considerar que as questões neles discutidas são podem se tornar a próxima etapa da mediação da memória: *The entire history of you*, *Be right back* e *San Junípero*.

2 ALGUMAS CONFIGURAÇÕES DA MEMÓRIA

Definir ou estabelecer um conceito para o que se conhece como memória pode ser uma árdua tarefa. Muitos autores, alguns de alta referência, já realizaram esse feito e não é o objetivo



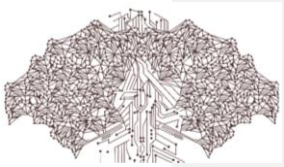
central deste artigo tentar elaborar mais um. Contudo, parece-nos conveniente apontar algumas das configurações e revisões.

Os primeiros estudos sobre a memória focam no indivíduo, dos quais podemos destacar as contribuições de Halbwachs, que situa a memória individual de certa forma sempre ligada à relação de coletividade. Declara, ainda, que as lembranças são nossas e dos outros ao mesmo tempo, não sendo necessário que "outros homens estejam lá, que se distingam materialmente de nós, porque temos sempre conosco e em nós uma quantidade de pessoas que não se confundem" (HALBWACHS, 1990, p. 26).

Já com Pomian podemos perceber uma relação não apenas social, mas também uma memória ligada aos objetos. O autor define que “toda a memória é em primeiro lugar uma faculdade de conservar os vestígios do que pertence já em si a uma época passada” (2000, p. 507). Essa capacidade da qual trata, tem o poder de “conservar sinais e vestígios” de um passado, não limitando-se apenas aos seres vivos (POMIAN, 2000, p. 508). O que significa dizer que a memória pode assumir características e formas que vão além de nossos cérebros. Tomemos, por exemplo, o potencial de uma fotografia remeter a bons momentos de um evento os quais não voltam mais. Assim, uma memória está tanto em nós, seres humanos, quanto em objetos com os quais interagimos, uma vez que qualquer corpo seria capaz de conter para si as marcas dos seres (POMIAN, 2000, p. 508).

Esse desejo de conservar provém de uma marca profunda deixada no indivíduo, algo peculiar, estranho a ele. Já que a memória nunca é recuperada em sua plenitude, isto o impulsiona a criar diversos mecanismos de conservação das recordações para que durem o maior tempo possível e, consequentemente, sejam passados aos outros, garantindo sua perpetuação o mais próximo do que foram (POMIAN, 2000, p. 509). Uma das primeiras formas de se garantir a perpetuação de uma memória pode ser identificada nas tradições orais, através da qual é garantida a conservação do passado por meio de narrativas. Assim, o indivíduo responsável por tais narrativas se torna depositário de acontecimentos de pessoas que ele nem mesmo conheceu (POMIAN, 2000, P. 509), o que lhe confere uma característica coletiva e transgeracional.

Com o surgimento das coleções, objetos que podem ser naturais e artificiais, "afastados dos circuitos de utilização" segundo Pomian (2000, p. 509), a memória coletiva passa a tomar formas diferentes dos cérebros das pessoas, marcando aí as primeiras memórias mediadas, como fósseis, pinturas rupestres, a escrita, ou para sermos mais atuais, fotografias e discos rígidos.



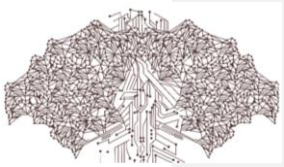
Todavia, os estudos contemporâneos relacionados à memória não mais se dedicam apenas a estudar os meios de preservar o passado; também investigam as suas mais variadas funções e relações sociais. Jedlowski aponta que a memória está para além de uma espécie de armazém que estoca traços e vestígios do passado, tomando-a por sua capacidade plural de constituir "uma rede complexa de atividades", a qual demonstra que o passado sempre se reinventa a partir das necessidades do presente (2005, p. 87).

Nesse sentido, Jose Van Dijck declara que além de conter os vestígios de nossos passados, a memória é um estatuto que pode ser mediado por objetos ou tecnologias. A autora defende que mídia e memória não devem ser entendidas de formas separadas, pois a nossa própria relação com as mídias contribui para dar forma às nossas memórias pessoais (DIJCK, 2007, p. 16) e ampliam as relações entre o coletivo e o pessoal, reconfigurando o passado e o presente, situando indivíduos em seus devidos lugares na história. Enquanto esses mesmos indivíduos dão forma a uma coletividade às quais chamamos de cultura, as memórias mediadas se tornam um reflexo dos

> processos culturais protagonizados pelos diversos agentes - indivíduos, tecnologias, convenções, instituições e assim por diante - cujos atos e produtos devemos examinar como confrontações entre individualidade e coletividade [...] Também nos ensinam os meios como situamo-nos nas culturas, passadas e contemporâneas, bem como armazenamos e reformamos nossas imagens subjetivas, da família, e da comunidade durante o curso da vida" (DIJCK, 2007, p. 25, tradução nossa).

Por outra perspectiva, Mayer-schönberger (2009) levanta uma discussão a respeito do esquecimento frente às novas capacidades mnemônicas providenciadas pela ascensão do ambiente digital. Talvez em um dos capítulos mais marcantes de sua obra *Delete,* o autor sugere a possível morte do esquecimento a partir do momento em que sofremos uma revolução do meio analógico para o meio digital.

Em *Demise of forgetting,* Mayer-schönberger (2009) elucida que o desejo por uma máquina, um objeto, que possa agir como uma perfeita prótese mnemônica não é algo novo para a humanidade. Como exemplo, ele cita a máquina de memória idealizada por Vannevar Bush, ou Memex, que lhe daria acesso a todo o conhecimento produzido durante as eras; e o caso de Gordon Bell, um engenheiro da computação que carrega consigo uma câmera no pescoço que tira uma foto sua a cada 30 segundos durante o dia todo. Aliado a isso, Bell armazena em seu computador



todas as informações possíveis, desde e-mails e anotações a *prints* das páginas web que visita, bem como tudo o que consegue capturar. Todo esse material faz parte de seu projeto *MylifeBits* o qual ele lidera, acreditando que os computadores foram feitos para isso, isto é, capturar toda a vida de alguém.

A busca por explicações que deem sentido à existência humana sempre foi objeto de estudo, seja da ciência, seja da religião. Conforme já comentado neste artigo, o ser humano é o único ser vivo capaz de compreender que é finito, tem duração. Por isso, repassa conhecimento, experiências, deixa legado.

Os exemplos acima contrastam como o desenvolvimento tecnológico, mais especificamente o digital, alterou de maneira significativa os meios como informações são lembradas, e indicam uma real possibilidade de extinção do esquecimento. Possível realidade ou não, importa ainda mais como o meio digital impactou em grande escala nos processos e relações com a memória, tornando o esquecimento uma exceção, e lembrar, a norma, o novo *default* (MAYER-SCHONBERGER, 2009, p. 52). A essa revolução, conforme afirma Mayer-Schonberger (2009), pode-se creditar quatro forças tecnológicas principais: a digitalização de todo o mundo analógico, capacidades de armazenamento a baixo custo, fácil recuperação de dados e acesso global à informação.

Vistas tais discussões, na sociedade contemporânea, faz-se mister repensar a memória, mediada por um ambiente cada vez mais marcado por bits, bytes, terabytes e as forças que lhe dão movimento, uma vez que o domínio sobre tal faculdade promove novos atores, regimes e cenários.

3 MÍDIA, PRODUTORA DE PASSADOS

Se documentos, livros, conversas informais, programas de rádio, televisão ou canais no ciberespaço nos atravessam, afetando nossa subjetivação, nesse sentido, Garde-Hansen (2011, p.1) ressalta que a mídia exerce importante eixo de poder na construção e divulgação de memórias públicas.

Mais do que noticiar o presente, a mídia opera, em larga escala, para fomentar o consumo de memória: séries, filmes, jogos, listas online, reprise de novelas. Até o século XX, exceto em obras biográficas de personalidades relevantes ou polêmicas para a sociedade, apenas as memórias coletivas eram divididas e comentadas publicamente. Com as chamadas novas

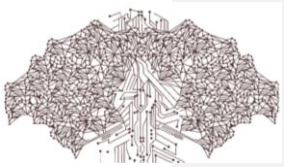
mídias, em meados dos anos 2000, particularmente as redes sociais, foi possível tornar pública e compartilhável a memória individual. Houve um descolar da esfera privada e da definição de relevância e interesse públicos. Com as redes digitais, qualquer indivíduo se tornou pessoa pública e a super-memória foi materializada.

Nessa perspectiva, Ori Schwarz escreveu o texto *The Past Next Door: Neighbourly relations with digital memory-artefacts,* onde discorre sobre a relação entre informação e memória na sociedade digital. Segundo o autor, "essa nova memória conectiva ou rede social reivindica uma nova temporalidade do 'presente contínuo' ou 'presente do passado imediato' (SCHWARZ, 2013, p.4, tradução nossa). Ou seja, nas redes digitais, o presente é o que importa, imediato, *mediatizado*. Todo mundo tem o poder de lembrar tudo sobre todos. As informações estão gravadas em espaços físicos controlados por terceiros, fora do alcance geográfico e político dos usuários. Vicente (2014, p. 291) salienta que "em termos globais, estima-se que os centros de processamento de dados consumam em torno de 30 bilhões de watts por ano, o que corresponde a 1,5% da produção mundial de energia elétrica". Basicamente, nas palavras do autor, o equivalente "à energia produzida anualmente por trinta centrais nucleares e não está muito longe dos 2% consumidos pela indústria da aviação".

Logo, em vez dos neurônios, algoritmos que modelam percepções, constroem subjetividades e reconfiguram nossas relações. Modelos lógicos e linhas de códigos que organizam informações em fluxo intenso e contínuo. Mas, como decidir o que é relevante? Como selecionar o que se deve preservar e o que se deve destruir?

Contraditoriamente, a frenética armazenagem nas redes online transforma indivíduos em acumuladores, alterando a maneira que se relacionam com seu próprio passado, conduzindo-os à tirania da memória perpétua, devido ao acesso cada vez maior às capacidades de armazenamento que se expandem a cada ano. Uma vez online, qualquer dado pode ser mantido, compartilhado, com potencial de reutilização, sem prescindir de autorização.

> Além disso, o fato que muitas conversas diárias são gravadas (como acontece no IM, e-mail ou SMS) transformou os regimes de verdade, introduzindo representações objetivadas do passado (evidências quase-materiais) em contextos não judiciais, interpessoais e até mesmo amigáveis (SCHWARZ, 2013, p. 5, tradução nossa)



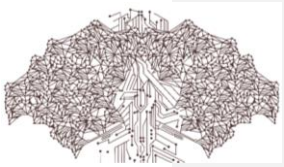
Para Assmann (2008, p. 110), "memória cultural é uma forma de memória coletiva, no sentido de que é partilhada por um número de pessoas e que ela transmite a estas pessoas um coletivo, isto é, identidade cultural". Se em um mesmo ambiente, aqui o ciberespaço, memórias individuais e coletivas se entrelaçam, não há mais como bem delimitar cada fronteira - pública e privada, individual e coletiva.

No ambiente virtual, utilizado por indivíduos cada vez mais cedo, o processo de construção subjetiva se dá de forma simultânea à identidade da comunidade. Cada representação do passado – recente ou remoto – emerge em bases de dados, produzindo novas formas de consumo desse mesmo passado. Na nova ecologia de memória, os indivíduos se auto documentam.

> Câmeras digitais e telefones com câmera aumentaram enormemente o número de momentos fotografados ou filmados na vida das pessoas [...] podendo utilizá-las intensivamente sem custos marginais (isto é, custos de desenvolvimento de filmes). Assim, os momentos mundanos (especialmente o lazer social) são fotografados muito mais intensamente do que costumavam ser (e.g. Murray, 2008:156; van House, 2011). (SCHWARZ, 2013, p. 8, tradução nossa)

Majoritariamente, a ecologia da memória contemporânea passa pelas mãos de gigantes da internet, como *Google* e *Facebook*. No caso do *Facebook*, fundado por Mark Zuckerberg, a empresa abarca um bilhão de usuários em todo o mundo, sendo também dono dos populares *Instagram* e *Whatsapp*. Isso significa que a auto-documentação traz em si a renúncia à privacidade e ao gerenciamento de sua própria memória. Para exemplificar, diariamente são criados novos perfis nessas redes e diariamente também morrem pessoas, indivíduos com presença digital. Salvo se algum parente ou amigo tiver acesso ao login do falecido, canais como o Facebook mantém os perfis *in memoriam*, alimentando um grande cemitério virtual. Lá, é permitido escrever novas mensagens – em vez de levar flores ao túmulo real, reler antigas postagens, escritas pela pessoa falecida, rever fotos, assistir novamente aos vídeos. A super-memória estruturada por cabos submarinos produziu novos processos de luto e representações de morte.

A estrutura do Facebook demonstra as estratégias de consumo do passado travestidas de ludicidade: mural de fotos, lembretes de aniversário, sugestão de amizade, "pessoas que talvez você conheça", retrospectivas, passado segmentado cronologicamente, podendo ser revisto a partir de um clique.



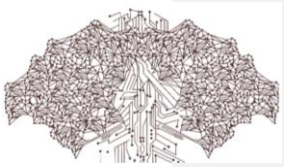
Bruno (2013) endossa este pensamento e complementa: no atual regime de informação, a vigilância é naturalizada e a construção do eu baseia-se a partir do olhar e aprovação do outro, propiciando maior tendência à exposição da vida privada. A subjetivação é desenvolvida justamente quando se entrecruza com o ver e ser visto.

> A visibilidade e a exposição deliberada do eu, da intimidade, da vida banal e quotidiana em reality shows, blogs, redes sociais são aí vetores de prazeres, entretenimento e sociabilidade. Nem panóptico nem sinóptico, mas um modelo reticular e distribuído onde muitos vigiam muitos ou onde muitos veem e são vistos de variadas formas. Algo como um palinóptico, para brincar com o radical grego palin, que designa processos de dupla via. Ver e ser visto ganham aqui sentidos atrelados à reputação, pertencimento, admiração, desejo, conferindo à visibilidade uma conotação prioritariamente positiva, desejável, que ressoa nos sentidos sociais que a vigilância assume hoje. (BRUNO, 2013, p.47)

Contudo, esta rede como o *Facebook* é apenas um exemplo de como os algoritmos estão alterando as formas como nos relacionamos com a memória no ambiente virtual. E, uma vez que a disposição das informações é feita por esses mesmo algoritmos, por vezes, eles podem também tornar visíveis memórias indesejadas, sem o consentimento daqueles que interagem com elas, ditando aí uma recusa ao esquecimento. A abundância de informação não é sinônimo de excelência em recuperação e de liberdade de escolha. Os dados são altamente rastreáveis, mas não se pode recuperar ou excluir facilmente a informação desejada. Perde-se o controle do que é publicado, porque trabalham por uma lógica própria, longe de nosso alcance. O controle é irrestrito às empresas provedoras do serviço e, em boa parte, aos outros usuários, receptores das mensagens. Porém, nunca, o autor das lembranças. Por que, então, apesar da complexidade e do desconforto, a promessa de uma eterna lembrança - por vezes, indesejada - continua a construir uma auto-documentação que cresce exponencialmente em rede?

Segundo Bauman (2014), porque se consolidou como objeto de desejo.

> Quanto à cooperação silenciosa ou vociferante, consciente ou inconsciente, por ação ou omissão, porém indubitavelmente maciça, dos vigiados no negócio da vigilância voltada para elaborar seus "perfis", eu não a atribuiria (ao menos



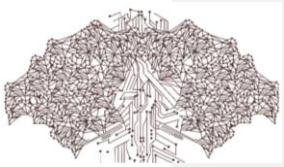
> primariamente) ao "amor de ser visto". Numa frase famosa, Hegel definiu a liberdade como uma necessidade aprendida e reconhecida. A paixão por se fazer registrar é um exemplo importante, talvez o mais gritante, dessa regra hegeliana em nossos tempos, nos quais a versão atualizada e ajustada do cogito de Descartes seria "sou visto (observado, notado, registrado), logo existo". (BAUMAN, 2014, p. 88)

Nas redes digitais, abre-se a oportunidade da imortalidade: é a era da tecnoimortalidade. Textos, imagens e sons recriam espelhos e padrões de personalidade nunca visto antes; conteúdos postados e alimentados pelo sujeito ao longo de sua vida. Mas, essa oportunidade talvez não se traduza em realidade, já que todo conteúdo postado pode ser completamente desativado pelos provedores do serviço ou pelas empresas e governos proprietários da rede física do ciberespaço. No entanto, considerando que o espaço virtual seja mantido tal qual conhecemos, o eu-tecnológico, o self-digital de cada indivíduo está sendo modelado, e isto está estritamente ligado às memórias que construímos no ciberespaço. No entendimento da pesquisadora Martine Rothblatt, formada em comunicação e direito, PhD em ética médica, e uma das executivas mais bem pagas dos EUA, trata-se do surgimento dos clones mentais.

> A ciberconsciência tornará possível, pela primeira vez, que uma pessoa viva para sempre, no mundo real, em uma espécie de tecnoimortalidade. Programas de mindware e arquivos mentais, bem como os clones mentais em si, institucionalizam essa ideia em certo sentido; eles tornam a eternidade oficial. (ROTHBLATT, 2016, p. 302-306)

Para a pesquisadora, também fundadora da empresa United Therapeutics, com foco em biotecnologia, "uma vez que tivermos um software capaz de recapitular a consciência, seremos capazes, nas próximas décadas, de reviver a consciência humana, que estará em nosso arquivo mental"[5], alterando a concepção sobre identidade e individualidade. Ambas não estarão mais ligadas à forma corporal, o corpo físico, mas a padrões de pensamentos e de personalidade.

[5] Entrevista disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/04/1621219-mulher-mais-bem-paga-do-mundo-aposta-em-robo-com-consciencia.shtml



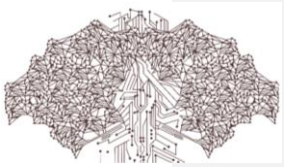
4 MEMÓRIA: PODER, CONTROLE E VIGILÂNCIA DIGITAL

Historicamente, a civilização humana é marcada por uma disputa entre aqueles que buscam adquirir o controle sobre a memória. No caso da biblioteca de Alexandria, centenas de livros e documentos foram destruídos pela religião cristã para suprimir religiões pagãs. Com efeito, Baez (2006) esclarece que se destrói um livro com a intenção de aniquilar uma memória, um patrimônio de toda uma cultura, isto é, "faz-se a destruição contra tudo o que se considera ameaça direta ou indiretamente a um valor considerado superior [pois] cada cultura da totalidade, com efeito, repudia a totalidade de outra cultura" (BAEZ, 2006, p. 25).

Logo, nota-se aí uma relação de poder no que se refere aqueles que detém o domínio sobre a memória. Da mesma maneira, pode-se inferir que aquilo o qual deve ser preservado ou não, e institui uma memória, passa por um processo de relação de poderes. Quer dizer, quem define o que deve ou não deve constituir uma memória?

Jedlowski (2005) afirma que qualquer forma de imposição de valor nunca deixa de estar alheio às estruturas de poder vigentes de um grupo ou sociedade de determinada época. Declara, ainda, que a responsabilidade da memória coletiva nada mais é do que legitimar um grupo social e sua identidade. Então, quanto mais complexa uma sociedade se constitui, mais o passado se torna alvo de medidas para se manter os ideais e interesses de uma classe dominante (JEDLOWSKI, 2005, p. 88). Essa luta pelos espaços da memória é algo que Pollak (1989) explora interessantemente ao expor o conceito de memórias subterrâneas, ou seja, memórias que são subordinadas a manterem-se no silêncio ditado por memórias dominantes. Nesse silêncio, elas esperam uma oportunidade de se fazerem ouvidas de modo a conseguirem o reconhecimento de sua herança cultural.

Na atual sociedade da informação do século XXI, essas disputas de poder pela memória ainda persistem, contudo sob uma nova lógica informacional. Marcada pelo universo hiperconectado, em rede, nossa sociedade vive um regime de informação no qual ditam as regras aqueles que detém o controle das memórias erguidas no ciberespaço. Memórias estas construídas a partir de nossos rastros deixados por interações computacionais cada vez mais íntimas. Zuboff esclarece que tais interações são passíveis de serem vistas, conhecidas e compartilhadas (ZUBOFF, 2015, p. 76), principalmente se conectados na rede mundial de computadores; e o pior: às vezes sem ao menos sabermos que está acontecendo.

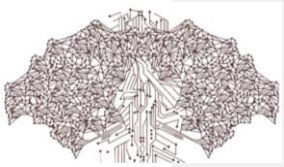


Essa memória do ciberespaço desenvolvida através de nossos rastros pode ser sinônima do que hoje é conhecido como Big Data, isto é, um conjunto de dados que falam sobre nossos hábitos, comportamentos, ideologias, posicionamento político, sexualidade, perfis de consumo etc., totalmente disponíveis na rede.

Após as denúncias do ex-agente da Agência Nacional de Segurança dos Estados Unidos (NSA), Edward Snowden[6], ficou sabido que nossos dados são coletados e armazenados não só para fins de controle e segurança, mas também para fins econômicos, dando espaço para o que hoje é conhecido como vigilância digital, uma forma de observação sistemática de pessoas e populações que busca interferir em suas ações e condutas (BRUNO, 2013, p. 18), sejam elas no âmbito social, político ou econômico. A construção de um novo tipo de subjetividade focada na hiperexteriorização do eu, que a tudo expõe e armazena na internet, apenas contribui para a consolidação de tal regime. Fotografias de viagens são publicadas no *Facebook*; documentos são salvos no *Google Drive*; nossos históricos de navegação são salvos em *cookies* de navegadores; *GPSs* mostram para onde vamos; fazemos questão de dar *"check-in"* em determinado lugar para mostrar onde estamos; publicamos nossos gostos e desejos nas redes; enfim, tudo está *online*, visível para quem desejar ver, fomentando uma grande memória pública sobre nossas vidas, que talvez nunca desapareça. É como se erguesse um novo meio de espetáculo particular, que recria subjetividades. Se nas sociedades modernas tais subjetividades eram construídas a partir do olhar do outro, ocasionando uma autorregulação do indivíduo, hoje, elas se fazem por meio de uma super exteriorização do eu no âmbito da esfera pública proporcionada pelas redes (BRUNO, 2013, p. 67).

Além disso, no atual regime, como ressaltamos, parece que esquecer se tornou caro de diversas maneiras (MAYER-SCHÖNBERGER, 2009, p. 68). Perdemos o controle sobre nossas próprias memórias. O autor supracitado, inclusive, em sua obra *Delete*, nos lembra o caso de uma professora universitária que foi demitida após ter suas fotos divulgadas numa plataforma online, nas quais era vista bebendo, fantasiada de pirata no campus da universidade, em um momento de lazer, fora de seu horário de trabalho. Mesmo após ter solicitado a retirada das fotos da rede, é impossível supor que as mesmas não tenham sido compartilhadas em outras instâncias, de maneira que esse seu passado possa voltar a assombrá-la a qualquer momento.

[6] Denúncia publicada no jornal The Guardian. Disponível em: Disponível em: https://www.theguardian.com/world/2013/jun/09/edward-snowden-nsa-whistleblower-surveillance



Vale lembrar também o caso da empresa *Netflix* que produz séries com base nas preferências de conteúdo de seus assinantes. Utilizando o seu próprio algoritmo, a plataforma vasculha o comportamento dos usuários, resultando em produções de sucesso, como *Stranger Things*, a qual foi produzida com base em conjunto de dados sobre o quê os usuários da plataforma assistiram dentro de um determinado período de tempo do ano. Neste caso, filmes da década de oitenta, principais inspirações da série[7]. O algoritmo da *Netflix* também sugere as produções que mais são suscetíveis de o usuário gostar através do clássico *ranking* de cinco estrelas. Aqui, em vez de uma nota geral dada pelos usuários, dá-se uma nota com a probabilidade de o assinante gostar do conteúdo de acordo com os seus comportamentos de séries ou filmes assistidos na plataforma.

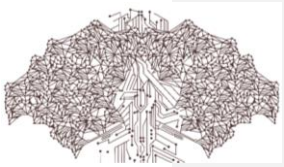
Essa lógica, proporcionada pelo controle de memórias no ciberespaço, inverte os agentes sociais na rede. Mudam-se os atores, mas permanecem os sistemas. Aqueles que têm o interesse em manter os aspectos culturais de uma classe dominante fazem uso dessa memória digital para adentrar em cada âmbito de nossas vidas. Por meio desse poder de controle, são capazes de criar uma falsa consciência para aquilo o que pensamos desejar. O poder, agora, reside nas mãos de quem controla e providencia acesso aos fluxos informacionais do ciberespaço e, consequentemente, das memórias construídas por nós.

4 BLACK MIRROR: UM FUTURO POSSÍVEL

Sucesso na atualidade, a série britânica *Black Mirror*, criada em 2011, por Charlie Brooker, discute o relacionamento do homem com a tecnologia. Mas engana-se quem pensa se tratar apenas de tecnologia ou ficção científica: *Black Mirror* fala sobre humanidade, repertório esse repleto de desejos, virtudes, desvios e imperfeições. Para complementar o debate sobre memória, selecionamos três episódios, um de cada das três temporadas produzidas até o momento: *The entire history of you* (primeira temporada), *Be right back* (segunda temporada) *e San Junípero* (terceira temporada)[8].

[7] Disponível em: < https://www.wired.com/2013/08/qq_netflix-algorithm/>

[8] Cabe mencionar também que a descrição de cada episódios não fica ausente de eventuais *spoilers*. Fato impossível de evitar para a construção de suas análises.



O que as três narrativas têm em comum? Todas discutem a possibilidade de construir uma memória perpétua a partir dos rastros digitais. Logo, os três episódios focam na memória mediada por aparelhos e ambientes tecnológicos.

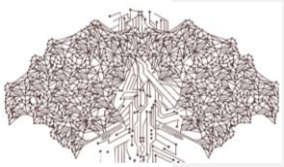
4. 1 *The entire history of you*

O pano de fundo do episódio é uma sociedade moderna, semelhante à vivida por nós. Nela, cada indivíduo possui um *chip* implantado atrás da orelha, chamado *grain*, que armazena as memórias individuais de cada um. Para acessá-las, basta acionar um pequeno botão, uma espécie de controle remoto, para que cada cena vivida por seu possuidor possa ser revista, seja do próprio sujeito ou de qualquer outra pessoa com que ele tenha se relacionado. Uma vez acontecidas, as cenas podem ser transmitidas a diferentes dispositivos de mídia, como televisões ou *smartphones*, semelhante ao que ocorre com o *chromecast*[9].

Por um lado, parece impossível haver desonestidade no grupo social em questão, uma vez que tudo pode ser registrado como "prova". Gera-se aí uma autorregulação do sujeito e do próximo, uma ação de vigilância e autovigilância por meio de memórias externalizadas altamente manipuláveis, fato que já vivenciamos atualmente com as redes sociais. Por outro, são postas em xeque questões éticas, tais como: a) disponibilizar o arquivo das próprias memórias a futuros empregadores; b) ser avaliado conforme análise da sua memória e não da sua fala ou postura no ato da associação; c) o hábito de compartilhar o arquivo mental em reuniões sociais, como se estivesse assistindo a um filme de entretenimento ou revendo um álbum de fotos de viagem - ainda que não se deseje fazê-lo. Aqui, a memória aparece como matéria-prima do espetáculo; d) por fim, já que as memórias são compartilhadas e, em certa medida, públicas, minimiza-se a distância entre privacidade e direito, fazendo com que alguns indivíduos se acreditem corretos a controlar outras memórias.

No episódio, por exemplo, o conflito central é conjugal. O personagem Liam Foxwell, vivido por Toby Kebell, suspeita que sua esposa Ffion, interpretada por Jodie Whittaker, o esteja traindo. Em uma reunião entre amigos, ele observa como a mulher se comporta em relação a um antigo namorado, o Jonas (Tom Cullem); ao chegar em casa após a reunião, revê ininterruptamente as próprias memórias.

[9] Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Chromecast



Como cada cena do jantar foi mediada por seus olhos, ele tem o registro dos detalhes que compuseram o encontro. Liam decide assistir ao seu próprio filme em busca de pistas que fortaleçam sua suspeita. Não satisfeito, constrange Jonas e a própria esposa, obrigando-os a exibir suas respectivas memórias. Na checagem forçada, o marido descobre a traição e os forçam, ameaçando armado, a apagá-las. Tarefa fácil como excluir o histórico do seu navegador. Parece surreal?

Atualmente, já são relatados casos de crises de ciúme, assassinato e depressão por conta de informações digitais simples, como a hora que determinada pessoa esteve online em *chats*, aplicativos e histórico de bate-papo de redes sociais[10]. Mais recentemente ainda, segundo publicação da Wired[11], o engenheiro biomédico da Universidade do Sul da Califórnia, Theodore Berger, se propôs a elaborar uma prótese para melhorar a memória humana. Semelhante à *The entire history of you*, o dispositivo seria implantado no cérebro, simulando a função do hipocampo e transformando as memórias de curto prazo em memórias de longo prazo.

Como extensões de nossos cérebros, o *grain* de *Entire History of You*, levanta uma discussão a respeito de questões não só éticas, mas de direito à privacidade a ao esquecimento. Memórias que muitas das vezes podem ser recuperadas sem o consentimento do próximo, erguendo, com efeito, uma ditadura da memória, onde perdemos o controle sobre nossas próprias memórias.

4.2 *Be right back*

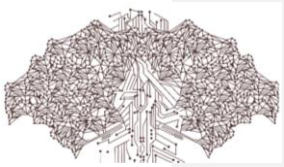
O episódio narra a vida de Martha, vivida por Hayley Atwell, e seu marido Ash, personagem de Domhnall Gleeson. A felicidade do casal é interrompida quando Ash sofre um

[10] Matérias disponíveis em:
http://aqui.uai.com.br/app/noticia/cadernos/policia/2014/02/13/interna_policia,44403/bate-papo-em-rede-social-gera-ciume-e-crime.shtml

http://www.acritica.com/channels/hoje/news/homem-com-ciumes-por-foto-em-rede-social-manda-matar-amigo-da-namorada-diz-familia

http://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/comportamento/como-os-casais-devem-lidar-com-o-ciume-virtual-2/

[11] Reportagem publicada no site UOL, disponível em:
http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2016/12/07/isso-e-tao-black-mirror-cientista-busca-memoria-mais-potente-para-nos.htm



acidente de carro fatal, levando-o à morte. Inconformada, Martha ouve de uma amiga que existe um software capaz de "ressuscitar" o seu marido. De certa forma, o programa cumpre o que promete. Trata-se de um sistema que recupera e trata todos os dados dispostos online - *posts* no *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *SMSs*, *e-mails*, gravações de voz e qualquer outro vestígio - elaborando padrões mentais e de personalidade de modo a criar vida inteligente/artificial. Em resumo: propicia uma interação real com o mundo *offline*, onde o sistema responde ao diálogo de forma coerente, inclusive com a voz da pessoa. No caso do episódio, com a voz de Ash.

Aos poucos, Martha se apega à possibilidade e rejeita interações com a realidade em que vive. A única coisa que deseja e prioriza é conversar por *e-mail* ou por telefone com o seu Ash digital. Para ela, ele está vivo. Em determinado momento, ele sugere um passo adiante - um novo serviço. A próxima etapa é a materialização do Ash virtual, um robô que conta com a aparência dele - em detalhes - e textura de silicone, porém próxima à pele humana. O robô, ou, como diria Rothblatt (2016), clone mental, anda, interage, se comunica e se relaciona, inclusive sexualmente, tal qual o Ash real, humano; tudo a partir dos dados que compuseram uma memória digital gerada por ele quando era vivo.

Be right back é instigante e com adaptações perfeitamente possíveis, levando em conta o progresso das pesquisas científicas e investimento em inteligência artificial. A IBM, no Japão, já disponibiliza uma plataforma de computação cognitiva, chamada IBM Watson, que substitui mais de 30 funcionários humanos[12] na empresa. De acordo com a IBM, os robôs analisam os dados digitais e ajudam os gestores nas tomadas de decisão estratégicas. Em matéria da revista Exame, publicada no site em 04 de janeiro de 2016, o repórter Lucas Agrela resume: "essencialmente, ele [o robô] 'pensa' como um ser humano e consegue interpretar textos, áudios, imagens e vídeos, mesmo que eles não estejam estruturados".

Em 2011, ano que marcou a estreia de *Black Mirror*, Watson participou de uma competição de perguntas e respostas, e venceu os participantes humanos no programa de televisão Jeopardy. O diferencial do robô, desenvolvido por 25 profissionais, é estabelecer relações semânticas, isto é, interpretar os dados coletados do banco de dados. Os algoritmos não transformam apenas os áudios em texto ou buscam similaridades e equivalências idiomáticas; eles

[12] Disponível em: http://exame.abril.com.br/tecnologia/robo-da-ibm-substitui-34-funcionarios-de-empresa-no-japao/

interpretam o significado, o sentido da linguagem. Por isso, segundo seus desenvolvedores, Watson pode responder sobre qualquer assunto e acertará na maioria das vezes[13].

4.3. San Junípero

Considerado um dos melhores episódios pela crítica e público, *San Junípero* aborda a relação entre duas jovens mulheres, Yorkie (Mackenzie Davis) e Kelly (Gugu Mbatha-Raw), que se conhecem em um bar e se apaixonam, na década de 80. Na busca por ficarem juntas e experienciar essa relação, Yorkie vive à procura de Kelly nos mesmos ambientes, compostos pelas mesmas pessoas, excetuando-se apenas pelas mudanças de figurino e produção de arte.

Com o avançar dos minutos, o telespectador entende que San Junípero não é um local real e que é possível viajar no tempo. Constata também que Yorkie e Kelly são uma espécie de avatar de jogo, personalidades de ambas as mulheres em um ambiente virtual e que, no mundo material, desconectado, as duas são senhoras idosas. Kelly, viúva, internada em um asilo; Yorkie, tetraplégica e muda, hospitalizada desde a juventude devido a um acidente de carro.

Para acessar a cidade mítica, é necessário acionar um dispositivo acoplado à cabeça, que transfere a consciência do indivíduo para o ambiente digital; uma espécie de refinamento da realidade virtual. A questão central é que este ambiente abriga não apenas humanos vivos conectados como também clones - consciências, avatares, de pessoas que já faleceram. Tal qual um jogo de videogame, ou ainda a diatópica Matrix, o indivíduo escolhe qual aparência terá, que estilo adotará e qual será sua linguagem.

A história termina com ambas optando por viver apenas em San Junípero, e mais uma vez presenciamos a negação de nossa finitude, de um esquecimento. Mortas na Terra e vivas no ciberespaço; identificadas e resguardadas por servidores conforme a ideia de ciberconsciência trazida por Rothblatt:

> "se um cônjuge de um casal de originais biológicos morrer, e ambos tiverem clones mentais, teremos um corpo sobrevivente e dois clones mentais sobreviventes. Esse cenário ilustra o fato de que a morte de um corpo não põe fim a um casamento se existir um clone mental para esse corpo" (ROTHBLATT, 2016, p. 217).

[13] Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/watson-o-fascinante-computador-da-ibm-que-venceu-os-humanos/>

A autora sustenta que cenário - como San Junípero - não são apenas possíveis, como são o futuro. Para ela, é fundamental rever o conceito de identidade e individualidade. O que constitui e define o ser vai além da forma corporal, material. Para facilitar a explicação, Rothblatt resume em um diálogo entre o que chama de "mim dominante" e "individualidade soberana":

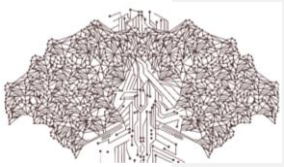
> - Mim dominante: entendo a ideia central de um 'mim' que transcende as duas formas. Mas isso não altera o fato de que, se o 'mim' de carne e osso for morto, deixarei de ter todas essas sensações biológicas que aprecio. Minha continuação em forma de um clone mental jamais replicará meus sentimentos de um ser de carne e osso. Esse 'mim' terá desaparecido.
> - Individualidade soberana: Não há nenhuma dúvida de que a perda de seu ser biológico seria uma grande tragédia. Suponha, porém, que você só perdeu suas pernas. Você continuaria sendo você? (...) E se ficasse paralisado do pescoço para baixo? Ainda seria você? (...) Objetivamente, sua individualidade terá deixado de existir quando os observadores não mais encontrarem sinais de que seu padrão único de pensamentos e lembranças continua a responder aos fatos e circunstâncias do mundo. (...) E, filosoficamente, se seu padrão único de pensamentos e lembranças forem apenas expressões de um espaço mental subjacente, de amplitude humana e mais profundo, então absolutamente nada se teria perdido. Você vive no espaço mental global, embora não se sinta mais como você. (ROTHBLATT, 2016, p.198-199)

Portanto, um clone mental não é um simples produto, mas o ser propriamente dito, contendo a sua essência e se manifestando tal qual é - ou foi - no mundo desconectado. Rothblatt não disserta sobre utopias, mas exemplos práticos existentes ou na potência lógica de existência a partir do aprimoramento das ciências cognitivas, da informação e computação, dentre as quais podemos mencionar que a memória teria papel fundamental na construção desta ciberconsciência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sensação é que saímos desta produção com mais perguntas do que respostas. Porém, isto não é algo que se deve olhar como um fator negativo. Muito mais do que responder a todas as indagações, acreditamos importante abrir o campo para mais discussões que estão por vir sobre o futuro da memória no ambiente digital.

Os dilemas éticos e filosóficos aqui apresentados convergem passado e futuro em um questionamento antigo: é possível viver para sempre, da forma que queremos, livres do corpo de carne que perece?



Partindo de uma revisão dos debates sobre a memória, a opção da imortalidade não se vislumbra como sonho, mas como futuro real ao considerar os investimentos massivos em inteligência artificial. Discussões como essas, que questionam o estado atual da memória frente ao ambiente digital, colocam o ciberespaço como gerador de reais e possíveis cenários mediadores para as faculdades mnemônicas que tanto influenciam nossas vidas.

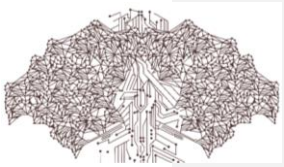
O percurso histórico da memória demonstra que o desenvolvimento da técnica traz consigo o desaprender, ou conforme McLuhan (1974) prefere expressar, a amputação de algum sentido ou habilidade. Com a escrita e os registros físicos, o ser humano desaprendeu a memorização fidedigna e integral do que via e ouvia. A necessidade e a falta dela modificam o tecido social e a maneira como os sujeitos se comportam.

Na perspectiva da atual sociedade da informação, onde tudo se registra e se disponibiliza na rede mundial de computadores, é fundamental questionar que tipo de memória se constrói. Bruno (2013, p.70) afirma que mostrar é também uma forma de esconder. Portanto, os registros *online* são alta e delicadamente selecionados pelos usuários a fim de mostrar não necessariamente o real, mas aquilo que cada um desejaria que fosse real. A memória difundida no ciberespaço é, antes de tudo, um "simulacro" (BAURDRILLARD, 1991).

A promessa da tecnoimportalidade, por meio da ciberconsciência, redefine conceitos e limites. Tal qual *San Junípero*, será necessário reescrever a legislação, repensar as definições de parentesco, os conceitos filosóficos do que é ser e não ser, o que é público e privado. Há ainda que indagar: nesse futuro híbrido, haverá algo confidencial e restrito a não ser informações corporativas?

Os objetos técnicos como extensões de nós mesmos ganham uma nova perspectiva: não serão apenas extensões ou expansões, mas intermediários da transferência e guardiões da individualidade em um novo espaço, que impacta profundamente nas nossas relações com os objetos e os seres, assim como foi visto em *The Entire History of You*. A pergunta que fica também em aberto é: a memória perpétua e a ciberconsciência seriam a liberdade da vida, superação da morte, logo, uma evolução, ou se tornaria o encarceramento do eu, modelado e remodelado, eternamente, por algoritmos e funções matemáticas?

Um mundo onde tudo é sugerido e retroalimentado por máquinas, manipuladas por aqueles que controlam nossas memórias geradas no ciberespaço, resulta em acomodação, em anestesia social e, principalmente, dialética.



Na ânsia pela projeção, amplia-se a narcose e amputa-se o real, assumindo o risco de viver na tirania da memória eterna. Mas, se esquecer é o que nos dá movimento, um possível impedimento do ato de esquecer poderia interromper o desenvolvimento social e biológico dos seres humanos, afetando os processos naturais de seleção e colocando em xeque o significado de evolução. Parafraseando Morin, esse mundo cibernético da memória será o olimpo da pós-verdade moderna.

REFERÊNCIAS

ASSMANN, Jan. **Comunicative and Cultural Memory.** In. ERLL, Astrid; NÜNNING, Ansgar (Eds.) Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook, Berlin, New York: De Gruyter, 2008. pp. 109-118.

BAEZ, Fernando. A eliminação da memória. In: _____. **História universal da destruição dos livros**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Vigilância líquida** - diálogos com David Lyon. Zahar. 2014.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'água, 1991

BEIGUELMAN, Gisele. Reinventar a memória é preciso**.** In BEIGUELMAN, Gisele; MAGALHÃES, Ana Gonçalves. **Futuros possíveis**: arte. Museus e arquivos digitais. São Paulo: Petrópolis: EdUSP, 2014. pp. 12-33.

BLACK Mirror. Criação de Charlie Brooker. Reino Unido: Zeppotron, 2011.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GARDE-HANSEN, Joanne. **Media and memory.** Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011.pp. 01-30.

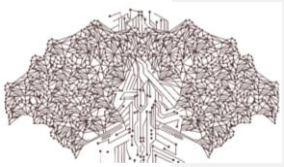
HALBWACHS, Maurice. Memória coletiva e memória individual. In: **A Memória coletiva**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1990.

HUYSSEN, Andreas**. Seduzidos pela memória.** Editora Aeroplano. 2004.

JEDLOWSKI, Paolo. Memória e mídia. In: _____. **Memória, imaginário e representações sociais**. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005. 248 p.

KUNDERA, Milan. **O livro do riso e do esquecimento**. Nova Fronteira, 1987.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Editora Cultrix, 1974.



POMIAN, Krzystof. Memória. In: GIL, Fernando. **Sistemática.** (Enciclopédia Einaudi, v. 42). Porto: Imprensa Nacional, Casa da Moeda: 2000. pp. 507- 516.

ROTHBLATT, Martine. **Virtualmente humanos: As promessas e os perigos da imortalidade digital.** Editora Cultrix, 2016.

SCHWARZ, Ori. **The past next door: neighbourly relations with digital memory-artefacts**. 2013.

VICENTE, José Luis de. Armazenamento do eu: sobre a produção social de dados. In BEIGUELMAN, Gisele; MAGALHÃES, Ana Gonçalves. **Futuros possíveis**: arte. Museus e arquivos digitais. São Paulo: Petrópolis: EdUSP, 2014. pp. 288-301.

WEINRICH, Harald. **Armazenado, quer dizer, esquecido?** In _____. Lete: arte e crítica do esquecimento. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. pp. 281-296.

_____. **Lete: arte e crítica do esquecimento.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. pp. 11-37.

MAYER-SCHONBERGER, Viktor. The demise of forgetting. In: _____. **Delete:** the virtue of forgetting in digital age. New Jersey: Princeton University Press, 2009.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento e silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 1989, p. 3-15.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. **Journal of Information Technology**, n. 30, 2015. p. 75-80.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

TECNOLOGIA E TRABALHO NO ESPAÇO DIGITAL: A RELAÇÃO DE SIGNIFICAÇÃO DOS SITES EMPRESARIAIS E A CONSTRUÇÃO DA GRANDE EMPRESA[1]

Maria Isabel Braga Souza[2]

As empresas criam espaços discursivos específicos para que suas formulações possam circular e significar, projetando um modelo de organização, um padrão, produzindo consenso, como forma de evitar conflitos. Esse efeito de coerência no discurso é uma forma de poder, já que o político também se faz presente na relação entre o que é dito e os sentidos que se farão compreender. Trazendo essa reflexão para os discursos empresariais, o analista pode entender os mecanismos de funcionamento desses enunciados que materializam o posicionamento da empresa e outras posturas que podem ser consideradas mecanismos de regulação.

Para a Análise de Discurso de linha francesa, o político nos discursos reflete a disputa entre os sentidos dentro de circunstâncias dadas. Foucault (2002) afirma que o discurso é dispersão e são as instituições que dão sentido a ele, o discurso é aberto e quem o ordena é o autor. Na relação entre política e consenso, o poder atua cercando, organizando e estabilizando os sentidos em uma direção determinada. As instituições produzem esse imaginário consensual para significar o poder de determinadas formas, como dominação, como ausência de diferença, como igualdade.

Nas empresas, o controle de atitudes e comportamentos é representado nos discursos com sentidos de valores e expectativas, de crescimento profissional, de ação e reação, causa e consequência, uma "estratégia" que faz com que essas delimitações se tornem evidentes para o trabalhador. Há também a memória de que o bom funcionário

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 13 - Arquiteturas digitais de interação, novos modelos de negócios, economia do compartilhamento e colaboração, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . A Pesquisadora é Mestre em Ciências da Linguagem (PPGCL) pela Universidade do Vale do Sapucaí UNIVÁS. É professora do Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino – UNIFAE. Participa como pesquisadora do Projeto Arte, escrita e sujeito: arquivos, práticas e tecnologias de linguagem na sociedade contemporânea. E-mail: isabelsouza.jornalista@gmail.com

faz carreira, é dedicado, que agindo assim ele (se) significa na sociedade de maneira ímpar e atinge seus objetivos pessoais e profissionais.

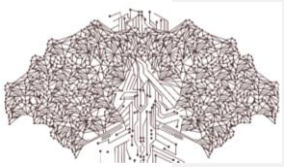
As empresas utilizam a linguagem enquanto instrumento de comunicação, para significar condutas manipulatórias, criando denominações que circulam na sociedade de maneira naturalizada, mas que, para Alves (2011), poderiam ser compreendidas como parte de uma reestruturação produtiva denominada por ele de imperialismo simbólico.

No discurso empresarial, há processos de produção de efeitos de sentidos que nos interessam ser compreendidos. Por exemplo, a troca de nomes que as empresas fazem quando usam colaborador ao invés de trabalhador, ou ainda, operário por empregado, ou outras denominações que não são trocas inocentes, impensadas; há nestas palavras efeitos de sentido de dominação e significação que refletem os ideais da empresa e a imagem que ela faz de si e do seu trabalhador. Sobre isso, Alves (2011) afirma que:

> No plano da linguagem, é indiscutível a intensificação da manipulação que surge a partir do novo complexo de reestruturação produtiva, com o surgimento do imperialismo simbólico e novos léxicos que habitam o universo locucional das individualidades de classe. Além do aspecto ideopolítico, a utilização dos novos vocábulos no mundo do trabalho tem uma função psicossocial. (ALVES, 2011, p.17).

Nos discursos das empresas vemos representada a atual conjuntura do capitalismo manipulatório, que busca moldar o trabalhador para que ele, inserido neste sistema, dê resultados que corroborem com o que dele é esperado enquanto força de trabalho.

O modo como a empresa denomina seu trabalhador, para não dizer, ou dizer, funcionário, colaborador ou outra denominação, remete a uma classificação desta mão-de-obra como parte integrante da empresa e transferir para ela suas obrigações enquanto força de trabalho produtiva, responsável pelos resultados da organização, pelos seus próprios resultados enquanto mão-de-obra, e resultados da vida pessoal, o ser humano, que tem suas outras especificidades também influenciadas pelo trabalho.



Na contemporaneidade, as empresas buscam materializar os seus valores que devem ser interpretados e seguidos por aqueles que compõem a sua força de trabalho, fazendo com que estes sujeitos, em sua posição sujeito trabalhador, multipliquem estes "ideais".

Considerando isso, a partir da perspectiva teórica da Análise de Discurso, Orlandi (2012) ressalta a questão da interpretação dos textos pelos modos institucionais, ou seja, com sentidos sendo geridos por estas instituições, historicamente determinados. Segundo a autora, é necessário que o sujeito interprete, mas na sociedade há o controle dessa interpretação, o efeito de fechamento dos sentidos, por parte das instituições e das diferentes posições-sujeito que podem ser diferentes cargos ou funções – as posições que o sujeito pode tomar ou ser interpelado –, e as instituições como a escola, a religião (igreja) e as empresas, sendo estas o foco de nosso interesse para o entendimento dos efeitos que são produzidos neste gerenciamento dos sentidos em circulação no ambiente organizacional.

A empresa, para gerir pessoas, dissemina seus valores, administrando-os, manipulando-os e cultivando-os, incorporando-os à sua imagem, sustentando discursivamente compromissos ideológicos que se marcam no discurso empresarial, e que são institucionalizados pela comunicação, produzindo efeitos de sentido nas relações entre empresa e público.

As transformações tecnológicas forçosamente trouxeram mais velocidade às organizações, impactando a produtividade, o perfil do trabalhador e também a economia. Ancorados na Análise de Discurso de linha francesa buscamos compreender os discursos empresariais, a partir dos sites, e quais os efeitos de sentido produzidos nessa relação entre internet, empresas e o público. Os sites são considerados espaços discursivos para as organizações e são neles que as empresas institucionalizam a maneira como se colocam no mercado e se apresentam ao público.

Nesse estudo, ao compararmos a estrutura dos mapas de sites de duas empresas - a privada Alcoa Alumínio S/A, e a brasileira de economia mista, Petrobrás - temos o objetivo de compreender os processos discursivos ali estabelecidos, e os modos de

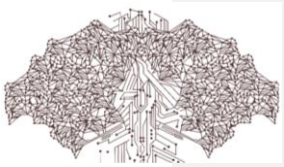
significação das empresas em tecnologias digitais de circulação, pensando a formatação dos sites como algo organizado, disciplinado.

Compreendemos a comunicação empresarial como o conjunto de práticas de linguagem que institucionalizam a relação das empresas com a sociedade. Essa comunicação é feita por meio de textos em diferentes materialidades, por exemplo, jornais, boletins internos, textos noticiosos de acontecimentos da empresa enviados à imprensa – releases, além de comunicados, manuais, relatórios, propagandas, ou ainda textos como os que são disponibilizados em sites, redes sociais, entre outros.

As empresas buscam materializar em seus dizeres imagens de uma organização que seja "compreendida" pela sociedade como detentora de certos atributos, em consonância às formações discursivas do capital, aos sentidos que estão em circulação na atualidade, nessa relação entre produzir, vender e lucrar. Nos dizeres das empresas, na atualidade, há a produção de um lugar de engajamento do trabalhador em relação à empresa, de modo a produzir sentidos de parceria, bem como de uma produção organizada, padronizada, que respeita a natureza e as comunidades onde a empresa atua.

Nos mais diversos tipos de enunciados empresariais, há um direcionamento, compreendido como efeito de fechamento, para que o público de interesse da organização se inscreva nas formações em circulação. Ou seja, no funcionamento da linguagem enquanto discurso, sentidos serão sempre estabilizados através do funcionamento das instituições, como as empresas, que, ao estabilizar sentidos, organizam relações e disciplinam conflitos, dando consequência (estratégica) a sua permanência na sociedade capitalista.

Pelos materiais de comunicação, busca-se produzir nos dizeres uma identificação com o público, com o mercado, entendendo que a comunicação empresarial pressupõe, antecipa a direção dos sentidos que se deseja dar ao texto. Compreendemos ainda que, os discursos produzidos pela comunicação empresarial, têm efeitos de fechamento, de transparência. Pensando o público da empresa, esses efeitos levam a interpretações que rotulam a organização, dando a ela qualidades, produzindo consenso, cerceando opiniões, sentidos em direções específicas e determinadas.



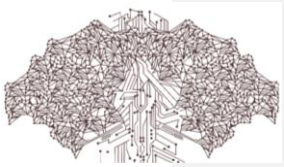
É importante destacarmos que, na perspectiva da Comunicação Social, a comunicação empresarial tem como atribuições dar visibilidade às iniciativas e posturas, criando certos modos de compreensão, de interpretação. O trabalho neste setor não envolve somente o relacionamento com os veículos de comunicação, mas também a elaboração de materiais para a comunicação entre a empresa e o público, compreendidos, na área da Comunicação, como "internos" - àqueles que têm ligações diretas com a empresa: funcionários, gestores, acionistas, etc.; e "externos" - os que podem ou não ter ligações diretas: sociedade, vizinhança, sindicatos, Organizações Não Governamentais (ONGs), clientes, fornecedores, imprensa, etc.

As empresas se valem da comunicação para externalizar procedimentos, normas, entre outras informações que devem ser divulgadas e colocadas em uso pelos sujeitos que fazem parte do contexto organizacional. Entre os materiais produzidos pela comunicação empresarial estão os de acesso online, como é o caso dos enunciados que fazem parte dos sites empresariais. Nos sites, por exemplo, as empresas institucionalizam a maneira como se colocam no mercado e se apresentam ao público externo, por meio de uma base digital, que, na contemporaneidade, também se tornou um espaço discursivo para as organizações.

Conforme Raij (2009), a globalização fez com que as empresas modificassem diversos aspectos relacionais e administrativos para atender a essa conformação de mercado que se instalou em todo o mundo.

> A globalização teve, pois, importante participação no desenvolvimento [das empresas], exigindo que transformassem suas competências acumuladas – conhecimento, experiências, sistemas, tecnologias – em recursos aptos a garantir vantagens competitivas e novas oportunidades diante de um mercado mais exigente, mais pulverizado, mais sofisticado, mais complexo. (RAIJ, 2009, p.90).

Pensada discursivamente, a globalização é uma condição de produção do discurso empresarial que expressa o modo como as organizações se significam em suas relações, entre elas, no domínio do trabalho, a partir de evidências que buscam estabilizar os



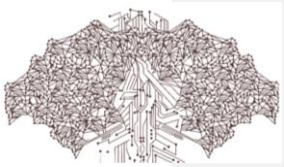
sentidos, fazendo com que funcionem de um modo e não de outro perante o público, sujeitos que de alguma forma são parte da empresa e do seu modo de produção, buscando assim silenciar as relações antagônicas entre capital e trabalho.

Com a mundialização, as relações sociais podem se constituir nessa conjuntura virtual, onde, em nosso caso, para a empresa, há visibilidade e a circulação da materialidade linguística dos enunciados que se destina a significar a organização face a seus públicos, em especial a sociedade de modo geral. Essa conjuntura faz com que os dizeres empresariais, como veremos, assumam um caráter informativo, circulando e produzindo efeitos de evidência, fazendo com que a empresa se signifique diante do público e de outras empresas de forma homogênea, cerceando interpretações outras, buscando ordenar os sentidos em determinada direção.

Assim como ocorre "fora" da Internet, "dentro" dela também há relações significantes e contraditórias, efeitos ideológicos, e ao buscarmos compreender os materiais de comunicação nesse local de significação, percebemos que há direcionamento a sentidos de trabalho ágil, flexível, que, por meio de mecanismos ideológicos, parece simular o desaparecimento do antagonismo de classes ou seja, são relações afetadas pelas formas de exploração do trabalho próprias do capitalismo. (SILVA SOBRINHO, 2011).

Esse espaço virtual é um local de significação constituído na tensão entre o político e o ideológico. É nele que as empresas criam formulações que possam significar um modelo de organização, um padrão, em busca de consenso. Esse efeito de coerência no discurso é uma forma de poder, já que o político também se faz presente na relação entre o que é dito e o que é interpretado, materializando o posicionamento da empresa.

Fazendo-se representar dessa forma, e não de outra, a empresa trabalha a sua imagem organizacional, produzindo evidências em seus dizeres, efeitos de que quanto mais informações a empresa disponibiliza, mais confiável e organizada ela é, ou seja, informações que imaginariamente são necessárias, completas e ideais, contemplando consequências e resultados, conforme Orlandi (2012):



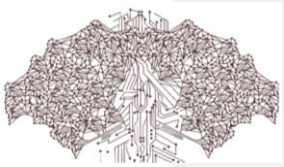
> Este discurso [empresarial] explora assim menos os processos e relações e mais as consequências e resultados. Em geral, traz ainda uma carga enorme de preâmbulos que dispõe seu consumidor aos efeitos de uma grande quantidade de "informações" presumivelmente necessárias. Desliza facilmente para preconceitos (que pretende eliminar), muitas vezes para a nostalgia de um mundo idealizado e afeta o óbvio – próprio do sistema capitalista – de uma grande importância e necessidade. (ORLANDI, 2012, p.146).

As organizações usam desse imaginário, de muitas informações, de temas que se assemelham e aparecem nos sites, como algo da ordem do necessário, para que a sociedade conheça, acompanhe e saiba a respeito de seus posicionamentos e ações nas mais diversas esferas, ou pelo menos naquelas mais visadas atualmente, como qualidade dos produtos, valorização do trabalhador, desenvolvimento de projetos sociais, meio ambiente etc, forjando uma transparência de atitudes e posicionamentos.

Com a mundialização, pensando a abertura de novos mercados, a agilidade na informação, a interação entre o homem e a máquina, fazer-se presente no universo digital surge como uma demanda, algo necessário para as empresas. O uso da Internet modificou as relações, o que nos faz refletir sobre as condições de produção na contemporaneidade, pensando a formulação dos dizeres na internet e suas relações com a exterioridade.

Para o desenvolvimento da reflexão aqui proposta, é oportuno pensarmos a noção de memória metálica. Segundo Orlandi (2012), a memória metálica está ligada à informatização, é uma memória ilimitada que não produz diferentes sentidos, apenas um mesmo dentro do que aparenta ser variado, novo.

> Um texto produzido em computador e um texto produzido a mão são distintos em sua ordem porque as memórias que os enformam são distintas em suas materialidades: uma é histórica e a outra formal. A memória metálica (formal) "lineariza", por assim dizer, o interdiscurso, reduzindo o saber discursivo a um pacote de informações, ideologicamente equivalentes, sem distinguir posições. O que produz o efeito da onipotência do autor e o deslimite dos seus meios (a memória metálica, a infinidade de informações). (ORLANDI, 2012, p. 17-16).



A memória metálica produz, na interpretação, efeitos de infinidade, completude, de exatidão, e sobre isso, Ferreira (2015), ressalta que:

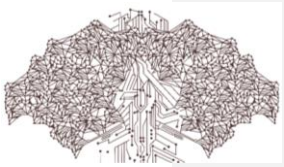
> [...] a memória metálica, produzida pelas novas tecnologias de linguagem, não é um simples e imenso depositário de informações, dados e fatos, uma vez que ela também tem uma relação necessária com a interpretação. E ela também não contém todas as informações, dados e fatos existentes e completos, embora almeje essa completude. (FERREIRA, 2015, p.89).

O digital promoveu uma restruturação na/da sociedade, proporcionando um novo formato de pertencimento social, um espaço que produz sentidos. Segundo, Dias (2012), o digital não demanda a necessidade da presença física, nem mesmo do conhecer pessoalmente, do "ver", "sentir", "tatear" para "crer", o que para a autora, são aspectos que estruturam aquilo que é virtual na sua relação com o ciberespaço, pensando o político e o simbólico que estão presentes nesse espaço de relações e significações da sociedade atual. Ainda sobre o ciberespaço, Dias afirma que

> (...) com o ciberespaço, o mundo desdobra-se em seu funcionamento (discursivo) e, assim, novas relações de sentidos são tecidas. (...) novos rituais de circulação, novos costumes, novas formas de relação e sociabilidade, novas formas de exercício do poder, novas ciências e formas de conhecimento, novas crenças são criadas em função de uma concepção de mundo que se modifica. (DIAS, 2012, p.17, p.33)

Para nós, essa compreensão se faz necessária para pensarmos justamente o ciberespaço como essa nova forma de exercício do poder, de conhecimento, de sociabilidade, relacionando as empresas nessa conjuntura contemporânea, em uma sociedade que deseja ter informação ágil, que enxerga o digital além de uma extensão da realidade, funcionando como um novo local que demanda presença, mesmo que não física, mas que de algum modo – a empresa, seus produtos e serviços, sua mão de obra, esteja e seja ali representada.

Dias (2012), propõe que o ciberespaço permite a desterritoriarização das instituições, o que por nós é compreendido pelo modo como as empresas "deixam" seus



endereços físicos, sua localização geográfica, para ocuparem um lugar nesse espaço que também reclama significação, relações de sentidos.

Nesse espaço digital, pensando as regularidades nos sites empresariais, há uma combinação de efeitos de sentido na tentativa de oferecer algo variado, diferente, inovador, embora esta "variação" seja um mesmo já cristalizado, todos têm formatações semelhantes, produzem efeitos semelhantes.

Tomaremos para nossas análises as regularidades encontradas nos mapas dos sites, estrutura que funciona como um índice, uma formatação que organiza, classifica os enunciados por áreas comuns dentro da empresa. Como já dito, em nossas análises iremos nos concentrar nos mapas dos sites das empresas, a privada, Alcoa Alumínio S/A[3] (Brasil), e a estatal, Petrobrás[4]. Com estes recortes, pretendemos compreender os efeitos que estão postos nesta relação entre a empresa e o público externo, considerando o digital e seus modos de formatação produzindo efeitos.

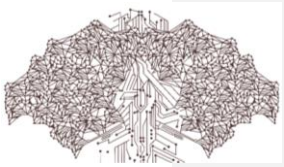
Acessando as páginas oficiais dessas empresas, o visitante encontra links com conteúdos muito semelhantes, como: informações e dados institucionais, iniciativas sócio-responsáveis, a questão da sustentabilidade, conteúdo para a imprensa, dados sobre os negócios e produtos, as vantagens de se trabalhar na empresa, relatórios de investimentos, ouvidoria, canais de relacionamento com o público e links de direcionamento do visitante para redes sociais, como Facebook, YouTube, Linked in, Instagram e Twitter, ou seja, regularidades que nos chamaram a atenção.

Há, de certo modo, no layout[5] dos dois sites uma formatação parecida, uma fórmula semelhante de apresentação das empresas. No site da Alcoa Alumínio S/A as informações da empresa são distribuídas em seis grandes áreas que disponibilizam ao internauta links de acesso para aprofundar em determinados itens que o interesse. Já o site da Petrobras

[3] ALCOA S/A (Brasil). Disponível em <http://www.alcoa.com/brasil/pt/info_page/home.asp>; acesso em 16 maio 2015.

[4] PETROBRAS. Disponível em: < http://www.petrobras.com.br/pt/>; acesso em 10 mar. 2016

[5] Na área da Comunicação, *layout* é a estrutura pensada, planejada, projetada para o material, seja uma página de jornal, revista ou site, por exemplo.



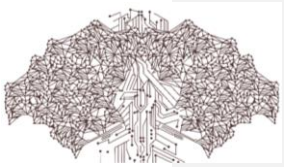
distribui as informações da empresa em quatro grandes grupos e oferece ainda outros treze links para acesso direto a outros conteúdos.

Nos chamou atenção o modo como essas empresas nomeiam os grandes grupos de informações. No site da Alcoa Alumínio S/A, a seção que apresenta os produtos e mercados de atuação da multinacional é denominada "Negócios". Ao clicar, o visitante é direcionado a uma outra página, que traz fotos dos produtos e a possiblidade de acesso aos detalhes de cada um deles, e o texto de apresentação que transcrevemos a seguir. "A Alcoa *está presente no cotidiano* das pessoas de *diversas* formas. Seja na fachada de um edifício, em aviões, na estrutura de um carro ou em embalagens de produtos. A Alcoa opera no Brasil em toda a cadeia de produção do alumínio, da mineração de bauxita até produtos transformados e de alto valor agregado. Além de inventar a atual indústria do alumínio, *suas inovações representam importantes marcos* dos mercados de bens de consumo, aeroespacial, construção civil, embalagens, indústria elétrica, máquinas e equipamentos, petróleo e gás, químicos e transportes. A Alcoa *investe* incansavelmente em *inovações* que permitam a *aplicação* deste metal em *milhares* de novos produtos, tornando-os cada vez mais seguros, leves e recicláveis." (grifos nossos)

Há no texto a produção de efeito de qualificar o produto Alcoa como algo de qualidade, inovador e seguro, mostrar que o que a empresa produz não é algo distante do consumidor, mas são itens necessários, presentes no cotidiano das pessoas de diversas formas, importantes para a sociedade e o seu desenvolvimento.

No site da Petrobrás, esta mesma seção que objetiva apresentar os seus produtos, serviços e preços é classificada como "Produtos e serviços". Neste local, o visitante encontra outros links para conhecimento dos produtos da empresa, e o texto de apresentação também sintetiza o que a estatal oferece "de bom" para a sociedade, pensando o consumo e o consumidor. "Seja *nas estradas, trilhos, oceanos ou nos céus, nossa tecnologia estará ao seu lado* com produtos de alta qualidade e confiabilidade. Conheça aqui *as melhores soluções* que oferecemos para você ou para o seu negócio." (grifos nossos)

Nos dois recortes há formações discursivas do discurso publicitário, produzindo efeitos de evidência, do quão necessários esses produtos são e o quanto estas empresas



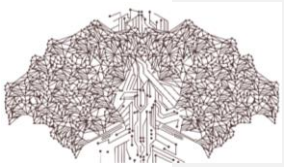
podem atender - com qualidade, inovação e confiabilidade - ao mercado que os consome. Esses dizeres são atravessados pelo discurso capitalista, que impulsiona a divulgação, a publicidade, fazendo com que as organizações signifiquem seus produtos e serviços como melhores do que os outros também oferecidos no mercado.

> (...) o modelo de economia capitalista, com suas esferas de produção e circulação de mercadorias, representou com seu surgimento, um campo bastante propício para que a publicidade se desenvolvesse, uma vez que foi se tornando necessário não apenas informar a existência de uma mercadoria disponível para consumo, mas fazê-lo de uma forma que essa mercadoria ganhasse, por assim dizer, destaque perante as outras. (CARROZZA, 2010, p. 33)

Ainda analisando nossos recortes, as palavras "qualidade", "inovação", "investimento", "confiabilidade", pensando seu uso nos discursos empresarial e publicitário, carregam sentidos naturalizados, funcionando como adjetivos que "garantem" atributos "positivos" à empresa, diferenciais perante o mercado, o consumidor e os negócios, atravessados ainda pelo discurso capitalista e o efeito da necessidade que precisa ser atendida, e que "só será satisfatória" por meio desta e não de outra empresa concorrente, dependendo do modo como ela se significa em seus discursos, junto ao seu público.

> Pelas técnicas da publicidade, cada vez mais se diz que é importante dar ao produto seu diferencial e, como hoje o acesso às tecnologias está cada vez mais fácil às empresas, esse diferencial não pode se restringir a um atributo físico do produto. Por isso, "agregar valor" é a palavra de ordem, no sentido de aproximar a marca a um determinado conceito ou ideia que tenha, dentro do que pode ser considerado, força de venda. (CARROZZA, 2010, p. 43)

Em relação a mão de obra, no site da Alcoa Alumínio S/A há uma seção somente para informações sobre "Carreiras", onde são informadas as vagas disponíveis, os programas desenvolvidos pela empresa como *trainee*, estágio e o desenvolvimento de seus "talentos", com a seguinte apresentação: "Alcoa *é uma empresa que acredita em seus talentos e oferece a estrutura necessária para o desenvolvimento de suas* carreiras. Sustentabilidade e inovação são parte da estratégia de atuação da empresa e, em especial, a forma como são gerenciados os talentos internos. *A Alcoa investe continuamente para*

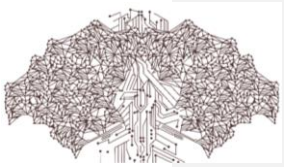


reter e contratar os profissionais certos, comprometidos com o desenvolvimento de soluções inovadoras e que possam contribuir para o sucesso da companhia em seus mais diversos setores de atuação no mundo. *As práticas pioneiras* adotadas pela empresa já *foram reconhecidas por muitas premiações* da área de Recursos Humanos do Brasil nos últimos anos. *É reconhecida como uma das melhores empresas para começar a carreira* pelo Guia Você S/A. uma das Melhores Empresas para trabalhar de acordo com o Instituto Great Place to Work, e também eleita uma das empresas mais sustentável em seu setor de atuação pelo Guia Exame de Sustentabilidade." (grifos nossos).

A empresa procura tornar evidente seu posicionamento em relação ao trabalho, a mão de obra. Há um esforço em tornar transparente as características de uma empresa que acredita em seus funcionários e contribui para que eles tenham qualidade de vida e crescimento profissional. Imagem que, diante do mercado, dos consumidores, do público e até mesmo de outras empresas do setor torna-se importante quando pensada de modo estratégico, evidenciando no texto os diferenciais da Alcoa, sem deixar que estes sentidos escapem.

No site da Petrobras, essas informações referentes a contratações e mão de obra estão inseridas como um subitem na seção "Quem Somos", através de um link, ao clicar o visitante da página é direcionado às informações que contemplam dados do crescimento de contratações, informações sobre concursos, qualificação, estágios, entre outros, e há a seguinte apresentação: "*Para superar nossos desafios, contamos com o comprometimento de profissionais de diferentes perfis. Valorizamos nossos empregados*, com *salários e benefícios* compatíveis com o mercado, oportunidades *de progressão* na carreira, além de treinamentos e cursos para uma formação contínua. Quem está começando pode conhecer as carreiras técnicas, com o Profissões de Futuro, e participar do dia a dia da Petrobras, nos estágios ou no programa Jovem Aprendiz. *Para preparar o mercado de energia para as novas demandas,* também investimos em programas que oferecem cursos de capacitação e bolsas de estudo para estudantes do nível técnico até o doutorado." (grifos nossos)

A empresa também se coloca como apoiadora e incentivadora da qualificação e de novas oportunidades para o trabalhador, e toma-o como integrante do processo de

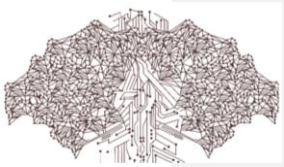


inovação e desenvolvimento. Pelos recortes, percebemos que a construção dos enunciados se difere, mas os efeitos de sentido produzidos são muito semelhantes, pensando quando a empresa privada "fala" e quando a estatal "fala" sobre os mesmos assuntos.

Também nos chamou atenção que há nesta materialidade digital algo configurado, padronizado, naturalizado em apresentar-se desta e não de outra maneira, trazer estas informações, e não outras, funcionando como discurso "sem falhas", produzindo efeitos de algo necessário ao público para que, enquanto consumidores, trabalhadores, sociedade de modo geral, saibam, tenham informações "transparentes", "seguras e corretas" sobre a empresa.

Há aí também o discurso político produzindo efeitos, estabilizando os sentidos, que também são atravessados pelas significações do discurso empresarial. Essa relação de forças e sentidos produzem efeitos de totalidade, de que a empresa se faz representar na internet sua totalidade, divulgando ao público o que imaginariamente ele deseja, informações "claras" e "completas", sendo o locutor principal a empresa.

Ao se colocar no digital, a empresa se inscreve em uma formatação da ordem do já dito, há uma repetição sem memória (Orlandi, 2012), uma busca pela variedade que alimenta um imaginário de transparência ao se apresentar para sociedade, concorrentes e mercado com este excesso de informações, como se o que estivesse ali bastasse, fosse realmente "tudo". Só há variedade, não mudança. Não se produz sentidos outros, mas homogeneidade nos dizeres, conforme Orlandi (2012). Há uma derivação da relação entre o mesmo e o diferente, que é notada nos instrumentos da mídia, e, para nós, característica também dos sites, enquanto um instrumento de divulgação da empresa na sociedade. Assim, não há ruptura, mas ilusão quanto ao que "parece" ser diferente nestas materialidades, impactando a produtividade e criatividade, no que diz respeito à linguagem, como afirma Orlandi (2012):



> No processo criativo, no que diz respeito à linguagem, há um investimento no mesmo mas que desloca, desliza, trabalhando o diferente, a ruptura; no processo produtivo, ao contrário, não se trata de produzir a ruptura, mas a quantidade, a reiteração do mesmo produzindo a ilusão do diferente, o variado. Pelo processo produtivo, o que temos é a variedade do mesmo em série. Não se sai do mesmo espaço dizível, se explora a sua variedade, as suas múltiplas formas de a-presentar-se. (...) Uma formulação se estende sobre outras, tudo se passando no nível da formulação e não atingindo o nível da constituição do sentido de modo que não se sai do mesmo. Só se produz a variedade e não a mudança. (ORLANDI, 2012, p. 179-181)

Consideramos também que os materiais de comunicação da Alcoa e da Petrobras por nós analisados, estão disponíveis na Internet, o que produz efeitos, compreendendo que as informações veiculadas nos sites são destinadas a todo tipo de público (GALLI, 2004). A relação entre a empresa e o público por meio da Internet é parte da influência da globalização no discurso empresarial. Nesse lugar discursivo, onde as empresas se significam, o público consegue obter, trocar e até mesmo "comparar" informações sobre organizações dos mais diversos segmentos. Sobre isso, Galli (2004) afirma que:

> Uma das marcas da globalização é a velocidade com que evolui a tecnologia. Desde o seu advento, no final da década de 80, hoje, ainda com mais intensidade, a informática, responsável pelo avanço da tecnologia, tem contribuído para a melhoria da qualidade dos serviços, em todas as áreas de conhecimento, além da rapidez e precisão de dados com que tais serviços são executados. A rede mundial de computadores, plugados mundialmente, permite ao usuário o acesso a informações do mundo todo. Desse modo, ele troca, armazena e obtém informações globalizadas. (GALLI, 2004, p.3).

Considerações

O ser humano intrinsicamente está inscrito em relações de poder ao longo de toda sua vida. Dizemos uma coisa para não dizer outra. Somos pegos pela evidência que doma os dizeres, e pelo modo como estes produzem sentidos – em determinada direção. Em nosso caso de análise, nos interessou o discurso empresarial e como essas relações de poder se constituem nesse espaço discursivo.

Procuramos, na perspectiva da Análise de Discurso, refletir sobre o movimento dos sentidos. Desse modo, a análise dos materiais de comunicação que aqui foram apresentados, nos permitiu uma reflexão sobre as práticas discursivas na sociedade hoje, considerando o modo como a área da Comunicação aí se insere, a partir de uma concepção instrumental da língua e da linguagem.

Acerca da contemporaneidade, nos interessou compreender a globalização enquanto difusora da política neoliberal, do discurso empresarial - tomando todos os lugares, em todas as direções, em uma espécie de totalitarismo, que se reflete também nos materiais de comunicação. Essa conjuntura acelerou a circulação de informações, desfez barreiras, distâncias, projetando as empresas para além dos seus territórios físicos, fazendo com que os dizeres organizacionais chegassem a um público cada vez maior. Como vimos, é no discurso que as empresas buscam fixar sentidos, organizar relações e disciplinar conflitos, criando "estratégias" importantes para a sua permanência na sociedade capitalista e globalizada.

As formações discursivas próprias do capitalismo na contemporaneidade afetaram empresas e público, constituindo um discurso mundial que trata sobre as questões da pobreza, saúde, meio ambiente, entre outras responsabilidades que influenciam nos modos de significação entre a empresa e o público, e que pudemos perceber produzindo efeitos de sentido nos materiais de comunicação.

Ainda considerando a contemporaneidade e a globalização, compreendemos que nessa conjuntura há direcionamentos para o sentido do trabalho. Percebemos aí um controle, um sentido evidenciado para conduzir posturas e ideais do sujeito trabalhador inserido nesse ciclo capitalista – de produção e consumo –, que fortalecem ainda mais o capitalismo e, por consequência, a empresa e seus negócios, emplacando um totalitarismo - uma condição atual do discurso político, compreendendo que, o que não é neoliberalismo, fica significado como algo anacrônico.

Compreendemos nessa leitura dos mapas dos sites que um mesmo é dito, seguindo uma formatação, hierarquia de conteúdos, há uma regularidade aceita e compreendida na sociedade através desses moldes, já naturalizados em espaços de significação do discurso empresarial. Ou seja, isso que é dito de maneira regular nas páginas online das empresas,

faz parte de uma memória discursiva a qual todos nós, consumidores, trabalhadores, internautas e empresas estamos inseridos. São estes os sentidos que se esperam e que estão em circulação, que levam ao efeito de fechamento dos sentidos nestes espaços discursivos das organizações.

Podemos ainda pensar na regularidade destes dizeres que se assemelham, como uma grande quantidade de informações que se fazem necessárias, imaginariamente. Há uma memória que atravessa as significações das empresas para o público, pensando que para ter credibilidade, a organização precisa se mostrar, representar-se, com dizeres de ordem político-administrativa, posicionando a empresa não somente para o seu público, para os internautas, mas também perante outras organizações.

Considerando a obtenção de informações por parte do público, ou seja, dos usuários da Internet, há o imaginário de que para ter credibilidade a organização precisa se mostrar, representar-se, com dizeres de ordem político-administrativa. E a Internet possibilita abarcar todos esses dizeres em diferentes materialidades, produzindo efeitos de que a empresa se faz representar nesse espaço discursivo em sua totalidade, divulgando ao público o que imaginariamente ele deseja, informações facilmente acessíveis.

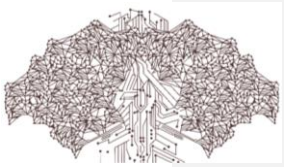
As organizações usam desse imaginário, de muitas informações "disponibilizadas", e temas que se assemelham no discurso empresarial, como algo da ordem do necessário, para que a sociedade conheça, acompanhe e saiba a respeito de seus posicionamentos e ações nas mais diversas esferas, ou pelo menos naquelas mais visadas atualmente, como qualidade dos produtos, valorização do trabalhador, desenvolvimento de projetos sociais, meio ambiente, entre outros, forjando uma transparência de atitudes e posicionamentos.

Referências bibliográficas

ALVES, G. Trabalho, subjetividade e capitalismo manipulatório: o novo metabolismo social do trabalho e a precarização do homem que trabalha. In: **Estudos do Trabalho**, Ano V, n. 8, 2011. Disponível em: <http://www.estudosdotrabalho.org/4_8%20Artigo%20ALVES.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2016.

CARROZZA, G. **Publicidade**: o consumo e sua língua. Tese de Doutorado. Instituto de Estudos da Linguagem – IEL/UNICAMP. Campinas, SP: [s.n.], 2010.

DIAS, Cristiane. **Sujeito, sociedade e tecnologia:** a discursividade da rede (de sentidos). São Paulo, SP: Hucitec Editora, 2012.



FERREIRA, Ana Cláudia Fernandes. O papel e o poder fundador da linguagem na reflexão sobre conhecimento e tecnologia. **Entremeios: revista de estudos do discurso**, v.11, jul./ dez./2015. Disponível em: <http://www.entremeios.inf.br/published/300.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2016.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2002.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. Linguagem da Internet: um meio de comunicação global**. Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. Rio de Janeiro: Lucerna, p. 120-134, 2004. Disponível em: <https://www.ufpe.br/nehte/artigos/LINGUAGEM%20DA%20INTERNET-um%20meio.pdf>. Acesso em: 06 out. 2016.

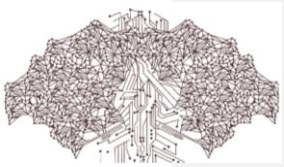
ORLANDI, Eni. Língua, comunidade e relações sociais no espaço digital. In. DIAS, C. **E-urbano: Sentidos do espaço urbano/digital [online**]. 2011. Consultada no Portal Labeurb – http://www.labeurb.unicamp.br/livroEurbano/ Laboratório de Estudos Urbanos – LABEURB/Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade – NUDECRI, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. Acesso em: 24 abr. 2016.

ORLANDI, Eni. **Discurso e Texto. Formulação e circulação dos sentidos.** Campinas: Pontes, 2012.

RAIJ, C. F. M. V. Análise de um discurso organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação organizacional**: linguagem, gestão e perspectivas. v. 2. São Paulo: Saraiva, 2009.

SILVA SOBRINHO, H. F. Redes de sentidos e raciocínios antagonistas: a internet na interface do discurso. In: GRIGOLETTO, E; DE NARDI, F. S.; SCHONS, C. R. (orgs.) **Discursos em rede**: práticas de (re)produção, movimentos de resistência e constituição de subjetividades no ciberespaço. Recife: Ed. da UFPE, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



TELE-EXISTÊNCIA E IMAGINÁRIO PÓS-HUMANO: SOMBRIAS PROMESSAS DE SOBREVIDA[1]

Cíntia Dal Bello[2]

Não é incomum ouvir referências de angústia ou desconforto perturbador associadas à série britânica de ficção científica *Blackmirror*, lançada em 2011 pela emissora Channel 4, no Reino Unido. Com dezoito episódios disponíveis em plataforma de *streaming* (Netflix), prevê-se o lançamento de três livros em 2018. O que alinhava a tão sortida paleta de narrativas que podem ser consumidas aleatoriamente (não há relação de continuidade entre os episódios) é, em essência, o exercício de imaginação que propõe, para um futuro não muito distante, observar o impacto e as consequências do uso cotidiano de teletecnologias, com destaque para redes sociais digitais. Para Giovanelli (2017), o principal fator da angústia que a série causa reside no fato de que "os elementos já estão dados e os processos de construção desse futuro já acontecem no presente e estão a ele dimensionados".

Para pensar a relação entre tele-existência, morte e imaginário, selecionaram-se dois episódios que sintetizam em seus enredos as promessas de sobrevida que habitam o imaginário pós-humano: "Volto já", que alude à figura do duplo tecnológico (primeiramente como avatar ciberespectral e, então, como subjetividade-androide) e "San Junipero", que traduz a radicalidade da sobrevivência pós-morte do corpo físico o translado da consciência para uma dimensão virtual - ou virtualidade eterna. Segundo Giovanelli (2017), esses episódios tratam da solidão e da negação da morte: "Podemos

[1]. Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 – Inteligência artificial, hibridização homem-dispositivos, trans-humanismo, wearables do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2]. A pesquisadora é professora da Faculdade de Belas Artes de São Paulo e da Universidade Nove de Julho, nos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Mídias Sociais Digitais. É Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e participa do Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Cibercultura (CENCIB/PUC-SP). E-mail: cintia.dalbello@gmail.com.

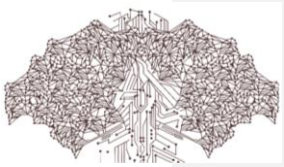
especular que o androide de “Volto já” (temporada 2) e o projeto “San Junipero” (temporada 3) são possíveis substitutos tecnológicos da religião para muitas pessoas, pois trazem uma sensação de que a morte não representa o fim da jornada".

Como estratégia teórico-metodológica para cumprir o objetivo que se apresenta, o estudo parte da explicitação dos conceitos de imaginário (MORIN, 1969; SILVA, 2012) e de pós-humano (RÜDIGER, 2008; DI FELICE, PIREDDU, 2010) para poder observar, nas narrativas de ficção científica elegidas, os elementos de síntese que ilustram ou apontam para a esperança de sobrevida por meio de estratégias tecnológicas.

> A FC (ficção científica) parte do real para dele tirar figuras hiperbólicas em que as situações são empurradas até seu auge: sob a forma frágil de extrapolação 'vernenina' (relativa a Jules Verne), como por exemplo, o submarino ou a viagem à Lua; ou sob uma forma mais forte, como a revolta dos robôs ou a clonagem. A FC 'imagina' as consequências, felizes ou nefastas, do progresso técnico. (LEGROS, 2007, p. 228).

A partir da análise das provocações "fantasiosas" das duas narrativas ficcionais, o estudo apresenta o extrato do conceito de tele-existência glocal, cibermediática e hiperespetacular (DAL BELLO, 2013) para avançar sobre a hipótese de que a angústia provocada por *Blackmirror* está intimamente ligada à desconfiança (invisível, mas onipresente) de que as teletecnologias, como recurso estratégico que visa a ludibriar a realidade inconteste da morte, não consegue entregar o que o imaginário pós-humano é capaz de conceber. Residual, persiste o embate entre a dolorosa consciência de ser-para-a-morte e o rebelde desejo de ser-para-sempre.

Palavras-chave: cibercultura; tele-existência; morte; imaginário pós-humano; subjetividade.



1. Narrativas ficcionais: uma abordagem do imaginário pós-humano

1.1. O imaginário

Para Morin (1969, p. 85), aquilo que se denomina imaginário é "sistema projetivo que se constituiu em um universo espectral e que permite a projeção e a identificação mágica, religiosa ou estética". Trata-se, conforme Silva (2012, p. 11-12), de uma espécie de reservatório de imagens-sínteses de lembranças, experiências, sentimentos e memórias visuais que emanam do real e a ele retornam como motor propulsor, "sonho que realiza a realidade, uma força que impulsiona indivíduos e grupos", funcionando como um "catalisador, estimulador e estruturador dos limites das práticas".

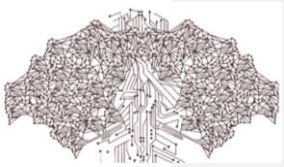
Esta dimensão de fronteiras inimagináveis, rica em virtualidades, compõe sinuosa dança com a vida, ora tomando dela os nutrientes diáfanos que a constitui, ora fornecendo-lhe os imateriais elementos com que poderá reelaborar-se e ressignificar-se dentro dos limites espaço-temporais em que o ser humano habita. Ou, ainda uma vez conforme Morin, o imaginário pode ser compreendido como:

> [...] além multiforme e multidimensional de nossas vidas, e no qual se banham igualmente nossas vidas. É o infinito jorro virtual que acompanha o que é atual, isto é, singular, limitado e finito no tempo e no espaço. É a estrutura antagonista e complementar daquilo que chamamos real, e sem a qual, sem dúvida, não haveria o real para o homem, ou antes, não haveria realidade humana. (MORIN, 1969, p. 84).

Se sonhos e intuições pertencem à essa "estrutura" inefável, narrativas e imagens procuram dar conta de tornar mais tangível as miragens que constituem o coletivo espírito humano. Seguindo esta linha de raciocínio, parece ser bastante assertivo tentar encontrar, nas narrativas, a expressão, quiça os contornos?, do imaginário.

1.2. O imaginário pós-humano

Por imaginário pós-humano, pensa-se condensar o conjunto de ideias, valores e crenças relativo à possibilidade transcender as limitações humanas graças às tecnologias vigentes. A despeito das pesquisas científicas pautarem-se em perspectiva absolutamente racionalista, evocam utopias e provocam fantasias de superação.

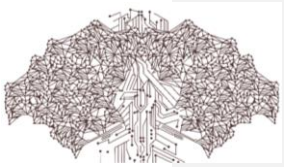


> A convergência das nanotecnologias, das biotecnologias, da robótica, das técnicas da informação e das ciências cognitivas abriu caminho aos tecnoprofetas, às utopias pós-humanistas e transhumanistas que anunciam o advento do ciborgue, a fusão da humanidade e da máquina, o crescimento ilimitado de nossas capacidades físicas e mentais, a juventude eterna, a superação de nossa condição humana imperfeita e mortal.
>
> Trata-se, nada menos, nessa corrente de pensamento, de vencer a própria mortalidade biológica ao produzir uma ciber-humanidade imortal graças à transferência, em breve possível tecnologicamente, como nos garantem, do "conteúdo informacional do cérebro" para as redes informáticas. (LIPOVETSKY, 2016, p. 126).

Neste estudo, o paradigma do pós-humano, apesar de problemático e provavelmente transitório, dado a especulações celebrativas mas também presente na reflexão crítica, é trazido por mediar tensões e discussões sobre a relação homem e técnica. Como apontam Di Felice e Pireddu (2010, p. 29-30), o pós-humano arregimenta o debate sobre a crise do pensamento antropocêntrico e humanista, recolocando em cena a insustentabilidade de dicotomias tal como natural e artificial, material e imaterial, orgânico e inorgânico, real e ficcional, sujeito e objeto. Além disso, outros conceitos, também em crise, são apresentados: como pensar corpo, identidade, vida, inteligência, consciência e realidade em contraste com o horizonte mítico do pós-humano? Nele, robôs, androides, ciborgues e extensões tecnológicas parecem inaugurar novos modelos de existência em torno dos quais paira uma deslumbrada expectativa de redenção, antecipada, como lembra Regis (2012, p. 81-131), por diversas narrativas ficcionais.

> Quando presenciamos um espetáculo high-tech ou consumimos ficção científica somos tomados por um certo encantamento porque, por meio da diversão, vivemos o que pode nos acontecer, especulamos gratuita e prazerosamente sobre qual é o nosso eventual destino no âmbito da civilização maquinística. Vendo bem, as obras de ficção científica são filtros que nos atravessam a consciência. Os fenômenos de indústria cultural são, entre outras coisas, formas através das quais a sociedade treina ou prepara seus sujeitos, nós: as criaturas da indústria cultural, para enfrentar os desafios não apenas do presente, mas do futuro. (RÜDIGER, 2008, p. 31).

1.3. Ficções ou realidades imaginadas



A relação entre morte, imagem, tecnologia, tele-existência e promessas de sobrevida podem ser pensadas a partir das problematizações presentes nos dois episódios de *Black Mirror* selecionados porque, mesmo que as fantasias postas não sejam, ainda, "funcionalmente operacionais", elas revelam a "figura cultural ou projeto histórico, que se difunde a partir das várias instâncias da civilização moderna" (RÜDIGER, 2008, p. 11).

Imaginar e comunicar ficções são capacidades inter-relacionadas que qualificam fundamentalmente a Revolução Cognitiva ocorrida há 70 mil anos. A ficção "permitiu não só imaginar coisas como também fazer isso *coletivamente*" (HARARI, 2016, p. 33), conferindo aos seres humanos (*sapiens*) a vantagem de articular relações entre muitos indivíduos não-familiares entre si, mas irmanados por ficções comuns e pertencentes a uma mesma realidade imaginada.

> Os tipos de coisas que as pessoas criam por meio dessa rede de histórias são conhecidos nos meios acadêmicos como 'ficções', 'construtos sociais' ou 'realidades imaginadas'. Uma realidade imaginada não é uma mentira. [...]. Ao contrário da mentira, uma realidade imaginada é algo em que todo mundo acredita e, enquanto essa crença partilhada persiste, a realidade imaginada exerce influência no mundo. (HARARI, 2016, p. 40).

A hierarquia que organiza e normatiza a relação entre homens e mulheres, ricos e pobres, jovens, adultos e idosos, semelhantes e estrangeiros, conhecidos e desconhecidos, provém de uma ordem imaginada que se sustenta nas crenças suscitadas e alimentadas pelos mitos compartilhados. Destarte, pode-se dizer que o impacto desse constructo (a realidade imaginada) alcança o mundo concreto, material. Nele, os indivíduos movem-se e exprimem-se em conformidade com as forças simbólicas que delineiam seu tempo.

> A maior parte das pessoas não quer aceitar que a ordem que governa sua vida é imaginária, mas na verdade cada pessoa nasce em uma ordem imaginada preexistente, e seus desejos são moldados desde o nascimento pelos mitos dominantes. Nossos desejos pessoais, portanto, se tornam as defesas mais importantes da ordem imaginada. (HARARI, 2016, p. 123).

Harari também sinaliza o fato de que ordens imaginadas são fenômenos intersubjetivos, ou seja, existem "na rede de comunicação ligando a consciência subjetiva de muitos indivíduos" (2016, p. 125). O desmantelamento de uma ordem imaginária

depende da ascensão de novos (velhos?) mitos catalisadores que, ao mesmo tempo que oferecem outros parâmetros para a organização e interpretação da realidade objetiva, expressam com mais clareza aquilo que vai na alma humana.

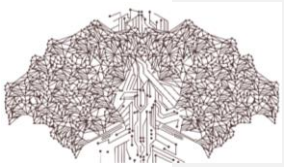
> Os humanos pensam que fazem história, mas a história comumente gira em torno da teia de histórias ficcionais. As aptidões básicas dos humanos não mudaram muito desde a Idade da Pedra. Mas a teia de histórias cresceu e ficou cada vez mais forte, o que impulsionou a história desde a Idade da Pedra até a Idade do Silício. (HARARI, 2016b, p. 163).

A partir desse aporte teórico, tecem-se os seguintes pressupostos para a análise das narrativas ficcionais selecionadas: como produtos de alta circulação e visibilidade mediática, tais narrativas contribuem para a disseminação de um conjunto de crenças, valores, sentimentos e sensações a respeito da questão da sobrevivência da consciência humana por meio da tecnologia. Este conjunto pode revelar que mitos estão sendo compartilhados e, quiça, que ordens imaginárias evocam consigo.

A tarefa não é fácil, certamente. Dos contos de fadas às propagandas, da arquitetura à moda, tudo veicula os princípios da realidade imaginada que organizam a realidade mundana. Mas, segundo Harari (2016, p. 121), as pessoas são educadas (formal e informalmente) para não perceberem o caráter "imaginário" da ordem vigente.

Ao avaliar muitas das ficções em circulação, em particular aquelas que capturam e encantam massivamente, como as narrativas da série *Black Mirror*, pode-se dizer que os apelos de superação das fragilidades humanas (principalmente no que tange à debilidade fisiológica) por meio da ciência e da tecnologia são recorrentes. Entretanto, apesar de proverem conforto para o luto e para a morte, tais narrativas não eliminam a angústia, muito pelo contrário. A sensação de perturbação estaria ligada à íntima desconfiança de que mesmo as estratégias mais *hitechs* não resolvem, verdadeiramente, o problema final da morte?

2. Morte, imaginário, magia e tecnologia



2.1. A consciência da morte

> A consciência ergue-se exatamente onde proliferam o mito e a magia: na brecha que se abriu entre o sujeito e o objeto, na franja de interferência onde se sobrepõem o imaginário e o real. As raízes da consciência estão no reconhecimento dessa brecha e dessa franja e a consciência nasce numa dupla dialectização do sujeito e do objeto, da verdade e do erro. (MORIN, 2000, p. 131).

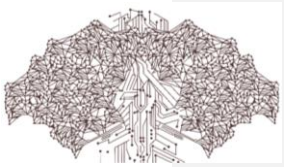
Morin (2000, p. 94-95) parte das sepulturas neanderthalesas para localizar a irrupção da consciência da morte. No sapiens, a consciência da morte não sinalizará apenas o ressentimento em face ao inevitável, apreendido objetivamente, mas sobretudo a abertura de um imaginário que articula mitos, magia e ritos como estratégia (subjetiva) de lidar com o horror do desaparecimento, contrapondo ao trauma a esperança de sobrevivência pós-morte. A tomada de consciência sobre a própria mortalidade é o que desperta o sapiens para a dimensão do tempo[3].

> [...] quer seja pela presença dos morto ou pela presença da ideia de morte fora de sua ocorrência imediata, já se pode descortinar no homem de Neanderthal um pensamento que não é totalmente investido no ato presente, quer dizer, já se descortina a presença do *tempo* no seio da consciência. A ligação de uma consciência de transformações, de uma consciência de imposições, de uma consciência do tempo, indicam no *sapiens* a emergência de um grau mais complexo e de uma qualidade nova do conhecimento consciente. (MORIN, 2000, p. 94).

Com a consciência da morte, opera-se uma fenda, ou brecha antropológica, que desdobra a realidade em duas faces: a objetiva, onde o fenômeno da morte comparece irascível e incontestável com todo o horror do cadáver, do mal cheiro e da decomposição, e a subjetiva, onde os mitos de sobrevivência lançam o morto para a trans ou imortalidade, dimensão alcançável por esforço de imaginação cujas narrativas, se coletivamente compartilhadas, ganham plausibilidade. Destarte, percebe-se a correlação entre consciência subjetiva, imaginário, realidade imaginada e ficção.

> [...] Os funerais, e isto em todas as sociedades sapientais que se conhecem, traduzem ao mesmo tempo uma crise e o ultrapassamento dessa crise, por um

[3] Para Harari (2016, p. 109-110), as necessidades atreladas à Revolução Agrícola precipitaram a consciência humana no futuro: "A preocupação com o futuro tinha origem não só nos ciclos sazonais de produção como também na incerteza fundamental da agricultura. [...]. Em consequência, desde o advento da agricultura as preocupações com o futuro se tornaram atores importantes no teatro da mente humana". Interessante a correlação entre o monitoramento do tempo (clima) e o planejamento do tempo destinado às atividades de plantio, colheita e armazenamento: no primeiro caso, tem-se o olhar atento ao horizonte físico; no segundo, o olhar perscruta o horizonte imaginário do porvir.



> lado, a dilaceração e a angústia e, por outro lado, a esperança e a consolação. Portanto, tudo nos indica que o Homo sapiens é atingido pela morte como por uma catástrofe irremediável, que vai trazer consigo uma ansiedade específica, a angústia ou horror da morte, que a presença da morte passa a ser um problema vivo, isto é, que trabalha a sua vida. **Tudo nos indica igualmente que esse homem não só recusa essa morte, mas que a rejeita, transpõe e resolve, no mito e na magia.** (MORIN, 2000, p. 95, grifo nosso).

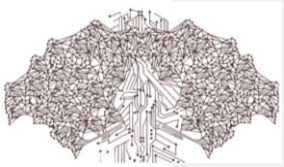
Por que o trauma da morte, ferida aberta pela face objetiva da consciência da morte, pode ser amenizado, tratado ou superado graças a mitos, ritos e magia? Morin esclarece que, pela linguagem, todo fenômeno empírico passou a ter uma segunda existência, comparecendo à percepção do espírito (sua consciência subjetiva) por meio da palavra, do sinal, da imagem que o evoca, tornando-o presente em sua ausência. Em particular, o mito do duplo, para responder essa questão, torna-se fundamental.

2.2. O mito do duplo

Sombra, reflexo e fantasma (a alma do morto) são faces de apresentação do mito do duplo, o espectro (imagem) que corresponde àquilo que representa e que, por isso, desperta estranheza por articular semelhança/dessemelhança. Isso ocorre porque o duplo comparece à percepção como ser encantado, com vida própria, e é assim que habita o imaginário humano. Em todas as concepções que articulam morte-renascimento, a crença na sobrevida por meio do espectro indica "uma brecha originária fundamental, por meio da qual o indivíduo exprime sua tendência a salvar a sua integridade para além da decomposição" (MORIN, 1988, p. 125). A imagem, como representação ou apresentação, é a estratégia simbólica que se interpõe ao problema da ausência.

> Uma imagem representa, no sentido bem simples de que ela torna presente qualquer coisa ausente. [...] Não representamos aquilo que está presente, *representamos* o que está ausente, o que ainda não está, o que não está mais, o que não pode estar presente, e que se encontra então *re*presentado: representado, quer dizer, presente *na* imagem (e não na realidade) e tornado presente *pela* imagem. (WOLFF, 2005, p. 20-21)

As ausências que o duplo cobre vão desde a acidental até a absoluta (WOLFF, 2005): na ausência acidental, a imagem representa aquele que não está, embora ainda exista; na ausência substancial, a imagem coloca-se no lugar daquele que fisicamente não existe mais; e na ausência absoluta, a imagem assume o status mesmo daquilo que, como ideia ou mito, nunca gozou de corpo físico - por isso, a imagem não representa, mas apresenta, torna-se "corpo" por meio do qual a entidade manifesta-se no mundo material



(este é o caso das imagens de deuses, por exemplo, razão pela qual a imagem é reverenciada, alimentada, cuidada como se fosse o próprio deus que se apresentasse por meio dela).

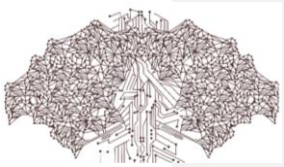
> A ilusão criada pelas imagens é a ilusão do fantasma ou do ícone. Ela não consiste de forma alguma em atribuir às imagens aquilo que se atribui à própria realidade. É até exatamente o contrário: *ela consiste em atribuir à própria realidade o poder que é das imagens, o poder de representar.* A ilusão imaginária consiste em crer que a realidade tem o poder de sua própria representação, em atribuir à realidade ausente representada pela imagem o poder de se apresentar ela mesma em imagem. (WOLFF, 2005, p. 38).

Torna-se possível agir sobre o ser a partir de sua imagem, seu duplo, seu desdobramento, e "é esta ação que é propriamente mágica: rito de evocação pela imagem, rito de invocação à imagem, rito de possessão sobre a imagem" (MORIN, 2000, p. 99). O trauma da morte pode ser tratado pela estratégia simbólica da duplicação, da sobrevivência pela imagem - o mito do duplo.

> O homem não vai comerciar unicamente por meio dos sinais, dos símbolos, das imagens; vai também comerciar *com eles*; aqueles passam a ser seres intermediários que se interpõem entre o ambiente e o sujeito, participando num e no outro, alimentando-se de um e de outro: constituem uma esfera noológica que, daí em diante, vai envolver a marcha da humanidade como uma nuvem escura (MORIN, 2000, p. 99-100).

Observa-se uma relação direta entre realidade imaginada e noosfera, que corresponde à "'camada pensante' que, após ter germinado nos fins do Terciário, se expande desde então por cima do mundo das Plantas e dos Animais: fora e acima da Biosfera, uma Noosfera" (CHARDIN, 1994, p. 197). Essa realidade hiperfísica de dimensões planetárias corresponde ao universo imaterial dos signos, símbolos, imagens, ideias e mitos que encontra "na Humanidade sua base física" (ibid., p. 120). Conforme Morin:

> [...] a noosfera está presente em toda visão, concepção, transação entre cada sujeito humano com o mundo exterior, com os outros sujeitos humanos e, enfim, consigo mesmo. A noosfera tem certamente uma entrada subjetiva, uma função intersubjetiva, uma missão transubjetiva, mas é um elemento objetivo da realidade humana. (MORIN, 1998, p. 146).



Imagens mentais ou materiais, dentro de um rito legitimado por um mito dominante, prestam-se à operação mágico-simbólica em que o ausente se apresenta e elas mesmas mostram-se como realidade viva, suturando, ainda que momentaneamente, a fenda entre o ser ou a coisa (realidade objetiva) e a imagem (realidade subjetiva) que lhe corresponde.

> Nós descobrimos, portanto, que imagem, mito, rito, magia, são fenômenos fundamentais, ligados ao aparecimento do homem imaginário. Daí por diante, mitologia e magia serão complementares e associadas a todas as coisas humanas, mesmo as mais biológicas (morte, nascimento) ou as mais técnicas (a caça, o trabalho); elas vão colonizar a morte e arrancá-la ao nada. (MORIN, 2000, p. 101).

2.3. Magia e tecnologia

Harari (2016b, p. 30-38) sinaliza profundas modificações na forma como o ser humano, hoje, concebe a morte. Não se deixou de aspirar à imortalidade, nem de temê-la, mas a crença na ciência e na tecnologia recolocam os problemas da velhice, das doenças e da morte: a fatalidade, imposta aos *sapiens* pelo destino ditado por seus deuses, está a um passo de tornar-se uma questão técnica que pode ser superada por soluções técnicas que tragam, ao menos em princípio, amortalidade.

> Mesmo que não conquistemos a imortalidade durante nossa existência, a guerra contra a morte ainda será o projeto emblemático do próximo século. Acrescente à nossa crença na santidade da vida humana a dinâmica do estamento científico e a esta as necessidades da economia capitalista, e a guerra implacável contra a morte parece inevitável. Nosso compromisso ideológico com a vida humana nunca permitirá que apenas aceitemos a morte. Enquanto a morte for motivada por alguma coisa, estaremos empenhados em superar suas causas. (HARARI, 2016, p. 37).

A relação entre imaginário, ciência e tecnologia só é antitética "no quadro de um racionalismo estreito" (LEGROS et al., 2007, p. 225). Mitos subjazem *insights* científicos, são motores que instigam os seres humanos a buscarem condições de realização de suas visões, sonhos ou inspirações. Por um lado, objetos de crença tornam-se alvos perseguidos por empedernidos cientistas; por outro, objetos da ciência tornam-se matrizes de novas superstições.

> Se Weber analisou bem o 'desencantamento do mundo' pela ciência e a técnica, ele não tinha previsto que seria, precisamente, a partir delas que nasceria um novo 'fantástico'. Em primeiro lugar, pelo fato de a *vulgarização* da ciência na sociedade transformar o saber científico em mito, reunindo as dúvidas, transformando as hipóteses em certezas, reduzindo o complexo ao simples, incluindo a emoção [...]. A ciência substituiu a religião no que diz respeito aos grandes mitos da criação: o *Big Bang* pelo universo, a odisseia de Lucy na África oriental pela origem do homem. Na vida cotidiana, nós acreditamos em múltiplas ideias de aparência científica mas cientificamente falsas [...].(LEGROS et al., 2007, p. 231).

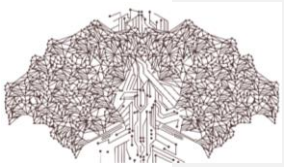
São inúmeros os exemplos de sincretismo científico-religioso e narrativas paracientíficas em circulação. "As técnicas modernas acolhem voluntariamente o sobrenatural: fotos espíritas, vozes de defuntos, calculadoras astrológicas" (RENARD, 2001, p. 56-71 apud LEGROS et al., 2007, p. 231). A irrupção do imaginário e a força do pensamento mágico não se apequenam diante do pensamento racional-científico. Antes, reelaboram-se e reelaboraram consigo os novos elementos, ditos técnicos, tecnológicos e científicos.

> Através da História, a Ciência se constitui em um dos grandes mitos da modernidade. Mito progressista e benéfico no século XIX e na primeira metade do século XX, ela tomou, na segunda metade, as cores de um mito maléfico: a bomba atômica, a poluição. A imagem do cientista reflete essa sacralização ambivalente da ciência: o sábio herdou os atributos do mágico, com sua aparência (o avental branco substituiu o traje de mago), sua linguagem incompreensível (as fórmulas algébricas sucederam as fórmulas cabalísticas), seus aparelhos estranhos (o laboratório substituiu a toca do mágico), suas ações milagrosas (os prodígios da técnica substituíram os da magia), sua autoridade sobre o público, seu poder de vida e a morte. No imaginário popular de hoje, o bom sábio se opõe ao sábio ruim - ou 'sábio louco' - da mesma forma que o bom mágico se opunha ao bruxo nas sociedades tradicionais. (LEGROS et al., 2007, p. 232).

Colocado o problema final da morte, a estratégia simbólica de superação do trauma da morte por meio do mito do duplo e a relação íntima entre magia e tecnologia para desmistificar a crença de que não estão em ação, nas concepções racionalistas de tratamento do problema, mitos e crenças poderosíssimos, articuladores de toda uma realidade imaginada que organiza a forma com que os seres humanos expressam-se, organizam-se e relacionam-se entre si, cumpre localizar, em uma atividade tão cotidiana quanto operar *smartphones* para participar de redes sociais digitais, a busca pela eternidade na efemeridade impaciente do tele-existir.

2.4. Tele-existir

A priori, tele-existir depreende existir em tempo real por meio de teletecnologias de comunicação, atendendo a um imperativo de época cuja violência jaz invisível; a "naturalização" do uso cotidiano das tecnologias de relacionamento e projeção subjetiva em redes sociais digitais não permite que se perceba o nível de dependência tecnológica e as correlatas consequências a longo prazo. É preciso dizer que a contínua projeção de si assenta-se no desejo de "apareSer", de alcançar, por meio da visibilidade cibermediática, uma espécie de confirmação a respeito do significado e da importância da existência própria. O processo, porém, pareia com o mito de Sísifo: o excesso de informações providas nunca dá cabo da titânica tarefa de delinear o sujeito que se é; o próprio fluxo informacional das redes, em sua dinâmica, exige atualizações constantes



para que o sujeito não desapareça na invisibilidade. Por essa razão, não basta estar "lá", na plataforma ciberespacial do momento; o topo conquistado hoje é rapidamente tomado por uma enxurrada de novas publicações, de outros sujeitos, ávidos por fugir das sombras da desimportância. As margens são territorialidades esvaziadas da atenção alheia que, por meio de *feedbacks* (curtidas, comentários, compartilhamentos), atesta quantitativa e superficialmente que… sim, você existe; sim, você é inteligente; sim, você é divertido - pelo menos até que apareça a publicação de outro alguém.

O desenho do conceito, após considerar os vários sentidos de presença (remota, virtual, mediática), inclusive as situações em que há ilusão perceptual de não-mediação e o fato de que a telepresença configura um estado de consciência, capturou a necessidade de tipificá-lo: a tele-existência descrita no parágrafo anterior é, necessariamente, cibermediática, glocal e hiperespetacular (DAL BELLO, 2013). Destarte, tele-existir é mais que ato comunicativo; é habitar, por meio de duplo eletrotécnico (simulacro), o inóspito ambiente comunicacional em que presença e ausência se sobrepõem paradoxalmente.

Observa-se também, no ritmo intermitente de exposição cibermediática de si em tempo real, desesperada fuga da condição mortal. Ser e estar continuamente nos dinâmicos campos diáfanos do *cyberspace* confere a experiência imaginária, porém não menos visceral, de superação dos limites a saber: do corpo, do espaço e, quiça, do próprio tempo.

> Supera-se o corpo ao projetar-se e passar a atuar como imagem. O espectro, expresso como perfil, avatar ou qualquer outro tipo de arranjo tecnoinformacional, é o agente de manifestação da individualidade em sua tele-existência (cibermediática, glocal e hiperespetacular, como já caracterizado antes). A superação do espaço está pressuposta na experiência glocal (TRIVINHO, 2007), em que as sensações de desenraizamento e desterritorialização permitem que se participe de vários lugares ao mesmo tempo e, ao mesmo tempo, de lugar nenhum, ou deste não-lugar que é, a despeito de constituir nulodimensionalidade (FLUSSER, 2008), espaço tecnotranscendente onde os espectros existem, habitam e encontram-se. Fugir das vulnerabilidades e precariedades do corpo, projetando-se como duplo, essa entidade mágica e mitológica que, em sua versão técnica, permite a experiência de uma existência "sobrenatural"; fugir dos perigos do espaço físico, em que o contato face a face apresenta a possibilidade imediata de ser ferido pelo outro, constituem, no fundo, fugir, ainda que imaginariamente, da morte. Além disso, o extenso inventário de imagens que é produzido na ânsia de tele-existir produz a sensação de eternidade na efemeridade de circulação das mesmas: apesar de

substituírem-se com imensa rapidez na enxurrada informacional, são dados que podem ser duplicados, arquivados e recuperados a qualquer momento, recompondo os passos de qualquer um que se deseje conhecer um pouco mais. Trata-se, ironicamente, de um paradoxo: a manutenção do ritmo de espectralização (viver como espectro, duplicar a vida para projetá-la nas telas hiperespetaculares dos dispositivos) conforma uma espécie de "devoração cibermediática da vida" (DAL BELLO, 2017).

A tele-existência, como comportamento generalizado, pode ser compreendida como uma resposta (inconsciente) ao problema da morte, contrapondo a ele um modo de "ser-pra-sempre".

> É evidente que a obsessão da sobrevivência, muitas vezes em detrimento da vida, revela no homem a preocupação lancinante de conservar a sua individualidade para além da morte. (MORIN, 1988, p. 32).

O medo ancestral provocado pelo trauma da morte (instituinte da consciência da individualidade e também da finitude) subjaz as novas práticas de ser e estar como espectros, relacionando-se com espectros em ambientes tecnológicos espectrais. O mundo das imagens e dos duplos é encantado e seu encanto reside em, nele, o tempo não passar e cada um poder ser o que imagina ser. Para sempre.

3. Promessas de sobrevida

3.1. Volto já

Em "Volto já", primeiro episódio da segunda temporada de Black Mirror[4], escrito por Charlie Burke, criador da série, o personagem Ash (Domhnall Gleeson) falece repentinamente, vítima de um acidente de carro, logo após mudar-se com sua namorada, Martha (Hayley Atwell), para uma casa de campo pertencente à família dele. A trama desenvolve-se em torno da superação do trauma da morte por meio da prestação de serviços tecnológicos de ponta que prometem amenizar o sofrimento do luto.

[4] *Black Mirror* é uma série de ficção científica britânica lançada em 2011 pela emissora Channel 4, no Reino Unido. No final de 2015, os assinantes da Netflix puderam apreciar o primeiro episódio da segunda temporada - "Be right back" (Volto já).



Figura 1. Cena de "Volto já": Martha leva o novo Ash para a cama.
Interação com a subjetividade-androide.

Todas as soluções versam em torno do mito do duplo. Por meio de um sistema de inteligência artificial, todos os dados (texto, áudio e vídeo) deixados por Ash *on* e *off-line*, foram varridos e compilados, permitindo que o sistema pudesse compor um duplo capaz de comunicar-se com ela (primeiro por texto, depois por áudio) como se fosse o próprio Ash. Por fim, Martha resolve dar um passo além: aceita receber um duplo físico de Ash - um androide.



Figura 2. Cena de "Volto já": Martha emociona-se ao perceber as texturas presentes na pele do novo Ash.
Semelhanças desconcertantes que ilustram a estranheza do duplo tecnológico.

Embora a promessa de sobrevida, aqui presente, não beneficie diretamente aquele que morreu, as soluções experimentadas conferem a quem sente a ausência a ilusão de que o ente querido não se foi realmente. No desenvolvimento da trama, Martha sente-se bastante confusa em seu relacionamento com "aquilo" que não é, de verdade, o seu Ash, mas parece-se demais com ele que a leva a desejá-lo (figura 1). O duplo, ao mesmo tempo que é mais perfeito que sua matriz (figura 2), representa-o mas não o apresenta.

> Todas as associações do duplo - sombra, reflexo, espelho - evocam a morte. Uma vez mais, a pena do materialista Feuerbach encontra ingenuamente o conteúdo primitivo da morte: "A morte é o espelho onde se mira o nosso espírito: a morte é o reflexo, o eco do nosso ser. Contemplei a límpida fonte e encontrei a fria e serena visão da morte". (MORIN, 1988, p. 161).

O novo Ash é um artifício que simula a presença de alguém que está ausente e, ao fazê-lo, só faz lembrá-la ainda mais de que o verdadeiro Ash se foi. O duplo tecnológico, concebido para aplacar a dor da perda, faz lembrar diariamente a morte daquele que ela amava. Por essa razão, tal como álbuns antigos de fotografias, ela resolve "guardá-lo" no sótão. O convívio diário com o duplo não é possível, pois sua presença promete restituir alguém que não pode mais estar aqui. A dor da perda e da ausência são atualizadas sempre que ela deseja que o duplo seja a subjetividade que ele representa. Daí a necessidade de apartá-lo e reconduzi-lo ao status de "objeto".

3.2. San Junipero

"San Junipero" é o quarto episódio da terceira temporada de *Black Mirror*, também escrito por Charlie Brooker. Diferentemente de "Volto já", em que a promessa de superação do trauma da morte pretende beneficiar aqueles que ficaram, "San Junipero" constitui um dos possíveis ambientes de realidade simulada em que é possível transladar a consciência após a morte do corpo.

Na trama, é nesse ambiente fantasioso, repleto de referências da década de 1980, que a tímida Yorkie (Mackenzie Davis) conhece a animada Kelly (gugu Mbatha-Raw). Elas têm apenas cinco horas por semana para se encontrarem, já que esse é o tempo de teste permitido aos vivos que querem visitar San Junipero. Fora dali, ambas não se conhecem pessoalmente. As duas jovens que se apaixonam neste ambiente simulado são, na realidade, duas idosas: Kelly está prestes a morrer de câncer e mora em uma espécie de asilo; Yorkie vive paralisada há 40 anos, graças a um acidente de carro que sofreu em decorrência de ter discutido com seus pais, que não aceitavam o fato dela ser lésbica.



Figura 3. Cena de "San Junipero": Yorkie faz a "passagem".

Por essa razão, para Yorkie, San Junipero significa muito mais do que sobreviver à própria morte, mas poder viver plenamente. Por isso, ela decide fazer a "passagem", o que realiza com o apoio de Kelly (figura 3): após a eutanásia, tem sua consciência transladada para a plataforma, onde poderá viver para sempre do jeito que quiser. Kelly, por seu turno, vive um dilema ético: ela foi casada e seu esposo faleceu após perderem uma filha; o "correto" seria ela dispor de sua vida naturalmente, sem ser "carregada" para o sistema de San Junipero. Entretanto, quando

sente que o momento se aproxima, ela também resolve fazer a passagem para poder viver seu romance com Yorkie.



Figura 4. Cena de "San Junipero": Armazenamento da consciência recolhida na plataforma San Junipero.

Este episódio é celebrado como um dos que apresentam um final feliz. As duas jovens se encontram em uma praia ensolarada e saem de carro, sentindo o vento no rosto. Poderão, nesta eternidade virtual, viver em liberdade e realizar seus sonhos. Mas, em meio aos créditos, uma cena mostra braços automatizados operando em uma enorme sala de servidores, alocando permanentemente as consciências recolhidas das pessoas que fizeram a passagem na plataforma San Junipero.

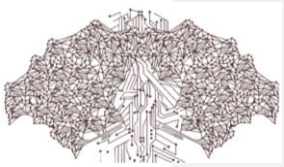
Sombrio?

Referências bibliográficas

CHARDIN, Teilhard de. **O fenômeno humano**. São Paulo: Cultrix, 1994.

DAL BELLO, Cíntia. Subjetividade e tele-existência na era da comunicação virtual: o hiperespetáculo da dissolução do sujeito nas redes sociais de relacionamento, 2013, 227 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – **Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**, São Paulo, 2013.

_____. Velocidade tecnológica e fuga da condição mortal: tele-existência como modo de "ser-para-sempre". In: TRIVINHO, Eugênio (Org.). **A Explosão Do Cibermundo**: velocidade,



comunicação e (trans)política na civilização tecnológica atual. São Paulo: Annablume, 2017. p. 209-228.

DI FELICE, Massimo; PIREDDU, Mario (Orgs.). **Pós-humanismo**: as relações entre o humano e a técnica na época das redes. São Paulo: Disfusão, 2010.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008. (Coleção Comunicações).

GIOVANELLI, Carolina. A dimensão psicológica de Black Mirror, a série que angustia. **Veja**. 25 fev. 2017. Disponível em: https://vejasp.abril.com.br/blog/terapia/a-dimensao-psicologica-de-8216-black-mirror-8217-a-serie-que-angustia/. Acesso em 30 set. 2017.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens**: uma breve história da humanidade. Porto Alegre: L&PM, 2016.

_____. **Homo Deus**: uma breve história do amanhã. São Paulo: Companhia das Letras, 2016b.

LEGROS, Patrick et al. **Sociologia do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século** XX: o espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense, 1969.

_____. **O homem e a morte**. Mem Martins: Europa-America, 1988.

_____. **O método IV**: as ideias. Porto Alegre: Sulina, 1998.

_____. **O paradigma perdido**: a natureza humana. Mem Martins: Europa-America, 2000.

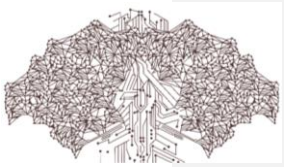
LIPOVETSKY, Gilles. **Da leveza**: rumo a uma civilização sem peso. São Paulo: Manole, 2016.

LEGROS, Patrick et at. **Sociologia do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

REGIS, Fátima. **Nós, ciborgues**: tecnologias de informação e subjetividade homem-máquina. Curitiba: Champagnat, 2012.

RÜDIGER, Francisco. **Cibercultura e pós-humanismo**: exercícios de arqueologia e criticismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

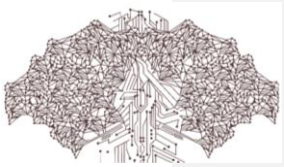
SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2012. (Coleção Cibercultura).



TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural**: lógica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007(a). (Coleção Comunicação).

WOLFF, Francis. Por trás do espetáculo: o poder das imagens. In: NOVAES, Adauto (Org.). **Muito além do espetáculo**. São Paulo: Senac, 2005.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



TEXTURAS SONORAS: A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA SONORA NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO EM HIPERMÍDIA

Jonathas Beck Ramos

Resumo

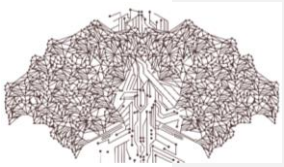
RAMOS, J. B. **Texturas Sonoras na Produção Partilhada do Conhecimento: o áudio na produção de conhecimento em hipermídia.** 2016. 95 f. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

O presente projeto propõe uma aproximação entre os conceitos de *texturas sonoras*, cuja perspectiva é abordar os aspectos do áudio na linguagem hipermídia, e de *produção partilhada do conhecimento*, proposição em que a construção do conhecimento é realizada de modo *partilhado* a partir de metodologias que buscam aproximar saberes diversos e que incluam diferentes matrizes de linguagem na produção de conhecimento científico, como imagem e som. A partir desta premissa pensamos a possibilidade de produzirmos conhecimento não mais *sobre* comunidades e não apenas pelo texto escrito, mas *com* interlocutores destas comunidades a partir da escuta sensível do outro representada em Texturas Sonoras pela linguagem hipermídia. Apontamos no conceito de *Texturas Sonoras* a relação com o conceito de *Produção Partilhada de Conhecimento* por meio dos conceitos de *experiência estética*, *senso comum*, *jogo*, *cotidiano e escritas de ouvido.*

Resultado desse processo foi a *produção partilhada* da experiência estética "Recados do Ser.Tão auOral ", cuja estrutura e conteúdo digital foi baseada na conjunção de passagens da noveleta de Guimarães Rosa intitulada "Recado do Morro", com fragmentos de registros sonoros realizados no sertão do norte de Minas Gerais, na cidade de Jequitibá, mais especificamente, registros das escutas dos rituais de Coroações de Reis Congo, que acontecem tradicionalmente na região.

Palavras-chave: Texturas sonoras, Produção Partilhada do Conhecimento, Hipermídia.

INTRODUÇÃO



A presente pesquisa intitulada *Texturas Sonoras na Produção Partilhada do Conhecimento: o áudio na produção de conhecimento em hipermídia,* é resultado de um processo de investigação de mestrado e tem como objetivo central apresentar uma possível aproximação entre dois principais conceitos: Texturas Sonoras e Produção Partilhada do Conhecimento, com o intuito de potencializar e ampliar suas abrangências filosóficas-teóricas-metodológicas-técnicas.

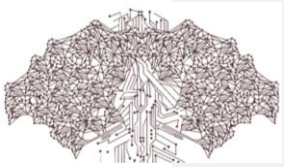
Situamos nossa pesquisa em uma coluna interdisciplinar convergindo duas áreas de conhecimento: Ciências Humanas e Ciências Sociais Aplicadas, ou Ciências da Comunicação. Convergência explorada por meio de uma trajetória conceitual que visa seguir uma prerrogativa taxionômica entre filosofia-teoria-método-técnica, com a intenção de tratar nosso objeto - áudio na linguagem hipermídia - de forma multi-focal e multi-perspectivista.

Orientamos a pesquisa por três principais vias filosóficas: a primeira sustentada pelas obras Verdade e Método I e II, de Hans-Georg Gadamer, para levantarmos uma crítica ao método científico das ciências do espírito, colocando o problema da *experiência estética* como *verdade* excluída desse campo de conhecimento, bem como para colocar a crítica do autor à supressão do *senso comum* no âmbito científico. Críticas que também sustentamos com Foucault em sua problematização sobre as instituições reguladoras do discurso, controladoras dos acessos às instituições de poder baseados nos rituais da palavra.

A segunda via segue os caminhos da obra de Wittgenstein e nos orienta para uma discussão sobre os jogos de linguagem, onde aprofundamos a importância do conceito de jogo na sustentação conceitual da linguagem hipermídia. Obra que inspirou a criação da hipermídia Casa Filosófica (BAIRON, 2005), que por sua vez constituiu os pilares da conceituação de Texturas Sonoras.

A terceira via está calcada na obra de Michel Maffesoli chamada "Elogio da Razão Sensível." Onde o autor explana a urgência de retomarmos, na tradição mecanicista das ciências humanas, os aspectos "sensíveis" da vida social, trazendo à tona saberes inerentes ao *senso comum*, ao *cotidiano*, à *experiência vivida* e à valorização da *metáfora* enquanto recurso de linguagem indispensável na produção de conhecimento em ciências humanas e sociais.

No âmbito teórico, o ponto de partida de nossa pesquisa é a obra "Texturas Sonoras: o áudio na hipermídia" (BAIRON, 2005), livro que guia nossa atenção para outra referência



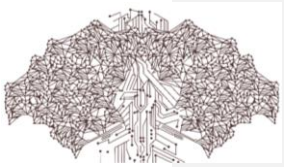
fundamental para nosso primeiro capítulo: "Matrizes da Linguagem e Pensamento" (SANTAELLA, 2002). Buscamos assim apresentar a problematização vinculada ao conceito de Texturas Sonoras e seguimos na tentativa de dar contribuições ao conceito inaugurado pelo pesquisador Sérgio Bairon, associando ao nosso escopo teórico algumas contribuições da filosofia, da etnografia sonora, da antropologia do som e dos estudos literários.

Ainda no mesmo capítulo, buscamos desenhar uma trajetória panorâmica dos estudos pioneiros em oralidade e sua evolução para os estudos comparativos entre cultura oral e escrita, seguindo para uma terceira via direcionada à cultura hipermídiatica. Discussão que abordamos para avançarmos nos estudos de linguagens digitais no contexto acadêmico para justamente refletirmos sobre suas possibilidades de uso na valorização e inclusão de culturas não letradas no contexto da instituição científica. Portanto, em linhas gerais, no primeiro capítulo discutimos questões de linguagem e comunicação na produção de conhecimento institucional.

No segundo capítulo fazemos uma apresentação crítica do problema da produção de conhecimento em ciências humanas e sociais, baseado na herança do racionalismo cientificista e tecnicista, para propor uma *Produção Partilhada do Conhecimento*, proposição que visa ressignificar o lugar das partes envolvidas em pesquisas científicas, retirando do lugar *sujeitos-objetos* e recolocando enquanto *sujeitos-autores* inseridos ativamente no processo de pesquisa. No mesmo capítulo buscamos elos entre os conceitos

de Texturas Sonoras e Produção Partilhada do Conhecimento com uma bibliografia interdisciplinar que perpassa a Antropologia, Sociologia, História da Cultura, Comunicação e Filosofia.

Em nosso terceiro e último capítulo "RECADOS DO Ser.Tão auOral – Da auOralidade literária à sinestesia hipermidiática", apresentamos a experiência estética criada no processo desta pesquisa, almejando contemplar ética e estéticamente os conceitos e críticas desenvolvidas ao longo deste projeto. A experiência digital que apresentamos no último capítulo tem como cena temática a obra específica de Guimarães Rosa chamada "Recado do Morro", noveleta integrante do texto maior "Corpo de Baile", escolhido pelas características associadas ao texto que relaciona cultura oral, aural e escrita, sobretudo calcados no conceito "escritas de ouvido" (LIBRANDI-ROCHA, 2014), como referência de conduta ética, estética e política na valorização de vozes marginalizadas do âmbito institucional da sociedade no processo de produção e transmissão de conhecimento, seja pelo texto escrito, como no caso da literatura de Guimarães,



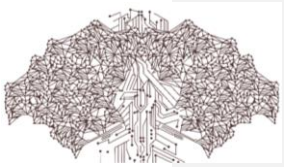
seja pela escuta- hipermidiática, no caso da premissa conceitual desta pesquisa. O diálogo com o conceito *escritas de ouvido* nos coloca diante de uma hipótese em que somente seria possível uma *Produção Partilhada do Conhecimento em Texturas Sonoras* se colocarmos a escuta, no sentido comunicacional e talvez etnográfico, à serviço das vozes que se deseja dialogar durante a *pesquisa-criativa*, e somente a partir dos múltiplos registros de múltiplas vozes poderíamos conceber uma criação estética capaz de valorizar a diversidade de repertórios envolvidos no processo da *pesquisa-escuta-criação.*

O conceito *Texturas Sonoras* (BAIRON, 2005) aponta caminhos sobre as possibilidades de articulação entre sonoridades múltiplas como consequência/processo de reflexões conceituais no contexto da linguagem hipermídia. Não estamos falando de música, no sentido estrito do conceito, tampouco de arte no tocante à tradição institucional das chamadas Belas Artes. Definimos como *possibilidades do áudio na hipermídia*, mais especificamente as possibilidades de *produção de conhecimento em hipermídia e em texturas sonoras*, portanto apresentaremos uma discussão teórica sobre a expressão do pensamento pela matriz sonora na esfera digital da hipermídia e seus desdobramentos no

contexto científico da produção de conhecimento. O conceito é também fruto de uma reflexão crítica sobre a exclusiva tradição da escrita na maneira de se produzir conhecimento nas instituições científicas. As palavras do autor em seu livro/áudio nos orientam na colocação do problema:

> [...] as relações entre arte e ciência ao longo da história contemporânea delimitaram para ambas, lugares, formas e instituições apropriadas. As instituições científicas elegeram a expressão verbal como único tipo de formalização por meio da qual o pensamento científico pode expressar-se. Este trabalho procura questionar esta unicidade do pensamento formal e propõe em seu lugar um pensar hipermídiatico." (BAIRON, 2005, p.27).

Ainda que não tratemos aqui de música especificamente enquanto tradição artística, abordaremos uma trajetória de reflexão sobre a constituição da *experiência estética sonora* e da *sintaxe sonora* e suas transformações ao longo da história de maneira paradigmática,



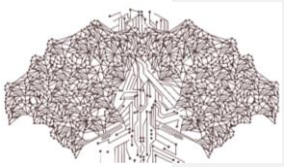
transgredindo progressivamente a tradição musical notatória[1] e os modos tradicionais da expressividade do pensamento por meio do som. Decidimos, primeiramente, por uma abordagem sintática sobre a música, pensando a sintaxe no sentido etimológico, palavra formada por *syn*, que significa "junto", "com", e *taxis*, significando "arranjo". Desse modo a sintaxe pressupõe a existência de elementos (objetos) a serem combinados. (SANTAELLA, 2013 [2001]).

> Na música tradicional, a sintaxe estava prescrita pelas convenções dos seus sistemas de apoio. Entretanto, cada compositor fez uso diferencial e idiossincrático dessas convenções, sendo capaz de transgredi-las tendo em vista a liberdade criadora na exploração do potencial que os sistemas apresentavam. Nessas transgressões, foram deixadas as marcas que cada compositor imprimiu na sua própria sintaxe. Quando a música se libertou do suporte das escalas, das formas históricas, tonalidades etc. A sintaxe emergiu com proeminência como nó górdio da música contemporânea." (p.116)

As rupturas do pensamento sonoro, enquanto expressividade estética e consequência de reflexões conceituais que nos levam à sintaxe sonora – que em nossa perspectiva não somente amplia o conceito de música, como sugere uma ruptura - e as possíveis relações desta matriz de linguagem com imagem e texto verbal na esfera da hipermídia, é nosso *a priori* neste capítulo. Para isso seguiremos os passos que consideramos fundamentais na empreitada da música contemporânea até culminarmos na sintaxe sonora.

> O traço mais importante da sonoridade como matriz do pensamento e linguagem, especialmente na sua interação com as outras duas matrizes (visual e verbal), está na sintaxe. Tanto isso é verdade que a sonoridade é a única linguagem que pode instanciar as sintaxes do acaso, constituindo-se, na sua natureza de signo e linguagem, em uma verdadeira usina de produção de sintaxes possíveis (...) Hoje, cada estúdio de música é um laboratório de sintaxe e cada composição que é nele produzido, um tubo de ensaio sintático. (*Ibid*. p. 116-117).

[1] Em síntese, a notação lida com o racional, no sentido matemático do termo, aquilo que pode ser contado, ou que pode ser expresso em termos de *ratio:* séries finitas de alturas harmônicas e seus intervalos correspondentes, durações como múltiplos ou divisões de uma unidade regular. Essa grade esconde de nós a realidade do continuum sonoro no qual são apenas casos especiais ao longo do continuum subjacente dos números reais, também os conjuntos de alturas harmônicas e unidades rítmicas contáveis são casos especiais de um contunuum subjacente de valores de frequência e duraçãoo combinado aos contínuos dos tipos formantes, formas espectrais etc. (SANTAELLA, 2013 [2001] p.136)

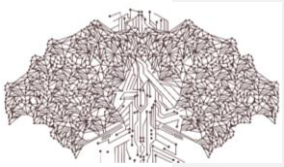


No campo de referências que embasam conceitualmente as *texturas sonoras*, podemos destacar as propostas desenvolvidas por alguns autores/compositores que nos ensinaram bastante sobre inovação de linguagem na expressividade sonora, configurando aquilo que manteremos chamando aqui de *sintaxe da expressividade sonora do pensamento*, entre os trabalhos de Luigi Russolo, Arnold Schoenberg, John Cage, Pierre Schaeffer, Robert Murray Schafer e outros. Na maioria deles, podemos observar quebras de paradigmas que inovaram e reconfiguraram as estruturas da tradição musical, contribuindo para uma concepção de música mais próxima ao que estamos chamando de sintaxe sonora. "Romperam com a "gramática'' musical para expandir às possibilidades do pensamento sonoro." (BAIRON, 2005)

Luigi Russolo (1885-1947)[2], como primeira importante referência, destaca-se pela maneira como se manifestou exaltado a respeito do ruído. "O ouvido humano chegará no estágio em que os motores e máquinas das nossas cidades industriais serão um dia conscientemente atonais e então todas as fábricas serão transformadas numa orquestra intoxicante de ruídos". (Russolo *apud* Seincman, 1991: 156) Russolo com seus instrumentos *ruidores* e seus contemporâneos Satie e Varèse, promoveu o *ruído como conceito* e *manifestação sonora conceitual*. O que ele chamou de enarmonia, defendia os fenômenos ruidosos para serem considerados insumos criativos nas composições sonoras artísticas, mas antes disso, como fenômeno que poderia ser apreciado de forma contemplativa, tornando os ruídos microtonais – gerados por instrumentos que ele mesmo inventara- , criações musicais.

Influenciado pelo movimento futurista russo entre as décadas de 10 e 20, Luigi Russolo lança suas ideias no manifesto que ficou conhecido por exaltar os principais caminhos que a arte musical futurista pisaria nos anos seguintes:

[2] Em 1910, o compositor e pintor italiano Russolo escreve um dos dois Manifestos da pintura futurista.Em 1913, passa a dedicar-se aos problemas sonoros com um manifesto sobre A arte dos ruídos. Constrói uma série de intonarrumori, instrumentos entoa-ruído, tais como o crepitador, o zumbidor, o gotejador, o sussurrador, o sibilador e o trovejador.

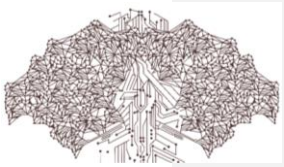


> A vida antiga foi apenas silêncio. Foi somente no séc. XIX, com a invenção das máquinas, que nasceu o Ruído. Hoje o ruído exerce seu domínio soberano sobre a sensibilidade dos homens. Durante muitos séculos, a vida se passava no silêncio, ou na surdina. O som musical é muito restrito, quanto à variedade e à qualidade dos seus timbres. Pode-se reduzir as orquestras mais complicadas a quatro ou cinco categorias de instrumentos diferentes, no que diz respeito ao timbre do som: instrumentos de cordas roçadas, de cordas pinçadas, de sopro em metal, de sopro em madeira, instrumentos de percussão. A música emperra neste pequeno círculo, tentando, em vão, criar uma nova variedade de timbres. É preciso romper a tudo custo este círculo restrito de sons puros e conquistar a variedade infinita dos sons-ruidos." ("Arte dos Ruídos – Manifesto futurista" 1913)

Outro músico que tirou grande proveito do movimento futurista e criou uma vasta obra inovadora inspirado nas sonoridades urbanas foi Edgar Varèse. Formado em París, o compositor acreditava no pensamento científico como uma nova influência sob a estética musical, bem como os recursos tecnológicos e a vida cotidiana das grandes cidades. Em 1939, Varèse rodou pelos Estados Unidos pesquisando novas tecnologias relacionadas à música e escreveu a seguinte previsão:

> São as seguintes as vantagens que prevejo em aparelhos como estes: libertação do sistema de temperamentos, arbitrário e paralisante; possibilidade de obter um número ilimitado de ciclos, ou se ainda se desejar, de subdivisão da oitava e formação de qualquer escala desejada (...), infinitas possibilidades de diferenciação dos timbres e de combinações sonoras; uma nova dinâmica, muito além da capacidade de nossas orquestras atuais, e um sentido de projeção sonora no espaço, graças a emissão dos sons a partir de qualquer ponto ou de muitos pontos do recinto, segundo a necessidade da partitura. (GRIFFITHS, 1987, p. 102 e 103)

Na época da declaração de Varèse muitos mecanismos de produção de som já existiam, como aparelhos elétricos e recursos de produção mecânica de som. O grande pioneiro foi Taddheus Cahill, cientista canadense que apresentou em 1906 o "telharmonium" com proporções bastante significativas para a época: segundo o autor Griffiths, foi esse aparelho que inspirou a profecia de Busoni sobre a música eletrônica. Thérémin foi aparecer apenas duas décadas depois, criado por Leon Thérémin.



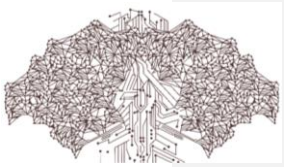
Arnold Schoenberg, no ano de 1923, foi o grande responsável pelo rompimento com a mimeses da linearidade repetitiva nas composições musicais que seguiam padrões de repetições harmónicas e melódicas; tensão e repouso; para propor o sistema dodecafônico. Foi o rompimento total com o sistema tonal convencionalizado na música ocidental. Novamente, podemos ouvir no chamado ‘‘serialismo’’, uma potencialização da experiência musical, pois o modelo não-linear proposto no serialismo, busca a novidade poética constante na experiência estética sonora, elevando o grau de estranhamento e a raridade contidas nas frequentes surpresas do serialismo dodecafônico, enlevando o grau de complexidade da trama sintética sonora na tradição musical. Lembrando que a não-

linearidade é uma proposição conceitual muito importante para àquilo que vamos desenvolver sobre a linguagem hipermídia.

Na década de 1950, John Cage, de certa maneira mais radical, contrapõem-se ao serialismo, pois o sistema de Schoenberg sugere uma predeterminação do compositor no tocante ao ato de compor. Para Cage esse ato não é determinável, pois o acaso deve ser incorporado a simples predisposição em ouvir. (CAMPOS, Augusto. 1998 p.134). Para John Cage, o *acaso é* um conceito composacional. Bastaria estar atento e escutar o cotidiano, incluindo todos os elementos sonoros desse entorno: ruídos, manifestações sonoras da natureza, o barulho da cidade, enfim, tudo aquilo que “compõe” o resultado que chega ao *acaso* em nossos ouvidos.

Na obra de Lúcia Santaella, entitulada “*Matrizes da linguagem e pensamento*” a autora aborda, entre outras questões, um estudo sobre as múltiplas transformações das vanguardas do pensamento reflexivo relacionado à *sintaxe sonora*. Sobre a obra de Cage, a autora afirma que as irrupções do acaso na linguagem musical é a ruptura mais radical com relação às molduras dos sistemas pré-estabelecidos de leis e regras que prescrevem o ato de compor. Mais que isso, Cage “alargou nossa compreensão de *sintaxe sonora* até atingir um limiar que está muito aquém de qualquer intervenção humana, o limiar de uma sintaxe em estado natural, caótica, absolutamente indeterminada, prenhe de originalidade, imprevisível no limite.” (SANTAELLA, 2013, p. 121)

Uma vasta gama de compositores seguiram na senda cagiana baseando-se no *acaso* como *abordagem conceitual* na *expressividade sonora*. Citaremos aqui apenas alguns, como G. Ligeti, que convidado para uma palestra sobre o futuro da música, sentou-se em silencio por oito minutos e assim se manteve por toda a palestra, inspirado na obra 4’33’’ de Cage. Podemos citar também



os happenings de W. Vostell , que na década de 50 escreveu partituras que orientavam, por exemplo, o voluntário a passear durante quatro horas por um ônibus em Paris e neste período apenas ouvir atentamente tudo o que fosse possível. Ainda na década de 50, Vostell chamou de música *dé-coll/age* os processos acústicos provenientes de uma de-composição fortuita. “Uma ampola é quebrada, cartazes

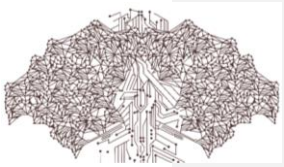
são rasgados – e esse choque é retransmitido num amplificador. O choque de objetos que caem, os gritos de seres humanos em perigo, os ruídos de acidentes de carro, o ruído branco de uma televisão ou o ruído de uma rádio, todos os barulhos do corpo etc.

Foram contribuições que Vostell trouxe para a música FLUXUS, a partir de 1962.” (ibid.: 125)

Outra referência muito importante para nosso *corpus* conceitual nas *texturas sonoras* são os experimentos da música eletroacústica, momento emblemático inaugural da pesquisa de sonoridades enquanto forma de reflexão conceitual, em que a música vai literalmente para os laboratórios. Em uma fusão entre a música *concrète de* Pierre Schaeffer e a *elektronische musik* de Meyer-Eppler e o compositor Herbert Eimert, junto a Robert Beyer, da Nordwestdeutscher Rundfunk – NWDR.

Na música concreta de Schaeffer, “há uma exploração empírica de fenômenos sonoros, captados na fonte pela gravação e manipulados por meios eletroacústicos para extrair deles o que possam conter de música em estado latente.” (BARRAUD, 1968, p. 150). Enquanto na música eletrônica da escola alemã a técnica nova punha à disposição da Música um método científico de um rigor absoluto e uma notação direta com meios ilimitados, suprimindo totalmente esse fator de inércia que representa a notação gráfica e a sua leitura por um intérprete vivo”. (ibid, p. 150)

O material utilizado por Schaeffer eram gravações de sons de origens diversas (passos, vozes, máquinas), que eram posteriormente trabalhados e remontados no estúdio. Schaeffer iria cunhar o termo *musique concrète* em 1948 para designar essa música realizada a partir do material sonoro gravado e trabalhado experimentalmente por meio de montagens, colagens e outros tipos de transformações (por oposição a uma concepção tradicional de música que partia de abstrações sonoras preconcebidas, as quais podiam ser notadas em uma partitura e realizadas posteriormente por meio de instrumentos musicais).



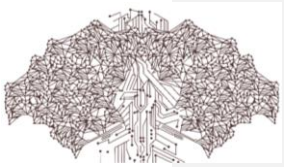
> A mudança focal da nota para o comportamento interno dos componentes do som trouxe consigo um potencial musical novo, pois o meio eletroacústico torna viável a composição, decomposição e desenvolvimento dos interiores do espectro. (SANTAELLA, 2013, p. 135).

Em resumo, a principal diferença entre as duas escolas é o substrato sonoro, uma vez que a música concreta articula e manipula sons captados de qualquer natureza, mas de preferência acústica, enquanto "a música eletrônica fabrica sons sintéticos, geralmente um som sinusoidal, ou seja, em estado puro, sem nenhum harmônico, que inscreve diretamente em fita." (BARRAUD, p. 150).

Robert Murrey Schafer, canadense que cunhou o conceito de *soundscape*, em analogia topográfica ao conceito de *landscape*, defende que a paisagem sonora deveria ser considerada o fim da obra em si. A transformação dessa paisagem pela vida contemporânea deveria estar impressa na expressividade estética das composições. Schafer propõe uma análise mais aprofundada do som em sua dimensão notatória, classificatória, perceptiva, morfológica, simbólica e também estética, em busca de um *projeto acústico* ideal, que enfoca um ambiente propício para resgatar uma *cultura auditiva significativa*, e considerar a *paisagem sonora* mundial "como uma imensa composição musical desdobrando-se incessantemente à nossa volta" (SCHAFER, 2011a, p. 287).

Projeto Paisagem Sonora Mundial: na tentativa de unir arte e ciência no desenvolvimento de uma inter-disciplina chamada Projeto Acústico, Shafer coloca quatro objetivos almejados com seu ambicioso projeto: 1) realizar um estudo interdisciplinar a respeito de ambientes acústicos e seus efeitos no homem; 2) modificar e melhorar ambientes acústicos; 3) educar estudantes, pesquisadores e público geral; 4) publicar materiais que servissem de guia a estudos futuros.

A pesquisa resultou nas seguintes publicações: The book of noise, The Music of the Environment, A Survey Community Noise By-laws in Canadá, The Vancouver Soundscape, Dictinonary of Acoustic Ecology, Five Village Sondscape e AE uropean Sound Diary. Em 1977, oito anos após o início do grupo de estudos, Murray escreve o livro

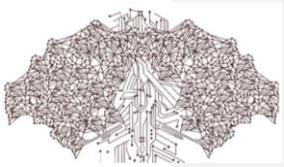


The Tuning of the World (A Afinação do Mundo) onde sintetiza todas as pesquisas realizadas no Projeto Paisagem Sonora Mundial. Este livro se tornou referência completo existente a respeito da paisagem sonora enfatizando a interdisciplinaridade do tema abrindo conexões importantes a respeito do som nas mais diferentes áreas do conhecimento.

Em suma, para nós, as pesquisas de Schafer são emblemáticas no tocante ao caráter científico que empresta às pesquisas sobre o som enquanto fenômeno fora do contexto da música. Em nossa interpretação, parece-nos pertinente as propostas conceituais dos autores/compositores citados, ao relacionarmos com o conceito de *texturas sonoras*, pois além de pensarem sobre e expressividade sonora de modo que ultrapasse o conceito de música, ou seja, *pensam* a partir, *com* e *através* da experiência estética ainda observarmos possíveis relações entre linguagem sonora, visual e verbal através da reflexão que os autores fazem sobre um possível jeito de *pensar* (muitas das vezes com analogias imagéticas) *conceitualmente* pela *expressividade estética sonora*. Da mesma forma, o autor do conceito de *texturas sonoras*, que aqui trabalhamos, busca dar ênfase fundamental a essa relação híbrida entre as linguagens como recurso para traduzir uma complexidade na forma de pensar e assim poder revelar um determinado salto conceitual por meio dos autores/compositores[3] e suas respectivas obras/reflexões que estamos abordando. Cita ainda: exemplos em John Cage e a relação com Duchamp no "silêncio visual" da obra *O grande vidro*; as constantes alusões de Schafer ao mundo das artes plásticas, do cinema, das relações do som com aspectos visuais (jogo de palavras entre *landscapes* e *soundscapes*); das taxionomias de Pierre Schaeffer para descrever os níveis de escuta que possuímos até o modo de compreensão pela escuta; enfim, uma pesquisa com o objetivo de revelar como "os universos da imagem e da sonoridade sempre estiveram juntos, mas raramente foram pensados, criados e produzidos conjuntamente, principalmente como fruto de uma complexa elaboração conceitual." (BAIRON, 2005, p. 35-36).

Portanto, os elementos conceituais e estéticos que se configuram ao longo da trajetória da música contemporânea constituem boa parte da base estética/conceitual que propomos nas *texturas sonoras.* Nossa interpretação dessa "sopa sonora" visa uma compreensão das rupturas

[3] O autor defende inclusive a dissolvição destes cânones: compositor, ouvinte, colocando a questão da autoria no centro do debate da produção de conhecimento, como veremos no capítulo seguinte.



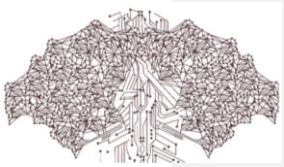
"gramaticais'' daquilo que foi ficando para trás, sempre numa proposição reveladora de novas possibilidades e concepções de uma *sintaxe sonora*, à qual nos interessa principalmente nos aspectos que dizem respeito à reflexão crítica sobre a tradição acadêmica para uma expressividade estética - fruto de emancipações do pensar por meio da *experiência estética sonora* - enquanto um processo que não se limita ao campo da "Arte", no sentido estrito à tradição musical artística, incluindo recursos disponíveis nas respectivas contemporaneidades em que se articulam tais experiências: como no caso do uso de recursos eletrônicos na música eletroacústica; do uso de cálculos computacionais na música estocástica de Xenakis[4]; na apropriação das sonoridades do cotidiano; na combinação entre linguagens e expressividades segregadas do universo da música tonal; até culminarmos nas *hipersintaxes* sonoras/imagéticas e nas possibilidades de *programação reticular do áudio* associado à imagem e texto numa relação *heterárquica*[5] no contexto da linguagem hipermidiática.

Observamos portanto, rupturas e avanços que nos levam a reconhecer na expressividade musical contemporânea novos paradigmas e novas relações entre arte e ciência, além de novas sintaxes e combinações entre o âmbito sonoro e outras matrizes de linguagem e defendemos que tais reconfigurações mostram-se potencializadas com a aproximação da linguagem digital em processos criativos/conceituais.

> Passamos dos instrumentos corporais para a mecânica, desta para a eletricidade, e então para a eletrônica, a transmissão, o registro, o
>
> computador e a informática, foram saltos consecutivos que alargaram cada vez mais o conceito de música na medida mesma em que foram nos permitindo a visão progressivamente filigrânica, microscópica do material sonoro. A tecnologia computacional ou digital nos oferece o controle mais detalhado dos parâmetros internos do som, dando-nos um poder tremendo de manipulação da substância interna do som de

[4] Iannis Xenakis, compositor greco-parisiense apoiou-se em parte de suas composições em teorias de cálculos em probabilidades e naquilo que chamou de música *estocástica*, onde grande quantidade de informações era processada por programações randômicas computadorizadas para criar composições musicas baseadas no acaso e na aleatoriedade. Xenakis ainda se apropriou da Teoria dos Gases dissipativos para suas composições musicais.

[5] Dinâmica organizacional em que não há uma relação de poder que privilegia uma das partes. Antônimo de hierárquica.



modo que as transformações de elementos reconhecíveis podem ser feitas com grande sutileza." (SANTAELLA, p.135)

3.3 – Recado do Morro – Uma viagem auOral de Guimarães Rosa no jogo da linguagem ordinária.

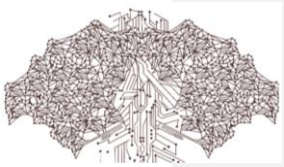
A gente sabe que
esses silêncios estão
cheios de mais
outras músicas.

"Cara-de-bronze"

Guimarães Rosa

Em "O recado do morro" Guimarães Rosa ensaia ficcionalmente a história da literatura oral, por meio do trajeto metanarrativo de uma mensagem enviada de um morro, avisando o personagem central Pedro Orósio de uma emboscada para sua morte. A mensagem é enviada primeiramente pelo Morro Da Garça, mas só aos poucos ela ganha sentido, enquanto passa por sete personagens que interpretam a mensagem em uma espécie de jogo entre a voz do Morro e as vozes dos próprios personagens.

Na primeira página de "O recado do morro" é apresentada a comitiva guiada por Pedrão Chãbergo ou Pê-Boi, enxadeiro dos Gerais: Alquiste, um pesquisador nórdico, trazendo uma câmera fotográfica, binóculo e caderneta para anotações; Frei Sinfrão, dono de uma casa de convento em Pirapora e Cordisburgo, lendo um breviário; seo Jujuca do Açude, fazendeiro de gado e filho de fazendeiro; Ivo, Ivo de Tal, Ivo da Tia Merência,



tangendo burros cargueiros. Esses personagens se encontram em pleno sol nos campos-gerais, em algum dia de julho. Todos a cavalo, exceto Pê-Boi, que vai a pé, descalço. Pedro

Orósio, por sua vez, possui o talhe e a força de gigante.

O enredo do conto aborda a revelação de um aviso de morte que intenta salvar Pedro Orósio. Porém, a mensagem se revela e ganha sentido somente quando passa pelos sete "recadeiros": Gorgulho, velho que vive numa gruta cercada por urubus; seu irmão Catraz, um "bocó" que também mora em uma lapa; Jõaozezin, um menino ladino; Guégue, um "bobo" e mensageiro de uma fazenda; Nominedômine, ensandecido profeta apocalíptico; Coletor, doido que se diz riquíssimo e conta sua fortuna nas paredes de uma igreja; e o poeta cantador Laudelim Pulgapé.

Muitos trabalhos já se debruçaram sobre o texto de Guimarães Rosa decifrando suas simbologias cosmológicas - como a relação dos nomes das fazendas que recepcionam o comboio, com corpos celestiais -, a recorrência do número sete na trama da obra, as referências bíblicas, enfim, trabalhos indicados pelo próprio autor, como do tradutor italiano Edoardo Bizarri. Mas neste trabalho trataremos de uma viagem que se dá sobretudo a partir da relação entre oralidade, auralidade e escrita, ou seja, numa dinâmica intrínseca entre voz e escuta, quando falamos da trama em si, e a relação entre escuta e escrita quando falamos do autor enquanto sujeito que recria a partir das histórias que escuta. Como já identificado por Adélia Bezerra Meneses, em seu texto "Cores de Rosa – Ensaios sobre Guimarães Rosa", o conto "manifesta a força da oralidade" e a autora sublinha a extensão da escuta do poeta Laudelim ao receber a fala do Coletor: "Com efeito, imerso na sua escuta interna, receptivo e perceptivo, Laudelim ouvira os recadeiros todos,

a cultura do sertão, a voz da terra, ouvira o Gorgulho, ouvira o Morro" (MENESES, 2010, p. 208).

Mais precisamente, nosso interesse principal está na questão da valorização da voz enquanto elemento sonoro, da relação oralidade/auralidade enquanto conduta ética de ouvir e valorizar a voz de quem fala. Interessa-nos pelo sentido da transmissão de conhecimento, pela forma que a informação é transmitida. Na obra, metaforicamente testemunhamos o marco zero da própria Cultura, em que a Natureza toma forma de Ser e lança o Verbo, uma

mensagem primordial, de salvação, que é reverberada entre ouvidos e gargantas, ganhando sentido ao ser reinterpretada e repassada adiante (PRADO JR. 1985, p.212 *apud* NOGUEIRA, 2014), sem deixar de ser um elemento sonoro, até finalmente virar música e poesia, ou seja, uma experiência estética sonora que transmite um saber que tem por objetivo ético ajudar alguém em perigo. Metalinguagem do autor concebida a partir de histórias coletadas da vida cotidiana, de suas vivências pelo interior de Minas Gerais, de suas experiências vividas e ouvidas, fez-se uma experiência estética referenciada mundialmente, sobretudo consequência de um princípio ético e político (assim consideramos): dar ouvidos àqueles que não têm voz na "cultura oficial".[6]

Este é fundamentalmente o princípio ético-político que propomos pelas Texturas Sonoras por meio da linguagem hipermídia: oferecer um viés de produção de conhecimento que viabilize a inserção direta aos que hoje são excluídos do contexto institucional da universidade enquanto pesquisadores, ou seja, impossibilitados de participar da

[6] Mikhail Bakhtin em sua obra "Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento" chama de cultura oficial aquela que está sob o amparo institucional, abarcada pelos poderes vigentes e oficiais de cada época. Consideramos assim que o sertanejo abordado na obra de Guimarães, por estar historicamente desamparado de qualquer recurso institucional, seja do Estado, seja de qualquer outra instituição, vive assim no âmbito da "cultura não-oficial", definição que Bakhtin também dá para cultura popular.

elaboração institucional de uma narrativa oficial sobre sua maneira de ver e pensar o mundo em seu próprio modo de ser no mundo.

Martín-Barbero(2014) coloca em foco o problema do pseudorreconhecimento das narrativas de culturas tradicionais que vivem a oralidade pelas instituições da política oficial, citando uma luta particular com o Ministério da Cultura da Colômbia, que havia criado um prêmio anual de narrativas nacionais voltado à valorização dos mitos indígenas. O problema é que as história só poderiam concorrer ao prêmio se fossem transcritas para o papel, ou seja, havia uma enorme incompreensão que com essa atitude toda a materialidade e expressividade da voz se perderiam. O autor ainda indaga:

> Por que as histórias indígenas só podem chegar a uma nação, cujas maiorias continuam vivendo cotidianamente entre cultura oral e a audiovisual, transmutadas em escrita, quando poderiam e deveriam chegar na própria voz - gravada – dos indígenas para que as crianças de todas as escolas do país tivessem a experiência sonora dos outros idiomas que fazem a riqueza do país multiétnico e multicultural que prega a nova Constituição de 1991?" (MARTIN-BARBERO, 2014, p. 98)

Aqui o autor coloca o problema que sugerimos saída por meio das Texturas Sonoras, ou seja, trabalhar a transmissão e produção de conhecimento pela manipulação e articulação de conteúdos gravados sem perder assim o valor essencial que dá sentido à toda tradição da cultura oral, que deve ser, sobretudo para sua sobrevida, ouvida e não lida.

Marília Librandi-Rocha (2014), pesquisadora brasileira e professora da Universidade de Stanford, propõe a conceituação "escritas de ouvido", justamente para refletirmos dentro do âmbito literário brasileiro, mais especificamente no gênero romance, sobre a marca característica de alguns autores em escreverem a partir da escuta atenta e

perspicaz, não apenas à voz no sentido sonoro em si, mas no sentido social, do sujeito ativo, que ao falar deixa de ser excluído no silêncio vazio do esquecimento. Ouvidos atentos também à paisagem sonora, aos ruídos do entorno, às nuances e sonoridades dos sotaques e dos "multilingualismo sonoro" (LIBRANDI-ROCHA, 2014), que caracterizam aquele lugar e a cultura daqueles sujeitos. Portanto, afinamos nosso *corpus* teórico com o da autora para defender uma ação que também é política baseada na escuta e levada para literatura de maneira a apoiar um processo de descolonização das formas de conhecimento advindas da tradição Oral.

> Escreve-se, então, contra os processos de silenciamento das "vozes bárbaras" na escrita, e para dinamizar as potências guardadas em secreto silêncio nas letras, mas audíveis nas ruas, nos sons, nos batuques, nos sambas e ritmos das práticas religioso-festivas. Será por essa reversão, que alguns dos melhores letrados do Brasil, des-leem (ou leem pelo avesso[7]) o legado da colonização ao incorporá-lo às vozes nativas. Nos termos modernos da narrativa de ficção, no romance e suas variantes como a novela, ou a prosa poética o que veremos é uma ação escritural que opera em vista de uma des-domestificação da oralidade, e que a inclui para barbarizar a escrita e romper com o emudecimento crescente da voz índia, as sertanejas, e outras: essa será a utopia política anárquica da melhor prosa de ficção produzida na América Latina. (LIBRANDI-ROCHA, 2014, p. 136)

Pensamos que nossa proposta ética-política-estética baseada na linguagem hipermídia e nas Texturas Sonoras está de acordo com a proposta ética-política-estética do conceito proposto pela autora Marília Librandi-Rocha, porém, por meio do ambiente hipermidiático valorizamos enfaticamente pelas matrizes sonora/visual/verbal/interativa, àquilo que na "escrita de ouvido" (LIBRANDI-ROCHA, 2014) é valorizado na criação literária. Transportamos, inclusive, o texto escrito-escutado de Guimarães Rosa para a matriz sonora por meio de gravações de trechos do texto Recado do Morro, lidos em voz alta por falantes que se voluntariaram a participar da experiência.

[7] Lembrando que avesso é uma definição que está relacionada ao conceito de carnavalização, concebida por Bakhtin na mesma obra mencioanada na nota de rodapé anterior. O autor considera o avesso uma forma de expressão do modo de ser da cultura popular que por sua característica subversiva tem o poder de desestabilizar e recriar as normas estabelecidas pela cultura oficial.

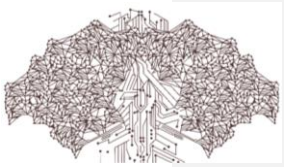
Incluímos ainda, em camadas de áudio sobrepostas, histórias narradas da *vida cotidiana*, do *senso comum*, histórias de vida da artista plástica Lídia Lisboa, que nos contou de sua mãe, que também contava para ela histórias que ouvia quando era criança no interior de Minas Gerais. Além das gravações realizadas pelos professores Sérgio Bairon e José da Silva Ribeiro no interior do norte de Minas Gerais, nas Coroações de Reis Congo. Portanto temos uma viagem de vozes sobrepostas, narrativas orais, transcriações aurais para o texto, novamente do texto para nossos ouvidos e vozes que gravamos e manipulamos para agregar em nossa experiência estética um exemplo daquilo que propomos no conceito de Texturas Sonoras, criando assim uma circularidade de interpretações, compreensões e representações de mundo. Buscamos também comtemplar aquilo que Morin chama de pensamento complexo, da raiz *complexus* (tecido juntos), colocando a poesia e a ciência novamente de mãos dadas.

Marília Librandi-Rocha também nomeia um subcapítulo em seu texto chamado "Guimarães Rosa e a escrita de guerrilha", por entender na maneira que o autor escreve, "como jagunços em guerra, e como os rastreadores, a tática retórica de guerrilha usa as armas auditivas (fala, oralidade, escuta) para desarmar as armadilhas da escrita letrada quando esta cala ou fala no lugar dos iletrados." (LIBRANDI-ROCHA, 2014, p. 144). Simpatizamos com a estratégia de guerrilha mencionada pela autora contra a super valorização da cultura escrita letrada. É nessa chave da guerrilha contra a cultura letrada, contra a supressão da cultura iletrada, pelo conceito de Texturas Sonoras e Produção

Partilhada do Conhecimento, com as armas hipermidiáticas, que todo este trabalho é motivado. Entendemos que Guimarães fez no contexto da literatura por meio da linguagem escrita, aquilo que buscamos no contexto acadêmico (às avessas), por meio da linguagem hipermídia.

Voltando ao texto de Guimarães, detemo-nos ao primeiro personagem que escuta o Recado do Morro, Gorgulho, para ilustrarmos nosso jogo de neologismo auOral, pelo inseparável modo de ser entre oral e aural, no próprio texto de Guimarães: "E Gorgulho prestava atenção toda, de nariz alto, como se seu queixo fosse um aparelho de escuta. Ao tempo, enconchara mão à orelha esquerda. Alguém também ouvira? Nada, não..." (ROSA, 2001, p.38)

Aqui sublinhamos essa imagem de Gorgulho, que levanta o nariz, expondo o queixo, e logo a garganta, como um "aparelho de escuta", "sugerindo uma reverberação da voz do morro na



voz do Gorgulho, como se o morro fizesse ecoar seu grito silencioso num "aparelho de escuta" que nada mais é que uma extensão do aparelho vocal." (NOGUEIRA, 2014).

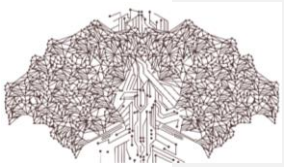
Partimos do preceito de que uma corrente sonora é desencadeada a partir da voz do morro e é reverberada assim por diante pelos ouvidos e vozes dos sete personagens. É a metalinguagem da prática literária pensada pela corrente teórica abarcada por Marília Librandi-Rocha a partir do pensamento de Paul Zumthor e de Wai Chee Dimock enfatizando o lugar da escuta no processo de criação textual, como diz a autora:

> Minha sugestão é pensar o texto ficcional como se fosse uma caixa de música que pulsa e reverbera o vivido e o pensado em uma forma escrita, que ressoa novamente a cada leitura ao mesmo tempo em que se propaga no futuro cada vez que é reaberta. Essa sugestão coincide com a proposta defendida por Wai Chee Dimock de pensar a literatura a partir do conceito de ressonância. Dimock contesta a primazia da visão no pensamento filosófico, e defende a prevalência da audição para redefinir o texto literário como um objeto com uma ontologia instável, que se modifica com o tempo e com as leituras que recebe." (LIBRANDI-ROCHA, 2014, p. 133)

Pois assim acontece com o Recado que o Morro da Garça lança aos ouvidos atentos, que são ressoados, propagados e reabertos a cada personagem que o retransmite, jeito que Guimarães Rosa se apoia em seu processo criativo, do ouvido para o papel, como sugere a autora.

3.4 - Landscapes e Soundscapes - Processos técnicos e escolhas estéticas conceituais em "Recados do Ser.tão auOral"

A começar pelo nome, inspiramo-nos em três eixos principais para nomear a experiência estética colocada em prática durante esta pesquisa: o título do próprio conto de Guimarães Rosa, porém optamos pelo plural, pois ao incorporarmos outros elementos sonoros e múltiplas vozes nas edições sonoras, acabamos por criar uma polifonia que pensamos ser mais adequada para contemplar as múltiplas vozes da mensagem, ou os recados, em processos significantes abertos,



portanto não apenas único. O segundo eixo está inspirado no poema/título de um registro audiovisual feito pelo pesquisador Sérgio Bairon durante suas pesquisas dos rituais de Coroações de Reis Congo, escrito no início deste capítulo, jogo polissêmico com as palavras "sertão", "Ser" e "Oral". Por fim, um jogo de neologismo, inspirado duplamente no próprio modo de escrita de Guimarães Rosa, tanto pela forma em que cria palavras, como pelo método de sua escrita baseado no que chamamos de "escrita de ouvido" (LIBRANDI-ROCHA, 2014).

Sobre a paisagem visual, ou entorno, criado a partir do software Unit 3D, buscamos representar o sertão em seus múltiplos aspectos: vegetação, formação geológica, localização geográfica, suas cores e texturas. Com o detalhe do Morro da Garça sempre ao horizonte, independentemente da direção que se olha, estável, sempre se mantém à distância por mais que se caminhe em direção a ele. Uma representação de sua onipresença, simbolizando o centro do mundo, como diz Guimarães Rosa, centro "geodésico" de Minas Gerais, lugar que se situa o Morro da Garça, no centro do estado de Minas. No conto, essa centralidade do Morro também se evidencia: "enquanto caminha vendo o morro, Pê-Boi se recorda de

alguns boiadeiros que viajam pelo sertão por dias seguidos e, mesmo assim, o Morro parece não se mover, impondo-se como uma entidade da natureza constante e inalterável". (cf. ROSA, 2001, p. 51)

Referências bibliográficas

BÂ, A. Hampaté. A tradição viva. In: Coleção História Geral da África da UNESCO Volume I: Metodologia e pré-história da África (Editor J. Ki-Zerbo), cap. 8.

BAIRON, Sérgio. Texturas Sonoras: áudio na hipermídia. São Paulo: Hacker, 2005.

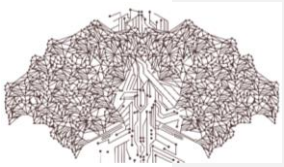
_____, Sérgio. O que é Hipermídia?. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2011.

_____, Sérgio. Multimídia. São Paulo: Graal, 1995.

_____, Sérgio. Interdisciplinaridade: educação, história da cultura e hipermídia. São Paulo: Futura, 2002.

_____; TORRES, Ruy. Produção do conhecimento em meios digitais. Cibertuxtualidades: conhecimento e(m) hipermídia. Nº. 3, 2009.

CAMPOS, Haroldo de. Metalinguagem e outras metas. São Paulo, Perspectiva, 1992.



CAMPOS, Augusto de. Música de invenção. São Paulo: Perspectiva, 1998.

DE CERTEAU, Michel. A invenção do cotidiano: 1. As artes de fazer. Petrópolis, Vozes, 2011.

GADAMER, Hans-Georg. Estética y hermenéutica. Madrid: Technos, 1991.

_____. Verdade e método II: complementos e índices. Petrópolis/RJ: Vozes, Bragança Paulista/SP: Universitária São Francisco, 2007.

_____. Verdade e método I: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. Petrópolis/RJ: Vozes, Bragança Paulista/SP: Universitária São Francisco, 2008.

GEERTZ, Clifford. O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa. Tradução de Vera Mello Joscelyne. Petrópolis, Vozes, 1997, 366 pp.

_____. A origem da obra de arte. Lisboa: Edições 70, 1990.

LANDOW, George P. *Hypertext 2.0: the convergence of contemporary Critical Theory and technology.* Maryland: The John Hopkins University Press, 1997.

LÉVI-STRAUSS, Claude. O pensamento selvagem. São Paulo: Nacional, 1976.

MAFFESOLI, Michel. Elogio da razão sensível. Petrópolis: RJ. Editora Vozes, 1998.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media). São Paulo: Cultrix, 2007

MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. São Paulo, Cortez, 2000.

MURRAY, Janete. Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

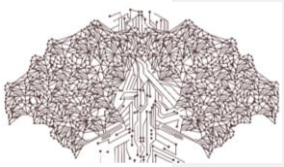
PACHECO, L. Pedagogia Griô: A reinvenção da Roda da Vida. Lençóis-Bahia, Grãos de Luz e Griô, 2006

RIBEIRO, Darcy. *O Povo Brasileiro: A formação e o sentido do Brasil*. 2º ed., São Paulo: Companhia das Letras, 1996

RIBEIRO. José. Tecnologias Digitais e Antropologia – Hipermédia e Antropologia. II Congreso Online del Observatorio para la CiberSociedad, 2004.

RUSSOLO, Luigi. *The art of noises.* New York: Pendragon Press, 1986.

SANTOS, Boaventura de Souza. Introdução a uma ciência pós moderna. Porto: Edições Afrontamento, 2002.



SANTAELLA, Lucia. Matrizes da linguagem e pensamento. São Paulo: Editora Iluminuras, 2002.

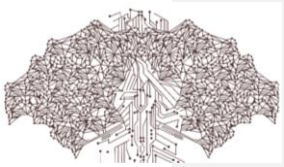
SCHAEFFER, Pierre. *Traité dês objets musicaux.* Paris: Seuil, 1966.

SCHAFER ,R. Murray. A afinação do mundo**.** 2.ed. São Paulo: Ed. Unesp, 2011a

_____. O ouvido pensante. 2.ed. São Paulo: Ed. Unesp, 2011b.

_____, Peter. No mesmo barco: ensaio sobre hiperpolítica. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



TIPOGRAFIA NA SUBJETIVIDADE DO GESTO: INTERFACES DE CONEXÃO CIBERNÉTICA[1]

Karine Itao Palos[2]; Gisela Belluzzo de Campos[3]

Resumo: Neste artigo pretende-se trabalhar o objeto tipográfico interativo, relacionando-o com a teoria dos gestos apresentada pelo filósofo do design Vilém Flusser. Uma vez que o gesto foi uma das primeiras formas de comunicação, visa-se estabelecer uma relação entre os movimentos gestuais e as poéticas presentes nas interfaces que dão acesso ao mundo digital. Percebe-se que, quanto mais intuitiva as interfaces, maior o potencial interativo de manipulação do objeto tipográfico. Assim, foram selecionados três projetos que utilizam o objeto tipográfico para serem analisados, foram eles: Hilos (2006), This is not a poem (2011) e Re:MARK (2002).

Palavras Chave: Tipografia, Interface, Gesto, Cibernética e Design

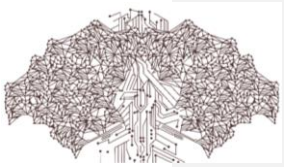
Introdução

O presente estudo prende analisar a questão da gestualidade manual como modo de aproximação entre usuário e mundo digital, abordando como exemplos, trabalhos protagonizados pela tipografia. O estudo pretende discutir como as diferentes interfaces usadas para conectar o mundo físico e o mundo digital, e que permitem a inserção do gesto humano tais como o toque (*touch*) e a manipulação do *mouse* como mediadores, interferem na percepção subjetiva do usuário e no seu relacionamento com os caracteres e as estruturas relacionadas à tipografia, tais como: forma, palavras, linhas e hierarquias. Intenciona compreender como a cibernética pode prover novas formas de relações gestuais que permitam aproximar o usuário do objeto tipográfico, ao utilizar interfaces cada vez mais intuitivas e dinâmicas.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 09 – Subjetividades contemporâneas, poéticas e culturas da conectividade, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Pesquisadora e mestranda em design na Universidade Anhembi Morumbi. É graduada em Design Digital. Participa do Grupo de Pesquisa Design Gráfico Contemporâneo: linguagens e interfaces . E-mail:karineipa@hotmail.com

3. Pesquisadora e Professora doutora do Programa de Pós- Graduação stricto sensu em Design da Universidade Anhembi Morumbi. Líder do Grupo de Pesquisa Design gráfico contemporâneo: linguagens e interfaces. E-mail: camposbelluzzo@gmail.com



A ideia do artigo nasceu de indagações sobre as relações possíveis entre tipografia e gesto no ambiente digital, uma vez que neste ela não está fixada a um suporte, ao contrário dos ambientes físicos, existindo a possibilidade de manipulação gestual por parte do usuário.

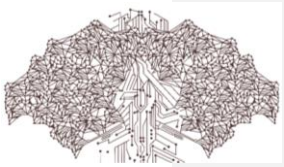
O procedimento metodológico utilizado para compor o artigo consiste na aplicação de conceitos teóricos a estudos de caso. A reflexão teórica sobre o gesto tal como propõe Vilém Flusser, serve de base conceitual para abordar a influência da manipulação do usuário sobre as interfaces digitais em três projetos: Hilos (2006) de Ricard Marxer Piñón, This is not a poem (2011) de Alan Bigelow e Re:MARK (2002) de Golan Levin e Zachary Lieberman.

A influência do gesto sobre a experiência

Sobre o gesto, Vilém Flusser (2014, p.82) discorre ser uma forma de modelar o pensamento abstrato. O gesto é mais do que simples movimentação do corpo no espaço, por está ligado ao tato, um dos sentidos que permitem ao homem captar informações do ambiente em que se encontra e essa ação influencia diretamente a forma como se percebe o 'mundo dos fenômenos'. O mundo percebido pelo gesto, "[...] é um mundo estruturado de forma especificamente humana: é praticamente (isto é, manualmente) 'dado'.".

Segundo o autor (FLUSSER, 2011, p.19), assim como a escrita tem impacto na forma de organizar o pensamento, a partir do desenvolvimento desse código escrito é que se começa a organizá-lo de forma enfileirada. Deste modo, o autor argumenta que os "[...] sinais gráficos são aspas oriundas do pensamento mimético transformado em um pensar alinhado linearmente." Os gestos também influenciam o modo de se perceber o ambiente, modelando o pensamento humano, pois apesar de se enxergar o mundo com o sentido da visão, se experimenta o mundo com as mãos. Segundo o autor (FLUSSER, 2014, p.82), ao se imaginar um individuo capaz de exercer o pensamento abstrato, que, ao invés de ser munido de duas mãos, tenha uma estrutura distinta para explorar o mundo a sua volta, por exemplo, um polvo de oito tentáculos, que ao contrário de manusear os objetos com a ponta dos dedos assim como o ser humano, o faz por meio de um grande número de ventosas distribuídas nos oito braços. Esse ser fictício teria uma forma de pensar totalmente diferente da humana, pois ao invés de abraçar o mundo com duas mãos opostas, o faria com oito braços.

Nesse sentido Flusser (2014, p.82) considera que as mãos, devido ao seu movimento espelhado, são responsáveis por criar um pensamento composto de dois lados opostos: o bem e o mal, o belo e o feio, o lado direito e o lado esquerdo. Assim o gesto é influenciado pela forma e estrutura das mãos, que por sua vez, também estão inseridos nos objetos criados e nas ações executadas pelo ser humano:



> O que observamos no gesto é a tentativa das mãos de imprimir determinada forma sobre o objeto compreendido, isto é forçar o objeto dentro da forma. É óbvio que tal forma foi determinada parcialmente pelo próprio objeto e parcialmente por escolha das mãos, embora não possamos observar no próprio movimento das mãos todos os aspectos desse processo (FLUSSER, 2014, p.86).

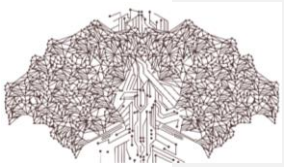
Júlio Plaza (2016, p.56) complementa a perspectiva afirmando que a fabricação "[...] dos primeiros objetos estéticos utilitários, desde a pré-história, corresponde ao modelo da mão e da anatomia corporal: a cerâmica, a escultura e a pintura na caverna". O gesto é algo que influência a forma de como o ser humano concebe objetos e conceitos, inclusive tem impacto na forma da tipografia, já que esse signo inicialmente teve a caligrafia como ponto de partida.

O desenhador de fontes Adrian Frutiger (2007, p.128) salienta que muito provavelmente nos primeiros povos humanos, muito antes do código escrito, os sinais gestuais integraram juntamente com a fala um único código comunicacional, isso provavelmente teria ocorrido devido ao fato de que todas as espécies animais, incluindo o ser humano, utilizam todos os sentidos como uma forma de receber e enviar informações. Assim o gesto é um modo de comunicar: antigo e intuitivo.

Ao contrário da escrita que deve ser apreendida com certo esforço, o tato é um sentido quase visceral, já que é o primeiro sentido a se manifestar, antes mesmo do nascimento, consistindo em uma forma do homem reafirmar a realidade que vislumbra pela visão. Plaza (2016, p.57) afirma que ao "[...] relacionar o tato com o visual, o fluxo de impressões sensoriais é reforçado, pois a pele é a fronteira, é a memória das experiências táteis que nos capacita a apreciar a textura do mundo".

O tato é o sentido que identifica as texturas e as qualidades dos materiais, pois permite "[...] perceber as diferenças por contraste e proximidade, a experiência acentuada pelo intervalo entre os objetos" (PLAZA, 2016, p.57). Assim, torna possível distinguir as qualidades da superfície, tais como: liso, áspero ou rugoso, molhado e seco, frio e quente, macio ou duro. Por outro lado, as mãos são atraídas a objetos que desconhecem e sentem uma ânsia por agarrá-los, segurá-los ou por brincar com eles. Quem nunca se deparou com o impulso de tocar em algum objeto, apenas para sentir entre os dedos sua forma ou a textura do material que o constitui? "[...] as mãos ampliam constantemente o terreno do compreendido e empurram constantemente o terreno do incompreensível rumo ao horizonte" (FLUSSER, 2014, p.85).

Flusser (1994, p.08, tradução nossa) categoriza o gesto como "[...] um movimento do corpo, ou de um instrumento unido a ele, para o qual não se dá nenhuma explicação satisfatória."



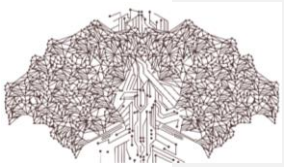
A intenção do gesto é um conceito ambíguo, pois inclui a subjetividade do indivíduo, uma vez que é o mais primitivo dos sentidos. Também não é possível determinar a sua real intenção, já que pode ocorrer conscientemente ou inconscientemente. Segundo Edward Hall (1973, p.106) dentre todos os sentidos humanos as sensações experimentadas pelo tato são as mais pessoais e essa característica reflete na sua subjetividade. Assim os gestos representam também "movimentos pelos quais se manifesta uma maneira de estar no mundo" (FLUSSER, 2014, p.111).

Cada um dos sentidos humanos amplia a percepção do real ou do 'mundo dos fenômenos', pois são formas diferentes de captar as informações do mundo externo, e permitem a comunicação entre os indivíduos e o ambiente. É possível observar que em algumas culturas atuais como a italiana o discurso é acompanhado de expressiva gesticulação o que enfatiza e ilustra o que está sendo dito (FRUTIGER, 2007, p.140). No entanto, essa comunicação não necessariamente é tão evidente em outras culturas e pode ocorrer de forma mais sutil através da percepção de leves expressões faciais. Segundo Plaza (2016, p.46), perceber já é categorizar os dados advindos do mundo real, extrair informações que o interessam em um determinado momento. Assim, a maneira como os seres humanos vivenciam o mundo é uma inter-relação entre os seus próprios sentidos. Gibson (apud HALL, 1973, p.103 e 104) afirma que os sentidos visual e tátil se completam e as torrentes de impressões sensoriais advindo de ambos são reforçados quando estão em sincronia.

Pode-se perceber que o gesto tem um potencial simbólico assim como os elementos tipográficos. É importante ressaltar que as mãos são equipamentos exploratórios do corpo que permitem o descobrimento e a comunicação. Devido ao gesto ser um movimento quase que instintivo, seu aprendizado ocorre de forma menos imposta que outros códigos comunicacionais como a escrita e permite ampliar a experiência humana no ambiente. Deve-se entender que os ambientes virtuais acessíveis pelos computadores atuais, podem propiciar um manejo mais sensível que a interação pelo teclado, a inserção do gesto nesses contextos é uma realidade que faz parte da vida dos seus usuários. Nesse contexto digital a tipografia já prosperou, não apenas como uma forma de apresentação de conteúdos, mas como um objeto interativo. A inserção do gesto se faz presente na relação da interação, pois por ser um sentido primitivo permite um contato mais intuitivo com o dispositivo.

O gesto na tipografia

Dentro do universo da escrita o gesto é um elemento mais visível na caligrafia do que na tipografia, uma vez que, o movimento e a pressão da mão no papel visivelmente se faz presente



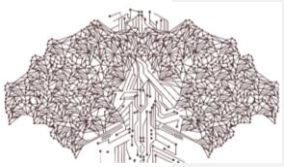
no traço do desenho da letra. "[...] As diferenças ocorrerão entre todos os traços à pena, até na mesma letra, pois é impossível controlar totalmente o grau de expansão em um traço feito à mão livre" (NOORDZIJ, 2013, p.29).

Na tipografia essa relação se encontra quase encoberta, pois não é tão evidente a presença do gesto dentro de cada elemento tipográfico. Entretanto, a tipografia sempre esteve conectada de alguma forma com a caligrafia. Segundo Claudio Rocha (2005, p.92), "Gutemberg se preocupava com o fato de seus caracteres tipográficos ficarem mecânicos demais, seu objetivo era imitar a escrita manual", Os caracteres desses primeiros clichês utilizados por Gutemberg para imprimir a famosa bíblia de quarenta e duas linhas, tentavam imitar os traços da escrita praticada nos mosteiros pelos monges copistas, posteriormente, ficariam conhecidos como escrita gótica.

Percebe-se a importância da caligrafia e do gesto ao longo da história da tipografia, pois na "[...] caligrafia, está a base para sistematizar o processo de desenhar letras e alfabetos tipográficos." (HENESTROSA; MESEGUER; SCAGLIONE, 2014, p.33). Verificando sua história, observa-se que durante muito tempo a tipografia conservou características ligadas à escrita gestual, destacando-se a Humanista e a Transicional. A primeira foi concebida durante o Renascimento e pretendia não só imitar a escrita clássica romana, mas também melhorá-la (SMEIJERS, 2015, p.43). O estilo tipográfico Transicional foi influenciado por um estilo caligráfico com linhas fluidas e ondulantes, presentes no traço da pena metálica mais flexível (LUPTON, 2013, p.13).

As tipografias concebidas nos estilos citados não tinham a necessidade de conservar as características do traço manual, pois essas particularidades que repercutem no traçado, acontecem em decorrência das características da ferramenta juntamente com o movimento da mão que impõem a forma da letra. Esse processo é totalmente diferente do tipográfico no qual os negativos das letras são esculpidos, depois são agrupados manualmente formando linhas que compõem textos, para então serem carimbados, marcando a forma da letra na superfície. Não havia a necessidade de imitar a forma das letras manuais, mas mesmo assim os tipógrafos da época o fizeram. Fred Smeijer (2015, p.145) relata que cada "[...] maneira de trabalho deixa suas marcas e formas características, que possuem vantagens e desvantagens. O próprio material vai convidar o cortador de punções a fazer algumas coisas e outras não".

Esses vestígios caligráficos foram se tornando cada vez mais sutis, mas ainda presentes, podendo ser encontrados nas espessuras dos traçados, nas ligaduras nos ombros e nas caldas de cada caractere tipográfico. Esses elementos guardam relações visuais e conceituais com o traçado da pena caligráfica. Outro estilo de escrita manual que tem destaque no cenário tipográfico são os letreiramentos também conhecidos como lettering nos quais "[...] as formas são mais maleáveis



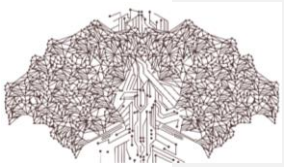
do que na escrita manual, pois permitem retoques no traçado que podem gradualmente melhorar (ou prejudicar) a qualidade das formas" (NOORDZIJ, 2013, p.11). As letras do letreiramento são desenhadas, o que não significa que sejam feitas apenas com papel e tinta, podendo ser encontradas em fachadas de lojas, letreiro de neons ou gravadas em lápides de cemitério.

Essas formas de escrita manual ganharam reconhecimento depois da popularização dos computadores pessoais que difundiram e facilitaram o processo de criação tipográfica. É importante ressaltar que apesar dessas escritas manuais não serem consideradas tipografias, ambos os modelos de escrita "[...] sempre serviram de referenciais para a concepção das formas tipográficas" (ESTEVES, 2010, p.23). Atualmente, em decorrência da facilidade que os meios digitais propiciam ao desenho das formas tipográficas, quase que livrando-as das limitações técnicas encontradas nos métodos anteriores, não são incomuns as fontes tipográficas que são criadas e têm como ponto de partida os letreiramentos e a caligrafia reforçando a importância dos procedimentos gestuais ainda hoje.

No entanto apesar da caligrafia e do letreiramento claramente utilizarem o mesmo signo (as letras) eles tem pouco em comum com a tipografia. Robert Bringhurst (2011, p.216), ao escrever seu abrangente ensaio sobre regras da tipografia, reforça esta ideia ao dizer que "[...] a escrita começa com a inscrição de marcas que significam algo, ou seja, traços deixados por gestos significativos." Este autor mostra como é evidente a relação entre o caractere caligráfico e o gesto. Essa associação é menos clara quando passamos a falar do caractere tipográfico, compreendido aqui como a letra mecanizada, que segundo Bringhurst (2011) é iniciada com um conjunto de marcas que já estão produzidas e que podem ser comparadas ao ato de tocar um piano. "Nele as notas já estão definidas, mas não sua ordem, duração e amplitude. As notas são fixas, mas podem ser arranjadas infinitamente, produzindo música significativa ou ruído sem sentido" (BRINGHURST, 2011, p.216).

Entretanto, é evidente que hoje, existam tipografias que simulam as escritas manuais e ainda seguem regras que garantem uniformidade ao conjunto de caracteres, em relação à forma, tamanho e espaçamento, o que assegura que sejam classificadas como tipografia. Assim, ao contrário da tipografia, que pode ser definida como um conjunto de caracteres pré-fabricados e projetados cuidadosamente para que seu desenho atenda certas especificações e mantenha sua coerência, na caligrafia, as letras são desenhadas no ato de marcar a superfície e sua qualidade e constância dependem da habilidade do calígrafo.

> Em tipografia, a composição da palavra, assim como a confecção das letras, é regulada pela fabricação à máquina. Isso é assim mesmo nos casos mais simples, a composição manual com tipos de metal. Os corpos do tipo e os



> espaços asseguram essa dimensão de fabricação à máquina; assim como a régua de composição, que funciona como uma maquina elementar. [...]. O tamanho e a posição dos elementos aparentes [...] podem ser especificados com exatidão (SMEIJER 2015, p.21).

O elemento tipográfico sempre foi associado e confinado a uma superfície estática e muitas vezes linear. A gesticulação relacionada à tipografia sempre esteve mais ligada à escolha dos tipos que vão integrar a composição do que ao movimento subjetivado do corpo no espaço. No ato de escrever o texto com uma determinada tipografia presente na máquina de escrever ou em um editor de texto no computador, o gesto se encontra no "martelar" as letras vigorosamente ao pressionar as teclas da máquina (FLUSSER, 2014, p.102). Esse gesto não é tão expressivo ou subjetivo quanto o gesto de desenhar com a caneta, pois o movimento é mecanizado.

Na distinção que Lupton (2013, p.9) faz entre os caracteres caligráficos e tipográficos, fica mais clara a privação do gesto no contexto tipográfico;

> A origem das palavras está no gesto do corpo. Os primeiros tipos foram modulados diretamente sobre as formas da caligrafia. No entanto, elas não são gestos corporais, mas imagens manufaturadas para a repetição infinita. A história da tipografia reflete uma tensão contínua entre a mão e a máquina, o orgânico e o geométrico, o corpo humano e o sistema abstrato.

A tipografia utilizada pelos designers, em grande parte dos casos, já está pronta para o uso. Seus caracteres pré-moldados já estão terminados para serem aplicados, e podem ser reproduzidos indefinidamente. O gesto não traz relação direta com a forma final das letras. No entanto, sua aplicabilidade no digital abre a possibilidade dessa letra requerer o gesto do usuário depois de finalizada. Assim é importante entender como o gesto se faz presente dentro do contexto efêmero das mídias eletrônicas.

O gesto e a interface

Não é difícil constatar que a tipografia sempre foi um elemento do design de característica mais visual do que tátil, suas características palpáveis estiveram associadas ao suporte em que ela se encontra, e não ao gesto que interfere na constituição de seu desenho. No entanto, no cenário digital, onde a efemeridade do tempo presente é característica constitutiva, a tipografia pode ter comportamentos menos rígidos e mais fluidos ao permitir que o usuário interaja, e assim a liberte de suas características estáticas.

Por outro lado, o mundo virtual dos *pixels* e *bits* não é acessível pelo homem fisicamente, pois este não pode alcançá-lo diretamente por meio dos sentidos, necessitando de uma interface

que intermedeie essa relação, entre o mundo físico e virtual, que conecte o ser humano ao mundo algébrico. A interface é o que possibilita o contato intuitivo e o acesso direto ao ciberespaço, sem a necessidade de conhecer qualquer linha de código computacional.

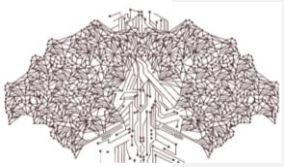
Para Gui Bonsiepe (2015, p.110 e 111) "[...] interface não é uma 'coisa', mas o espaço no qual se estrutura a interação entre corpos, ferramenta (objetos ou signos) e objeto da ação." É aquilo que conecta o corpo ao objeto, que torna possível este relacionamento em qualquer ambiente. Dessa forma o autor explica que uma interface permite o acoplamento de três campos: um corpo, um objeto e uma ferramenta ou informação (no caso de uma situação comunicativa), que estão descritos a seguir:

> Primeiro, temos um usuário ou agente social que quer realizar uma ação efetiva. Segundo, temos uma tarefa que o usuário quer cumprir, como cortar pão, passar batom, escutar música, tomar cerveja ou abrir canal de um dente. Terceiro, temos uma ferramenta ou artefato de que o usuário precisa para realizar efetivamente a ação – uma faca, um batom, um walkman, um copo, uma turbina de precisão de alta velocidade com 20 mil rpm." (BONSIEPE, 2015, p.110).

No contexto digital "[...] A interface transforma sinais em informação interpretável (BONSIEPE, 2015, p.111)". Esses sinais podem ter origem tanto no mundo físico, mediante os *inputs* que se originam no usuário ou no ambiente, como no mundo virtual que utiliza o código matemático para manipular sequências de 0 e 1. No primeiro, se faz necessário uma ferramenta que faça a mediação dessas ações para dados computáveis interpretáveis pela máquina e, no segundo, torna-se necessários mediadores que executem *outputs* que possibilitem sua interpretação, uma vez que os algoritmos não são facilmente inteligíveis pela maioria dos seres humanos.

As interfaces digitais são dispositivos físicos que permitem que os seres humanos insiram dados ou comandos na máquina. Também possibilitam que códigos compostos de sequências matemáticas sejam compilados e traduzidos pela máquina em informações (tais como: imagens dinâmicas, sons e movimento) acessíveis aos sentidos biológicos. As interfaces permitem a comunicação, viabilizam que se desbrave esse espaço virtual o qual novos mundos são criados. Sobre isso Diana Domingues discorre (2002, p.31):

> Com a presença do computador, de interface de acesso e da síntese numérica, as tecnologias oferecem percepções de mundos em que as relações se desenvolvem em boa parte no espaço imaterial de *databases* por dados estocados em computadores pessoais isolados, ou conectados em rede.



Durante a história da computação houve uma evolução das interfaces de acesso ao mundo digital. Essa evolução técnica, a qual permitiu melhorar a qualidade de processamento e captação de dados, melhorou o escaneamento e o reconhecimento do usuário ou de seus gestos. O design dessas interfaces se tornou mais intuitivo, por meio de metáforas tanto visuais quanto de movimento, acompanhando as evoluções técnicas. Oliveira (2010, p.08 e 09) e Barbosa e Silva (2010, p.248) classificam essa evolução em três estágios de interação: por linguagem de comando, por interface gráfica (GUI) e por Interface natural (NUI). É importante ressaltar que ao se passar de um estágio para o próximo não se exclui o anterior, mas ele pode ser incorporado.

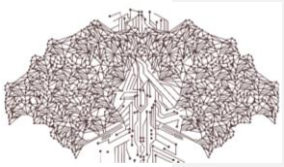
Segundo Barbosa e Silva (2010, p.243), na interação através da linguagem de comando, o usuário deve ter memorizado o vocabulário utilizado para instruir a máquina, deve-se digitar os comandos necessários para realizar as ações na aplicação. Esse tipo de interação permite maior precisão na realização das ações executadas, pois não abrem espaço para ambiguidades ou conflitos de interpretações. Por ser uma linguagem menos intuitiva, é necessário que os indivíduos despendam um razoável esforço para aprendê-la.

Esse tipo de interface por linguagem de comando foi amplamente utilizada no início da popularização do computador pessoal. Para navegar entre suas telas era necessário o conhecimento de alguns comandos computacionais que davam acesso aos programas (JOHNSON, 2001, p.103-104).

Com relação à tipografia nesse período, percebe-se que ela era geralmente uma fonte *bitmap* era utilizada no *prompt* de comando (cmd). Priscila Farias (2013, p.106 e 107) afirma que nos anos 1990, a "[...] baixa legibilidade nas telas de computadores ainda persistiam. [...] os problemas que dizem respeito ao design de uma fonte podem ser resolvidos a partir da edição dos bitmaps de uma fonte". Nessa época as telas dos computadores tinham uma resolução ínfima comparadas com as que temos hoje e as fontes tinham propósito semelhante às utilizadas no impresso – o de servir de suporte para o texto, nesse caso para os comandos dados à máquina.

As interfaces gráficas também chamadas de GUI (Graphical User Interface) são interfaces muito comuns em computadores pessoais. Esse sistema permitiu que a navegação se tornasse mais visual e foi um dos principais fatores que possibilitou a democratização da utilização dos computadores pessoais, pois os tornaram mais acessíveis a quem não dominasse os códigos da linguagem computacional. Segundo Oliveira (2013, p.08 e 09) as interfaces gráficas contemplam interações por menus, por formulários, por manipulação direta e por WIMP (Window, Icons, Menus, and Pointers) (BARBOSA; SILVA, 2010).

A interação por menus oferece um conjunto de opções dentre as quais os usuários devem selecionar por meio de barras de menus e a principal função desse tipo de navegação é a



organização dos conteúdos ordenadamente de forma hierárquica linear ou por rede (BARBOSA; SILVA, 2010, p.245 e 246).

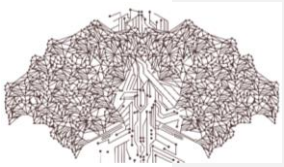
A interação por formulário é um tipo de *input* que permite ao sistema solicitar os dados por meio de campos que devem ser preenchidos, permite fáceis correções e alterações desses dados (Dix et al, 2005, p.140).

A interação por manipulação direta, segundo Barbosa e Silva (2010, p.247), foi proposta como uma forma de aproximar a interação da manipulação dos objetos no 'mundo real'. Nesse tipo de interação se utiliza metáforas ou representações visuais de objetos nas interfaces, as quais podem ser manipuladas por meio do mapeamento do *mouse*, com um clique, um duplo clique e um clique e arrasto. É importante ressaltar que nessa categoria, as ações têm que ser rápidas, incrementais e reversíveis, possibilitando uma resposta em tempo real às movimentações dos usuários. Os autores apontam que os benefícios desse estilo são "[...] redução das taxas de erro; aprendizado mais rápido; aumento na retenção (memorização) das operações e engajamento para explorar o sistema".

É importante ressaltar que interfaces gráficas como o monitor e o projetor, não foram as únicas que permitiram a manipulação direta de elementos gráficos presentes no mundo virtual – o "mouse", ferramenta que permitiu ao ser humano sentir-se mais aclimatado ao ambiente, sem ter que 'brigar' com o software (JOHNSON, 2001, p.104). No entanto, ao analisar essa ferramenta cuidadosamente, percebe-se que aquilo que ela insere com mais intensidade nesse ambiente a diferenciando do teclado é o gesto e o movimento do usuário. Dessa maneira observa-se que as interfaces de manipulação direta são um importante elemento nas discussões do gesto como uma forma de melhor comunicação com o usuário.

A última contemplada pelo GUI é a interação WIMP – tipo de interação através de janelas. Esse estilo é como os sistemas operacionais atuais estão estruturados para o público em geral e consiste em uma mistura que contempla todos os estilos como uma forma de aproveitar seus benefícios e contornar as limitações presentes em cada um individualmente (BARBOSA; SILVA, 2010, p.245 e 246).

Como a tipografia é essencialmente visual, foi nesse ambiente que ela se desenvolveu e se consolidou também no universo digital onde está disposta nos mais variados tipos de telas, tais como computador, *tablet* e dispositivos móveis. As interfaces gráficas tiveram papel importante, pois as telas atualmente possuem maior qualidade técnica, os textos nela apresentados podem ser contornados e suavizados aproximando-se da perfeição. Quanto á criação de fontes é importante mencionar que as interfaces gráficas aproximaram o design e o projetista de fontes à ferramenta (ESTEVES, 2010, p.40 e 44).



Décadas se passaram desde a inserção do "mouse" e durante esse tempo surgiram as mais diversas interfaces que propiciaram a aproximação entre o mundo virtual e o mundo físico, tais como telas *touch screen*, sensores de movimento e de som, os mais variados controles de videogames que permitem maior fidelidade na simulação do objeto físico. Nesse contexto, o terceiro estilo de interação contempla as interfaces naturais também chamadas de NUI (Natural User Interface), nas quais é mais evidente a presença do gesto, pois essas interfaces permitem que o usuário expresse uma linguagem em seu próprio idioma que pode ser verbal ou não verbal. As interfaces naturais permitem a introdução espontânea do usuário dentro do sistema.

As interfaces naturais tem uma alta curva de aprendizado, pois utilizam habilidades naturais do ser humano, tais como expressões faciais, movimentos corporais e metáforas do mundo real. Segundo Daniel Wigdor e Dennis Wixon (2011, p.10-14) as interfaces naturais permitem entender os comportamentos do usuário e como ele se sente quando interage com o sistema, é uma interface que faz seu usuário agir de forma natural. Apesar de ser mais facilmente operada, pois seus *inputs* ocorrem por meio de comandos que utilizam habilidades humanas praticadas socialmente, esse tipo de interface ainda necessita ser aprendida pelo usuário.

> Uma interface *NUI* exige apenas que o usuário seja capaz de interagir com o ambiente por meio de interações previamente já conhecidas pelos mesmos, como, por exemplo, gestos e voz. Esse tipo de interface também exige aprendizagem, porém é facilitada, pois não exige que o usuário seja apresentado a um novo dispositivo. (Gnecco at al, 2012)

Segundo Liu (apud OLIVEIRA, 2013, p.09) interfaces naturais apresentam características como o design centrado no usuário – as interfaces adaptam-se para atender as necessidades de diferentes usuários; ser multi-canal, pois podem utilizar uma grande variedade de canais sensoriais e motores que capturam as características da interação com o usuário, aumentando a naturalidade da interação humano-computador; ser inexata, pois, apesar de mais intuitiva ao homem, esse tipo de interação não é tão precisa para a máquina; banda larga para a entrada de dados, já que recolhem uma grande quantidade de informações que devem ser compreendidas. As principais interações desse tipo de interface são baseadas em voz, imagem e comportamento.

A seguir serão apresentados os três projetos, são eles: Hilos, This is not a poem e Re:MARK. O estudo desses projetos tem o intuito de transparecer a relação entre as interfaces intuitivas e o gesto no contexto digital, procura-se também entender como a tipografia tem sido exposta a esses elementos dentro do cenário eletrônico.

Hilos

O projeto Hilos (Figura 1) de 2006 criados por Ricard Marxer Piñón foi programado em Processing, que é uma linguagem ideal para a programação de projetos que utilizam imagens. Com ele, autor pretende trazer novas discussões sobre a caligrafia no espaço digital (Piñón, 2017). Hilos permite a inserção de uma palavra à escolha do usuário por meio do teclado. Pode-se digitar a palavra desejada e apertar a tecla *enter* para que seja escrita na aplicação. A palavra é formada por várias linhas finas que estão em constante movimento e determinam o contorno; as cores são diversas e são fixas nas letras sobre fundo preto. Pode-se interagir com o *mouse* ou com o dedo no caso de uma tela *touch screem*. À medida que se desliza o cursor sobre a superfície, há distorção nas letras em diferentes graus.

Figura1 – Projeto Hilos



Fonte: PIÑÓN, Ricard Marxer. Hilos[1]. 2017.

Na ocasião em que o cursor estiver centralizado na tela, a palavra recebe menos distorção. Quando se caminha para o canto superior à esquerda, os caracteres são simplificados e o contorno de todas as letras se interliga formando uma única linha arredondada e ininterrupta. Passando o cursor no canto superior direito, esse contorno simplificado ganha reentrâncias baseadas nas formas das letras. Porém, mesmo assim sua aparência é distorcida e algumas linhas espirram para fora do contorno. Quando se aproxima do canto inferior esquerdo, os caracteres ficam com um acabamento mais definido com distorções das linhas finas que espirram para fora do contorno.

[1] Disponível em:< http://www.caligraft.com/exhibition/hilos>. Acesso em: 12 de jan. de 2018.

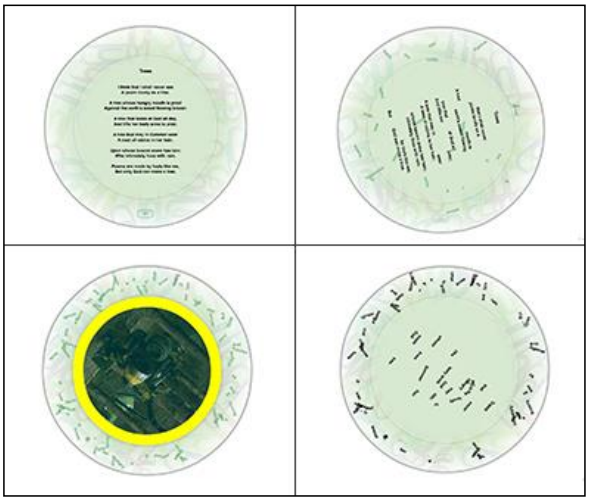
Trazendo o cursor para o canto inferior direito da tela, os caracteres são deformados tornando quase irreconhecível, cada uma das linhas finas desenvolve um comportamento errático para fora do contorno do caractere. Ocorrem variações conforme o cursor é movido pela tela, tanto em intensidade, quanto relativo à mescla dessas distorções.

As gesticulações do usuário interferem diretamente no formato das letras, distorcendo-as conforme se movimenta na interface. Assim, a tipografia ganha um caráter dinâmico reativo as interferências.

This is not a poem

O projeto This is not a poem (Figura 2) de 2011, criado por Alan Bigelow, é uma apropriação do poema Trees de Joyce Kilmer. Trata-se de uma peça programada em *action script* e reproduzida como o *flash player*, previamente instalado e embedado em uma página HTML.

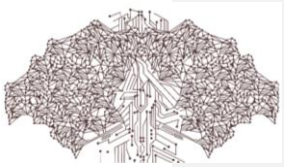
Figura 2- Projeto This is not a poem



Fonte: BIGELOW, Alan. This is not a poem[2].

Inicialmente exibe o título da obra por meio de letras, animadas com um movimento de queda, que é acompanhado do som de uma árvore caindo. Ao ingressar no poema, percebe-se que esse é constituído graficamente de dois círculos verdes concêntricos centralizados no centro da

[2] Disponível em: < http://webyarns.com/ThisIsNotAPoem.html>. Acesso em 20 de jan. de 2018.



tela, no mais interno está o poema "trees" alinhado centralmente. O círculo mais externo é maior e apresenta uma marca d'agua com imagem de *clips* de papel por toda a volta. Há também um pequeno *player* que ao ser clicado se transforma em um botão de *pause*, começando a interação.

Assim que o *player* é pressionado ambos os círculos começam a girar em sentido horário e o texto de cor preta acompanha o movimento. A tipografia presente no texto é uma sans serif moderna, e permite que a leitura seja possível enquanto o texto gira. Percebe-se que é disparado um som mecânico que passa a sensação de tensão, juntamente com uma voz que recita o poema.

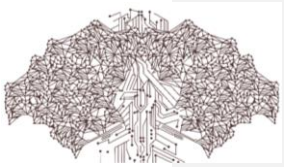
Quando o usuário interage com o poema passando o *mouse* sobre as palavras, essas são lançadas para as laterais, se alojando no circulo maior e adquirindo um tom esverdeado. Conforme as palavras são arremessadas, são recitadas, mudando a estrutura do poema. Se o usuário parar de interagir com o aplicativo, a máquina recitará de forma cíclica e infinita as palavras que sobraram. Por outro lado, quando acabam as palavras do poema, imediatamente começa a ser exibido no circulo interno, um vídeo em *looping* de uma cortadeira de árvores em pleno funcionamento. Depois da primeira repetição do vídeo, as palavras do poema que estavam em cor verde, em toda a volta do circulo externo ficam novamente pretas. Quando isso ocorre pode-se interagir com elas novamente. Ao passar o *mouse* sobre as palavras cada uma delas retorna ao seu lugar de origem, recriando novamente a estrutura do poema. O poema pode ser montado e desmontado infinitamente.

A tipografia presente nesse projeto é dinâmica, pois gira acompanhando o movimento dos círculos, apesar de estarem em movimento os caracteres continuam legíveis. No entanto, quando as palavras são arremessadas para o circulo mais externo ficam embaralhadas, esse fato, juntamente com a movimentação faz com que a legibilidade das palavras fique comprometida.

RE: Mark

Esse projeto trata-se de uma instalação de arte eletrônica interativa realizada em 2002, por Golan Levin e Zachary Lieberman com suporte da Ars Electronica Futurelab. Foi criado por meio de customizações de softwares para sistema operacional Windows baseados em linguagem C++ (REAS e FRY, 2007, p.511)

O projeto consiste em duas telas compartilhadas que recebem a projeção do computador, e um par de microfones que permitem *inputs* de som de até dois usuários. Quando um usuário vocaliza em um dos microfones o sistema pode ou não reconhecer, pois ele apenas reconhece o som de alguns fonemas. Caso o som seja identificado é emitida uma onomatopeia de cor preta, tal como: oh, ee e ah, que aparece na tela a frente do usuário. Se o reconhecimento não for possível



é emitida uma forma abstrata simples, composta apenas de uma única linha de contorno que varia conforme a vocalização.

Durante a interação a sombra do usuário que fala ao microfone é projetada na tela, as formas e os caracteres gerados emergem no ponto em que o sistema localiza como sendo a sombra da cabeça do individuo que interage. Isso garante a sensação de que as formas gráficas estejam flutuando ao redor do usuário.

O tamanho inicial desses símbolos gráficos depende da duração da vocalização, assim, quanto mais longo o som produzido, maior a forma ou o caractere que se origina dele, em seguida essa estrutura é reduzida para tamanho padrão. Outra característica das formas geradas é que elas giram em volta do seu próprio eixo, percebe-se que a velocidade desta rotação é uma grandeza inversamente proporcional ao tamanho, quanto maior a forma gerada, mais morosa ela rodopia.

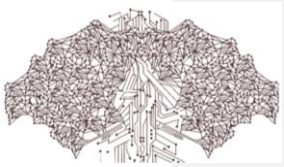
Outra maneira de interagir com o projeto é por meio sombra do usuário que é projetada, e a qual o sistema interpreta como uma barreira física para os elementos gráficos gerados vocalmente. Ao mexer os braços ou prolongar da sombra o usuário acaba criando perturbações nos elementos, os movendo ou criando barreiras intransponíveis para as formas gráficas. A tipografia é dinâmica e pode ser manipulada pelo movimento do usuário, pois a sombra passa a ser uma extensão virtual do corpo, podendo manipular os elementos tipográficos.

Por empregar o corpo no manejo do objeto, a interação com o homem fica mais acolhedora, no sentido que a interface permite que o movimento natural do ser humano seja aplicado na interação, não necessitando ser apreendido. Assim, percebe-se que as tecnologias eletrônicas interativas podem ser flexíveis, propiciando interações mais intima com o usuário conforme seus sensores são projetados.

Corpo e sensibilidade

Todos os três projetos apresentados utilizam letras que fazem parte de uma família tipográfica, e podem ser acessadas por meio de uma interface, os caracteres ali expressos não são estáticos e não estão passivos ao usuário, eles podem ser perturbados, remexidos e distorcidos. Nesses projetos é possível verificar que a manipulação dos caracteres distorce sua leitura, e abre novas possibilidades de trabalhar com o objeto tipográfico ativamente, permitindo que novas associações possam ser realizadas naturalmente.

Flusser (FLUSSER, 2014, p.93 a 97) argumenta que, apesar das ferramentas ampliarem o alcance e a potência do movimento das mãos, pois permitem mais eficiência na realização do trabalho objetivado, as tornam menos sensíveis que as mãos nuas. Essa relação acontece de modo similar no mundo digital. As interfaces, tanto de input como de output, agem como uma extensão



do homem e possibilitam o acesso e a manipulação do mundo virtual que é inóspito aos sentidos. No entanto, quando o homem utiliza essa ferramenta por se tratar de uma experiência simulada, não experimenta a mesma sensibilidade que é vivenciada no mundo físico. Assim, o gesto e o tato são transmitidos para o mundo virtual por meio de interfaces que simulam o movimento da mão no espaço e a sensação do objeto. No entanto essa sensação não é totalmente igual ao mundo físico.

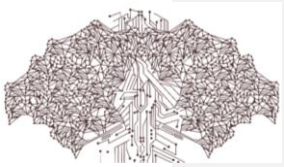
> E como a mão é o modelo do pensamento, a mão munida de instrumento instrumentaliza, mecaniza e cibernetiza o pensamento. Todos os nossos gestos passam a ser simulações de movimentos instrumentais, e o nosso estar no mundo passa a ser funcionamento (FLUSSER, 2014, p.94).

No cenário digital, devido ao fato das "[...] mãos munidas de um instrumento, embora enormemente mais eficientes para as transformações do mundo objetivo, são enormemente menos eficientes ontologicamente." (FLUSSER, 2014, p.95). Isso significa que com as ferramentas o homem é mais eficaz quando executa um trabalho ou uma ação com um resultado final determinado, no entanto, é por meio das mãos nuas que sua capacidade de perceber subjetivamente o mundo a sua volta é ampliada. Assim, quando se utiliza uma interface de acesso ao mundo virtual como uma tela touch, permite tanto à inserção do gesto e do toque do usuário, mesmo que esse movimento não seja tão efetivo quanto à manipulação de um objeto real, como também utiliza *outputs* gráficos responsáveis por conter as características relativas à forma e a textura do objeto virtual, sendo ele tipográfico ou não.

Os sentidos do tato e da visual são responsáveis pela simulação da experiência gráfica e sensível do objeto virtual, ao contrário do 'mundo dos fenômenos' em que é possível identificar a forma e a textura dos objetos separando-os e identificando-os individualmente, pois como explica Plaza (2016, p.57) para "[...] o tato cada momento é único e sua forma mais significativa é o intervalo, enquanto que para o sentido visual é a conexão." Mesmo permitindo a simulação gestual nessas interfaces, o objeto tipográfico ainda está confinado a um suporte liso, no qual todos os elementos visualizados tem a mesma textura e não podem ser separados apenas com o uso do tato. Dessa maneira, não propicia as mesmas sensações do mundo físico.

Conclusões

Percebeu-se que de todos os projetos permitem a manipulação da tipografia em algum nível de naturalidade, no entanto, a tipografia digital está impregnada na superfície, não pode ser fisicamente manuseada, pelo menos não diretamente com as mãos, apenas por meio do sentido



da visão é que se consegue perceber as características do objeto, assim é possível alcançá-la e interagir gestualmente com ela, mas não diretamente a ponto de sentir sua textura por meio do tato, mas gestualmente por intermédio de equipamentos que permitam essa mediação entre o computador, e entre os dois sentidos que se complementam.

Mas deve-se ter em mente, que o próprio gesto físico é gerado por uma série de virtualidades cognitivas, assim o gesto analógico não é totalmente analógico (Marques, 2016, p.71), isso garante que cada indivíduo possa desenvolver suas próprias subjetividades relacionadas ao gesto. A subjetividade dos gestos está no fato de serem "movimentos pelos quais se manifesta uma maneira de estar no mundo" (FLUSSER, 2014, p.111). Essa manifestação pode influenciar a tipografia, já que o design tem o controle de como o tipo irá reagir quando o usuário o manusear.

Os projetos Hilos e This is not a poem são manipulados por movimentos menos naturais, pois a interface de manipulação em ambos é principalmente o *mouse*, que permite realizar movimentos delicados, mas esses gestos não são tão intuitivos quanto o movimento dos dedos. Quanto a tipografia no Hilos, a subjetividade do gesto influência com mais propriedade na forma e na percepção da objeto tipográfico, pois pode-se distorcer os caracteres de acordo com a movimentação do cursor, essa influência do gesto é uma característica que pode ser comparada com a caligrafia. Em This is not a Poem essas movimentações não inspira tanto a tipografia, a interação ocorre mais diretamente com as palavras, pois as letras permanecem juntas enquanto o usuário as manipula.

Já no RE:Mark, o manejo é mais intuitivo, pois o usuário utiliza a própria sombra como extensão de si, e os gestos que ele realiza no ar podem mover os caracteres flutuando na tela. No entanto, o objeto tipográfico age apenas como um signo de suporte as onomatopeias, se comportando simplesmente como uma forma gráfica dentro do projeto.

Assim "como a música a tipografia pode ser usada para manipular, ao contrário de nutrir emoções e comportamentos" (BRINGHURST, 2011, p.26). sendo expressa fora das linhas do texto, desse modo na "Tipografia Expressiva o designer deve pensar na tipografia como o objeto em foco, que deve ser modificado e moldado para servir o propósito e a significância da mensagem implícita no conteúdo do texto." (VERÍSSIMO, 2013, p.54). Dessa forma, a tipografia em um meio cibernético pode ter o gesto implícito, o que pode acarretar em mudanças em sua estrutura interna assim como externa.

As interfaces naturais abrem a possibilidade, tanto de replicar as sensações do traço caligráfico, por meio de interfaces que propiciam a simulação dos materiais utilizados nas escritas

manuais, como permitem a experimentação subjetiva relacionada com o movimento e o gesto do usuário que interfere na forma do objeto tipografico.

Referências

BARBOSA, Simone Diniz Junqueira; SILVA, Bruno Santana da. Interação Humano Computador. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BIGELOW, Alan. 2011. Disponível em: < http://webyarns.com/ThisIsNotAPoem.html>. Acesso em 20 de jan. de 2018.

BONSIEPE, Gui. Do material ao Digital. São Paulo: Blucher, 2015.

BRINGHURST, Robert. Elementos do estilo tipográfico. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

DIX, Alan; FINLAY, Janet; ABOWD, Gregory D.; BEALE, Russell. Human–Computer Interaction. Haddington: Pearson Education Limited, 2004.

DOMINGUES, Diana. Criação e interatividade na ciberarte. São Paulo: Experimento, 2002.

ESTEVES, Ricardo. O design brasileiro de tipos digitais: a configuração de um campo profissional. São Paulo: Blucher, 2010.

FARIAS, Priscila Lena. Tipografia digital. O impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro: 2AB, 2013.

FLUSSER, Vilém. Escrita, há um futuro para a escrita?. São Paulo: Anna Brume, 2011.

FLUSSER, Vilém. Gestos. São Paulo: Anna Brume, 2014.

FLUSSER, Vilém. Gestos: fenomenología y comunicacíon. Barcelona: Herder, 1994.

FRUTIGER, Adrian. Reflexiones sobre signos y caracteres. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.

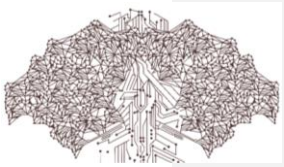
GNECCO, Bruno Barberi; DIAS, Diego Roberto Colombo; BRASIL, Gustavo Jordan Castro; GUIMARÃES, Marcelo de Paiva. Desenvolvimento de Interfaces Naturais de Interação usando o Hardware Kinect. Tendências e Técnicas em Realidade Virtual e Aumentada, v. 2, p. 37-62, 2012.

HALL, Edward Twitchell. La dimension oculta: Enfoque antropológico del uso del espacio. Madrid: Instituto de Estudios de Administracion Local,1973

HENESTROSA, Cristobal; MESEGUER, Laura; SCAGLIONE, José. Como criar tipos: do esboço à tela. Brasília: Estereográfica, 2014.

JOHNSON, Steven. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LEVIN, Golan; LIEBERMA, Zachary. Re:MARK. 2002. Disponível em: <http://www.flong.com/projects/remark/> . Acesso em 10 de jan. de 2018



LUPTON, Ellen. Tipos na tela: um guia para designers, editores, tipógrafos, blogueiros e estudantes. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: Guia para designers, escritores, editores, e estudantes. São Paulo: Cosac Nayfy , 2013.

MARQUES, Diogo. "Criar as imagens com a pele": o gesto como processo de leitura háptica na experienciação de obras literárias digitais. Revista Convergência Lusíada, Coimbra, n. 35, p. 69-82, jun. 2016.

NOORDZIJ, Gerrit. O Traço: teoria da escrita. São Paulo: Blucher, 2013.

OLIVEIRA, Fábio Henrique Monteiro. Uso de Interfaces Naturais na modelagem de objetos virtuais. 2013. Dissertação (Mestrado em Engenharia Elétrica) - Universidade Federal de Uberlândia.

PLAZA, Julio. Tradução intersemiótica. São Paulo: Perspectiva, 2016.

PIÑÓN, Ricard Marxer. Caligraft. 2017. Disponível em:< http://www.caligraft.com/>. Acesso em: 12 de jan. de2018.

REAS, Casey; FRY, Ben. Processing: A Programming Handbook for Visual Designers and Artists. Estados Unidos da America: MIT PRESS, 2007.

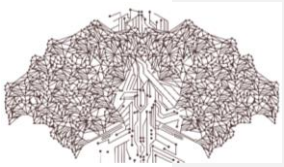
ROCHA, Claudio. Projeto tipográfico: análise e produção de fontes digitais. São Paulo: Rosari, 2005.

SMEIJERS, Fred. Contrapunção: fabricando tipos no século dezesseis projetando tipos hoje. Brasília: Estereográfica, 2015.

VERÍSSIMO, Tiago Manuel Andrade. Tipografia Expressiva. 2013. Dissertação (Mestrado em Design e Multimédia) - Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra.

WIGDOR, Daniel; WIXON, Dennis. Brave NUI World: design natural use interfaces for touch and gesture. Burlington: Elsevier, 2010.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



TV DIGITAL ABERTA: UMA PROPOSTA DE UNIVERSALIZAÇÃO DO ACESSO À INFORMAÇÃO[1]

Stanley Cunha Teixeira[2]

A evolução dos aparelhos de TV e a migração do sinal de *broadcasting* analógico para o digital estão modificando todo o ecossistema da tela e abrindo um grande leque de possibilidades para se interagir com os conteúdos audiovisuais. Além da evidente melhora na qualidade, uma das grandes apostas é que o SBTVD-T e o Ginga possam ser utilizados como ferramentas de inclusão digita, considerada hoje o maior fator de exclusão social em todo o planeta. Mas, apesar de possuirmos a tecnologia mais avançada do mundo, os projetos neste sentido praticamente não saíram do papel, ficando restritos ao contexto acadêmico e algumas experiências isoladas. Com o intuito de influenciar na mudança deste cenário, pesquisadores da UFJF formalizaram uma parceria com a TV Câmara de Juiz de Fora para criar interatividade nos programas e estimular outras emissoras públicas a seguirem em direção semelhante, sem esperar que políticas governamentais e verbas federais sejam investidas para só depois trazermos os excluídos para dentro do universo digital.

Palavras-chave: TV digital; inclusão digital; SBTVD-T; Ginga; Timelink.

Introdução

Desde que as Smart TVs começaram a se popularizar no mundo, a partir do fim dos anos 2000, vem ocorrendo uma inevitável mudança no ecossistema da tela desses aparelhos. Um território antes ocupado apenas por empresas de *broadcasting*, aos poucos vem sendo invadido por aplicativos que antes estavam restritos ao universo dos computadores, *tablets* e *smartphones*. Em 2015 chegaram ao Brasil os primeiros modelos de TV com Android embarcado. De acordo com executivos da Google, a empresa apenas está dando aos televisores a mesma atenção que os telefones já receberam. A ideia é que o aparelho de TV seja conectado à conta Google do telespectador, permitindo usufruir, na maior tela disponível em casa, dos mesmos conteúdos que ele já está acostumado a consumir no celular.

Mas esta onda começou a se formar bem mais cedo, na última década do século passado, com os *set-top boxes* e a migração do sinal de TV analógico para o digital, que no Brasil começou

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 01 – Literacias de Mídia e Informação, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Pesquisador independente no Laboratório de Mídia Digital da Faculdade de Comunicação (LMD/Facom) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). é professor da Instituição de Ensino Superior. É Doutor em Comunicação (IES) e participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação (IES). E-mail: exemplo@exemplo.com.br

a ser discutida a partir de 2003. A possibilidade de escolher o que ver na tela da TV e interagir diretamente com os conteúdos é uma das principais características do sinal digital. Porém, se pensarmos no conceito mais amplo de interação, obviamente podemos afirmar que a interatividade entre o telespectador e a programação televisiva sempre existiu, seja por meio de cartas, ligações telefônicas e, mais recentemente, as mensagens por SMS. Arlindo Machado (1997) chama a atenção para este fenômeno, que vem assumindo diferentes roupagens desde a primeira metade do século passado. Segundo ele, Bertold Brecht já falava em interatividade em 1932, referindo-se à participação direta dos cidadãos no sistema radiofônico alemão, o que acabou se tornando realidade, 40 anos depois, com as rádios e TVs livres na Europa. Machado (1997) cita também Enzensberger, que defendia a troca de papéis entre emissores e receptores no fim dos anos 1970. Um terceiro pensador destacado por Machado (1997) é Raymond Williams, que em 1979 já apontava a verdadeira interatividade como sendo aquela capaz de produzir um *feedback* autônomo, criativo e não previsto por parte da audiência. Ele acusava as tecnologias da época de serem meramente "reativas" por oferecerem ao usuário apenas algumas escolhas com base em um leque restrito de opções predefinidas. Neste sentido, a interatividade não seria um fenômeno trazido pela informatização dos meios de comunicação, mas potencializado por ela.

> A diferença trazida pela informática é que ela dá um aporte técnico ao problema. As memórias de acesso aleatório dos computadores, bem como os dispositivos de armazenamento não lineares (...) possibilitam uma recuperação interativa dos dados armazenados, ou seja, eles permitem que o processo de leitura seja cumprido como um percurso, definido pelo leitor-operador, ao longo de um universo textual onde todos os elementos são dados de forma simultânea. (MACHADO, 1997, p.145)

Diante disso, quando falamos aqui em interatividade, estamos nos referindo à possibilidade de ampliar a oferta de informações na tela, utilizando uma linguagem mais próxima da internet, envolvendo links, menus, pop-ups etc., de maneira não apenas reativa, mas principalmente participativa. O fato inquestionável neste momento é que o aparelho de TV – assim como o computador, o *smartphone* e o *tablet* – está convergindo para a realidade única das "mídias interativas", não sendo mais um equipamento isolado em um nicho específico. Ao que parece, a TV está a caminho de se tornar um "tablet gigante" pendurado na parede.

A concorrência entre os habitantes deste novo ecossistema

Tudo indica que, em breve, as disputas pela audiência não se darão somente entre as emissoras. Os grupos de mídia precisarão pensar que tipo de conteúdo atrairia o espectador para

assistir a um determinado programa televisivo ao invés de passar aquele momento acessando um jogo, lendo notícias online ou conversando pelas redes sociais. Mas, ao contrário do que muitos já estão "profetizando", isto não significa necessariamente a morte da TV. Como bem observam Montez e Becker (2005), esta nova realidade implica em uma maneira diferente de assistir e principalmente de produzir conteúdos para a TV.

> Essa quebra de paradigmas não representa o fim da televisão, pois a atual forma de assistir TV pode continuar. Representa, isso sim, o surgimento de uma nova mídia, com características próprias, peculiares a sua natureza tecnológica. TV interativa não é uma simples junção ou convergência da internet com a TV, nem a evolução de nenhuma das duas. É uma nova mídia que engloba ferramentas de várias outras, entre elas a TV como conhecemos hoje e a navegabilidade da internet. (MONTEZ; BECKER, 2005, p.39)

Como podemos perceber, de todos os recursos trazidos pelo *broadcasting* digital, a grande inovação é a possibilidade de interação direta com as informações na tela. Entretanto, o temor dos grandes grupos de comunicação brasileiros em ampliar as possibilidades de concorrência e desvio da atenção do telespectador tem feito com que os avanços na área sejam ainda bastante tímidos. Segundo Castro (2018), as emissoras têm feito forte lobby junto aos membros do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD) e do Grupo de Implantação do Processo de Redistribuição e Digitalização de Canais de TV e Retransmissoras (Gired) para boicotar o recurso da interatividade. Desde o início das discussões, em 2003, tem havido um intenso esforço para que a interatividade seja retirada dos receptores que estão sendo distribuídos para as famílias de baixa renda ligadas ao programa Bolsa Família. Em razão disso, quase nenhuma divulgação tem sido feita sobre os recursos interativos e muito pouco vem sendo produzido neste sentido fora do âmbito acadêmico.

Um dos principais problemas que isso acarreta está ligado ao descumprimento do Decreto nº 4.901/2003, que instituiu o Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD-T). Entre as principais prerrogativas do novo sinal estão: promover a inclusão social, por meio do acesso à tecnologia digital, estimular a pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias e brasileiras e da indústria nacional ligadas ao setor e contribuir para a convergência tecnológica e empresarial dos serviços de comunicação no país (BRASIL, 2003).

A inclusão digital pelo SVTVD-T

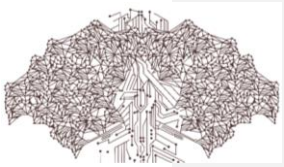
Desde o início, o governo federal demonstrou interesse em utilizar a nova tecnologia como ferramenta de combate à exclusão digital, considerada hoje o maior fator de exclusão social

em todo o mundo de acordo com a ONU. O tema da exclusão digital foi debatido no Brasil durante o segundo encontro do Fórum de Governança da Internet em 2007. O decreto federal prevê também a criação de uma rede universal de educação a distância pela TV (*t-learning*), além do estímulo à pesquisa para desenvolver toda a cadeia brasileira de tecnologias de informação e comunicação. A ideia é utilizar o atual parque tecnológico de *broadcasting* instalado no Brasil, que alcança 98% do território nacional, para promover um "governo televisivo" (t-governo). Após a transição para o sinal digital, esta nova plataforma de transmissão permitirá levar aos mesmos 98% dos lares brasileiros serviços gratuitos de utilidade pública, dados de gestão, consultas em bancos de dados de projetos governamentais como o Bolsa Família, dados financeiros e tributários, oportunidades de emprego e uma infinidade de outros recursos atualmente só acessíveis por parte daqueles que possuem acesso à internet.

O SBTVD-T foi pensado para extrair o melhor de cada padrão digital já implantado no mundo até então e garantir a mais alta qualidade de áudio e vídeo, interatividade, mobilidade e interoperabilidade. Além de assistir em alta definição tanto em casa como nas mídias móveis, o sistema brasileiro ainda permite transmitir programas elaborados em outros padrões no exterior. Mas o grande diferencial em relação aos outros padrões, é a existência de uma camada intermediária de software, o *meddleware* Ginga, elaborado inteiramente em código livre e concebido como peça fundamental no projeto de utilizar o *broadcasting* para fomentar a inclusão digital no país.

> Para o SBTVD, o *middleware* representa um dos principais componentes para atingir o objetivo número um estabelecido no decreto presidencial que o instituiu. É suportando aplicações interativas que o sistema pode ser usado na promoção abrangente da inclusão social, dando acesso a serviços de governo, a material educativo, de cidadania e muitos outros.
> [...]
> O Ginga-NCL demandar requisitos mínimos de hardware, representando pouco acréscimo ao custo dos receptores, a isenção de royalties reforçou o compromisso de tornar a tecnologia mais acessível, a custos mais baixos, mantendo o foco no seu potencial de inclusão social. A isenção foi também vista como uma forma de reconhecer o financiamento público das pesquisas ao longo do caminho que descrevemos até aqui. (MORENO & PERNISA, 2018).

Com a utilização dessa camada de software intermediária (Ginga), o sistema brasileiro se tornou apto a executar qualquer tipo de aplicação interativa nos receptores e televisores digitais



sem depender de nenhum hardware ou fabricante. A robustez da solução criada no Brasil tornou o SBTVD-T o sistema mais avançado do mundo, tornando-se o padrão recomendado pela União Internacional de Telecomunicações (UIT) para prover interatividade em sistemas de broadcasting digital, bem como IPTV e IV a cabo (MORENO & PERNISA, 2018).

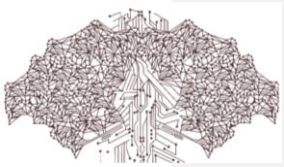
Mas, diante da inexistência de políticas públicas sólidas para massificar o uso da interatividade e os constantes boicotes protagonizados pelos grandes grupos de comunicação, a TV comercial aberta não parece ser, pelo menos por enquanto, um terreno fértil para alavancar o uso desta tecnologia. Neste contexto, as TVs públicas despontam como grandes laboratórios onde estes recursos poderão ser testados e aprimorados, pois nestas emissoras os produtores poderão experimentar linguagens e formatos audiovisuais interativos sem se preocupar com o impacto financeiro de uma eventual queda na audiência.

As TVs públicas como agentes de inclusão digital

Castro (2018) afirma que a digitalização do sinal marca a passagem da comunicação unidirecional (produção-mensagem-recepção) para a comunicação bidirecional, dialógica e interativa, em um nível que não é possível com o sinal analógico.

> (...) a digitalização permite recuperar o sentido latino da palavra comunicação, ou seja, de comunhão e compartilhamento, particularmente desde o ponto de vista da inclusão social, já que a televisão aberta é oferecida gratuitamente. No mundo digital, o campo da produção (empresa de televisão) envia a mensagem, que é recebida pelos sujeitos sociais (audiências). Esses sujeitos sociais têm a possibilidade de responder e interagir com o campo da produção, pelo sinal enviado pelo ar, sem custos extras, transformando radicalmente a relação entre os dois âmbitos, por meio da bidirecionalidade. No caso da televisão pública digital interativa (TVPDi), a população pode interagir utilizando o controle remoto, sem nenhum custo, usando canal de retorno (CASTRO, 2018).

Uma vez que o sinal digital permite enviar aplicações pelo ar diretamente para a TV do telespectador, isto abre a possibilidade de que as emissoras públicas façam chegar aos cidadãos, em especial os de baixo renda, todo tipo de informações relevantes e serviços que hoje só estão disponíveis para quem tem internet. As TVs educativas também estão entre os principais segmentos televisivos que poderão se beneficiar com a nova tecnologia. O conceito de *t-learning*, que significa a aprendizagem por meio da TV, é uma ramificação do *e-learning*, que caracteriza o uso das mídias eletrônicas para promover o aprendizado de um determinado conteúdo utilizando as mídias eletrônicas. Valente e Segurado (2011) destacam uma experiência interessante realizada



pelo Centro de Educação a Distância (CEAD) do Instituto Federal de Educação Tecnológica do Espírito Santo, Campus Serra (IFES Serra). Em parceria com a principal emissora local, a Rede Gazeta, foi criada a solução "*Moodle2TV*", que se propõe a integrar a plataforma de ensino a distância *Moodle* com o ambiente da TV digital interativa.

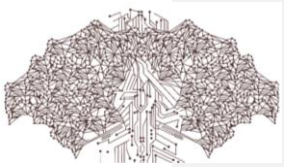
Além da educação a distância, o Estado pode se fazer presente por meio de serviços de t-governo, oferecendo na tela da TV aplicativos que permitem marcar consultas médicas em postos de saúde, verificar a disponibilidade de medicamentos em farmácias populares, buscar vagas em creches e escolas, checar ofertas de empregos e cursos de qualificação, receber alertas meteorológicos e instruções de defesa civil, ajudar no mapeamento de áreas com alto risco de doenças como dengue e febre amarela etc.

Foi exatamente com o propósito de provar a eficiência desta plataforma como instrumento de combate à exclusão digital que, em 2012, a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), lançou o projeto Brasil 4D[3]. Em parceria com a TV Câmara de João Pessoa (PB), a Universidade Federal da Paraíba (UFPB), o Laboratório de aplicações de vídeo digital da UFPB (Lavid), a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a Universidade Católica de Brasília (UCB) e diversos parceiros da iniciativa privada, a EBC iniciou um trabalho de campo para testar a eficácia do SBTVD-T e comprovar o impacto gerado pela oferta de conteúdos audiovisuais à população de baixa renda na capital paraibana.

Ao todo, foram selecionadas 100 famílias beneficiadas pelo programa Bolsa Família do governo federal, residentes em 3 bairros carentes de João Pessoa. Puderam utilizar o controle remoto para consultar vagas de cursos e empregos, benefícios sociais, serviços de saúde e informações sobre planejamento financeiro. O relatório do projeto aponta que dois terços dos participantes conseguiram perceber algum "ganho econômico" como, por exemplo, obter informações do governo, o que antes demandaria deslocamento e gastos com transporte. Além disso, houve registro de participantes que conseguiram emprego a partir do aplicativo de divulgação de vagas. Outros atualizaram documentos e cartões de vacina a partir das orientações recebidas na TV. Os jogos educativos atraíram as crianças, que atuaram como agentes multiplicadores, ensinando os mais velhos a utilizarem a nova tecnologia. Rapidamente os vizinhos também se interessaram em consultar os dados disponíveis, ampliando o alcance daquelas informações.

No ano seguinte, a equipe ligada ao Brasil 4D iniciou a segunda etapa do projeto, desta vez no Distrito Federal. Com base no feedback recebido dos participantes de João Pessoa, foram

[3] Os 4 D's resumem a missão do projeto: Digital, Desenvolvimento, Diversidade e Democracia.



elaborados os aplicativos que seriam transmitidos para as 60 famílias selecionadas. Uma das inovações nesta fase é a possibilidade do uso de multitelas e a integração com a linguagem HTML utilizada na Internet. Os aplicativos produzidos para esta fase contemplam diversos serviços de utilidade pública, tais como informações sobre programas federais como Cadastro Único, Bolsa Família, ofertas de emprego, direitos da mulher e saúde da família, além de alguns jogos, que ajudam a fixar o conteúdo e demonstraram ser eficazes para atrair a atenção do público infanto-juvenil.

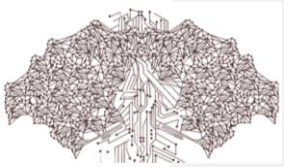
A usabilidade da linguagem audiovisual na tela da TV

Uma das principais preocupações com a eficiência da TV interativa, em especial para o público de baixa renda, está diretamente relacionada à linguagem audiovisual e à usabilidade do conteúdo exibido na tela. Aqui a *usabilidade* é um conceito-chave e diz respeito à produção de sistemas fáceis de aprender e de usar. Isto é ainda mais relevante se pensarmos que o público alvo é formado por uma grande parcela de analfabetos, semianalfabetos e analfabetos funcionais. Portanto, quanto maior o grau de usabilidade, mais fácil se torna a navegação pela rede de informações, e maiores são as possibilidades de interação. E como ainda não dispomos de uma linguagem interativa própria da TV, faz sentido buscar inspiração nos modelos que surgiram com a Internet no final do século passado e que evoluíram rapidamente desde então.

Em um ambiente interativo, e por natureza hipermidiático, a navegação é feita por meio dos nós interconectados, formando caminhos pelos quais se recupera a informação estocada em cada nó. Trata-se de um sistema de sinalização que orienta o usuário de uma mídia digital, tendo como principal referência a não linearidade. Para Moura "isto significa apresentar as possibilidades de navegação através de diversos sinais e elementos, mas tendo em mente que a liberdade é o fator primordial e que a relação usuário e sistema deve ocorrer de forma intuitiva" (MOURA, 2007, p. 93).

Um dos aspectos mais importantes com relação à interatividade é o *browsing*, ou seja, a navegação. Glenn & Chignell (1992) definem o *browsing* como o ato de "folhear" livros, revistas e jornais à procura de informações interessantes. Inevitavelmente, essa navegação depende de um usuário ativo, que escolhe o próximo nó a visitar, e assim sucessivamente, sempre que há um menu ou opções de links.

O *browsing* requer uma tomada de decisão que geralmente não ocorre nos livros, quase sempre escritos em ordem sequencial. Existem até algumas experiências com livros de ficção nos quais, em certos pontos da trama, há opções para que o leitor escolha uma ou outra ação, saltando para páginas diferentes e levando a história para alguns finais distintos. Apesar de ser uma narrativa que quebra a linearidade característica dos livros, o número de possibilidades é limitado



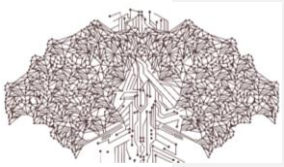
e não se pode ir para além daquilo que foi planejado pelo autor. Já no caso da "leitura" hipermidiática, tem-se que escolher a ordem ou o caminho pelo qual se obtém as informações. Essa característica coloca o usuário numa posição mais ativa e de maior responsabilidade, na medida em que ele tem que estar atento à estrutura de navegação.

As tomadas de decisões sobre onde clicar e com que objeto interagir são guiadas pela realização de associações de ideias que a memória humana processa antes da escolha do caminho a percorrer, ou seja, quando o usuário clica em algo, sua mente já elaborou uma complexa trama de expectativas e questionamentos com relação aos dados que surgirão na tela. Por isso, a importância do *browsing* está exatamente na tentativa de oferecer algumas "pistas" na estrutura de navegação e no design das informações para amenizar estes questionamentos que antecedem aos cliques e escolhas de links.

No caso do desenvolvimento de uma linguagem específica para a TV, Castro (2018) aponta a falta de políticas públicas e investimentos para alavancar o setor.

> Atualmente, existem 15 mil desenvolvedores de aplicativos interativos para TV digital na América Latina, em geral trabalhando em rede, mas sem recursos oficiais ou privados para tirar do papel seus protótipos. Esse número poderia ser triplicado rapidamente, incluindo a participação dos produtores de conteúdos audiovisuais interativos, se houvesse políticas públicas de curto, médio e longo prazos para esse setor (CASTRO, 2018).

A interface ideal, a linguagem audiovisual mais adequada, é aquela que se torna invisível. Obviamente não estamos usando o termo "invisível" em seu sentido imediato. Seria um paradoxo falar em interface invisível nesta acepção, posto que ela funciona como mediadora entre homem e máquina, devendo necessariamente ser percebida para que a comunicação entre eles se estabeleça de forma adequada. O que buscamos é uma interface tão intuitiva que o usuário não se dê conta de sua existência. Quando lemos uma obra literária impressa na forma de um livro, por exemplo, mergulhamos na narrativa de tal modo que a estrutura de "navegação" não interfere na leitura. Os números impressos nas páginas não participam da história. O ato de virar cada página também não aciona um pause no filme que se passa em nossa mente. Não conseguimos memorizar em quantos capítulos a obra se divide ou em que página começa e termina cada capítulo, mas somos capazes de relatar toda a história com riqueza de detalhes. Isto porque o suporte "livro", com suas características estruturais peculiares, se torna imperceptível para nós no momento da leitura. Em outras palavras, a interação ideal com a interface requer "envolver o usuário de tal forma que ele não perceba que existe uma interface – invisível – entre ele e a história da qual está



participando" (GOSCIOLA, 2003, p. 89).

Assim, a construção de uma linguagem audiovisual para a TV interativa demanda o envolvimento de toda uma cadeia de profissionais, que inclui os técnicos de telecomunicações, os produtores de conteúdo, os programadores dos aplicativos para TV digital e os *designers* de interatividade, tendo em mente que as informações na tela devem ser complementares e não concorrentes, ou seja, que não desviem a atenção do telespectador. Este é, particularmente, um dos aspectos que tem levado as emissoras de TV abertas a evitarem os recursos interativos em suas programações. Há o temor de que uma explosão da oferta de conteúdos digitais na tela da TV provoque uma pulverização do bolo publicitário de tal modo que os lucros obtidos com os conteúdos interativos deixem de ser atraentes para todos os produtores. Mas a resistência contra a interatividade, além de uma clara motivação de mercado, possui também uma razão ideológica bastante forte e diretamente ligada à grade horária das emissoras.

O controle do tempo televisivo e a flexibilização da grade horária

O professor de mídia e comunicação Shaun Moores (2012), da Universidade de Sunderland, no Reino Unido, defende que, com o declínio do rádio, no século XX, a TV acabou por instaurar uma espécie de geografia familiar e uma economia doméstica a partir dos horários da grade de programação. Assim como o tempo de eventos naturais – manhãs, tardes, noites, semanas, meses, anos, primavera, verão, outono, inverno etc. – foram culturalmente absorvidos em nosso dia-a-dia, não é surpresa verificar que o mesmo fenômeno tenha ocorrido com os eventos televisivos. O *broadcasting* se transformou numa espécie de "relógio" regulador de um comportamento social, cujo tempo é regido pela transmissão de produtos audiovisuais. Neste contexto, nossas atividades cotidianas são realizadas antes da novela, depois do telejornal, antes da partida de futebol, no intervalo do filme etc.

No caso de um conteúdo interativo, a participação de cada usuário requer um processo cognitivo cujo tempo de processamento e execução não pode ser previsto pelos produtores de conteúdo. Para as TVs comerciais abertas, um dos principais desafios, senão o maior, é oferecer interatividade sem comprometer o horário da programação. Isto porque o tempo de interação de cada telespectador é subjetivo e o formato atual da grade horária não é flexível o bastante para comportar narrativas interativas em todas as suas potencialidades. A definição rígida da programação está na essência do modelo de negócios, baseado no horário de veiculação do material publicitário.

Uma alternativa para contornar este problema, já utilizada principalmente nos receptores de TV por assinatura, é conhecida como *timeshifting*, que consiste em soluções de hardware para

permitir a gravação dos programas, de modo que eles possam ser vistos em outro momento diferente daquele em que foram originalmente transmitidos. A partir da gravação, outros recursos são possíveis, tais como pausa ao vivo, replay, câmera lenta etc.

Machado (2011) chama atenção para esta tentativa de burlar o tempo da TV, que já vem desde a década de 1970, quando surgiram os primeiros videocassetes. Uma vez que a programação das emissoras era publicada em revistas e jornais, a audiência podia agendar a gravação de seus programas preferidos e assistir quando quisesse. De lá para cá, o desejo de assumir o controle do tempo televisivo veio crescendo de forma exponencial.

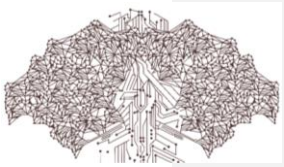
Em agosto de 2015, o estudo "*Antropomedia*"[4], realizado em 10 países da América Latina, trouxe luz sobre os novos hábitos e experiências de consumo midiático, apontando aspectos essenciais para nortear a produção de conteúdos no contexto das mídias digitais. Assim como no Brasil, 98% da população latino-americana tem acesso ao sinal de TV. O levantamento mostra que 74% dos entrevistados procuram a TV para se informar, mesmo percentual detectado no caso da internet. Quando o assunto é buscar entretenimento, a TV aparece ligeiramente à frente, em 60% dos casos, contra 56% da internet. Entre as várias perguntas feitas aos entrevistados, uma em especial chama a atenção: "se você pudesse escolher um super poder, qual seria?" A resposta mais frequente foi o desejo de ter o controle do tempo, motivo que levou um dos entrevistados a afirmar que "atualmente procuro buscar os meios que mais se adaptam à minha rotina louca" (IBOPE, 2015).

Apesar de oferecer certa flexibilidade, o *timeshifting* é apenas uma ferramenta tecnológica, sem nenhuma preocupação com a linguagem televisiva. O que podemos perceber é que o modelo da grade horária, a *timeline* da TV, alcançou o seu limite de funcionalidade e algo diferente precisa ser oferecido para que os telespectadores possam se beneficiar de todos os recursos interativos oferecidos pelo SBTVD-T a partir do *meddleware* Ginga. Diante disso, entendemos que o paradigma da "linha do tempo" precisa ser repensado. Não apenas os espaços virtuais podem ser representados como uma rede de locais interconectados, mas também o tempo deve ser visto como uma rede de momentos interligados. A esta "rede do tempo" estamos chamando de "*timelink".*

Timelink: uma "rede do tempo" ao redor da TV

Assim como o espaço, o tempo em um ambiente não linear é igualmente enredado,

[4] O estudo foi realizado pela Kantar Ibope Media, envolvendo mais de 60 famílias de todas as classes sociais nos 10 países latino-americanos, na tentativa de compreender o consumo, a interação e a significância dos meios de comunicação na vida das pessoas.

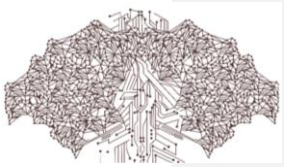


rizomático, labiríntico. Isto modifica completamente a lógica de produção de conteúdos para as TVs digitais interativas. Ao fazer o roteiro de um vídeo interativo, será necessário indicar todos os pontos de interatividade, as bifurcações da narrativa e os elementos complementares na forma de textos, gráficos, fotos, áudios e vídeos. Segundo Gosciola (2003), "a estrutura do fluxo de informação emerge para a construção do roteiro, atuando nas decisões de organização dos conteúdos, definindo o formato da mídia e o nível de interatividade". Neste caso o roteirista não é mais o responsável por construir uma sequência narrativa com começo, meio e fim. A ele compete pensar a estrutura onde cada telespectador terá a oportunidade de organizar sua própria história, prevendo todos os arranjos possíveis, interligações de conteúdos e caminhos a serem percorridos.

Tendo em mente que uma grade horária inflexível produzirá um indesejado engessamento competitivo nas TVs abertas, a solução que propomos é entregar o controle do tempo de cada produto audiovisual nas mãos do telespectador. O paradigma da *timelink*, ou seja, a construção de uma "rede do tempo" no ambiente das TVs digitais, com a qual o telespectador possa interagir a partir do controle remoto, envolve utilizar o potencial tecnológico do Ginga para coordenar a construção de narrativas transmidiáticas, em que o receptor digital, o *tablet*, o *smartphone* e quaisquer outras mídias ao redor do aparelho de TV se tornem uma plataforma única onde a narrativa televisiva irá transcorrer, utilizando-se dos melhores recursos oferecidos por cada um destes equipamentos. O fato é que, como um veículo tipicamente contador de histórias, a TV não poderá fechar os olhos para esta tendência das narrativas transmídia, identificada por Jenkins (2008), em seu livro "Cultura da Convergência". Para ele a cultura da convergência representa uma transformação cultural "à medida que consumidores são incentivados a procurar novos elementos e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias dispersos".

> Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2008, p.138).

O conceito de *timelink* vai além da ideia de uma narrativa em que cada parte é contada em uma mídia diferente. Ela pressupõe o sincronismo destes arcos de história em cada um dos



suportes interconectados ao redor da TV, permitindo a dilatação do espaço-tempo para fora da tela, dando ao telespectador a chance de interagir com os conteúdos sem se preocupar com a grade horária. Isto é válido não apenas para narrativas ficcionais, mas também para o telejornalismo, campanhas educativas do governo federal e até mesmo as peças publicitárias tradicionais.

Mas, como as emissoras comerciais não têm demonstrado nenhum interesse em abrir mão do controle do tempo, seja em razão do poder social ou do poder econômico envolvidos, novamente as TVs públicas aparecem como a opção mais adequada neste momento. Entretanto, mesmo havendo sinalização governamental para que as emissoras públicas assumam este papel, pouco avanço ocorreu no Brasil desde 2003. Castro (2018) aponta diversos fatores para que este cenário possa ser revertido, entre os quais estão a criação de leis voltadas para o setor de TV digital, financiamento para todas que as emissoras possam fazer a migração, políticas públicas para facilitar a aquisição dos receptores digitais, campanhas de esclarecimento sobre os benefícios dos recursos interativos, atualização de profissionais, reformulação de currículos universitários, capacitação para a produção de conteúdos audiovisuais interativos, criação de centros de pesquisa, estímulo ao desenvolvimento da indústria de hardwares e softwares ligados ao setor e o financiamento de novas torres de transmissão.

Atualmente, segundo Castro (2018), existem 15 mil desenvolvedores de aplicativos interativos para TV digital na América Latina sem recursos oficiais ou privados para transformar seus protótipos em realidade. Porém, estamos convictos de que não devemos esperar que uma onda bilionária inunde o país e redesenhe todo o cenário atual para só depois iniciarmos a produção de conteúdos interativos capazes de reduzir a exclusão digital.

Uma proposta de universalização do acesso à informação na TV aberta

Em razão disso, o Laboratório de Mídia Digital da Faculdade de Comunicação (LMD/Facom) se uniu ao Laboratório de Aplicações e Inovação em Computação (LApIC) do Departamento de Ciência da Computação, ambos ligados à Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) para juntos explorarem as possibilidades de uso da interatividade no contexto da TV digital. O grupo de pesquisa "Cinema e Mídias Digitais" resultante desta união – vinculado ao Diretório Grupos de Pesquisa do CNPp – é formado por pesquisadores e profissionais das áreas de jornalismo, ciências da computação, artes e cinema, que investigam exatamente o potencial do Ginga na elaboração de recursos técnicos, estéticos e de linguagem para criar narrativas interativas em produções audiovisuais.

Enxergamos a necessidade de que os desenvolvedores técnicos conheçam as linguagens e estéticas das produções audiovisuais, ao mesmo tempo em que os produtores de conteúdo

entendam os recursos que SBTVD-T oferece. Na busca por esta simbiose, formalizamos uma parceria com a TV Câmara de Juiz de Fora em Minas Gerais, para iniciar a transmissão de conteúdos interativos alinhados com o conceito da *timelink*, tendo em vista a intenção manifestada pela emissora de implantar recursos de interatividade em toda a sua grade de programação.

Para uma primeira experiência, foram gravados 4 episódios do programa "Explorando Consciências", produto audiovisual interativo especialmente concebido para transmissão em TV digital. O personagem criado para a série é um explorador que investiga grandes realizações ocorridas no passado e que colocaram Juiz de Fora em evidência nos cenários nacional e internacional. Exploramos a Usina de Marmelos (primeira usina hidrelétrica da América do Sul), a estrada União e Indústria (primeira estrada pavimentada do Brasil), o Banco do Credireal (segundo banco instalado no país) e o Cristo Redentor (construído 60 anos antes do famoso Corcovado).

Um dos elementos visuais concebidos para esta nova linguagem interativa e que merece destaque é o que chamamos de "pilha de links". Na medida em que a história avança, links vão surgindo para expandir o conteúdo principal. Eles vão sendo empilhados em um menu lateral até o número máximo de quatro, cada um relacionado a uma cor dos botões interativos no controle remoto. Quando entra, por exemplo, um link amarelo no topo da pilha, o link amarelo do fim da pilha é descartado. Este recurso dá ao telespectador quatro vezes mais tempo para acessar qualquer link, sendo necessário apenas apertar o botão com a cor correspondente.

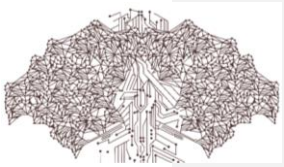


Pilha de links com as cores do controle remoto



Informações dos links na parte inferior da tela

Mas o programa não se limita a oferecer links com informações extras. Mais do que desenvolver um programa com linguagem verdadeiramente interativa, apostamos na eficácia desta fórmula para a elaboração de materiais de caráter informativo, didático e educativo. Ao mesmo tempo em que a interatividade aparece na tela principal, ela também estará disponível simultaneamente em qualquer *tablet* e *smartphone* conectado na mesma rede do receptor digital ou que possuam tecnologia DTV. Aos poucos, todo o conteúdo científico pesquisado para a criação dos roteiros vai compor a "Biblioteca do Explorador". O telespectador poderá entrar nesta



biblioteca e fazer consultas a qualquer momento, mesmo que o programa não esteja no ar. Quem não tiver uma segunda tela também poderá acessá-la, pois as aplicações interativas ficarão armazenadas na memória interna do receptor digital.

Na medida em que a audiência for se familiarizando com o personagem, ele passará a explorar outros contextos no cotidiano da cidade, instruindo sobre serviços públicos, como saúde, defesa civil, projetos sociais etc., além de orientar sobre o uso da própria interatividade na TV. Neste primeiro momento, não estamos preocupados em elaborar estudos de recepção, trabalho que o projeto Brasil 4D vem realizando de forma impecável e cujos resultados já nos alimentam em nossas pesquisas. O foco agora é lapidar a linguagem audiovisual e superar possíveis limitações técnicas no âmbito da produção, elaboração das aplicações interativas e transmissão.

Outra demanda da emissora que buscaremos atender ao longo de 2018 é a transmissão das sessões legislativas com conteúdos interativos sobre os projetos na pauta do dia. O telespectador poderá conhecer o texto das leis que estão sendo votadas, responder a enquetes para dizer se concorda ou não com o andamento das discussões na Câmara, participar de consultas públicas, enviar mensagens específicas para algum vereador (mediante moderação) etc. Por fim, um terceiro recurso a ser implantado na programação é a "Câmara Itinerante" por meio de telepresença. Telões serão montados nos bairros diretamente interessados nos assuntos em pauta e, por meio dos recursos interativos do SBTVD-T, a população poderá participar ao vivo com o uso de *tablets* e *smartphones*. Para quem não possui estes equipamentos, haverá totens com *tablets* e instrutores treinados para auxiliar na participação popular.

A partir desta experiência de adoção permanente da interatividade na programação da TV Câmara, esperamos incentivar outras emissoras públicas a seguirem o mesmo caminho, estimulando a participação popular e promovendo a inclusão digital, ainda que longe do potencial pleno suportado pelo Ginga. Se a iniciativa for bem-sucedida, acreditamos que isso possa atrair interesses privados para formalizar novas parcerias que fomentem as pesquisas e ajudem a desemperrar o processo de inclusão digital por meio do SBTVD-T.

Considerações finais

Muito se fala sobre o fim da TV e a supremacia da internet em todo o mundo. Gostamos da ideia de uma aldeia global em que todos os cidadãos estão interconectados, como vislumbrou McLuhan, mas isso está bem distante da realidade. De acordo com levantamento feito pelo IBGE em novembro de 2017, 63% dos lares brasileiros possuem algum tipo de acesso à internet, sendo

que em 94,8% das residências há celulares sendo utilizados para se conectar (TELECO, 2018). Do total de telefones habilitados, quase 64% são pré-pagos, o que não garante a inclusão digital, pois o modelo adotado no Brasil, com franquias extremamente baixas, não permite o acesso a vídeos e outros conteúdos mais pesados. No mundo, a realidade é ainda pior e 4 bilhões de pessoas nunca ficaram online.

Por outro lado, o sinal de TV está presente em todo o planeta e chega a praticamente 97% da população mundial. Isto torna o *broadcasting* a tecnologia de maior alcance para se promover a inclusão digital. Há quem defenda a perda de tempo em se investir numa tecnologia que está "com os dias contados". Mas o fato é que não há evidências de que a Internet atingirá o mesmo número de pessoas que possuem TV. Isto porque a rede mundial de computadores já se expandiu e alcançou aqueles que podem pagar por ela. Os provedores não têm interesse em levar os tentáculos da grande rede para as regiões onde não haja um potencial público pagante. E aqui voltamos à ideia de esperar políticas públicas que obriguem os provedores a fazerem a expansão por força de lei, o que certamente enfrentará forte lobby em sentido no contrário no Congresso, reiniciando o ciclo que mantem o processo paralisado.

Precisamos promover a inclusão digital a partir da infraestrutura que aí está, ainda que no futuro ela se mostre uma solução transitória. Esperar a chegada de uma tecnologia definitiva esbarra em dois questionamentos: primeiro, sendo o avanço tecnológico um processo contínuo, faz sentido pensar em tecnologias "definitivas"? E segundo, manteremos pessoas à margem da sociedade até quando, mesmo existindo uma tecnologia que nos permita incluí-las agora?

Para que este esforço de inclusão seja eficaz, o uso da linguagem televisiva é de extrema importância. Não basta transmitir os conteúdos interativos e encher o receptor digital de aplicações, à espera de que o telespectador se mobilize sozinho para utilizá-las. Isso o *smartphone* já faz! A televisão é, por excelência, um veículo contador de histórias e é fundamental que as aplicações façam parte das narrativas contadas na tela da TV, como aponta Hoineff (2003), que defende a criação de formas narrativas originais e novos paradigmas.

No novo ecossistema da tela, TV e internet devem atuar como aliadas e não concorrentes. Enquanto os grandes grupos de mídia brasileiros perceberem a internet como um "meio de comunicação", o contexto será competitivo e a rede assumirá a posição de uma concorrente perigosa, disputando fatias do público e do investimento em propaganda. Por outro lado, se ela for entendida como "plataforma", a conjuntura se torna cooperativa e a internet passa a ser uma aliada, ampliando o território da audiência e, consequentemente, as áreas de garimpo publicitário.

É preciso unir forças entre engenheiros de telecomunicações, cientistas da computação, programadores de interatividade, produtores de conteúdo e designers de informação, além de

integrar parceiros públicos e privados para que possamos vencer a inércia em que nos encontramos. A persistir a situação atual, corremos o risco de ver outros países da América Latina e do mundo avançarem em suas estratégias de inclusão digital, utilizando a tecnologia que nós criamos, mas que ainda não tivemos competência política e econômica para fazer funcionar.

Referências bibliográficas

BARBOSA FILHO, André. História e contextualização da TV digital no Brasil. In: Brasil 4D Etapa Distrito Federal: Interatividade, Convergência e Participação na TV Digital. Brasília: Editora Senac DF, no prelo.

BRASIL 4D. Estudo de impacto socioeconômico sobre a TV digital pública interativa. Brasília: 2013.

CASTRO, Cosette. Tentando entender por que a TV digital interativa (ainda) não deu certo. In: Brasil 4D Etapa Distrito Federal: Interatividade, Convergência e Participação na TV Digital. Brasília: Editora Senac DF, no prelo.

_____. TVs públicas e o seu papel estratégico para com as audiências de baixa renda. In: Brasil 4D Etapa Distrito Federal: Interatividade, Convergência e Participação na TV Digital. Brasília: Editora Senac DF, no prelo.

GLENN, B. T & CHIGNELL, M. H. Hypermedia: Design for Browsing. In: Hartson, H. R. & Hix, D. Advances in Human-Computer Interaction. Nerwood, New Jersey: Ablex Publish-ing Corporation, v. 3, 1992, p. 143-183.

GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas. São Paulo: SENAC, 2008.

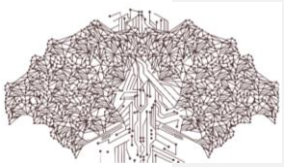
IBOPE. O cenário de mídia sob uma perspectiva antropológica. Disponível em https://www.kantaribopemedia.com/o-cenario-de-midia-sob-uma-perspectiva-antropologica/. Acesso em: 22/10/2015.

_____. O ecossistema do conteúdo televisivo. Disponível em https://www.kantaribopemedia.com/o-ecossistema-do-conteudo-televisivo/. Acesso em: 04/02/2016.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

MACHADO, Arlindo. Fim da televisão? In: Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 86-97, 2011. Disponível em: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8799. Acesso em: 07/01/2016.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. TV Digital Interativa: Conceitos, Desafios e Perspectivas



para o Brasil. 2 ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

MOORES, Shaun. Media, Place & Mobility, New York, NY: Palgrave Macmillan, 2012, 128 pp.

MORENO, Marcelo F.; PERNISA JR, Carlos. Pilares para a convergência digital – um relato sobre a simbiose entre o Projeto Brasil 4D e o middleware Ginga. In: Brasil 4D Etapa Distrito Federal: Interatividade, Convergência e Participação na TV Digital. Brasília: Editora Senac DF, no prelo.

MOURA, Mônica. Design de Hipermídia: dos princípios aos elementos. São Paulo, Coedição NMD e Edições Rosari, 2007.

ROBERTO DA SILVA, Nilson. A interatividade da radiodifusão para as políticas públicas. In: Brasil 4D Etapa Distrito Federal: Interatividade, Convergência e Participação na TV Digital. Brasília: Editora Senac DF, no prelo.

VALENTE, Vânia Cristina Pires Nogueira; SEGURADO, Valquíria Santos. Educação a distância e a TV digital: uma abordagem potencial da interatividade. 17º CIAED, 2011.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

UGREEN – LET'S SAVE THE WORLD! MOBILIZAÇÃO DE PESSOAS POR MEIO DE APLICATIVO PARA RELATAR PROBLEMAS AMBIENTAIS![1]

Gustavo Luiz dos Santos Dewes[2]; Cristian Andrade [3]; Edwin Pool [4]; Fernando M. Prudêncio [5]; Rafael Kondlatsch[6]; Eduardo Martins Morgado[7]; Francisco Rolfsen Belda[8]; Marcos Américo[9];

1.INTRODUÇÃO

A era tecnológica vista nos filmes ainda não aconteceu como as pessoas esperavam, com carros voadores e máquinas fantásticas. Mas pode-se dizer que o mundo não é mais o mesmo, e as pessoas hoje vivem em um mundo diferente do que era há pouco mais de uma década.

Hoje vivemos na era da Tecnologia da Informação e Comunicação Digital (TICD) e das Tecnologias Móveis, conectados e usando cada vez mais dispositivos para facilitar a vida resolvendo problemas ou simplesmente para proporcionar entretenimento. De acordo com a pesquisa realizada por *AF-Studio.pl* &

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 17: Net-ativismo, teoria da ação, conflito e participação em redes; do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Tecnólogo em Design de Móveis, aluno do Mestrado profissional em Mídia e Tecnologia PPGMIT - Unesp/Faac, Bauru-SP E-mail: dewes.design@gmail.com

3 Tecnólogo em Informática, aluno do Mestrado Profissional em Mídia e Tecnologia - PPGMIT Unesp/Faac, Bauru-SP. E-mail: cristian.andrade@fatec.sp.gov.br

4 Gestor Cultural, aluno do Mestrado em Desenvolvimento Sustentável Internacional – HSSPM Brandeis University, Waltham-MA. Cultural Manager, master candidate in Sustainable International Development - HSSPM Brandeis University, Waltham-MA. E-mail:

5 Publicitário, especialista em Gestão de Marketing, aluno do Mestrado Profissional em Mídia e Tecnologia - PPGMIT Unesp/Faac, Bauru-SP E-mail: fernandomunhoz10@gmail.com

6 Jornalista, aluno do Doutorado em Comunicação – PPGCOM Unesp/Faac, Bauru –SP. E-mail: emailrafak@gmail.com

7 Doutor em Administração, docente do programa de Pós-Graduação do mestrado profissional em Mídia e Tecnologia da Unesp. E-mail: emorgado@fc.unesp.br

8 Doutor em Engenharia de Produção, Vice-coordenador do Curso de Doutorado em Mídia e Tecnologia Profissional, docente do programa de Pós-Graduação do mestrado profissional em Mídia e Tecnologia da Unesp . . E-mail: belda@faac.unesp.br

9 Doutor em Educação para a Ciência, coordenador de Pós-Graduação em: Mídia e Tecnologia. (Curso de Doutorado) Docente do programa de Pós-Graduação do mestrado profissional em Mídia e Tecnologia da Unesp. Email: tuca@faac.unesp.br



Super Monitoring (2013) 91% da população possui dispositivos móveis, 56% destes são *smartphones*. Pelo menos 50% dos usuários tem como fonte principal de Internet uma plataforma móvel. De acordo com Corbett (2008) os números tendem a aumentar, em vinte anos foram vendidos o primeiro bilhão de telefones móveis no mundo. O segundo bilhão vendido em quatro anos, e o terceiro bilhão vendido em dois". Além disso, a infraestrutura da rede está sendo expandida para apoiar esse aumento na demanda e o relatório da União Internacional de Telecomunicações (UIT) (2015) aponta que a proporção da população global coberta por redes móveis é agora de 95%, tanto em zonas rurais como urbanas. Áreas, com mais de 40% da população mundial agora utilizam a Internet.

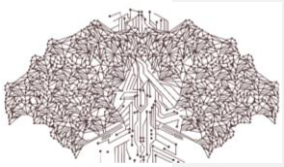
Nesta realidade hiperconectada um elemento muito importante são os *apps*, programas e jogos para *smartphones* e *tablets*. Estes programas são específicos para redes móveis e as vezes funcionam mesmo desconectados, tornando este universo de dispositivos um negócio muito lucrativo que cresce exponencialmente a cada ano. Mas além do lado financeiro, os aplicativos são uma importante ferramenta de comunicação. Sua facilidade de troca de dados permite que os usuários desses dispositivos tenham em suas mãos meios eficientes para divulgar informações com grande velocidade. Assim, constantemente, muitos *apps* são desenvolvidos para ajudar a melhorar o mundo, trazendo soluções gratuitas e aprimorando a experiência entre as pessoas e a sociedade.

Da mesma forma, este projeto se concentra na criação de um aplicativo centrado em soluções ambientais através de redes sociais. A ideia é usar a disposição que as pessoas (especialmente no Brasil) têm para as conexões sociais na Internet para encorajar os usuários a denunciar problemas ambientais. Todos os dias as pessoas estão enfrentando situações de lixo depositado em lugares inadequados, crueldade com os animais, poluição da água e outros problemas, mas eles geralmente não podem agir imediatamente.

Este aplicativo trabalha sobre o problema. Oferece uma alternativa às pessoas para que possam ser encorajadas para relatar problemas da cidade e da natureza e fazer com que essas informações cheguem às autoridades responsáveis. Muitos destes problemas ocorrem em áreas pobres quase esquecidas pelas autoridades e sem a atenção da imprensa. A presença de um aplicativo que dê voz a estes indivíduos acaba por ser uma alternativa a esta situação.

Neste trabalho, explicamos os detalhes sobre a produção e operação do aplicativo, que foi nomeado *UGreen* em uma clara referência ao ambientalismo (verde) e a participação dos usuários no processo (U é uma forma popular que os jovens de língua inglesa usam para abreviar a palavra "você - you" em redes sociais).

2. HIPÓTESE



Como a tecnologia e os aplicativos têm ajudado na vida diária de pessoas em quase todos os campos da saúde à educação), a criação de um app voltado para facilitar a solução de problemas ambientais promoveria o cuidado com o meio ambiente, especialmente em comunidades da periferia das grandes cidades onde não há atenção das autoridades e onde os dispositivos móveis são a principal fonte de acesso à Internet.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

A tecnologia potencializa a capacitada humana. Não a substitui (Toyama, 2010). O principal objetivo do desenvolvimento do aplicativo *UGreen* é a criação de uma ferramenta capaz de tornar cidadãos comuns em protagonistas contra crimes ambientais, fornecendo uma ação rápida para abordar e compartilhar problemas ou preocupações com suas cidades. Vale ressaltar que este aplicativo é apenas uma ferramenta e não pretende ser um substituto da ação humana, e ele terá resultados positivos, desde que seus usuários o utilizem de forma positiva (Toyama, 2010).

O grupo envolvido no desenvolvimento do aplicativo optou pela tecnologia móvel, especialmente dos *smartphones* como principal ferramenta de interação e uso do aplicativo. A ideia principal foi criar um aplicativo onipresente e sempre disponível em qualquer lugar para ser usado no combate à degradação ambiental.

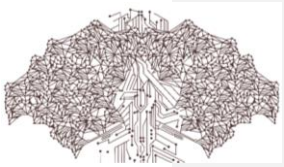
Abaixo estão descritas as tecnologias e os softwares utilizados no desenvolvimento do aplicativo, dispositivos e plataformas necessárias e as habilidades básicas para os usuários.

3.1 Criação do aplicativo:

O aplicativo UGreen foi criado com *Appcelerator Mobile*; um *framework open source* para desenvolvimento de aplicações mobile nativas que usa *JavaScript* como linguagem de programação e para validação dados, XML para o design e CSS para criar o estilo. A Plataforma *Appcelerator* trabalha com aplicações nativas, multiplataforma, construídas com *Alloy* e o SDK *Titanium.*

- Aplicativos para *Android* criados com Java e as APIs do *Android*;
- Aplicativos IOS criados com o *Objective-C* e as APIs do iOS.

3.2 As competências necessárias para realizar este projeto:



- Habilidades de pesquisa (a coleta de informações é um elemento-chave para o desenvolvimento do app);

- Habilidades de programação (para o desenvolvimento);

- Conceitos de Design gráfico (para o desenvolvimento);

- Compreensão do Marketing necessário para este produto (para a divulgação).

3.3 Os dispositivos destinados para este aplicativo:

- *Smartphones* (Sistema *Android* e IOS inicialmente) O aplicativo é destinado para estes públicos em primeiro lugar, pois, estes permitem tirar fotos e usar o GPS para georreferenciamento para delatar problemas ambientais. Ademais, estes dispositivos são mais comuns entre o público mais pobre e que habita lugares remotos em relação a computadores e *tablets.*

-*Tablets*, *Notebooks* e computadores *desktop*. O aplicativo *UGreen* também possui uma página Web de fácil acesso, os usuários podem recorrer a esta opção para obterem informações mais detalhadas. O conteúdo pode ser acessado em *http://drexhc.wixsite.com/ugreen*.

3.4 As plataformas necessárias para executar o aplicativo:

- Aplicativo *UGreen*. É necessário fazer o download para obtê-lo através da *App Store* (IOS) ou da *Play Store* (*Android*). Este será um aplicativo gratuito;

- Redes sociais. Os usuários terão a opção de compartilhar suas denúncias por meio de sua conta no Facebook, Twitter ou Google+;

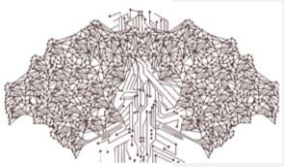
- Navegadores Web. Para visitar a página oficial do *UGreen*.

3.5 As habilidades esperadas dos usuários para usar o aplicativo:

- Conhecimento básico sobre o uso de *smartphones*;

- Conhecimento básico sobre redes sociais.

3.6 Pontos de destaque deste aplicativo:



- O aplicativo não necessita de mediadores. É um trabalho colaborativo em que os usuários podem relatar e resolver os problemas;

- O aplicativo funciona em parceria com instituições públicas;

- Este aplicativo é uma espécie de rede social para pessoas preocupadas com o meio ambiente, diferencia-se das outras redes sociais porque foi criado com o intuito de resolver problemas reais, e não apenas para entretenimento.

4. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

De acordo com Toyama (2010), os entusiastas do ICTD (Tecnologia da Informação e Comunicação Digital) não levam em consideração as normas socioculturais e as relações com os governos locais ao projetar essas tecnologias. Eles nem sequer consideram a participação da comunidade. Pensando nisso, o aplicativo *UGreen* foi desenvolvido para tornar os usuários os principais protagonistas do processo de denúncia. O apoio de instituições locais e ONGs é esperado, mas não é fundamental para o seu funcionamento.

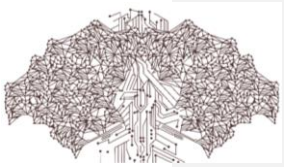
O *UGreen* trabalha como uma rede social que conecta pessoas através de um aplicativo de gamificação que estimula o engajamento social e ambiental do público de maneira lúdica. Quando alguém marca um risco ambiental e o compartilha no *UGreen*, essa pessoa divulga informações importantes para toda a comunidade. A ideia é fazer com que a queixa possa chegar a alguma pessoa, entidade ou instituição pública que possa resolvê-la.

O envolvimento de mais pessoas apresenta maiores possibilidades de compartilhamento das informações e uma maior pressão sobre as instituições públicas para agir adequadamente.

No entanto, para ter um bom aplicativo que possa realmente ajudar e abordar grandes problemas é necessário ter uma marca forte e muito investimento em marketing, algo tão importante como o próprio produto (Alex Cican, s.d). Para tornar o aplicativo *UGreen* sustentável à medida que o número de usuários cresce, é necessário obter apoio econômico, pois a tecnologia necessita de dinheiro para operar, manter e atualizar (Toyama, 2010).

Dessa forma, os itens a seguir são estratégias necessárias para tornar o aplicativo bem sucedido em longo prazo:

1. Criação de uma organização: Eventualmente, uma organização será necessária para trazer o apoio ao aplicativo e para gerenciar a rede entre instituições públicas, ONGs e da sociedade. Além disso, a



criação de uma organização aumentará o acesso a fundos e projetos internacionais que apoiam esse tipo de iniciativas;

2. Estabelecer parcerias: As empresas privadas poderiam financiar o aplicativo e a organização, o que seria uma maneira de criar uma imagem positiva da empresa para o público ou sua base de consumidores;

3. *Crowdfunding*: Essa é uma nova maneira de arrecadar dinheiro com apoio de pessoa a pessoa, porém, para financiar o aplicativo através deste método ele teria que se destacar entre outros aplicativos, o que significa que teria que fazer algo novo ou de uma maneira diferente.

Distribuir e promover este aplicativo será um desafio. Para aumentar a conscientização e o interesse do público, serão empreendidas as seguintes estratégias:

1º fase (duração de 3 meses): "publicidade do produto" - Campanha para apresentar um produto ou serviço, incluindo o seu objetivo prático e o seu modo de utilização.

2º fase (duração de 3 meses): "Publicidade da marca" - campanha para difundir não apenas um produto ou serviço, mas também transmitir uma marca ou conceito.

Os pesquisadores deste projeto levaram em consideração as mídia**s** digitais necessárias para a divulgação do projeto:

5. MÍDIAS

1. Utilizar mídias sociais como ferramenta de relações públicas além de publicidade paga no Facebook, por exemplo: “baixe o seu aplicativo” - direcionado ao público-alvo no Brasil, pontuando pessoas com interesse em por causas ambientais. No início, a campanha irá ser restrita aos usuários de celulares do tipo *smartphone*, não estando disponível para usuários de PC convencionais, com o intuito de otimizar a verba de comunicação;

2. Publicidade no *YouTube*: sabendo que os tradicionais comerciais de TV são custosos, iremos produzir uma série de vídeos que irão prospectar através da plataforma de publicidade do *YouTube*. Esse tipo de publicidade é normalmente encontrada no início de cada vídeo, antes do mesmo iniciar o carregamento. A campanha deverá ser alocada em vídeos com conteúdo relacionado à temática do aplicativo;

3. Patrocínio em eventos ligados às causas ambientais;

4. Marketing de Guerrilha (do tipo bola de neve, com efeito viral) podendo causar impacto e mídia espontânea.

5. PROTÓTIPO

Em 15 de setembro de 1990 foi ao ar pela primeira vez pela TBS nos Estados Unidos da América a série animada *Captain Planet and the Planetters*, conhecida no Brasil como Capitão Planeta, a série foi financiada pelo bilionário e filantropo Robert Edward Turner, a animação foi um grande sucesso concretizado por seis anos, e ainda hoje é reprisada por diversos países em todo o mundo, seu enredo contava com cinco jovens que representavam os cinco continentes e suas diferentes culturas que trabalhavam juntas para ajudar a terra, cada um destes jovens recebeu um anel da personagem Gaia (um espírito protetor da terra), o anel representava os seguintes elementos: terra, fogo, vento, água e coração. Quando o problema tornava-se demasiadamente grande para os protetores da terra, estes juntavam seus anéis e convocavam um super-herói conhecido como Capitão Planeta que representava a encarnação do trabalho em equipe.

O desenho animado serviu de alerta sobre os impactos ambientais gerados pelas ações humanas para milhões de crianças em todo mundo na década de 1990. O aplicativo *UGreen* busca na fórmula da animação inspiração para engajar pessoas, a interface do protótipo conta o processo de Ludificação do conteúdo também conhecido como Gamificação, segundo ZICHERMANN e CUNNINGHAM (2012), essa técnica foi originada como método aplicado em programas de marketing e aplicações para web, com a finalidade de motivar, engajar e fidelizar clientes e usuários, a Gamificação utiliza elementos encontrados nas narrativas dos games, como um sistema de *feedback* (recompensa), diversão e interação com outros jogadores, com o intuito de obter maiores resultados motivacionais.

No design gráfico do aplicativo UGreen foram criados mascotes inspirados nos famosos *emojis* de aplicativos de mensagens instantâneas como Whatapp ou Facebook Messenger representado os elementos terra, fogo, vento, água e coração, além do Capitão UGreen ao centro como podemos visualizar no figura 01.



Figura 1 – Interface principal do aplicativo.

Cada um desses elementos é responsável por criar o georreferenciamento necessário, para, através da câmera do telefone, marcar áreas problemáticas. Essas marcações são compartilhadas pelos usuários na rede a fim de denunciar e relatar maus tratos contra animais (coração), poluição nos rios (água) desmatamento (terra), risco de incêndio (fogo), emissão excessiva de gases poluentes (vento) entre outros problemas socioambientais. Na figura 02 temos o exemplo das telas do aplicativo reportando alguns crimes ambientais.



Figura 2 – Tela principal seguido das sub telas que "abrem" a câmera para realizar a denúncia.

Após a foto do problema socioambiental ser capturada o aplicativo abre uma última tela, que pergunta ao usuário em qual rede social ele gostaria de fazer a denúncia, tendo diferentes opções como Facebook, google + e twitter. Na figura 3 podemos observar uma denúncia reproduzida na rede social Facebook.

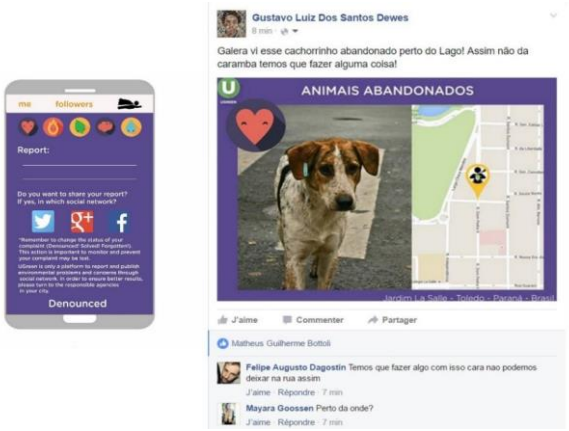


Figura 3 –Reportando o crime ambiental em uma rede social.

O aplicativo UGreen funciona com um sistema de cores simples, após a denúncia o status fica amarelo (Denunciado!) se em uma semana o usuário não marcar o problema como (Resolvido!) verde, automaticamente o crime ambiental muda para o status vermelho (Esquecido!), outros usuários podem também ajudar e mudar o status relatando se o crime foi resolvido ou não. Os usuários podem acompanhar o georrefenciamento da sua cidade e de outros lugares do mundo selecionando o Capitão UGreen como é demostrado na figura 04.



Figura 4 –Mapa de georrefenciamento relatando as ações do aplicativo na cidade.

O aplicativo *UGreen* é inspirado em outros aplicativos de georreferenciamento como o *Foursquare* que relata em que lugares seus usuários frequentaram na cidade e o *Strava* aplicativo voltados para os amantes de esportes de longas distâncias como correr ou pedalar, neste aplicativo os usuários podem seguir outros usuários, compartilharem suas atividades e visualizar a atividades de outros usuários, o aplicativo *UGreen* utiliza uma interface parecida, na barra superior do visor encontramos as abas (*Me*) Eu e (*Fallowers*) Seguidores, onde o usuário pode acompanhar suas denúncias e mudar o status da sua denúncia e acompanhar as denúncias de outros seguidores criando-se assim uma rede social que visa salvar o mundo, os usuários podem compartilhar e comentar as denúncias de outros usuários deixando uma denúncia ainda mais forte como é demonstrado na figura 05.

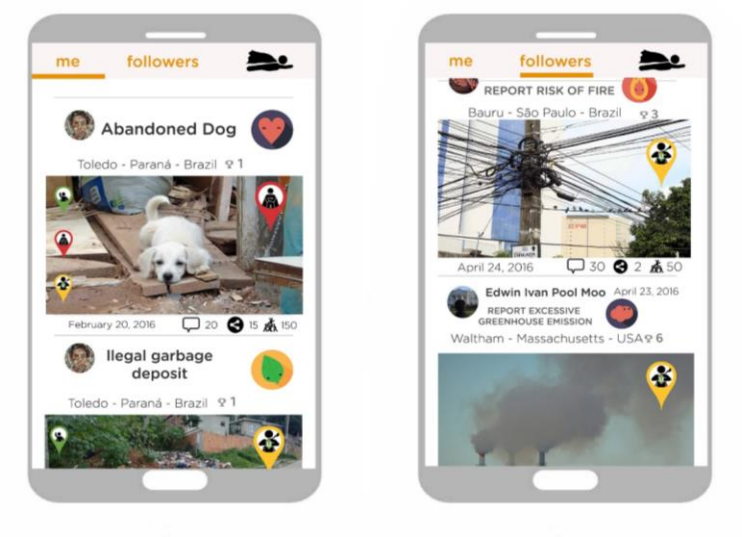


Figura 5 – Feed de notícias do aplicativo.

6. RESULTADOS ESPERADOS

O aplicativo *UGreen* pode ser capaz de estimular o interesse ambiental em pessoas com pouca preocupação com a causa e, portanto, conscientizar as pessoas sobre questões ambientais em um ambiente social contemporâneo. O fato é que mídias sociais, tecnologias móveis e aplicativos são facilitadores que têm uma grande capacidade de chamar a atenção mais do que outras plataformas. *UGreen* será uma ferramenta útil nas mãos das pessoas, especialmente para aqueles que já possuem alguma consciência ambiental.

Para atingir os objetivos, serão desenvolvidas quatro fases de curto e longo prazo:

1. Curto prazo: Um modelo beta será lançado e durante seis meses será utilizado como um laboratório de ensaio, a fim de coletar informações e fazer melhorias;

2. Curto prazo: Após este período, o aplicativo estará pronto para ser lançado oficialmente no Brasil - começando pelo estado de São Paulo;

3. Médio prazo (1 - 2 anos): Projetamos que o aplicativo estará disponível em todo o continente americano;

4. Longo prazo (2 a 3 anos): Em sua fase mais ambiciosa, o aplicativo se tornará uma ferramenta global, disponível em quase todos os países do mundo.

5. As expectativas com relação ao número de usuários durante o período "beta" é de mais de trinta mil pessoas. As ferramentas de compartilhamento de aplicações permitirão a divulgação de relatórios sobre as redes sociais e como as mesmas estão apoiando a popularização do aplicativo.

Esperamos que o poder da tecnologia, combinado com a comunicação e o desenvolvimento humanitário seja capaz de minimizar uma série de problemas ambientais nas regiões onde o app estará disponível. Esse poder também pode aproximar as pessoas, mesmo que em longas distâncias, por uma causa nobre: melhorar o bem-estar social em todo o mundo.

Palavras-chave: Aplicativo móvel; Meio ambiente; Tecnologia da Informação e Comunicação; Mídia digital; Desenvolvimento comunitário.

Referências bibliográficas

AF-Studio.pl & Super Monitoring (September 23, 2013). Retrieved from http://www.supermonitoring.com/blog/state-of-mobile-2013-infographic/

Alex Cican (n.d.). How my app got 455K users in the first week. Retrieved April 26, 2016 from https://alexcican.com/post/455k-users/

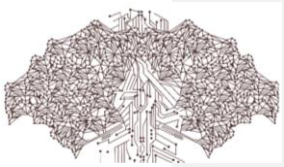
Chawla, R. (2015). How to raise funding for your mobile app. Retrieved April 23, 2016 from https://fueled.com/blog/raise-funding-mobile-app-2/

Corbett, S. (2008). Can the cellphone help end global poverty?. Retrieved April 23, 2016 from http://www.nytimes.com/2008/04/13/magazine/13anthropology-t.html

ITU (2015). Measuring the information society report 2015. Retrieved April 26, 2016 from http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2015/MISR2015-w5.pdf

The World Bank (2008). Technology and development. Retrieved September 25, 2016 from http://siteresources.worldbank.org/INTPROSPECTS/Resources/334934-1322593305595/8287139-1327608119530/GEP08KeyFindings.pdf

Toyama, K. (2010). Can technology end poverty?. Retrieved April 26, 2016 from http://bostonreview.net/forum/can-technology-end-poverty



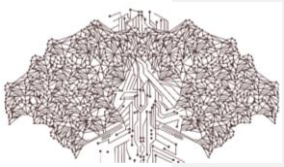
UNDP (2006). Communication for Empowerment: developing media strategies in support of vulnerable groups - Practical Guidance Note. Retrieved April 26, 2016 from http://www.communicationforsocialchange.org/pdfs/communicationforempowermentfinal.pdf

Varshneya, R. (2014). Where to get the money to build your mobile app. Retrieved April 23, 2016 from https://www.entrepreneur.com/article/230600

ZICHERMANN, Gabe; CUNNINGHAM, Christopher. Gamification by Design. Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. Canada: O'Reilly Media, 2011

Zydney, J. M., & Warner, Z. (2016). Mobile apps for science learning: review of research. Computers & Education, 941-17. doi: 10.1016/j.compedu.2015.11.001

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



UM APRENDIZADO EM "CLIQUES": O ENSINO DE HISTÓRIA E A EDUCAÇÃO DIGITAL.[1]

Edson de Lima Rocha Júnior[2].

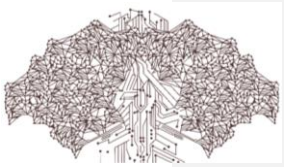
Esta pesquisa desenvolvida na concepção de investigar os processos organizativos da educação online, tem por objetivo a análise de *sites, blogs* e portais que se autodeclaram "educacionais" assim como daqueles relacionados ao ensino de história, em diferentes níveis de ensino. Os objetivos centrais são acompanhar o processo de constituição desses *sites* – destacando momentos e projetos digitais –, identificando os agentes envolvidos em sua criação e produção de seus conteúdos, assim como analisar concepções de história e ensino – associados aos negócios e publicidade *online* – que se desenvolveram na rede de *internet*. O objetivo final foi apresentar um quadro analítico de experiências do uso digital para a criação de cursos, aulas e recursos pedagógicos, além de traçar um panorama da educação digital para o ensino de História.

Atualmente muitos esforços e projetos têm sido criados em torno do ensino digital. Nesse sentido, muitos já prenunciavam que a fronteira digital poderia apresentar todo um novo quadro cognitivo e relacional da sociedade globalizada. Ainda assim a revolução e o choque drástico da realidade ainda estão se desenvolvendo de maneira mais significativa para alguns segmentos e novas demandas surgiram a partir do novo século.

Entre essas inovações e novas perspectivas abertas com a digitalização do cotidiano, duas novas problemáticas aparecem no horizonte desta pesquisa. Com o aperfeiçoamento das novas tecnologias os meios institucionais oficiais passaram também a compor suportes tecnológicos mais sofisticados, criando páginas oficiais na internet, criando *software* próprio para suas instituições e desenvolvendo políticas públicas para a atualização ou informatização do sistema público no país. Alguns fatores foram fundamentais para esta atuação do sistema público nacional, entre eles, principalmente, o desenvolvimento de canais comunicativos da rede global para computadores, a *internet*, propiciou uma maior integração de informações e desenvolvimento do que ficou conhecido como redes sociais.

1 . Artigo apresentado ao Eixo Temático 19 – Educação à Distância e online, métodos e processos de ensino e aprendizagem em redes, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2 . Aluno graduado da Universidade Federal Fluminense. Licenciado em História. E-mail: edsonrocha15@hotmail.com



Nesse sentido alguns autores desenvolvem fundamental análise acerca dos debates acerca da inclusão dessas tecnologias, qual seja aqui tratada, os benefícios e malefícios da internet, enquanto instrumento de conhecimento. Em seguida então será destacado três artigos auxiliaram a iluminar os debates e resoluções quanto ao campo do ensino de história e a fronteira digital.

O artigo *Como Conciliar Ensino de História e Novas Tecnologias*[3] de França e Simon, apresenta uma análise acerca de como o recurso tecnológico, tem contribuído para o desenvolvimento do ensino aprendizagem da disciplina escolar de história. Os autores apresentam em sua argumentação, diversas preocupações no entorno da concepção da escola e do papel do professor na construção da interface do aluno com a máquina. Dando especial importância a ideia da devida formação do professor para lidar com os conteúdos da internet.

Em SILVA[4], Ensino de História e Novas Tecnologias, se estabelece uma perspectiva acerca dessas tecnologias no cotidiano dos alunos, que leva também a uma mudança de postura profissional dos docentes, em parte como será mostrado, muitos dos idealizadores e agentes de manutenção desses *sites* são profissionais docentes. Nesse sentido, essa mudança da postura docente enfatizada também por FERREIRA[5], altera também o papel desse profissional no debate curricular da educação, e mesmo o papel da Escola enquanto centro de inclusão digital, ou ainda as fronteiras de representatividade da mesma.

Esta pesquisa procurou reconhecer o universo desses novos projetos educacionais apoiados em novas tecnologias, inventariando quando eles foram criados, quem produz e financia estas iniciativas. Um dos objetivos foi identificar quem são os "idealizadores" de sites, *blogs* e portais voltados para educação, para compor um perfil desses profissionais,

[3] FRANÇA, Cyntia Simioni; SIMON, C. G. B. Como conciliar ensino de história e novas tecnologias? In: VII SEPECH - Seminário de Pesquisa em Ciências Humanas, 2008, Londrina. **Caderno de Resumos do VII SEPECH**, 2008. p. 103-104.

[4] SILVA, Marcos. Ensino de História e Novas Tecnologias. UFS. 2012. Artigo enviado a Secretaria Estadual de Educação do Paraná, para a página, **Educadores dia a dia**. Marcos Silva é professor associado da Universidade Federal de Sergipe, em desenvolve pesquisas relacionadas ao ensino de história e tecnologias da educação. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/fevereiro2012/historia_artigos/2silva_artigo.pdf. Acessado em: 27/07/2017.

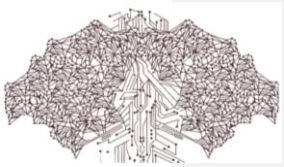
[5] FERREIRA, Carlos Augusto Lima. Ensino de História e a incorporação das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação: uma reflexão. **Revista de História Regional**, Departamento de História-UEPG, v. 4, n.2, p. 139-156, 1999.

avaliando como e quando entraram nesse "mercado". Outra intenção foi compor um panorama dos projetos públicos e de instituições particulares que desenvolvem materiais, páginas na *internet*, canais de comunicação e desenvolvimento de conteúdos em cooperação com o governo, em diferentes níveis, ou mesmo em suplementar o governo em áreas menos favorecidas ou não fomentadas para a educação pública. Outras questões e objetivos orientaram a pesquisa tais como a busca por compreender como essas tecnologias foram incorporadas e se correlacionam ao ensino de história, investigando se novas linguagens transformaram os conteúdos e modos de ensinar ou se, ao contrário, elas reproduzem e realimentam as formas tradicionais de ensinar em História.

O levantamento de *sites*, portais e *blogs* com conteúdo educacional – particularmente os voltados para a disciplina de História, no ensino fundamental e médio – foi realizado através da chave de pesquisa do Google, maior recurso de buscas da internet, através de palavras chave como História, Ensino Escolar, Ensino de História, onde fora buscado os recursos em que comumente se identificaria os sites que alunos, ou qualquer navegador buscasse assuntos relacionados a história ou a disciplina escolar história. Nesse sentido outro recurso muito importante a esta pesquisa, fora o Guia de Internet 2015: Centro Paula Souza, autarquia vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Governo do Estado de São Paulo, e tem por finalidade de desenvolver e implementar investimentos em educação profissional com investimentos em educação tecnológica no sistema de ensino público do estado, bem como gestão e implementação de Escolas Técnicas Profissionalizantes.

Contudo, devido ao espaço de desenvolvimento do presente artigo, serão apresentados os sites que de alguma maneira, corresponde ou se dedicam exclusivamente ao ensino de história, nesse sentido, a pesquisa se aterá na análise de alguns sites dedicados exclusivamente à História: *História do Brasil.Net*, *Café História*, *História Digital*, *História Online*, *Só História*, *Aventuras na História*, *Ensinar História por Joelza Ester Domingues* e *História do Mundo*.

A perspectiva de utilização das mídias digitais para educação, também trouxe a possibilidade dos próprios profissionais de ensino, criarem espaços de discussão e divulgação de pesquisas e metodologias de usos destes materiais tecnológicos para as aulas de História. *Sites* foram criados e são mantidos por indivíduos isolados, ou em duplas, a partir do momento que se tornou possível investir em projetos digitais e produzir conteúdo, com espaços de debate e comunicação mais acessíveis em termos de custos financeiros e do número de usuários. Nesse



sentido esses passaram a constituir um maior espaço, nas produções dedicadas à educação, mas mantém características bastante diversas entre si.

O site criado em 2005, o *HistóriadoBrasil.Net*[6], é um portal de história desenvolvido enquanto repositório de resumos de história. Sua página não possui uma identificação autoral, desenvolve conteúdo de ensino de história, com artigos sobre grandes processos históricos, organizado de acordo com uma temporalidade mais usual, com temáticas da história nacional, como organiza o site. Nesse sentido, separado, pela época Colonial, o Império e a República. Além de outros recursos presentes no site como documentos transcritos, e o que chama de temas diversos, mas que incorpora artigos que versam ou se repetem com as temáticas temporais. O *site* ainda traz indicações de Filmes e Documentários e uma Bibliografia, indicada no fim da página.

Criado em 2006, pela rede *Omnia*, uma empresa goiana de capital privado que administra sites voltadas as demandas de educação, o *site História do Mundo*, é voltado para ser um repositório de artigos, textos sobre curiosidades e outros recursos como uma cronologia e artigos específicos de civilizações elencadas no menu inicial. O *site* possui sua própria descrição:

"*Lançado em 2006, o História do mundo permite que estudantes do ensino fundamental e médio façam um tour pela história da humanidade com apenas um click. O portal disponibiliza artigos, curiosidades, cronologia de fatos históricos e civilizações. É uma plataforma rica em informações detalhadas para pesquisas escolares*. "[7]

O site possui artigos de diversas temáticas e temporalidades históricas, bem como apresenta textos de curiosidade, onde ambos por vezes, dialogam com questões atuais e temáticas relacionadas a conteúdos muitas vezes envoltos em visões mistificadas da realidade histórica. Os artigos também podem ser consultados através da temporalidade, compilada com uma prévia introdução do que se trata aquela temporalidade, e a reconstituir ou informar as condições de existência de uma civilização, caso das temporalidades mais distantes, ou questões e crises da atualidade que demandam definições ou explicações.

Outro site analisado o *Café História*, site especializado na divulgação do conhecimento histórico, fora criado em 2008, por Bruno Leal, Historiador e professor de História da Universidade Federal Fluminense, e se compõe em diversos conteúdos textuais, audiovisuais,

[6] Disponível em: http://www.historiadobrasil.net/. Acesso em: 17/05/2017.

[7] "História do Mundo" Disponível em: http://www.redeomnia.com/portfolios/historia-do-mundo/?pnt=15. Acesso em: 29/06/2017. Grifos meus.

com artigos, entrevistas e uma página para *links* ligados a divulgação do conhecimento histórico. O *site* possui uma autodescrição "O Café História foi fundado em 2008 com o intuito de ser uma plataforma de divulgação de história e de debate entre professores, estudantes e pesquisadores. "[8]

O Blog, *História Digital*, criado em 2009, pelo professor Michel Goulart[9], que desenvolvera enquanto fórum de discussão acerca do uso de mídias digitais na educação[10], o site apresenta uma diversidade de opções em sua página inicial, apresentando, opções de apostilas de história, para a compra, resumos onde apresenta algumas temáticas relacionados a formação do conhecimento, e definições de termos para a compreensão do que é discutido no site. Bem como apresenta resumos de algumas civilizações, organizadas no site, contemplando uma linha temporal clássica, Pré-História, Idade Antiga, Média, Moderna e Contemporânea. O site ainda apresenta uma página, com curiosidades históricas, ligadas a séries, questões mitológicas, etc., possuí ainda uma página dedicada a indicação de livros sobre história, e finalmente, páginas dedicadas a organização de resumos de temáticas, inseridas na linha temporal de História do Brasil, e História Geral.

O site *História Online*[11], criado em 2009, pelos professores Rodolfo Neves e Daniel Pereira[12], se destina a preparar o aluno para concursos e vestibulares, oferecendo cursos de EAD, e oferecendo cursos pagos ao navegador, em História Geral e outro destinado a História Geral para o ENEM, além de apresentarem vídeo documentários, com explicações dos referidos professores sobre "Atualidades", e notícias de temáticas correntes no mundo. O canal de Atualidades com a plataforma do *Youtube*[13], é gratuito, apresentado uma diversidade de vídeos sobre os processos atuais, crises, questões muito mais focadas ao mundo político, que datam desde

[8] "Sobre Nós". Disponível em: http://www.cafehistoria.com.br/sobrenos/. Acesso em: 17/05/2017.

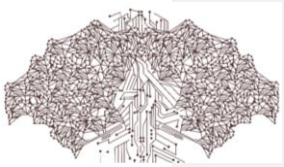
[9] Michel Goulart é professor de história, e se apresenta no site: "O professor Michel Goulart nasceu em 1978, na cidade de Criciúma, Santa Catarina. Além das atividades em sala de aula, é arqueólogo, historiador, músico, cartunista e didata e já trabalhou em algumas das maiores escolas públicas e particulares catarinenses. Começou a lecionar em 2001, sempre preocupado com um ensino caracterizado pela criatividade e inserção de novas tecnologias e metodologias variadas em aula. " "Sobre". Disponível em: http://www.historiadigital.org/sobre/. Acesso em: 03/05/2017.

[10] Idem.

[11] Disponível em: https://historiaonline.com.br/. Acesso em: 09/05/2017.

[12] São Professores, da Educação Básica, de escolas particulares, particularmente na rede Poliedro, no caso do professor Rodolfo Neves. Disponível em: https://historiaonline.com.br/perfil-prof-daniel/ e https://historiaonline.com.br/perfil-prof-rodolfo/. Acesso em: 09/05/2017.

[13] Disponível em: https://www.youtube.com/c/rodolfoneveshistoriaonline. Acesso em: 09/05/2017.



o ano de 2010. No mesmo canal se encontram também aulas de História Geral, veiculadas através do canal ou do site pelo *link* "História Geral. "

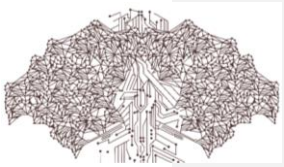
O site *Só História*, criado em 2009, faz parte da rede Virtuous[14], uma empresa de investimento no mercado de informática, em sites didáticos e pacotes de materiais de ensino, e é voltado para conteúdos de História e outros da educação básica.[15] Enquanto sistema educacional, contudo, não fica claro o seu direcionamento, a não ser que é voltado para educação básica, apresentando conteúdos em forma de verbetes, que terão por função definir alguns conceitos de história, e de áreas que se relacionam à temática histórica. Outros recursos também estão presentes no site, como exercícios, questões de vestibulares, simulação e jogos. O site ainda possui uma área de auxilio docente, disponibilizando dois outros portais[16] que possam auxiliar o planejamento de aulas, com conteúdo educacional, mas que em sua maioria se tratam de repositórios ou fóruns de discussão.

Outro *Blog*, desenvolvido para apoio a profissionais docentes, o *Ensinar História por Joelza Ester Domingues*, criado em 2014, pela professora que dá título ao blog[17], com o objetivo de compilar artigos, e textos diversos, devidamente embasados, que possam auxiliar o profissional docente de história, no desenvolvimento cotidiano de suas aulas de História. O site se destina, contudo também a quaisquer alunos ou pessoas interessadas na temática histórica.

Essa é uma tendência já evidenciada desde os primeiros projetos da década de 1990, mas que a *internet* incentivou e propiciou novo recurso de divulgação. Para além das instituições de ensino, e particularmente as de caráter privado, que passaram a criar *sites* institucionais como maneira de "modernizar" sua organização administrativa e pedagógica de suas escolas a *internet* ofereceu um canal de divulgação para várias excentricidades e curiosidades. Essas perspectivas influenciaram a criação de muitos *sites*, na atualidade e outros mais antigos também incorporaram em suas páginas as perspectivas elencadas anteriormente.

Nesse sentido, a história passou também a significar novos conceitos nas novas mídias, de maneira diversa até então, permitindo mais um espaço de trabalho e investimento para os profissionais da área, num terreno de maior velocidade de informações e maior variedade, qual

[14] "Sobre Nós". Disponível em: http://www.sohistoria.com.br/sobrenos.php. Acesso em: 26/06/2017.
[15] "Quem Somos". Disponível em: http://www.virtuous.com.br/virtuous.php. Acesso em: 26/06/2017.
[16] "Área dos Professores". Disponível em: http://www.sohistoria.com.br/professores.php. Acesso em: 26/06/2017.
[17] Joelza Ester Domingues, é Mestre em História Social pela Pontifícia Universidade Católica – PUC-SP, e foi professora da rede Marista de Educação, e em diversos cursos pré-vestibulares. Disponível em: http://www.ensinarhistoriajoelza.com.br/. Acesso em: 26/06/2017.



seja a *internet*, assim propiciando numerosos projetos de divulgação do conhecimento. Nesse sentido, muitos *sites* também foram criados por profissionais da área, caso do já mencionado *Café História*, bem como outros *sites*, pertencentes a organizações empresariais dispostas a investir nas novas tecnologias e em projetos educacionais.

Incluída ou não nas escolas e nas salas de aula, a *internet* faz parte da rotina da maioria dos jovens em idade escolar no Brasil de hoje. Um maior acesso às informações produzidas em diversas partes do mundo, ao mesmo tempo em que estas circulam em maior velocidade, permitiu ampliar e diversificar as fontes de informações disponíveis para os cidadãos, aí incluídos os professores e alunos. Contudo, como já apresentado, a expansão e as transformações tecnológicas nos meios de comunicações, assim como a ampliação das linguagens e tecnologias disponíveis para a educação e à produção de materiais didáticos, criaram ambientes mais dinâmicos e atraentes, oferecem possibilidades interativas, permitem buscar, ordenar e disponibilizar uma quantidade significativa de informações, mas isso não significa necessariamente um ganho qualitativo. Como nas mídias anteriores, uma atenção aos critérios envolvidos no processo de elaboração do conteúdo é a garantia de sua qualidade, mas, o que vimos, não é o que ocorre na maioria dos *sites* analisados. Como analisado nos capítulos anteriores, a *internet*, não é terreno de plena segurança e certeza quanto à origem das informações, suas fontes e comprovações. Na maioria das vezes, sequer a autoria dos textos é identificada e os conteúdos sofrem uma variação de composição conforme o projeto constituído pelos sujeitos, empresas e entidades públicas envolvidas na elaboração dos *sites*, *blogs* e portais de ensino.

O reconhecimento dos conteúdos dos *sites* que se propõem atuar no ensino de História, ou no ensino em si, compôs um quadro e identificou uma periodicidade que se inicia na década de 1990, com o aperfeiçoamento e ampliação do sistema de *Internet* no mundo, e especificamente no Brasil, ao mesmo tempo em que indivíduos e empresas percebem nesta tecnologia um novo instrumento educacional, devido as possibilidades comunicativas que essa nova mídia oferece. Nesse sentido, foi possível perceber que acompanhando a recepção desse sistema, bem como sua implementação, fica mais perceptível os interesses que se articularam em torno do debate sobre a legislação de telecomunicações e, particularmente, da regulamentação dos usos sociais da *internet*.

Como já foi demonstrado, a análise da produção de conteúdo sobre educação e sobre a História a partir do período apresentado, mostra quais os grupos empresariais privados, as instituições públicas ou ainda os indivíduos, isolados ou em grupos, que visavam explorar a

produção de conteúdo inovador e que buscassem não somente explorar a capacidade comunicativa dessa mídia, mas que elaborassem uma interface educacional a partir desta mídia.

A análise também apresenta o cenário dos investidores e políticas públicas no projeto de digitalização da educação, bem como mapear a existência, ou não, de políticas públicas e iniciativas visando a disciplinar o uso da *internet* e, principalmente, a estabelecer critérios para sua aplicação à educação. Sendo também necessário a pesquisa a busca dos debates em torno da chamada "inclusão digital" da sociedade brasileira assim como sobre o marco civil da *internet* – a Lei Nº 12.965/2014[18] –, proposta e debatida em meio a sérias discussões no entorno da garantia dos direitos estabelecidos na constituição, e uma necessidade de regulamentação sobre os usos (e abusos) desta tecnologia de informação. Conhecida como o 'marco civil da *Internet'*, essa lei regula o uso da *internet* no Brasil por meio da previsão de princípios, garantias, direitos e deveres para quem usa a rede, bem como da determinação de diretrizes para a atuação do Estado e parâmetros para responsabilização civil e criminal de usuários, provedores e administradores.

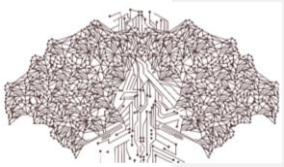
Fora preciso dessa maneira recolher os argumentos jurídicos e políticos apresentados nesse debate articulando com os interesses de grupos estudados, suas posições e argumentos para compor sua participação nos projetos educacionais oficiais e reconhecidos publicamente. Nesse sentido é possível correlacionar o início dos projetos digitais com o planejamento e extensão da *internet* à população enquanto recurso comunicativo e um direito social não previsto no Código das Telecomunicações no Brasil.

Uma perspectiva histórica em relação a este processo, precisa retomar em rápidas linhas o estabelecimento do Sistema de Telecomunicações no Brasil, na década de 1960[19]. A partir do estabelecimento dos parâmetros das Telecomunicações em termos de exploração econômica da União e concessão de uso do sistema para empresas de capital privado, ao longo da evolução técnica, mas especificamente na radiodifusão e também a televisão, provocaram mudanças na legislação. Contudo, somente se percebe nova legislação em 1998[20] com a especificação e

[18] Lei n. 12.965, de 25 de março de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 29/05/2017.

[19] Lei Nº 4.117 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm. Acesso em: 10/07/2017.

[20] Lei Nº 9.609 de 19 fevereiro de 1998. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no País, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9609.htm. Acesso em: 13/07/2017.



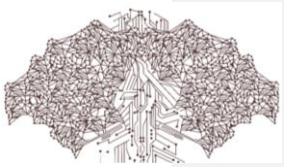
reconhecimento da nova tecnologia pela legislação e primeiro estabelecimento de normas reguladoras.

Percebe-se uma possibilidade apresentada por essas leis, no relativo a regulamentação, principalmente sobre a comercialização dos programas, bem como o uso desses por empresas de capital privado, na década de 1990, quando começaram a produzir conteúdo voltados para a *internet*. No mesmo contexto a pesquisa identificou que empresas e indivíduos passaram também a produzir conteúdo educacional para este universo possibilitando a regularização de atividades de empresas que começaram investindo nos referidos materiais, editoras que também passaram a produzir conteúdo educacional em meio digital, além de sistemas de ensino e escolas que, na medida em que buscavam produzir materiais digitais e atualizar os programas institucionais como um facilitador para a realidade escolar, impôs uma reflexão sobre a propriedade intelectual sobre o programa, possibilitou a contratação de profissionais e mesmo aquisição de programas para o desenvolvimento de conteúdo educacional próprio.

No decorrer da evolução mercadológica da *internet* com o desenvolvimento de novas tecnologias e comercialização de diversos programas, a Câmara e o Senado passaram a implementar novas leis, reflexo de medidas e demandas, tais como a implementação de normas para utilização de dados digitais por instituições públicas governamentais e instituições financeiras, apresentando uma perspectiva de digitalização burocrática no país e do mercado financeiro; a implementação de normas para o voto eletrônico, princípios e atribuições de compartilhamento de dados entre instituições públicas, atualização normativa das penalizações para o caso de ação de infligir leis de proteção de produtos digitais, bem como o estabelecimento e regulamentação, do estado de autarquia do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação. Outras medidas foram de adequação dessa nova demanda por leis[21], para adequação desse novo universo as leis que respeitassem os direitos e garantias da constituição e outras organizações em que a própria aquisição de material correspondia, como adequação da regulamentação do uso de materiais digitais, as normas da Organização Mundial do Comercio.

A *Associação Brasileira de Internet* é parte desse processo e atuante desde a década de 1990 e sua "*história (...) confunde-se com a história da Internet no Brasil. Fundada em 7 de novembro de 1996, a entidade (...) tem como objetivo principal o apoio ao esforço brasileiro na implementação de empresas provedoras de acesso, serviços e informações, buscando o*

[21] Para conhecer as principais leis federais sobre informática, telemática e internet, ver: Internet Legal. O direito na tecnologia de informação. Disponível em: www.internetlegal.com.br/biblioteca/legislacao/. Acesso em: 13/06/2017.

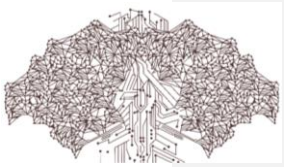


desenvolvimento da Internet no país". Constituída como *Associação Brasileira dos Provedores de Acesso, Serviços e Informações da Rede Internet* a entidade alterou seus estatutos, em maio de 2009, e também o seu nome para "*Associação Brasileira de Internet, abrangendo de forma mais ampla toda a cadeia econômica da Internet no Brasil*. " Entre os seus objetivos está a defesa do "*livre fluxo internacional de informações na Internet como base para o desenvolvimento econômico e social das pessoas e entidades nacionais*". Outro objetivo definido pelos sócios da *Abranet* é "participar ativamente na elaboração de políticas públicas, e do arcabouço legal relativo ao uso da Internet, apresentando às autoridades governamentais e demais entidades competentes estudos, sugestões e críticas". Para concretizar esses objetivos atua "*de forma permanente para assegurar a representação da Associação em atividades nacionais e internacionais de Comitês, Comissões, Audiências, Grupos de trabalho que tratem de temas relacionados ao uso das tecnologias de comunicação e informação e da Internet*". [22]

Todas estas questões emergiram entre 2011 e 2014 durante a tramitação do projeto de lei que resultou na aprovação da Lei Nº 12.965, ou como ficaria conhecido o "marco civil da *Internet*". Nessa perspectiva, como bem explicita seu primeiro artigo, esta lei define até então "*os princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet*"[23] no país, apresentando o reconhecimento de alguns dos princípios identificados pelos usuários da rede, em um momento de maior compreensão e comunicação, do que se trata esse universo. Definindo que a rede transcende os limites territoriais dos países e existe em escala mundial, a lei afirmou que a ela também são inerentes os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania. Ainda perfazendo esse percurso, a lei propõe os princípios da pluralidade, diversidade, abertura e colaboração dos indivíduos, livre iniciativa, livre concorrência, e defesa do consumidor, e o reconhecimento da finalidade social da *internet* expressa através das redes sociais. Um exemplo claro da importância adquirida pelas redes sociais para muitos *sites* e instituições sociais que mantêm perfis nas redes sociais, como maneira de se fazerem mais conhecidos e ampliar o canal de comunicação com o usuário, bem como das instituições que são responsáveis e criadoras desses *sites* e portais, foi demonstrada ao longo dos capítulos.

Contudo o estabelecimento desta lei foi precedido por intensa discussão, quanto ao estabelecimento de uma maior regulamentação dos dados, advinda da preocupação com a defesa

[22] "História" e "Atuação e Objetivos Sociais". Associação Brasileira de Internet. Disponível em: http://www.abranet.org.br/Paginas-institucionais/Historia-12.html?UserActiveTemplate=site. Acesso em: 23/06/2017.
[23] Lei Nº 12.965 de 23 de abril de 2014, op. cit., Art. 1º.



da privacidade do usuário e prevenção de terrorismo virtual. Nesse sentido, em parte o projeto de marco civil da *Internet* fora bastante discutido, entre 2011 e 2014, com uma repercussão mais intensa e com a oposição das empresas do setor privado que, sob a justificativa de evitar a censura, procuravam obter o controle dos dados do usuário, como ficara marcado nas discussões na imprensa. Uma discussão internacional acerca da proteção do usuário através dos marcos civis de cada país, intensamente discutida na Organização das Nações Unidas, nos anos que antecederam a lei[24] brasileira, revelam uma preocupação de muitos países, principalmente acerca das restrições de liberdade dos usuários e do possível encarecimento de custos e maior controle das empresas do setor[25].

Ainda no primeiro capítulo do corpo de lei, o texto estabelece parâmetros relativos a acessibilidade do sistema de *Internet* no Brasil, garantindo o acesso a todos, para que a rede seja um espaço de participação social, cultural e política, bem como as garantias de acesso as novas tecnologias, e a interface da base de dados mundial. Portanto, a lei estabeleceu as bases de direito de uso e compartilhamento de dados, contudo ela também apresenta um sistema de identificação e regulamentação desse processo através do acesso ao endereço de protocolo de *internet* (IP), que permite identificar a origem de cada terminal conectado à *internet*.

Para reconhecimento, o capítulo terceiro do corpo da lei dispõe sobre as garantias do usuário quanto à sua privacidade e proteção ao dano material ou moral, bem como das relações contratuais do usuário e provedores de produtos, programas e provedores da rede, de modo a garantia da proteção dos dados pessoais e a não exposição dos mesmos, aos quais por força de lei somente poderão ser acessados com autorização do usuário, bem como do acesso há registros de aplicação da internet que somente estarão disponíveis com a autorização do usuário ou autorização judicial. O corpo da lei também dá conta de outros princípios concernentes a regulamentação da *internet* e sua relação com a garantias e proteções de registro da *internet*, novamente deixando claro o respeito e controle do indivíduo sob seus dados. O texto faz ainda referência a manutenção de registros e seu tempo de guarda, os casos de acesso e exposição a esses registros e infração das determinações judiciais e as consequências punitivas do ato.

[24] "Debate sobre controle da internet ainda procura solução global. " Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/10/131023_nsa_internet_governanca_mm_pu. Acesso em: 30/06/2017.

[25] "Abranet diz que artigo 31 do marco civil da internet pode permitir 'censura disfarçada'. " Disponível em: http://convergecom.com.br/tiinside/home/internet/01/04/2014/abranet-diz-que-artigo-31-marco-civil-pode-permitir-censura-disfarcada/. Acesso em: 30/06/2017.

Outro dado interessante sobre a guarda de registro é que o texto de lei não obriga ao provedor de *internet* que disponibilize aplicações de *internet* gratuitas o registro de dados pessoais sem prévia autorização do titular da aplicação, sendo de responsabilidade do provedor de *internet*, as infrações a dados pessoais, e direitos autorais, causados por terceiro, previsto no corpo de lei[26].

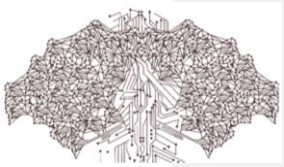
De maneira geral, a legislação prevê garantias substanciais ao usuário e contratante de serviços de registro de suas atividades, mas registra o direito de investigação desses dados. A partir do quarto capítulo o texto apresenta as diretrizes de atuação do poder público em todas as esferas governativas, bem como assegurar direitos de acesso a informações públicas, transparência, inclusão digital, acessibilidade e assegurar o uso da *internet* para educação e promoção e estimulo a produção cultural e a cidadania. Nesse sentido, o texto apresenta contribuições a regulamentação e definição da *internet* enquanto recurso comunicativo e integrativo da sociedade, enquanto elemento de direito público, garantido por força de lei, que lhe serve de instrumento de produção cultural, exploração comercial, preserva os cidadão da exposição de seus dados pessoais e vida privada sem sua autorização mas, ao mesmo tempo, define que esse serviço apesar de reconhecidamente transfixar as fronteiras nacionais, também responde as competências de justiça, também garantidos em lei no Brasil.

Antes de ser afastada, Dilma Rousseff assinou em maio de 2016 o Decreto que regulamenta o Marco Civil da *Internet* pouco mais de dois anos depois de sancionar a Lei 12.965/14. O número de propostas de emendas e alterações a esta lei que definiu as normas para o uso e exploração comercial da internet é um termômetro das disputas em torno da rede e dos interesses em jogo.

Apesar da máxima apresentada no último capítulo da lei de 2014, a constituição de programas educacionais que incorporassem o incentivo à inclusão digital e ao uso das novas tecnologias educacionais, apresenta um histórico mais antigo, retornando nesse sentido ao projeto de criação do Programa Nacional de Informática na Educação (ProInfo), criado em 1997 pelo ainda Ministério da Educação e do Desporto. Esse programa tinha por finalidade "*disseminar o uso pedagógico das tecnologias de informática e telecomunicações nas escolas públicas de ensino fundamental e médio pertencentes às redes estadual e municipal*. "[27] Esse programa

[26] Lei Nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso de internet no Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 29/05/2017.

[27] Portaria nº 522, de 9 de abril de 1997 do Ministério da Educação e do Desporto. Cria o Programa Nacional de Informática na Educação. Disponível em:



articulava com as secretarias de educação estaduais e municipais em conjunto da Secretaria de Educação a Distância do Ministério e buscava desenvolver um sistema onde se baseava nos dados escolares para implementação do programa. A ele são vinculados outros projetos como "Programa Um Computador por Aluno" (PROUCA), e o "Programa Banda Larga nas Escolas" (PBLE). O programa se configura numa tentativa ainda em curso de implementar a educação digital e a possibilidade de prover a escola de diversos provimentos para o uso das novas tecnologias.

A perspectiva do programa foi assegurar a inclusão digital das escolas e garantir a acessibilidade coletiva a esses recursos, como parte do compromisso do estado. Em 2007 o programa ganha nova denominação e perspectiva com o nome de Programa Nacional de Tecnologia Educacional e dá continuação à perspectiva de inclusão digital na educação básica, cumprindo também agora função de fomento à produção de material educacional digital no país e a preparação de sala de aulas informatizadas para este planejamento, em colaboração com os estados e municípios. No Decreto de Lei Nº 6.300 de 12 de Dezembro de 2007, no artigo 4º[28], que dispõe que os municípios e estados ficam com o encargo de preparação e aquisição de equipamentos e preparação de material humano para implementação do programa, ficando o Ministério da Educação responsável pela elaboração das diretrizes e implementação do sistema nas escolas, realizadas através do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, o qual estabelece em seu portal também os parâmetros para adesão das escolas beneficiadas.

Se referindo mais especificamente aos projetos desenvolvidos pelo programa, um deles o Projeto um computador por aluno (PROUCA), visa a distribuição e implementação de material digital em preparação e maior acesso ao programa pelos alunos. O programa funciona como extensão às salas de informática e uma maior integração a outros programas como o ProInfo, responsável também pela implementação de recursos humanos do programa. O Programa Um Computador por Aluno (PROUCA) de 2010, visa o abastecimento dos estados e municípios para um programa, através da qual pudessem comprar com recursos próprios os equipamentos do programa. Há também o Programa Banda Larga nas Escolas (PBLE), o programa instituído em abril de 2008, para implementar *internet* nas escolas urbanas brasileiras, se configura também numa alternativa das operadoras de telefonia fixa, na medida em que são isentas do custo da

https://www.fnde.gov.br/fndelegis/action/UrlPublicasAction.php?acao=getAtoPublico&sgl_tipo=POR&num_ato=00000522&seq_ato=000&vlr_ano=1997&sgl_orgao=MED. Acesso em: 30/06/2017.

[28] Decreto de Lei Nº 6.300, de 12 de dezembro de 2007. Dispõe sobre o Programa Nacional de Tecnologia Educacional – ProInfo. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6300.htm. Acesso em: 30/06/2017.

instalação de postos de serviço eletrônico, pela implementação de infraestrutura de rede e suporte de conexão para *internet*[29]. O Projeto ProInfo configura uma tentativa de criar nas escolas uma infraestrutura de educação digital, contudo não é claro em sua página se há uma implementação de programa padronizado ou uma padronização do conteúdo, deixando disponível a possibilidade integrativa de novos conteúdos, selecionados pelos professores, uma vez que há a possibilidade de formação e gestão deste profissional através do ProInfo Integrado.

A constituição histórica das bases legais e dos programas desenvolvidos para implementação e ampliação da integração de recursos telecomunicativos no Brasil possibilita criar uma interação e esclarecimento sobre a proliferação de muitos portais, a implementação de portais digitais por entidades governamentais, secretarias de educação em nível municipal e estadual, a criação de portais também por escolas, redes de ensino e autarquias federais, como universidade e universidades de capital privado, como visto nos capítulos anteriores. Por outro lado, é possível verificar que o respaldo jurídico também contribuiu para a criação de portais de desenvolvimento individual, já que há um resguardo dos direitos de propriedade e contrato na produção desses conteúdos, tornando estável a manutenção e desenvolvimento destes sites.

Nesse sentido, é pertinente relembrar quais as instituições e sujeitos que desenvolveram ou possuem maior participação nesses projetos, bem como o conhecimento acerca dos indivíduos responsáveis pelo desenvolvimento de portais independentes e da produção dessas mídias. Algumas empresas se destacaram, pelo desenvolvimento de uma maior diversidade de *sites*, com propósitos diferentes, mas que foram selecionados para esta pesquisa porque também se dedicam à produção de material da disciplina de história.

Entre essas empresas estão algumas que atuam desde a década de 1990, produzem material relativo a conteúdos digitais não somente educacionais, mas em produção de conteúdo cultural e diversidades, como o grupo *Omnia* e o *Grupo Uol*. A primeira é proprietária de nove *sites* voltados à educação que, pelo volume de usuários que frequentam suas páginas, apresenta maior visibilidade em *sites* de busca como o *Google*. A empresa foi fundada em 2002, como uma empresa de gestão de sites, que passa a compor sites voltados à educação. A rede ainda possui uma relação com o *Grupo Uol*, fundado em 1996, que apresenta conteúdo desenvolvido diretamente para *internet* através de uma série de recursos como a produção de uma rede televisiva

[29] Decreto de Lei Nº 6.424, de 4 de abril de 2008. Altera e acresce dispositivos ao Anexo do Decreto nº 4.769, de 27 de junho de 2003, que aprova o Plano Geral de Metas para a Universalização do Serviço Telefônico Fixo Comutado prestado no Regime Público – PGMU. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/decreto/d6424.htm. Acesso em: 30/06/2017.

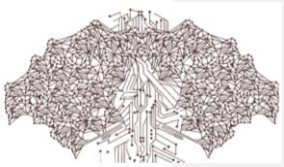
somente para *internet*, etc., e mantém diversos sites voltados para educação, já mencionados na pesquisa. A empresa pertence por sua vez ao grupo *Folha de S. Paulo*, que há muito estabelece outros sites vinculados a *Uol*, ou sob o título do grupo, demonstrando uma característica mais corrente que é o movimento de transição midiática para a *internet*, desenvolvido em meados da década de 1990. Esses grupos de mídia serão responsáveis também pela elaboração de outros conteúdos ligados a atividades diversas, como educação, atividade bancária, entre outras, e a exemplo do próprio grupo *Uol*, como bem exposto em sua página, recebem também auxilio de programas como a *FINEP*.

Outra empresa da área de comunicação que também passou a investir na produção de conteúdos voltados à educação é o *Grupo Editorial Abril*, proprietária de editoras de livros didáticos e, também, de sites voltados à educação. A empresa já desenvolvia materiais didáticos, contudo como outras caminhou para a transição comunicativa digital. A empresa criada na década de 1950, como uma editora de revistas em quadrinhos, ao longo das décadas diversificou seus conteúdos através de um conjunto de revistas que buscavam dominar o mercado consumidor e, a partir da década de 1990, passou também a produzir conteúdo para *internet*. A empresa possui participações mais fortes no mercado editorial mais também investe em soluções como provedores de *internet* banda larga como o *Ajato*. Um fato interessante é que existe uma intensa comunicação e reforço entre as páginas dessas empresas através de *links* que levam a *sites* ou noticiais sobre as produções desses grupos.

Outra empresa que possui participação e desenvolvimento em diversos *sites* é a *Fundação Lemann*, criada em 2002, pelo empresário Jorge Paulo Lemann, que possuí capital acionário em algumas das maiores empresas de capital privado do país como a *AB Inbev* e a *3G Capital*[30], que dominam o mercado de bebidas e outros setores alimentícios, além de atuar em fundações no ramo educacional como a referida fundação. Sua finalidade é o desenvolvimento de políticas educacionais e projetos pedagógicos, desenvolveu portais para dar visibilidade aos projetos e apresentação de soluções para educação, incentivando pesquisas pedagógicas. Segundo a página, sua finalidade é desenvolver e apoiar "*projetos inovadores em educação, [realizar] pesquisas para embasar políticas públicas no setor, [e oferecer] formação para profissionais da educação*. "[31]

[30] "18 fatos curiosos sobre o bilionário Jorge Paulo Lemann". Disponível em: http://www.forbes.com.br/negocios/2017/04/18-fatos-curiosos-sobre-o-bilionario-jorge-paulo-lemann/. Acesso em: 28/06/2017.

[31] "Sobre Nós". Disponível em: http://www.fundacaolemann.org.br/quem-somos/. Acesso em: 03/05/2017.



A fundação investe recursos em programas educacionais desenvolvidas com tecnologias digitais, para serem implementados em salas de aula bem como mantém diversos *sites* onde oferecem formação para professores, *links* para materiais e cursos, como o site *Nova Escola*, da Rede Omnia.

Outras entidades ligadas a atividade midiática como a *Fundação Roberto Marinho*, estão entre as empresas participantes de projetos educacionais e de *sites*, neste caso desde a década de 1970 e, a partir de 2000, a compor uma plataforma digital com vídeo aulas, disponibilizando um conteúdo desenvolvido no âmbito da educação a distância. A entidade é ligada organizacionalmente a *Rede Globo de Televisão*, uma das maiores empresas brasileiras de Telecomunicações e que monopoliza o mercado de televisão. A fundação ainda se constitui atualmente ainda como uma das alternativas para a educação à distância e reconhecida como uma parceira na educação básica em áreas com carência de escolas e professores em várias regiões do país.

Nesse sentido se percebe ainda outras entidades como o *Instituto Inspirare*, criado e mantido por outro empresário – Bernardo Gradin – sem fins lucrativos, como as demais, trouxe para a educação palavras de ordem do meio empresarial – como eficiência, gestão, inovação – e atua no desenvolvimento de programas e produtos digitais visando não só a produção e difusão de conteúdos mas, principalmente, na intervenção em políticas públicas para a educação e o investimento de novos sistemas de ensino para escolas beneficiadas.

Outras instituições como o Grupo Virtuous Tecnologia Educacional, criam e administram conjuntos de *sites* e, neste sentido, operam em rede atuando "segmento educacional" como desenvolvendo portais repositórios de conteúdos, divulgadores de seus sistemas educacionais, além de produzir e comercializar produtos como videoaulas, jogos e CDs com materiais didáticos. Propostos como materiais voltados a suplementar a educação básica, desenvolvendo conteúdos educacionais, como verbetes, exercícios, etc., muitos pagos, o que dificultara o acesso a esses conteúdos pelo navegador. Apesar de defenderem suas iniciativas em nome da "inclusão digital" o que fica evidente é que o desenvolvimento de sistemas educacionais digitais é um excelente negócio para a exploração econômica da educação.

Outras entidades que se organizam como redes de ensino também desenvolveram *sites* voltados para educação, como as redes *CNEC*, e São Francisco, estabelecendo mídias que desenvolvem conteúdos educacionais digitais, mas envolvidos no proveito do espaço digital. A primeira, a rede *CNEC Educação*, fundada na década de 1950, por Felipe Thiago Gomes, é uma entidade que se desenvolveu ao longo das décadas seguintes e a partir da década de 2000, passou

a compor uma rede de ensino com a criação de um portal o *Núcleo de Objetos de Aprendizagem Significativa* (NOAS). O portal "*disponibiliza aplicativos para interação virtual*" e é acessível a professores e alunos. "*Esse espaço de interação permite ainda que professores sugiram o desenvolvimento de novos aplicativos, que, conforme a sua funcionalidade, poderão ser agregados ao portfólio do portal*. "[32]

Ainda há outras empresas de claro caráter privado como o Banco *Santander* que apoia e financia alguns projetos e portais educacionais e sua manutenção na *internet*. Por outro lado, muitos dos *sites* e *blogs* são de criação individual por iniciativa de professores ou profissionais da área de comunicação, ou de parcerias entre eles. Um exemplo desse tipo de experiência é o *História Online*, criado em 2009 pelos professores Rodolfo Neves e Daniel Pereira, para a produção de conteúdos voltados para ensinar história utilizando aplicativos como *podcast* e vídeo aulas, além de textos e verbetes apresentando em sua última versão uma plataforma de EAD, voltada para preparação para o ingresso no ensino superior. Finalmente outros *sites* se especializam nessa categoria, como é o caso do *Descomplica*, criado em 2011, por Marco Fisbhen, professor de física, que desenvolveu o programa – uma plataforma de vídeo aulas e exercícios – como um sistema de preparação do usuário para o ingresso em universidades.

A sistematização dos resultados em um quadro evidenciou um número significativo dessas iniciativas individuais ou em coletivos de desenvolvimento desses produtos educacionais. Também apresentou a perspectiva de que grande parte dos *sites* de iniciativa individual ou empresas especializadas disponibilizam conteúdos voltados para a preparação para o ingresso no curso superior, formando um dos maiores mercados e públicos usuários desses *sites*. Outras páginas são desenvolvidas por alguns centros e escolas privadas, como sistemas de ensino com suporte para o desenvolvimento de educação ou "escola" digital.

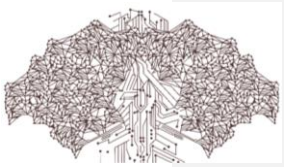
Palavras-chave: ensino; tecnologias; história; educação; internet.

Referências bibliográficas

CERRI, L. F.. Os conceitos de consciência histórica e os desafios da Didática da História. **Revista de História Regional**, Ponta Grossa, PR, v. 6, n.2, p. 93-112, 2001.

COSTA, Lúcia Margarete. Programa Nacional de Tecnologia Educacional (ProInfo) – Expansão, democratização e inserção das tecnologias na rede pública. **Quanta Comunicação e Cultura**. Volume 1. Número 1. 2015.

[32] Núcleo de Objetos de Aprendizagem Significativa - NOAS. Disponível em: http://www.cnec.br/servicos/noas/. Acesso em: 30/06/2017.



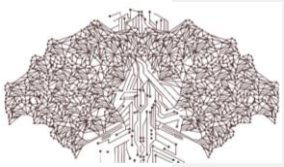
FERREIRA, Carlos Augusto Lima. Ensino de História e a incorporação das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação: uma reflexão. **Revista de História Regional**, Departamento de História-UEPG, v. 4, n.2, p. 139-156, 1999.

FONSECA, J. F. M.; Alves, Maria Fernanda. A história on line: analisando sites de ensino de história no Brasil. In: III Encontro Internacional de Ensino de História e VIII Encontro Nacional Perspectivas do Ensino de História, 2012, Campinas/São Paulo. **Anais do VIII Encontro Nacional Perspectiva do Ensino de História**, 2012.

FRANÇA, Cyntia Simioni; SIMON, C. G. B. Como conciliar ensino de história e novas tecnologias? In: VII SEPECH - Seminário de Pesquisa em Ciências Humanas, 2008, Londrina. **Caderno de Resumos do VII SEPECH**, 2008.

SILVA, Marcos. Ensino de História e Novas Tecnologias. UFS. 2012. Artigo enviado a Secretaria Estadual de Educação do Paraná, para a página, **Educadores dia a dia**. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/fevereiro2012/historia_artigos/2silva_artigo.pdf. Acessado em: 27/07/2017.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE CIDADES INTELIGENTES E CIDADES CRIATIVAS: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS CONFORME ARTIGOS DO PORTAL CAPES/MEC[1]

Tatiane Gonçalves de Lima[2]

RESUMO

O presente artigo discute se existe uma relação entre os termos Cidades Inteligentes (Smart City) e Cidades Criativas, apontando as características de ambas e destacando as semelhanças e diferenças que venham a surgir entre elas. Para isso será realizada uma análise entre artigos coletados pelo portal de periódicos da CAPES, cuja busca se deu por conta das palavras chaves Cidades Inteligentes e Cidades Criativas, em que foram coletados os artigos que continham essas palavras em seus títulos por ordem de relevância.

Palavras-chave: Cidades inteligentes; Cidades Criativas; políticas públicas; sustentável; tecnologia.

1. INTRODUÇÃO

A tecnologia vem nos últimos anos mudando radicalmente a vida das pessoas, estamos vivendo tempos em que tudo muda muito rápido e consequentemente as cidades seguem essa tendência de mudanças e começam a ser influenciadas também pela onda tecnológica que a cada dia mais modifica nossas vidas. Nesse cenário, surgem então as Cidades Inteligentes, que de acordo com Gaudencio (2015), podem ser entendidas como um novo modelo de cidades que se constituem de um alicerce claro para gerir a vida das pessoas, tomando como fonte principal de desenvolvimento, a tecnologia, esta usada para consolidar dados e gerar demandas para uma solução do próprio sistema da cidade ou para a ajudar na autonomia humana.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 03 – Redes móveis, cidades inteligentes, mobilidades e ambiências digitais do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. Pesquisadora e Mestranda do curso de Mestrado profissional em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: enaitat23@hotmail.com

Para com Kanter e Litow (2009, p.2), as Cidades Inteligentes são aquelas capazes de conectar de maneira criativa e usando das novas tecnologias, as infraestruturas físicas e de Tecnologia da informação e comunicação, com eficiência e eficácia, convergindo os aspectos organizacionais, normativos, sociais e tecnológicos a fim de melhorar e contribuir com políticas públicas que tratem de questões relacionadas a sustentabilidade e da qualidade vida das pessoas que fazem parte das cidades.

Já a Cidade Criativa, segundo Reis et al (2011) pode ser compreendida como:

> aquela que encontra nos insumos locais as capacidades para promover o desenvolvimento da economia, visando a qualidade de vida, estimulando os múltiplos talentos regionais e atraindo novos. Enfim são cidades capazes de encontrar soluções criativas para seus problemas. (REIS et al, 2011, p.18)

Assim, esse estudo tem como objetivo principal realizar o apontamento das semelhanças e diferenças entre os conceitos de Cidades Inteligentes e Cidades Criativas, demonstrando o quanto nos últimos anos a sociedade de maneira geral, por meio de políticas públicas, vem buscando novas formas de transformar o espaço urbano com o uso das novas tecnologias, à medida em que são apontados por meios estatísticos os estudos que vêm sendo realizados no Brasil acerca das temáticas Cidades Inteligentes e Cidades Criativas.

Diante disso, esta pesquisa tem a intenção de contribuir para estudos futuros acerca das Cidades Inteligentes e das Cidades Criativas, demonstrando a relação que existe entre elas e demonstrando a sua importância para os dias de hoje. O tema tem relevância, pois traz à tona a questão da implementação de políticas públicas que possam auxiliar a urbanização das cidades de maneira sustentável.

2 – CIDADES INTELIGENTES E CIDADES CRIATIVAS

Para Castells (2013) as interações que ocorrem entre as tecnologias da informação e os processos advindos delas, trazem uma notória transformação social, fazendo assim com que ocorram impactos relevantes nas cidades e no espaço. Com isso, é possível observar "a busca por um modelo de organização urbana coerente com um paradigma socioeconômico em transição do industrial ao do conhecimento" (REIS et al 2011, p.46). A sociedade e as novas políticas públicas vêm demonstrando essas novas correntes em que se busca uma melhor qualidade nos espaços públicos, essas mudanças ocorrem lentamente, contudo é notável essa nova vertente.

Silva, Leite e Pinheiro (2016) argumentam que o interesse pela terminologia Cidades Inteligentes ou smart cities, teve uma maior visibilidade quando a cidade de Cingapura no ano

de 1990 recebeu o prêmio de cidade mais inteligente do mundo, isso se deu pois a cidade disponibilizou para todos os cidadãos o acesso à banda larga de alta velocidade fazendo assim com que houvesse um grande processo de inclusão digital naquela região. Para Charles Landry, do livro Cidades Criativas organizado por Ana Carla Fonseca Reis, as cidades têm vida própria, são segundo ele, inclusive parecidas com as pessoas, isso ocorre, pois, as mesmas sofrem com as mudanças impostas pela sociedade, pelas mudanças climáticas entre outras situações que tendem a transformar o espaço urbano.

> As cidades são seres vivos, porque têm fases de crescimento, estagnação e declínio. A viabilidade urbana é sua capacidade de se adaptar e responder à mudança das circunstâncias. Tal adaptabilidade e responsividade é maior nas cidades cujas dimensões econômica, cultural, social e ambiental encontram-se igualmente desenvolvidas, até um nível de autossustentabilidade. (REIS et al 2011, p.23)

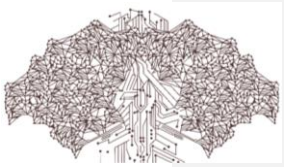
As Cidades Inteligentes têm o seu conceito arraigado ao conceito de sustentabilidade com base na sustentação e junção de vários fatores que estabeleçam a qualidade de vida de uma determinada comunidade, contudo para que a mesma se desenvolva economicamente é importante que a população interaja com os dispositivos que serão ali instalados, dispositivos esses que trarão a comunidade qualidades como segurança, prevenção quanto aos eventos climáticos, falhas, mobilidade e saúde. (GADENCIO, 2015, p.53).

Para Duran e Perez (2015) é possível observar que em todo o mundo a implementação das Cidades Inteligentes vem em um crescimento contínuo, orientado também pelo desenvolvimento sustentável, buscando melhorar a relação entre pessoas e a infraestrutura das cidades, ou seja, Cidades Inteligentes são uma tendência mundial.

As Cidades Inteligentes também estão ligadas, de acordo com Castells (2013) a uma cidade informacional, sendo esta uma nova forma urbana, que é caracterizada por uma sociedade baseada em conhecimento e organizada por meio de redes.

Tendo em vista o uso das novas tecnologias e a necessidade cada vez mais crescente por questões relacionadas ao desenvolvimento sustentável, Kobayashi et al. (2017) após uma pesquisa bibliométrica, trata o termo Cidades Inteligentes relacionado a sustentabilidade, falando a respeito do conceito e realizando uma ligação entre Cidades Inteligentes e cidades sustentáveis, como demonstrado no trecho a seguir:

> Entende-se que Cidades Inteligentes e Sustentáveis (CIS) são territórios, que utilizam Tecnologias de Informação e Comunicação e práticas de desenvolvimento urbano sustentável, com o intuito de



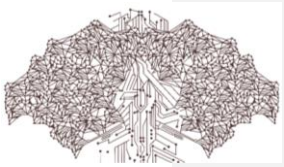
> proporcionar melhor qualidade de vida aos seus cidadãos". Este entendimento foi obtido pela análise dos conceitos apresentados dos artigos mais citados no estudo bibliométrico e publicações de artigos recentes. Entretanto, há uma lacuna teórica sobre o conceito e as características específicas sobre Cidades Inteligentes e Sustentáveis. (KOBAYASHI et al, 2017, p.93)

"O planeta inteiro está sendo reorganizado em torno de gigantescos nós metropolitanos que absorvem uma proporção crescente da população urbana, ela própria a maioria de toda a população da terra" (CASTELLS, 2003, p.185). Esses nós metropolitanos os quais Castells (2003) faz referência em seu texto, demonstra o desgovernado crescimento urbano, que necessita de políticas públicas e de uma reorganização para estabilizar as questões urbanísticas das cidades e seus entornos. Para Castells (2003) as áreas urbanas e metropolitanas continuam a crescer em tamanho e complexidade, mesmo que hoje em dia a maioria das cidades tendo acesso a uma crescente capacidade tecnológica, a grande concentração de empregos e de atividades geradoras de renda se concentram nas maiores áreas metropolitanas dos centros urbanos.

A Cidade Criativa é um termo mais restrito às atividades criativas, dentre elas podemos citar a arte, o artesanato, a arquitetura, o design, a publicidade, entre tantos outros, dessa forma, segundo Furtado e Alves (2012) podemos identificar como temática central das Cidades Criativas a criatividade humana, enquanto que nas Cidades Inteligentes o cerne de seu conceito confere ao uso de ferramentas de tecnologias de informação. Dessa maneira, podemos entender que Cidades Inteligentes é um conceito mais voltado para o uso das novas tecnologias, enquanto que as Cidades Criativas é uma definição mais voltada para as questões de urbanização elencadas as questões culturais, por exemplo. Contudo, dois pontos em comum em ambos os conceitos, é o fato de que ambas podem se utilizar das tecnologias de informação para a melhoria de vida das pessoas e ambas podem ser também cidades sustentáveis.

Para uma cidade ser considerada criativa, ela necessita de alguns fatores, como por exemplo, uma obra de arte pública, um bar diferenciado, uma praça em meio a um conjunto de prédios, ou seja, para a cidade ser criativa, ela deve dar vazão a um determinado conjunto de pequenos atos que ao serem somados trazem um rejuvenescimento para a cidade, contribuem para o sentimento de pertencimento dos cidadãos aquela determinada região (REIS et al, 2011, p.57).

Segundo Peixoto (2012), a Unesco vem se interessando muito pelas questões urbanas nos últimos anos, com isso o tema Cidades Criativas, que é relação das questões urbanas com as questões culturais de uma cidade, vem despertando na organização, o interesse pelo conceito fazendo com que a mesma tenha constituído uma Rede de Cidades Criativas, em que são elencadas todas as Cidades Criativas ao redor do mundo e suas características. "Ao constituir esta



rede, a Unesco reconhece o protagonismo crescente das cidades, mas também a importância que a cultura e as atividades culturais desempenham atualmente...” (PEIXOTO, 2012, p.2). Com isso, é possível compreender a importância que o termo Cidades Criativas vem ganhando e sua relação com criatividade e cultura no contexto urbano das cidades.

Conforme o crescimento dos centros urbanos, se faz cada vez mais necessário a implementação de políticas públicas que venham a contribuir com o planejamento e a melhoria da qualidade de vida das pessoas que fazem parte de determinada comunidade. Assim, a preocupação com as cidades é algo que vem há alguns anos e sua importância se dá por vários motivos, dentre eles a questão da fragilidade dos sistemas de mobilidade de grandes cidades. Kobayashi et al. (2017) argumentam que o uso de novas tecnologias pode promover uma transformação positiva nesse aspecto.

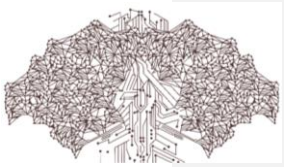
> Ressalta-se que a gestão da mobilidade urbana sustentável, com uso das TIC e inovações, pode ser uma das soluções para evitar a entropia das cidades, ao tornar o transporte público e ativo e uso de veículos com energia mais limpa como prioridades no planejamento urbano. Na pesquisa de patentes sobre CI, tem crescido o depósito de patentes no decorrer do tempo, entretanto o uso do termo (KOBAYASHI et al., 2017, p.93)

No trecho extraído acima podemos observar a relação das Cidades Inteligentes e das Cidades Criativas, apesar de ambas obterem conceitos distintos, é possível afirmar que elas podem ter uma ligação e em alguns momentos, ser a mesma coisa. Abaixo, segue quadro com semelhanças e diferenças de ambos os conceitos que foram encontrados nos artigos pesquisados, elencado assim o que cada conceito tem em comum e no que eles diferem.

Quadro 1 – Semelhanças e diferenças entre Cidades Criativas e Cidades Inteligentes, conforme análise dos artigos objeto deste estudo.

Semelhanças	Diferenças
Melhoria da Mobilidade Urbana	Uso essencial das tecnologias da Informação
Sustentabilidade	Uso essencial da criatividade humana por meio da cultura
Qualidade de vida para os cidadãos	-

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).



3 – CONCEITO DE BIBLIOMETRIA

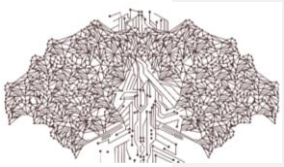
Para Ferreira (2011 *apud* RIBEIRO, 2013, p. 425) a bibliometria é uma ferramenta de investigação que explora diversos documentos, como revistas acadêmicas, livros e relatórios. Assim, é possível afirmar que a bibliometria é uma técnica que consiste na exploração e análise daquilo que se está sendo difundido no meio acadêmico. Desta maneira, a pesquisa torna-se mais eficaz, pois evidencia detalhes que antes poderiam passar despercebidos pelo fato de outras formas de análise e investigação textuais não serem tão eficazes na busca por determinados dados. Já Yoshida (2010 *apud* BAJERSKI, 2015, p.10) explica que a bibliometria é "uma metodologia de contagem acerca de um campo bibliográfico, através da busca por publicações nas bases de dados científicas e acadêmicas, quando utilizados termos descritores".

De acordo com Melo *et al* (2013), a ferramenta bibliometria pode se dividir em três áreas distintas, como o chamado campo da investigação bibliométrica básica, a bibliometria aplicada, que é aquela usada por pesquisadores de áreas distintas, dentro de suas especificações e por fim, a bibliometria que é direcionada para gestores e a política, que visa avaliar as estruturas institucionais da ciência.

São três as leis da bibliometria, de acordo com Melo *et al.* (2013), a lei de Lotka, conhecida como lei do quadrado inverso, a lei de Bradford ou lei da Dispersão e a lei de Zipf ou também chamada de Mínimo esforço. Para Parente *et al* (2013) a lei de Lokta tem por objetivo fazer uma análise da importância daquilo que é produzido por cada autor, ainda segundo Parente *et al* (2013) a lei de Bradford visa elaborar uma estimativa do grau de relevância da produtividade de periódicos, já a lei de Zipf, tem por objeto realizar uma busca pela frequência das palavras-chave em periódicos distintos.

Ribeiro e Teixeira (2013) afirmam que oficialmente o significado de bibliometria o qual conhecemos hoje, surgiu do movimento bibliográfico de 1934, em que Paul Otlet propunha dar aos documentos um caráter científico. No entanto, foi com o artigo de Alan Pritchard no ano de 1969 que o termo se tornou popular. Segundo Teixeira e Ribeiro:

> Para chegar à bibliometria, como a conhecemos hoje, Pritchard se pautou na bibliologia, "[...]ciência geral que abrange [organiza] o conjunto sistemático dos dados relativos à produção, conservação, circulação, e utilização dos escritos e dos documentos de toda espécie" (TEIXEIRA; RIBEIRO, 2013, p.23).



Já Santos (2015) discorda quanto ao ano do surgimento dos estudos bibliométricos, o mesmo faz menção que eles podem datar desde 1829 na Rússia, conforme trecho a seguir:

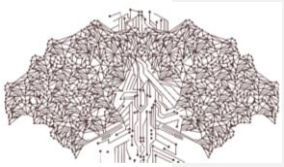
> [...] os estudos bibliométricos já existem desde 1829 na Rússia. E, para Schmidaier *apud* Faria *et al* (2013), a primeira pesquisa bibliométrica foi publicada no ano de 1917, por Cole e Eales, que se dedicaram aos estudos das publicações compreendidas entre 1550 e 1860. (SANTOS, 2015, p.5).

Desde 1970, segundo Medeiros e Vitoriano (2015), as pesquisas referentes a bibliometria estão tornando-se cada vez mais consolidadas, com isso houve uma popularização das técnicas e resultados utilizados por pesquisadores para diagnosticar aspectos próprios dos estudos, quanto a adoção de métodos. Isso ocorre também, com as pesquisas envolvendo as técnicas bibliométricas no Brasil que vêm em um crescimento contínuo, mostrando assim que são variadas as pesquisas que reúnem dados contendo informações sobre nível da comunicação escrita em determinados assuntos.

Dessa maneira, à medida em que uma área de conhecimento se torna mais contundente em função do desenvolvimento da própria ciência, surge uma nova necessidade, a necessidade de que sejam elaborados novos estudos que venham a ajudar a compreender o desenvolvimento daquele campo específico. Assim, a medida em que os estudos venham a realizar a revisão da literatura, é possível compreender o estágio alcançado sobre o conteúdo que se objetiva pesquisar, fazendo assim com que o uso das ferramentas bibliométricas colaborem istematicamente com as pesquisas e estudos acadêmicos.

4. METODOLOGIA

Como esse trabalho trata-se de uma pesquisa bibliométrica, ou seja, uma pesquisa que busca analisar o perfil da produção acadêmica sobre as Cidades Inteligentes e as Cidades Criativas com aplicação a luz das leis da bibliometria, para a realização deste estudo optou-se pelo método indutivo, uma vez que se vai se partir da análise individual de artigos sobre Cidades Inteligentes



e criativas, para em seguida inferir uma possível verdade sobre a pesquisa científica acerca das temáticas abordadas. O método indutivo infere uma possível verdade com base na análise individual dos casos.

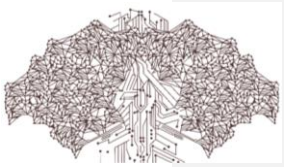
Dentro do desenho da pesquisa é preciso definir qual vai ser o universo e amostra com relação aos dados empíricos. Para esta pesquisa o Universo é composto por todos os artigos que continham as palavras-chave Cidades Inteligentes ou Cidades Criativas, num total de 1.198 artigos do Portal de Periódicos da CAPES. Após a definição do universo foi necessário definir também a amostra de pesquisa, que foi composta por artigos científicos que contivessem em seus títulos as palavras Cidades Inteligentes ou Cidades Criativas, em língua portuguesa, cuja avaliação está dentro dos extratos A1, A2, B1, B2 e B3.

Segundo Vergara (1997) considera-se universo um conjunto de elementos com características semelhantes que serão utilizadas para formar um objeto de estudo. Já a amostra, é um fragmento dentro do universo coletado, preservadas as características estudadas, a partir de um determinado critério.

Essa seção da metodologia apresenta as tipologias do estudo. Para tal, utilizou-se a classificação de Beuren *et al.* (2008). Esse estudo quanto ao objetivo é classificado como estudo exploratório, mesmo se tratando de aplicação da ferramenta bibliométrica, pois, há poucos estudos que evidenciam o uso da bibliometria para as temáticas abordadas, por essa razão este estudo é exploratório, pois busca fazer um mapeamento do que se pesquisa e das características das principais pesquisas sobre Cidades Inteligentes e criativas em artigos encontrados no Portal de periódicos da CAPES no Brasil. Essa pesquisa também quanto ao objetivo é classificada como descritiva, pois se pretende descrever os achados da pesquisa de tal forma como foram encontrados.

Para Portulhak (1997), a pesquisa exploratória é compreendida como aquela feita numa área onde existe pouco conhecimento aglomerado e que por sua estrutura, não aceita hipóteses que possam surgir ao final ou durante a pesquisa. Este autor afirma que a pesquisa descritiva analisa, observa e relaciona fatos e fenômenos descobrindo desta forma, a frequência em que ocorre aquele fenômeno ou fato e sua correlação com outros fenômenos e suas características.

Já quanto aos procedimentos esta pesquisa é documental uma vez que a fonte de dados primários deste estudo foram os artigos científicos coletados dentre os 1.198 artigos que tratam das temáticas aqui abordadas, no site disponibilizado pela CAPES. Segundo Gil (2008) a pesquisa documental pode ser entendida como aquela em que as pesquisas são realizadas por meio de



fontes materiais, que não tiveram tratamento analítico ou que ainda possam ser tratadas como objetos de pesquisa.

Quanto a abordagem esse estudo é um estudo quantitativo e qualitativo, ou seja, é um estudo misto, o que caracteriza esta pesquisa como qualitativa é o fato de um dos objetivos do estudo apresentar as principais sub temáticas ligadas a temática central deste estudo sobre as Cidades Inteligentes e criativas. Já o aspecto quantitativo está relacionado a aplicação das leis bibliométricas para analisar de forma quantitativa os artigos científicos coletados no site da CAPES. Esse estudo além de tudo ele é quantitativo pois será utilizado na parte de tratamento de dados um aplicativo estatístico conhecido como SPSS o qual auxiliará na elaboração de tabelas, gráficos, para a apresentação dos achados.

Para a realização deste trabalho foi realizado dois tipos de levantamentos de dados, o primeiro levantamento de dados, foi justamente a busca por pesquisas na área de Cidades Inteligentes e Cidades Criativas, justamente a área central deste trabalho. Após esse levantamento sobre pesquisa, foi realizado um estudo documental levando em consideração os periódicos dentro do site da CAPES, destes 617 foram filtrados por serem artigos revisados por pares em língua portuguesa. Diante disso, foram coletados 200 artigos por ordem de relevância e dentre eles, apenas 17 continham em seus títulos as palavras Cidades Inteligentes ou Cidades Criativas.

Para poder facilitar a coleta dos dados a luz da bibliometria foi necessário a construção de um formulário de coleta de dados, esse formulário apresenta informações com relação ao ano de publicação do artigo, o título de publicação do artigo, o nome dos autores dos artigos, a quantidade de autores, entre outras informações. Esse formulário de dados documentais foi elaborado com objetivo de facilitar tanto a coletividade quanto a tabulação dos dados dentro do aplicativo específico SPSS. Após lançar esses dados no programa SPSS, foi possível elaborar tabelas de frequência, tabelas cruzadas de variáveis e ter uma base para a elaboração de gráficos bem como de quadros e tabelas no Excel e no Word. Optou-se em reconstruir os dados de tabelas e gráficos no Word e Excel em razão da visualização destas ferramentas apresentarem uma qualidade melhor de apresentação do que o próprio programa estatístico, o qual cumpriu sua função justamente de compactar os dados e possibilitar a análise cruzada.

5 – RESULTADOS

Neste capítulo serão trabalhados oa achados da pesquisa, apontando a quantidade de trabalhos encontrados sobre as duas temáticas abordadas, a quantidade de autores por artigo, princiais locais de publicação dos artigos e as palavras-chave mais citadas encontradas nos trabalhos objeto desta pesquisa.

5.1 – Artigos encontrados objeto dos estudos

De acordo com consultas realizadas no Portal de Periódicos da CAPES, por meio eletrônico, foi possível verificar que entre os anos de 2010 a meados de 2017, houveram poucos artigos publicados que continham no título as palavras Cidades Inteligentes e/ou Cidades Criativas, demonstrando dessa maneira que, estudos sobre essas temáticas ainda são escassos no Brasil. Esses resultados são apresentados logo abaixo nas Tabela 1 e Tabela 2. Com isso, a análise demonstrou que as temáticas ainda são pouco trabalhadas e necessitam de maior apreciação e investigação, poucas foram as revistas científicas que tiveram artigos publicados. A revista científica que obteve a maior quantidade de trabalhos foi a Revista Crítica de Ciências Sociais, com um total de 6 artigos, todos do ano de 2012, sobre a temática das Cidades Criativas. A segunda revista científica que obteve o maior número de artigos publicados foi a revista Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia, com 2 artigos publicados, na temática das Cidades Inteligentes.

Para a efetiva elaboração desta tabela, se fez necessário o uso de alguns formulários preenchidos no Excel, os quais continham as seguintes características: Ano de publicação do artigo, nome do periódico, quantidade de autores, instituição vínculo do 1º autor e nome de todos os autores por revista.

Tabela 1 - Artigos encontrados sobre Cidades Criativas conforme periódico analisado e ano de publicação

Periódico	Quantidade de artigos por ano									%
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Total	
Revista de Sociologia e Política	-	-	-	-	-	-	-	1	1	13%
Revista Geminis	1	-	-	-	-	-	-	-	1	13%
Revista Crítica de Ciências Sociais	-	-	6	-	-	-	-	-	6	75%

Total	1	0	6	0	0	0	0	1	8	100%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).

Tabela 2 - Artigos encontrados sobre Cidades Inteligentes conforme periódico analisado e ano de publicação

Periódico	Quantidade de artigos por ano									%
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Total	
Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia	-	-	-	-	-	1	1	-	2	22%
Anais do II SINGEP	-	-	-	1	-	-	-	-	1	11%
Revista Geminis	-	-	-	1	-	-	-	-	1	11%
Cadernos de Geografia	1	-	-	-	-	-	-	-	1	11%
Revista Brasileira de Gestão Urbana	-	-	-	-	-	1	-	-	1	11%
International Journal of Innovation (IJI Journal)	-	-	-	-	-	-	-	1	1	11%
Revista Ciência e Conhecimento	-	-	-	-	-	1	-	-	1	11%
Strategic Design Research Journal	-	-	-	-	-	-	1	-	1	11%
Total	1	0	0	2	0	3	2	1	9	100%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).

5.2 – Informação geral sobre quantidade de autores por artigos

Nas tabelas 3 e 4, é possível diagnosticar a quantidade de autores por artigo. Com a observação é verificado que a frequência, nos artigos de Cidades Criativas, maior, ocorre nas publicações realizadas por um autor com o percentual de 62,5%, ficando as publicações realizadas por dois ou mais autores com o mesmo percentual de 12,5%. Já quanto aos artigos cuja temática arremete às Cidades Inteligentes, observamos que a maioria deles, 44,4%, são artigos elaborados por 3 autores, seguidos pelos artigos elaborados por 1 e 2 autores respectivamente, com o mesmo percentual de 22,2%.

Observando os resultados alcançados, notamos que a maioria dos artigos das duas temáticas são escritos por no máximo 3 autores, dentre eles segundo a coleta dos dados, um dentre os autores possuindo a formação acadêmica de doutor, isso demonstra que as pesquisas sobre

Cidades Inteligentes e Cidades Criativas ocorrem com mais frequência por pesquisadores com essa titulação.

Tabela 3 - Número de autores por artigos analisados - Cidades Criativas

Autores	1 autor	2 autores	3 autores	4 autores	5 autores	7 autores	Total
Frequencia	5	1	1	1			8
%	62,5%	12,5%	12,5%	12,5%	0,0%	0,0%	100,0%
%Acumulado	**62,50**	**75,00**	**87,50**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).

Tabela 4 - Número de autores por artigos analisados - Cidades Inteligentes

Autores	1 autor	2 autores	3 autores	5 autores	Total
Frequencia	2	2	4	1	9
%	22,2%	22,2%	44,4%	11,1%	100,0%
%Acumulado	**22,22**	**44,44**	**88,89**	**100,00**	**100,00**

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).

5.3 – Local de Publicação de cada Artigo

Na tabela 5 são identificados os estados brasileiros em que ocorreram mais publicações sobre Cidades Inteligentes e Cidades Criativas. Cabe a observação quanto a quantidade de artigos de origem internacional, também encontrados, representado um total de aproximadamente 41%. Esses artigos de origem internacional são de instituições que possuem vínculo com a Universidade de Coimbra Portugal. Enquanto que os outros artigos de origem brasileira se distribuíram quase que homogeneamente entre 4 estados. Segundo esses dados, a região sul do país possui a maior quantidade de trabalhos publicados, num total de 5 artigos, seguida pela região sudeste, representada pelo estado de São Paulo com 3 artigos e a região nordeste com 2 artigos, representada pelo estado da Paraíba. As regiões centro-oeste e norte não tiveram nenhum artigo

publicado. Esses resultados mais uma vez apontam a carência sobre pesquisas relacionadas aos temas das Cidades Inteligentes e Cidades Criativas. Demonstrando assim a necessidade de serem realizados mais trabalhos sobre essas temáticas no Brasil.

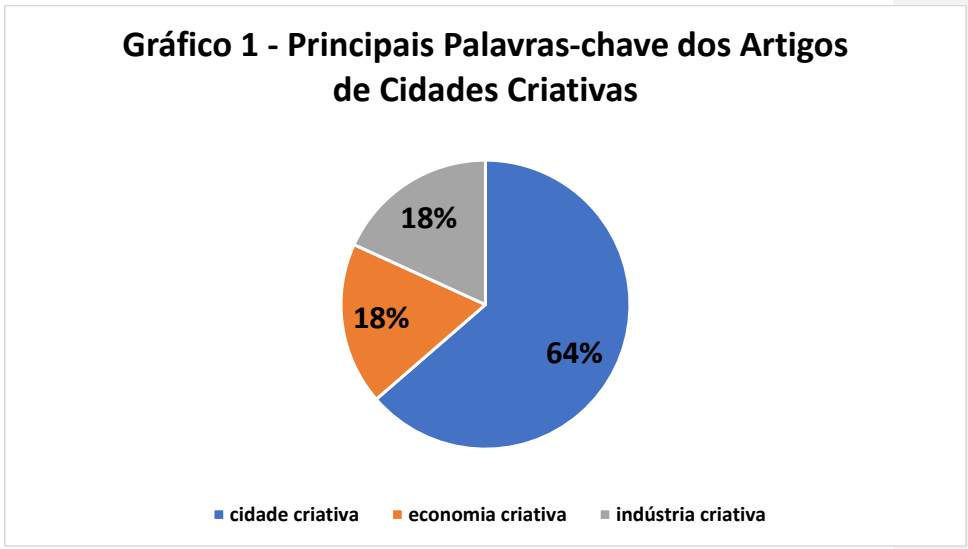
Tabela 5 - Estado de publicação por Artigos

Estado	Ocorrência	%
São Paulo	3	17,6%
Paraná	3	17,6%
Paraíba	2	11,8%
Rio Grande do Sul	2	11,8%
Internacionais	7	41,2%
Total	17	100%

Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).

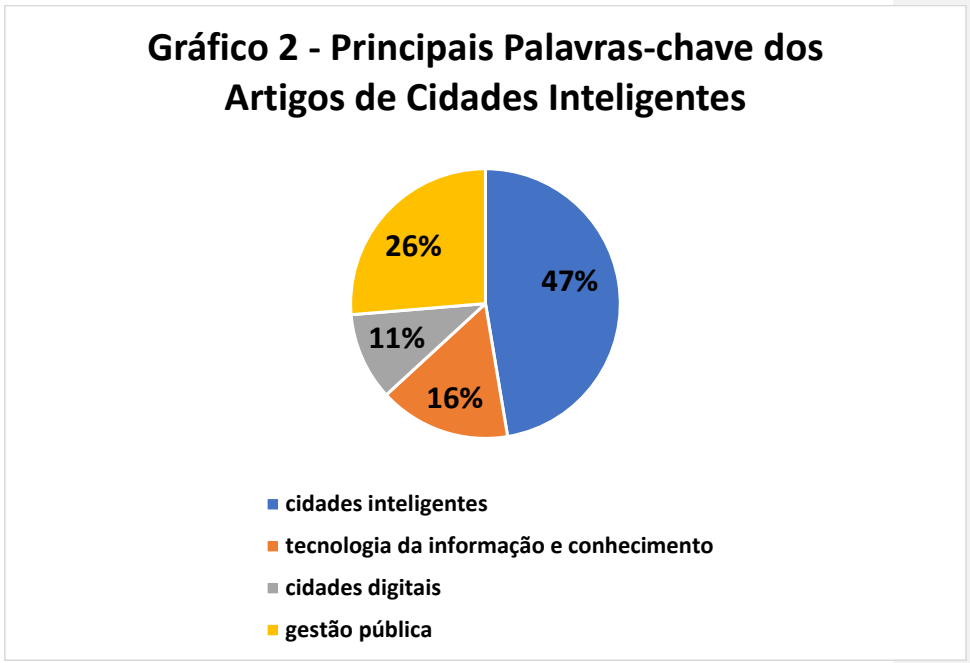
5.4 – As palavras-chave mais citadas nos artigos objeto de estudo

Analisando os artigos cuja a temática central foram as Cidades Inteligentes, foi observado que em 64% deles, a palavra – chave mais recorrente foi a de Cidade Criativa. Seguidamente a esta, as outras duas palavras – chave mais utilizadas em todos os artigos foram as palavras economia criativa e indútria criativa. Isso ocorreu provavelmente pela temática das Cidades Criativas estar essencialmente ligada aos conceitos de economia e indústria criativa. Desta maneira, é importante destacar a ligação entre indústrias criativas, conceito que segundo Howkins (2013) é tudo aquilo em que tem a propriedade intelectual como matéria – prima principal para confecção de um produto ou criação de um novo serviço e das Cidades Criativas, cujas temáticas abordam questões relacionadas a cultura, arte, tecnologia, entre outros segmentos. A pesquisa sobre as palavras-chave também reflete as temáticas mais abordadas para a criação de artigos sobre Cidades Criativas, colaborando assim com aqueles que pretendem escrever sobre o tema, dando um norte sobre quais caminhos devem ser explorados para realizar o embasamento da psquisa e seu referencial teórico.



Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).

No que tange os artigos sobre a temática das Cidades Inteligentes, foi diagnósticado que 47% dos artigos utilizaram como palavra – chave principal Cidades Inteligentes. Embora essa tenha sido aquela mais utilizada, foi observado que nos artigos houveram outras palavras que receberam destaque de seus autores, por exemplo, a palavra – chave gestão pública foi muito repetida nos artigos, sendo utilizada num percentual de 26%, ocupando assim a segunda colocação entre as palavras – chave mais usadas nos artigos de Cidades Inteligentes. Outras duas palavras – chave que merecem destaque são a tecnologia da informação e conhecimento com um percentual de frequência de 16%, seguida pela palavra cidades digitais.



Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa bibliométrica (2017).

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objeto de estudo a análise da relação da produtividade de artigos com as temáticas das Cidades Criativas e Cidades Inteligentes. A pesquisa foi realizada através da coleta de artigos em que no seu título constasse os termos “Cidades Criativas” e/ou “Cidades Inteligentes” e que fossem devidamente publicados em periódicos nacionais recomendados pela CAPES.

Os conceitos de Cidades Criativas e Cidades Inteligentes, são assuntos ainda em constante transformação e considerados relativamente novos. Por isso as quantidades de trabalhos com essas temáticas ainda são pequenas. Foi observado na leitura dos artigos objeto deste estudo as questões relativas ao planejamento urbano sustentável, em que em os autores afirmam a

importância das políticas públicas para manter e melhorar o bem-estar da sociedade, isso significa que mesmo sendo tendo conceitos distintos ambos têm preocupação a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Durante a análise dos artigos, foram encontrados três pontos de semelhança contidos em praticamente em todos os textos, sendo eles de Cidades Criativas ou de Cidades Inteligentes, todos eles trataram de questões relacionadas a melhoria de mobilidade urbana, da sustentabilidade das cidades afirmando que ser autossustentável era imprescindível para as cidades de hoje e, a questão a respeito da qualidade de vida das pessoas que fazem parte das cidades. Foram três pontos bastante trabalhados em todos os trabalhos objeto deste estudo. Outro fator interessante, encontrado durante as pesquisas, foi no que tange as diferenças entre as duas temáticas, demonstrando que a tecnologia da informação enquanto que para as Cidade Inteligentes era algo irremediavelmente necessário já não o era no caso das Cidades Criativas, apontando que esta tinha uma relação mais voltada para o quesito cultura do que com o quesito tecnologia, como no caso das Cidades Inteligentes.

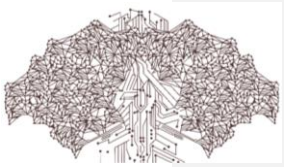
Poucos foram os artigos encontrados no site disponibilizado pela CAPES cujos títulos contivessem as palavras Cidades Criativas e/ou Cidades Inteligentes, demonstrando uma carência de pesquisas relacionadas as temáticas abordadas, cabe assim a reflexão de que os assuntos precisam ainda ser mais trabalhados nas academias, visto que os temas são uma nova tendência de ordem mundial, daí a importância de se fazer valer de mais pesquisas sobre esses conceitos no âmbito das cidades brasileiras, contudo ainda devemos levar em consideração o fato dos assuntos serem considerados relativamente novos.

O trabalho em questão é de importante relevância para uma questão quantitativa do que já foi produzido sobre Cidades Inteligentes e Cidades Criativas e sua relação com as combinações e tipos de conhecimentos científicos utilizados, pois com isso é possível almejar um crescente no número de pesquisadores da área, ou seja, este trabalho pode incentivar novos estudos nas áreas das temáticas abordadas, pois as mesmas ainda possuem um número pequeno de produção.

REFERÊNCIAS

BEUREN, Ilse Maria. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet:** reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade . Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.



CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

DURAN, J.; PÉREZ, V. Smart, innovative and sustainable cities for the future income: Caracas city. In *Central American and Panama Convention* (CONCAPAN XXXV), 2015 IEEE Thirty Fifth (pp. 1-6). IEEE.

FURTADO, Gonçalo; ALVES, Sandra. Cidades criativas em Portugal e o papel da arquitetura: Mais uma estratégia a concertar. **Revista Crítica de Ciências Sociais,** Coimbra, v. 1, n. 1, p.125-140, dez. 2012.

GAUDENCIO, João Rafael da Cruz. **Smart City:** Desenvolvimento sustentável, sociedade de controle e cidade inteligente. 2015. 117 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Semiótica, Pontifica Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2008.

HOWKINS, John. **Economia Criativa:** como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M.Books, 2013.

KANTER, R. M.; LITOW, S. S. Informed and interconnected: A manifesto for smarter cities. **Harvard Business School General Management Unit Working Paper 09-141**, 2009. Disponível em http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1420236. Acesso em 10/01/2018.

KOBAYASHI, Andrea Regina Kaneko et al. CIDADES INTELIGENTES E SUSTENTÁVEIS: ESTUDO BIBLIOMÉTRICO E DE INFORMAÇÕES PATENTÁRIAS. **International Journal Of Innovation (III Journal),** São Paulo, v. 5, n. 1, p.77-96, jan. 2017.

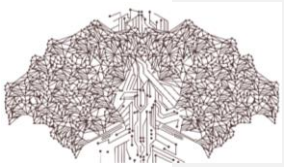
MEDEIROS, José M. G; VITORIANO, Maria, A. V. A evolução da bibliometria e sua interdisciplinaridade na produção científica brasileira. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.13, n.03, p.491-503, set/dezembro 2015.

MELO, Dialison L. S. *et al.* Controladoria: um estudo bibliométrico dos artigos publicados em periódicos avaliados pela CAPES. **Revista de Contabilidade e Controladoria**, Curitiba, v.05, n.03, p.66-82, set./dezembro 2013.

PARENTE, Edna G.V. *et al.* Análise bibliométrica em periódicos dos conselhos regionais de contabilidade brasileiros: sobre a contabilidade ambiental e temas correlatos no período 2001: 2010. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, Florianópolis, v.12, n.36, p.09-25, ago./novembro 2013.

PEIXOTO, Paulo. Cidades Criativas no Brasil. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, p.2, 2012.

PORTULHAK, Henrique. Revista de Contabilidade e Controladoria (RC & C): Análise dos cinco primeiros anos de publicação (2009 – 2013). **Revista de educação e Pesquisa em Contabilidade.** Brasília, v.08, n.04, p. 403-419, out/dez 2014.



REIS, Ana Carla Fonseca et al (Org.). **Cidades Criativas - Perspectivas.** São Paulo: Garimpo de Soluções & Creative Cities Productions, 2011. 176 p.

RIBEIRO, M. S.; TEIXEIRA, L. M. S. Estudo bibliométrico sobre as características da contabilidade ambiental em periódicos nacionais e internacionais. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, São Paulo, v.08, n.01, p.20-36, jan./abril 2014.

SANTOS, Geovane Camilo dos. Análise bibliométrica dos artigos publicados como estudos bibliométricos na história do congresso brasileiro de custos. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 17, n.62, p.4-13, jan/abril 2015.

SILVA, Hermann Bergmann Garcia e; LEITE, Hudson Oliveira; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. A DUALIDADE DAS CIDADES INTELIGENTES: melhoria da qualidade de vida ou controle informacional?. **Inf. & Soc,** João Pessoa, v. 26, n. 3, p.47-54, setembro de 2016.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

UM NOVO MUNDO PELA CIBERCULTUR@

Thiérri Parmigiani[1]

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de traçar uma linha de pensamentos que partem de uma visão individualista para uma visão coletivista de mundo. Para isso foi feito um levantamento bibliográfico apresentados conceitos da cidadania e direitos dos cidadãos partindo do individual para o coletivo e posteriormente a formação das comunidades e sua organização na internet, onde apresentamos alguns conceitos de cibercultura e como o espaço virtual permitiu uma nova forma de se organizar socialmente. Para finalizar, foi realizada uma explanação dos conceitos para o desenvolvimento de cibercultur@ na formação de uma sociedade mais igualitária, apresentados pelo Dr. Jorge A. González.

A CIDADANIA E DIREITOS

Os modelos de cidadania e direito passaram por diversas alterações ao longo do tempo. Momentos históricos como a independência dos Estados Unidos e a Revolução Francesa deram grandes passos na concepção de "direitos dos homens". Desde que houve a inversão das relações tradicionais de direitos para os governantes e direitos para os súditos, os indivíduos não só adquiriram direitos como passou a ser obrigação do governo garantir que esses fossem cumpridos.

> Em relação à cidadania antiga, a cidadania moderna sofreu uma dupla transformação. Por baixo, ampliou-se e estendeu-se ao conjunto dos membros de uma mesma nação. Por cima, contudo, estreitou-se, pois a decisão política foi transferida aos eleitos e representantes (VIEIRA, 2000).

A ideia de que todos somos iguais ganhou ainda mais força com a Declaração Universal dos Direitos do Homem na ONU que em seu artigo primeiro diz "Todos os homens nascem livres e iguais em dignidade e direitos". Entretanto, muitos estudiosos

1 Thiérri Parmigiani: Mestrando em Comunicação Social, especialista em Comunicação Empresarial e bacharel em comunicação social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: parmigiani.thierri@gmail.com

acreditam que esse não é um direito que está intrínseco ao homem desde seu nascimento e sim algo que deve ser conquistado. Como apontado por Norberto Bobbio (1992),

> ...os direitos do homem, por mais fundamentais que sejam, são direitos históricos, ou seja, nascidos em certas circunstâncias, caracterizadas por lutas em defesa de novas liberdades contra velhos poderes, e nascidos de modo gradual, não todos de uma vez e nem de uma vez por todas.

Com base em suas análises da evolução do conceito de cidadania na Inglaterra, Thomas Humphrey Marshall identificou uma grande diferença entre os direitos adquiridos pelos ingleses no século XVIII e XX. Com base nisso, o sociólogo classificou os direitos adquiridos em distintas gerações.

Os direitos de *primeira geração* são os direitos civis e políticos. Dentre os civis, estão os direitos individuais de liberdade, igualdade, prosperidade e outros elementos básicos de cidadania. Já os políticos correspondem às participações políticas, associações e participações de grupos sindicais e outros elementos que visam garantir os direitos individuais por pressões coletivas.

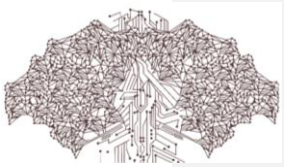
A *segunda geração* contempla os direitos sociais, econômicos ou de crédito. São os direitos que asseguram o bem estar social como o direito ao trabalho, saúde, educação, aposentadoria e seguro desemprego.

Não contemplando todas as possibilidades, na segunda metade do século XX surgiram os direitos de *terceira geração*, que tiram o foco do indivíduo e visa assegurar os direitos de grupos, sejam eles divididos por etnias, nações, gênero ou faixa etária. Os direitos de terceira geração garantem a legitimidade dos movimentos sociais.

Com o avanço da ciência já se discute uma *quarta geração* de direitos, referente à bioética e a regulamentação de controle no uso da engenharia genética e a criação de novas formas de vida.

COMUNIDADES

A organização humana em grupos é algo que temos registros desde o surgimento da nossa história, uma vez que os agrupamentos foram fundamentais para a proteção e desenvolvimento da nossa espécie. Nesse contexto surge uma das formas classificadas por Martin Buber (1987) como sendo formas antigas de comunidade, as *comunidades econômicas e religiosas*. O primeiro modelo busca sempre a vantagem da comunidade em si, independente das motivações individuais, o grupo visa as vantagens da



comunidade. Já a segunda busca por vantagens sobrenaturais e a busca pela divindade. Essas buscas por vantagens materiais ou imateriais são vistas por Buber como algo retrógrado. A busca das novas comunidades deve ser pela vida que está livre de limites ou conceitos.

> ...Homens maduros, já possuídos por uma serena plenitude, sintam que não podem crescer e viver de outro modo, exceto entrando como membros em tal fluxo de doação e entrega criativa, que eles se reúnam, então, e se deixem cingir as mãos por um e mesmo laço, por causa da liberdade maior, eis o que é comunidade, eis o que desejamos. (BUBER, 1987, p.34)

Buber ainda destaca que para o desenvolvimento social ocorrer, a participação dos membros da comunidade é fundamental.

Zygmunt Bauman (2003), por sua vez, apresenta as comunidades, quase que de forma poética, como um lugar seguro para seus membros. Representa um ambiente confortável em um mundo cada vez mais competitivo onde podemos confiar no que é dito e debater as ideias de forma amistosa.

> E assim é fácil ver porque a palavra “comunidade” sugere coisa boa. Quem não gostaria de viver entre pessoas amigáveis e bem intencionadas nas quais pudesse confiar e de cujas palavras e atos pudesse se apoiar? Para nós em particular - que vivemos em tempos implacáveis, tempos de competição e desprezo pelos mais fracos, quando as pessoas em volta escondem o jogo e poucos se interessam em ajudar-nos, quando em resposta a nossos pedidos de ajuda ouvimos advertências para que fiquemos por nossa própria conta quando só os bancos ansiosos por hipotecar nossas posses sorriem desejando dizer "sim", e mesmo eles apenas nos comerciais e nunca em seus escritórios - a palavra "comunidade" soa como música aos nossos ouvidos. O que essa palavra ecoa é tudo aquilo que sentimos falta e de que precisamos para viver seguros e confiantes. (BAUMAN, 2003, p.8-9)

Se a visão de comunidade apresentada por Bauman parece ser fora da realidade, o próprio autor aponta que esse mundo não existe, mas que é o lugar onde gostaríamos de viver e que devemos buscar.

Muitos outros autores contribuem com suas definições de comunidade, mas em todas elas a participação do indivíduo ocorre de forma orgânica. Diante desse contexto, Marshall Goldsmith (1999) apresenta um novo modelo, o da Comunidade de Escolha, um tipo mais participativo de comunidade, onde a busca pela coletividade ainda é o objetivo, mas a participação dos membros é feita de forma ativa. Os membros dessas comunidades

escolheram participar dela por opção e não por obrigação, como nas comunidades tradicionais.

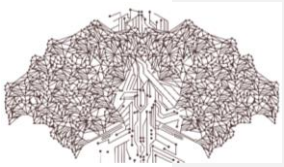
Goldsmith classifica como comunidades tradicionais, ou de obrigação, as comunidades culturais, geográficas, organizativas, profissionais e religiosas. Embora muitas delas se mantenham fortes, o autor identificava que a globalização tem diminuído a força e quantidade das comunidades geográficas enquanto surgia um novo modelo, o das comunidades virtuais.

A comunicação não presencial passou por uma grande evolução no século XX. A comunicação por cartas e telefonemas abriu espaço para que a sociabilidade fosse restrita apenas ao meio geograficamente próximo e a internet potencializou o sentimento de que a distância não seria mais uma barreira para a manutenção das relações sociais. Esse espaço virtual acabou se encaixando no que Ray Oldenburg (1989) chamou de terceiro lugar, sendo primeiro o lar, segundo o trabalho e o terceiro como o ambiente de lazer e socialização, exemplificado pelo autor como bares, parques e outros ambientes onde os indivíduos constroem laços. A internet rapidamente se tornou uma plataforma dinâmica que ajudou usuários a encontrar outras pessoas que partilham dos mesmos objetivos e que estão dispostas a trocar experiências ou auxílios, demonstrando um aumento de empatia, compreensão e suporte por parte dos membros. De acordo com Raquel Recuero,

> … os elementos formadores da comunidade virtual seriam: as discussões públicas; as pessoas que se encontram, ou que ainda mantém contato através da internet (para levar adiante a discussão); o tempo; e o sentimento. Esses elementos, combinados através do ciberespaço poderiam ser formadores de redes de relações sociais, constituindo-se em comunidades. (RECUERO. 2009, p.137)

Vale ressaltar que a internet é apenas o meio. A relação ainda é feita pelas pessoas e as redes sociais virtuais são apenas uma forma de mediar a comunicação e criação de novos laços.

O que podemos notar nos dias de hoje, com plataformas centralizadoras de relações na internet é que muitos grupos que poderiam formar comunidades acabam por se perdendo na falta de objetividade ou participação dos membros. Se, nos anos 1990, o contato com outros membros dependia de fóruns ou sites específicos, com o surgimento



do Orkut e, posteriormente, do Facebook, um novo espaço surgiu para relacionamento, mas nem por isso as características de comunidade formam perdidas dentro dele. Para classificar os membros de comunidades levando em conta essas estruturas dinâmicas, Recuero elaborou um esquema de núcleo com três níveis que classifica os membros de acordo com seus investimentos sociais para manutenção das conexões. No núcleo estão os membros mais ativos e que constroem laços e investem seu capital social para manutenção da comunidade. Na área média estão os chamados "amigos dos amigos" que estão em transição para dentro ou fora da comunidade. Já na área externa está o restante da rede que possui laços mais fracos.

> A partir dessa ideia, limita-se a noção de comunidade ao núcleo da maioria dos grupos sociais. Trata-se justamente do centro, que mantém um determinado grupo social coeso, porque é ali que existe o comprometimento, a organização e a predominância dos laços fortes. Os demais membros do grupo, embora possam dividir um laço forte com uma ou outra pessoa, não possuem laços sociais com todos e tampouco comprometimento com aquele grupo. (RECUERO. 2009, p.146)

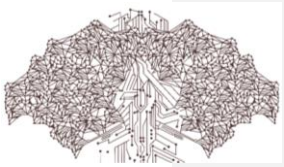
Com base nesse conceito apresentado, fica claro aos observadores de mídias sociais que estar inscrito em um grupo de determinado interesse não faz do membro desse grupo um membro da comunidade que ali se faz presente.

CIBERCULTURA

Embora a internet seja mais um dos meios através dos quais o contato humano é realizado, a popularização da rede e o tamanho que alcançou em pouco tempo fez do conteúdo na rede quase que um lugar palpável (o ciberespaço), um ambiente novo com regras novas e infinitas possibilidades. Essa estrutura só foi possível por conta da forma horizontal com que a internet se popularizou. Diferente do que foi visto com outras mídias populares como o rádio, cinema e televisão, na internet o usuário ganhou a possibilidade de interagir com o conteúdo e até criar o seu próprio de maneira muito mais acessível. De acordo com Alma Galindo e Claudia Arvizu (2004),

> Na internet existe uma quantidade muito grande de sites e textos [...] que caracterizam a cibercultura como tudo aquilo que ocorre no ciberespaço ou no entorno que se cria as tecnologias de comunicação e informação e a comunicação mediada por computadores (apud GONZÁLEZ, 2012)

Apesar de correta, ficar apenas na definição apresentada acima pode limitar o entendimento da profundidade das práticas culturais realizadas nesse ciberespaço, que ao



mudar as regras de consumo e produção, remodelou a forma como elas são feitas. As práticas culturais vão além do meio onde são realizadas, devemos entender

> que as práticas culturais são fruto das ações humanas que se configuram e reconfiguram no confronto entre "poderes instituídos" e os sujeitos que, a partir de suas táticas, buscam ajustar-se a seus cenários e circunstâncias. Na sociedade atual, essa reconfiguração ocorre também a partir das possibilidades que surgem com a crescente utilização das tecnologias digitais e a formação de redes telemáticas, as quais potencializam as ações táticas dos sujeitos em um nível planetário. (JACKS et al, 2016, p.7)

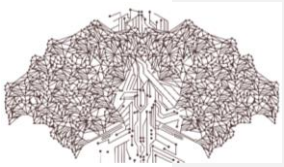
São essas características que fazer do ciberespaço um ambiente singular. A convergência de informações e práticas em um mesmo ambiente faz com que a cibercultura seja o que André Lemos (Apud JACKS et al, 2016, p7) define como um território recombinante, uma vez que é baseada no "conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, cut-up de informação a partir das tecnologias digitais"

Toda essa gama de possibilidades e democratização dos meios deveria garantir a criação de um mundo melhor? Ao nos questionarmos sobre o papel das práticas culturais na formação de uma sociedade menos desigual vamos ao encontro do que Ken Hillis (Apud RÜDIGER, 2011, p.59) afirma ao explanar que "a cibercultura representa uma atualização dos modelos de utopia imaginária que prometem não apenas a renovação e entrega das categorias mas, também, o nosso controle social e racional sobre o espaço, a informação e a identidade"

Contudo, mesmo com a descentralização nas formas de produção e distribuição, o espaço democrático da internet manteve alguns elementos comuns no mundo offline que mantém o poder na mão de poucos. É inegável que as possibilidades aumentaram para quem tenta confrontar o poder instituído, mas não é possível afirmar que isso diminuiu o poder desses detentores. Feenberg (Apud CUPANI, 2004. p.510) sustenta que as realizações tecnológicas são fomentadas pelo capitalismo e que essas tecnologias reforçam a centralização e hierarquização das estruturas sociais.

CIBERCULTUR@

Entendido o que é a cibercultura, partiremos para os conceitos elaborados por Jorge A. González, de que utiliza o termo Cibercultur@ para diferenciar tanto do conceito da



palavra sem o arroba quanto para ampliar a abrangência de seu significado para muito além do que se passa na rede.

Para chegar até o termo em si, González (2012) partiu de três elementos que formam a palavra. O prefixo "ciber", que significa gerar, incrementar, aperfeiçoar etc. "Cultura", que tem origem no termo cultivar e o @ que entre os vários significados e usos ao longo da história, ficou marcado como elemento que simboliza o domínio para onde os e-mails são enviados.

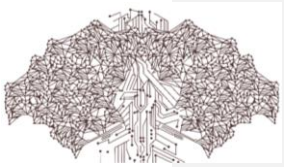
Uma vez cunhado o termo, González apresenta uma dupla qualidade para a o neologismo: Cibercultur@ como objeto de estudo e como valor de desenvolvimento e tomada de poder social.

> Como objeto de conhecimento, o estudo [...] dos fenômenos de cibercultur@ dispõe-se a descrever, analisar e explicar os diversos processos de relação entre as ecologias simbólicas de sociedades determinadas no tempo e no espaço e o vetor tecnológico. (González, 2012)

Para isso, autor explica que "ecologias simbólicas" são o conjunto de relações e sentidos que as sociedades construíram a partir de sua carga histórica, geográfica, biológica, psicológica, social e cultural, tudo o que contribui para a construção das identidades daquela sociedade. (GONZÁLEZ, 1995). Já o vetor tecnológico é entendido pelo autor como todos os processo e efeitos sócio-históricos que foram/são verificados como resultantes de adoções, imposições ou até mesmo rejeições de dispositivos complexos tecnológicos em sociedades que estão em desnível com o espaço social mundial (GONZÁLEZ, 2003). Dentro desse conceito amplo de vetor tecnológico, apenas o recorte das tecnologias digitais que viabilizam a comunicação mediada por computador, serão alvo de estudo para o desenvolvimento da cibercultur@.

Dentro do conceito de que a internet democratizou a comunicação, existe um contraponto. Se por um lado o consumo e produção de conteúdo ficaram mais fáceis para quem tem acesso, acabou excluindo ainda mais aqueles que estão desconectados, seja por motivos culturais ou econômicos.

> Nesse processo de reestruturação social, há mais que desigualdade e pobreza. Há também a exclusão dos povos e territórios que, desde a perspectiva dos interesses dominantes do capitalismo, informacional global, passa para uma posição de irrelevância estrutural. (CASTELLS, 1999)



Um fator interessante nesse contexto é o uso do "interesse do capitalismo". Um exemplo disso são as ações com os balões de internet do Google, que ajudam na ampliação da rede ao redor do mundo. Com apenas 13 balões que voam a 20 mil metros acima do solo, a empresa levou internet móvel de alta velocidade a diversas vilas isoladas do Siri Lanka em 2015. Desde então, o projeto tem sido aplicado em diversos países. Apesar do interesse comercial (levar internet para mais pessoas e aumentar o número de usuários de seus serviços, no caso do Google), o avanço e consequente barateamento das tecnologias de comunicação possibilita que as próprias empresas que possuem seu negócio online invistam na estrutura da rede para que seu negócio seja ampliado.

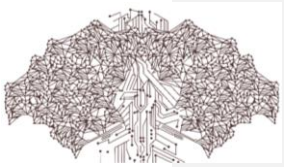
Essa ação do Google já foi vista anteriormente na América Latina. Nos anos 1960 surgiu um programa chamado "Aliança para o progresso" que visava modernizar os outros países do continente. Com a meta de modernizar as zonas rurais de forma vertical e converter os produtores em consumidores, utilizando argumentos de que suas tradições eram a causa de sua pobreza e subdesenvolvimento.

Já na qualidade de cibercultur@ como valor de desenvolvimento, o autor explica que o uso do termo desenvolvimento deve ser visto de forma literal e como ferramenta para progresso, crescimento social, econômico, cultural e político.

> Desenvolver cibercultur@ implica assumir de forma coletiva e criativa o desafio de cultivar o conhecimento, a informação e a comunicação potencializadas pelas tecnologias mais avançadas para modular o discurso social dentro de uma estratégia de comunicação complexa, partindo de periferias distribuídas de forma dispersa no sistema mundial. (GONZÁLEZ, 2012)

A cibercultur@ como valor de desenvolvimento social pressupõe redesenhar de baixo para cima uma mudança de atitude e assimilar as tecnologias necessárias para comunicação com a finalidade de gerar e valorizar o conhecimento e coordenar ações que permitam acabar com a dependência tecnológica. Logo, devemos nos inserir no sistema para quebrá-lo por dentro.

Aprender a codificar nossas experiências cotidianas é a principal forma de cultivar uma *cultura de informação*. Devemos usar essa habilidade para abrir plataformas reflexivas que nos permitam avançar em direção à quebra de sistemas que estão enraizados na nossa cultura.



> Desenvolver cultura da informação implica um processo de descolonização da mente e de apoderação das capacidades das pessoas para representar e processar de forma seletiva e responsável, desde as experiências mais elementares às mais complexas, mediante o estabelecimento consciente e elaborado de diferenças que fazem a diferença... (GONZÁLEZ, 2012)

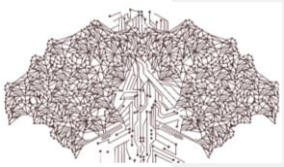
Quando partimos da perspectiva de cibercultur@, a estrutura social está intrínseca à comunicação e essa estrutura é pautada permanentemente por três processos inter-relacionados de reorganização coletiva que devem ser fomentadas para o desenvolvimento de uma *cultura de comunicação* horizontal. Primeiro é necessário suscitar as diferenças. Nesse ponto é importante não só apontar os grupos ou indivíduos da sociedade que não estão nas pré-definições de normalidade. É importante criar condições para que essas diferenças surjam. Depois de identificadas, é necessário ***contemplar as diferenças***. Mais do que observar, é um momento para se livrar dos preconceitos, analisar, entender e assimilá-las. Por último, deve-se ***gerar novas plataformas para coordenar ações***. É nesse ponto que os membros, munidos de conhecimento sobre os diversos aspectos de sua comunidade trabalham para formar uma organização superior à que encontraram antes do processo, uma estrutura que contemple as diferenças e seja mais igualitária.

Por fim chegamos à **cultura do conhecimento**, apontada por autor como a mais carente nos dias de hoje por conta da necessidade das culturas apontadas anteriormente.

> Não há conhecimento sem informação. E não há conhecimento caso não seja comunicado a outros, para outros [...] O exercício de cultivo e criação de conhecimento implica em estabelecer uma espécie de meta-relações sobre as relações que codificaram a informação. E, portanto, as coisas do mundo começam a significar. O mundo se apropria pela ação, as coisas nos fazem sentido a partir do que podemos fazer com elas. (GONZÁLEZ, 2012)

Ele ainda finaliza dizendo que a chave para o conhecimento é fazer perguntas pertinentes diante dos problemas práticos e concretos que afetam a sociedade, pois "sem perguntas não há problemas nem conhecimento, e sem o conhecimento vivemos presos a um mundo pré-interpretado"

Para finalizar esse trabalho, trago as conclusões do próprio Jorge González (2012) sobre a importância de se desenvolver cibercultur@ para que possamos tomar melhores decisões sobre a orientação de um desenvolvimento sustentável. Ele ainda termina com três pontos dos ganhos que teremos se nossa sociedade seguir os passos apresentados:



Reinventar o passado, pois se historicamente só ouvimos o lado "vencedor", acabamos perdendo o que os derrotados têm para nos ensinar. *Renarrar nosso presente*, pois redefinindo nossas ações, podemos refletir sobre o mundo como ele é e decidir que caminho trilhar, ao invés de seguir a maré. **Reprojetar o futuro**, porque pensando coletivamente podemos construir um mundo com maior qualidade de vida.

Palavras-chave: Comunicação, Cidadania, Cibercultura, Práticas culturais, Cibercultur@

Referências bibliográficas

BAUMAN, Zigmunt. **Comunidade**: a Busca por Segurança no Mundo. Atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. 11. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1992

BUBER, Martin. **Sobre comunidade.** São Paulo: Perspectiva, 1987

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação**: Economia, Sociedade e Cultura Vol. 1 - O Poder da Identidade. São Paulo, Ed. Paz e Terra, 1999.

CUPANI, Alberto. A tecnologia como problema filosófico: três enfoques. **Sscientiæ zudia**. São Paulo: v. 2, n. 4, p. 493-518, 2004

GONZÁLEZ, Jorge A. Y todo queda entre familia: estrategias, objeto y método para historias de familias. In: **Estudios sobre las culturas contemporáneas**. Colima, 1995

GONZÁLEZ, Jorge A. **Entre cultura(s) e cibercultur@(s)**: incursões e outras rotas não lineares. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 2012.

JACKS, Nilda Aparecida; TOALDO, Mariângela Machado; OIKAWA, Erika. Práticas Culturais e Ciberculturais: para pensar a relação com as tecnologias. **E-compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília: v.19, n.1, 2016.

MARSHALL, Thomas Humprey. **Cidadania, Classe Social e Status.** Rio de Janeiro. Zahar Editores, 1967

OLDENBURG, R. The Great Good Place. New York: Molwe &Company, 1989.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre. Sulina, 2009

RÜDIGER, Francisco. A reflexão teórica em cibercultura e a atualidade da polêmica sobre a cultura de massas. **Matrizes**. São Paulo: Ano 5, n.1, p. 45-61, 2011.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e Globalização**. 4ªED. Rio de Janeiro. Record, 2000

WELLMAN, B.; GULIA, M. **Net Surfers don't Ride Alone**: Virtual Communities as Communities. Publicado em 1999. Disponível em . Acesso em 05/05/2005.

UM START NA EDUCAÇÃO: O QUE APRENDEMOS COM AS STARTUPS EDTECH[1]

Roberta Cardoso[2]; Maria Auxiliadora Padilha[3]

O presente artigo propõe-se a refletir sobre os desafios e contribuições das soluções desenvolvidas por Startups EdTech para os processos de ensino-aprendizagem em contextos digitais na visão de profissionais destas iniciativas, com a finalidade de ampliar os debates sobre este assunto. O Referencial teórico e a discussão fundamentam-se em autores como Corcoran (2013), Telles (2013), Hengumühlen (2014), entre outros. Tal reflexão é um recorte temático que faz parte do estudo de mestrado em andamento que está sendo desenvolvido na Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica da Universidade Federal de Pernambuco, que tem como objetivo investigar os processos de criação e desenvolvimento de Statups EdTech que visam cultura de inovação. Desta forma, pretendemos de forma breve, refletir sobre o conceito de Startup EdTech, apresentar as soluções de processos de aprendizagens em contextos digitais desenvolvidas por EdTechs e refletir sobre os desafios do processo de criação dessas soluções.

Palavras-chave: educação; startup edTech; aprendizagem; contextos digitais; tecnologia.

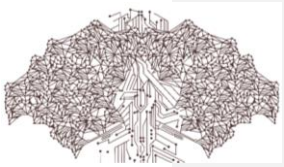
Introdução

A terceira revolução educacional, que tem como marco os ambientes de tecnologias digitais de aprendizagem, nos apresentam novas configurações que ultrapassam, os contextos de espaço, tempo, papeis e gestão da educação, a tecnologia alinhada à educação promove modernos processos de aprendizagens em contextos digitais nos quais os sujeitos da aprendizagem são capazes de criar, cocriar e desenhar suas próprias possibilidades de aprendizagem.

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 11 – Processos de ensino-aprendizagem em contextos digitais do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisadora é aluna da Pós-graduação em Educação Matemática e Tecnológica na Universidade Federal de Pernambuco e participa do Grupo de Pesquisa em (UFPE). E-mail: carmape@gmail.com

[3] . Pesquisador é professora da Universidade Federal de Pernambuco. É Doutora em Educação (UFPE) e é Líder do Grupo de Pesquisa Laboratório de Pesquisa e Prática: Educação, Metodologias e Tecnologias (UFPE) E-mail: doradadilha@gmail.com



Gerando uma enorme transformação, que tira da escola o papel de detentora e principal fonte de acessos ao conhecimento, que era definido e distribuído de forma gradual, com o advento da tecnologia e da criação das EdTech o conhecimento ganha não só uma nova forma de ser acessado, mas uma forma de ser pensado e construído.

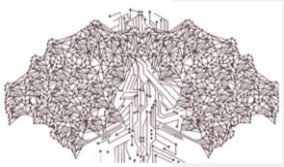
É dentro desta perspectiva, que as Startups EdTech fenômeno que emerge do empreendedorismo digital, trabalham no desenvolvimento de soluções e ambientes de aprendizagens digitais, capazes de gerar processos de ensino e aprendizagem cada vez mais refinados e personalizados, com uso das tecnologias digitais de ponta, gerando mudanças disruptivas, uso de tecnologias como Big Data, conteúdos que podem ser utilizados em vários tipos de dispositivos, com programações customizadas que buscam desenvolver, refinar as habilidades dos estudantes, assim trabalhando com base na necessidade de cada aluno, mudanças que podem ocorrer nos mais variados níveis de ensino e aprendizado, para Telles e Matos,

> o fenômeno que veio acompanhado de novas teorias e terminologias de um nome que hoje ecoa em todas as universidades e currículos de empreendedores do mundo são as empresas denominadas ou autodenominadas Startups (TELLES e MOTA, 2013, p.05).

As Startups EdTech propõem outras reflexões aos processos de aprendizagem em contextos digitais, ultrapassando as lógicas anteriormente pensadas para esse contexto, como por exemplo, as relações entre alunos e professores, na qual são presentes a aproximação e o aumento da auto-estima (PRENSKY, 2001), que é atualizada com as contribuições das Startups EdTech, que tem como base as tecnologias ágeis e integração com a cultura startup e o DIY (Do It YouSelf – Faça você mesmo), apresentando outra configuração a relação, professor aluno, como o trabalho em conjunto gerando produtos e ideias em uma aprendizagem cada vez mais independente. "A cultura Startup, criativamente integra, a voz e as escolhas dos estudantes, flexibilidade, personalização e diversão ao ambiente de aprendizagem" (Williams, 2016, p.01).

As atividades de desenvolvimento de solução como a etapa de validação, a figura do mentor que é uma pessoa que possui expertise em diferentes áreas ou acumulo de conhecimento em uma área especifica, participa das atividades de validação até que se possa chegar em um modelo que prevaleça. A ação do mentor contribue para o desenvolvimento de um ambiente de aprendizagem mais próximo do real.

Os ambientes nos quais estão imersos os desenvolvedores, *coworking Clusters*, também influenciam diretamente na construção das soluções tendo em vista que são ambientes dinâmicos onde o fluxo de troca de informações flui potencializando a escolha das metodologias, teorias,



linguagens, plataformas e todas as informações e situações necessárias para o desenvolvimento da solução.

Diante deste contexto e da crescente criação de Startups EdTech no Brasil, é relevante o estudo destas iniciativas e consequentemente de suas soluções que geram processos de aprendizagens em contextos digitais, a partir de objetos digitais nativos (desenvolvidos para ambiente virtual e tecnológico), que são desenvolvidos em grande número por estas iniciativas.

Startups EdTech

Como o fenômeno Startup é recente, existem diversas definições e conceitos, alguns relacionam o envolvimento de tecnologia, Graham (2012) Markham (2002) outros já relacionam ao modelo de negócios Telles e Matos (2013) e Blanck (2014) ou ação humana Ries (2012) e Telles e Matos (2013).

Diante dessa diversidade de relações que abarcam as considerações sobre o conceito trazemos alguns dos mais aceitos atualmente, são as seguintes:

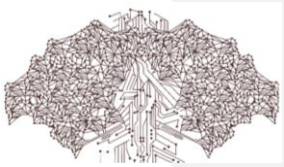
Blanck e Dorf (2014, p. 23) compreende Startup como, “Organizações temporárias em busca de um modelo de negócios escalável, repetível e lucrativo.”

Ries (2011, p.33), define Startup como, “Uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza.”

Ambos os conceitos servem para definir o conceito base do que é uma Startup, já quando observamos a partir dos nichos as definições apresentam tem suas particularidades, como por exemplo: Femtechs (para mulheres), Cleantechs (sustentabilidade) e Legaltechs (serviços legais) Logtechs (serviços de Logística).

E as EdTech, que integram o conceito de Startup com uso de tecnologia com foco em educação**.**

É nos Estados Unidos da América que a história das Startup EdTech emerge. Antes delas, as Info-Techs, empresas que trabalhavam no desenvolvimento de presença virtual para organizações, também desenvolviam aplicações para o campo educacional, mas três episódios importantes ocorridos nos Estados Unidos da América geram o marco do surgimento das Startups EdTech. O primeiro episódio, em 1983, foi a emissão do relatório “Uma nação em risco: O imperativo para a reforma educativa” (Comissão Nacional Sobre Excelência em Educação [NCEE], 1983). Esse relatório aponta que o sistema de ensino dos EUA estava ficando atrasado em relação ao resto do mundo.



O segundo, ocorreu com a abertura da Arpanet, em seguida chamada de NSFnet, no início de 1990, e a criação do conceito de Word Wild Web, como meio para compartilhar informações, e o desenvolvimento de um navegar web, por alunos da universidade de Illinois em 1992.

E o terceiro, foi o incidente da bolha da internet em 2001 na qual muitas empresas de Info-Tech fecharam. Mesmo assim, a preocupação com a qualidade da educação estadunidense, ainda era grande e os presidentes George W. Bush (2001-2009) e Barack Obama (2009-2017) investiram amplamente na padronização curricular. A falta de padronização na educação estadunidense era vista como uma dificuldade para as empresas Info-Tech desenvolverem seus produtos para mediação em processos de ensino e aprendizagem, segundo Corcoran (2013, p, 112),

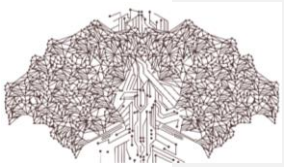
> O surgimento dessas normas iria começar a mover os EUA para uma coleção de cerca de 50 diferentes requisitos, cada um concebido por um estado individual, em um "Chão" padrão comum, uma mudança que tornou possível para as empresas a começar a ver a educação dos EUA como um mercado mais coerente.

Em 2010, o desenvolvimento e a acessibilidade da tecnologia, principalmente as tecnologias de comunicação, e com mercado estadunidense favorável, os desenvolvedores que no momento de recessão ficaram desempregados começaram a desenvolver softwares, impulsionados pelo desenvolvimento da internet e por investidores "Anjos" que acreditavam no potencial das tecnologias na Educação. Segundo Concoran (2013, p. 105),

> Grupos de pessoas com aproximadamente trinta anos que estavam se tornando pais e eram ricos o suficiente para tornarem-se investidores anjo, muitos fascinados pela forma com que a tecnologia que tinha feito uma enorme diferença em suas vidas poderia ser melhorada e usada para ajudar a Educação.

Assim nasceu o conceito de Startups EdTech, nicho que cresce exponencialmente, incorporando novas tecnologias aos processos de ensino e aprendizagem, as Startups EdTech se diferenciam das empresas de Info-Tech em dois pontos, nos modelos de negócio e metodologia de trabalho e por desenvolverem exclusivamente para o campo educacional, nos âmbitos de processos de ensino e aprendizagem, gestão e qualificação.

No Brasil, é na década de 90, que o empreendedorismo desponta e proporcionou ao país um alto desenvolvimento econômico, acelerado pelo Governo Federal, a Lei Federal de Inovação (10.972/2004) em seu capítulo II diz: "O estímulo à construção de ambientes especializados e cooperativos de inovação", e em seu parágrafo único diz: "O apoio previsto neste artigo poderá contemplar as redes e os projetos internacionais de pesquisa tecnológica, bem como ações de



empreendedorismo tecnológico e de criação de ambientes de inovação, inclusive incubadoras e parques tecnológicos". A partir da implementação de leis como a da Micro e Pequena empresa (2007), e do Microempreendedor Individual (2008).

Nos anos 2000 o marco do incentivo ao empreendedorismo em Startups EdTech foi o estudo como o da *Global Entrepreneurship Monitor*: Empreendedorismo no Brasil (GEM), na vertente, *Entrepreneurial Framework Condition* (EFC's), aponta que o campo da educação é promissor para empreender, logo as EdTechs no Brasil começam a elevar-se.

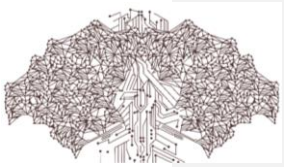
Com incentivos do Governo Federal para potencializar o desenvolvimento das Startups e com isso também impulsionar a economia, é no ano de 2011 que o nicho EdTech começa a despontar, neste ano foram lançadas a Descomplica, especializada em desenvolvimento de vídeo aulas para ENEM e Ensino Médio e a Evobooks, que oferta aprendizagem interativa, conteúdo digital ferramenta de autoria e interface pensada para o uso do professor, e em março de 2012 é Veduca, entra no mercado com cursos online livres, essas foram as primeiras Startups EdTech brasileiras.

Acompanhando as mudanças no cenário internacional, no qual empresas de base tecnológica inovam com novos modelos de negócio, o Governo Federal lança em 2013, o programa de incentivo Start-Up Brasil, com o apoio do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e o TI Maior, Programa Estratégico de Software e Serviços de TI.

Atualmente as Startups figuram como importantes ambientes de aprendizagem no ensino superior, segundo Mota e Scott (2014, p.30) "a presença de Startups especialmente via incubadoras de empresas dentro da universidade, contribui com a integração entre programas de graduação e pós-graduação."

Sua cultura de inovação começa a ser observada e estudos sobre essa temática ganham impulso, principalmente no que diz respeito ao aspecto de atuação no ensino superior, pois apresenta metodológica diferenciada, potencializa novos modelos de aprendizagem que ajudem de forma significativa o papel dos professores e, consequentemente, a formação de alunos, "a Cultura Startup é uma nova cultura, voltada ao aprendizado colaborativo, onde o professor não é o dono do conhecimento, e sim um maestro na era da colaboração". (MATOS E TELES, 2013, p.83).

A tendência da Cultura de inovação para Becker (2017) busca promover exploração de novas ideias para reproduzi-las de forma mais ampla, a inovação está afastando métodos tradicionais da aprendizagem da acadêmica e usando novos design para atender as demandas do mundo real.



Em relação ao conceito das EdTechs atualmente as perspectivas sobre o conceito versão sobre a junção de tecnologia e educação (CORREIA, 2013; CIEB, 2016) e com caráter de substituição ou complementaridade de sistemas educacionais CBINSIGTHS (2017), são contextos breves, mas que indicam que a tecnologia está a serviço da criação de soluções que melhorem a qualidade da educação.

De acordo com Correia,

> Startups Educacionais são iniciativas em inovação tecnológica ou modelos de gestão para resolver problemas existentes na educação atualmente, com acesso ao ensino ou a falta dele, problemas com recursos e qualidade (CORREIA, 2013, p. 108).

As iniciativas EdTechs encontram-se em espaços formais e não formais de educação, desenvolvendo soluções para todos os níveis de educação, desde o ensino fundamental até o ensino superior.

Podem ser classificadas de acordo com o modelo de negócio desenvolvido para venda de suas soluções, como B-to-B [business to business – Negócio para Negócio, em tradução livre] que vendem serviços ou produtos para escolas ou ambientes educacionais; as hibridas que desconsideram tempo e espaço, estimulando a aprendizagem fora da escola ou em qualquer lugar e tempo e por fim as que podem ser disponibilizadas de forma gratuita denominadas de B-to-C [business to consumer – negócio para consumidor].

Além do tipo de negócio, as Startups são classificadas por tipos:

Scalable Startups

Ter um modelo replicável e com grande potencial de crescimento, necessitando apenas de investimento.

Large Company Startup

Uma iniciativa que se mantem em constante busca pela inovação. Se adapta facilmente a novos conceitos de mercado.

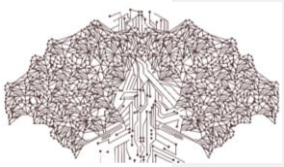
Lifestyle Startups

Objetivo exclusivo é manter um padrão que garanta renda ou formar base para desfrutar de um modo de vida.

Social Startups

Busca fazer diferença no mundo e são sociais, pois afetam todo o contexto social em que atuam.

Atualmente as EdTechs tem desenvolvido soluções em vários seguimentos, alguns deles são: LMS (*Learning Management System*), que são sistemas de gerenciamento de aprendizagem,



o acesso a esses sistemas tem interfaces pagas e gratuitas; ERP (*Enterprise Resource Planning*) Gerenciam informações administrativas relacionadas aos processos de administração de escolas ou espaços educacionais; Tutoriais conteúdo (texto, imagem, vídeos, infográficos) criado para ensinar uma técnica ou tema de alguma área, pode ser disponibilizado por aplicativo ou site; VR (Inteligência artificial) ferramentas e algoritmos que podem acompanhar e apoiar, medir, avaliar, personalizar a aprendizagem.

O CIEB em seu documento Notas Técnicas #7 investimento em Startups de Tecnologia da Educação, apontou cinco áreas identificadas como mais promissoras para geração de soluções e produtos de tecnologia educacional no Brasil, são elas:

a) a gestão de redes públicas de ensino;

b) a personalização do ensino para ajudar professores a trabalhar com alunos em diferentes níveis de conhecimento;

c) o ensino híbrido;

d) a produção e a disseminação de material didático digital;

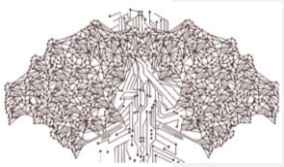
e) soluções para garantir engajamento de estudantes utilizando as ferramentas digitais

Sobre o desenvolvimento de produtos, "as EdTechs necessitam entender o conceito de tecnologia disruptiva à luz das características do campo educacional. A alta taxa de cobertura de serviços educacionais torna difícil aplicar o conceito literalmente disrupção de mercados não atendidos." (CIEB Notas Técnicas #7).

Mesmo tendo conhecimento das áreas promissoras, os empreendedores em EdTech ainda precisa organizar-se para realizar a captação de investimentos, tanto governamentais quanto públicos para que possa implementar a solução, pois a implementação, é uma das partes financeiramente mais delicadas.

Contudo, nem sempre ter financiamento ou investidores pode garantir a implementação da ideia, é preciso estar atento também ao contexto, metodologias "o aprendizado dos métodos e filosofias que rondam o seguimento de startups pode contribuir no desenvolvimento de um negócio e torna-lo ainda mais inovador." (TELLES E MATOS, 2013 p.08).

Apensar das Startups trabalharem com equipes multidisciplinares, que receberem mentoria para desenvolver e prototipar a solução, que passará por validação, momento no qual "os modelos são criados e postos à prova para validação e posteriormente disparada de fases e



versões "beta", "beta aberta" e "traial" se forem consolidados o modelo segue para o mercado" (TELLES e MATOS, 2013, p. 31, grifo do autor).

Mesmo com todo esse processo de validação é possível que caso a aplicação ou ambiente de aprendizagem digital precise de mediação e o profissional não esteja qualificado para interagir com a tecnologia, e mesmo que ela esteja totalmente correta em relação as teorias e processos de testagem de software, ela pode correr o risco de não funcionar de forma adequada, pois "na utilização inovadora das tecnologias na educação, é fundamental a capacitação de docentes, funcionários e alunos no domínio técnico pedagógico" (MORAN, 2012, p.90).

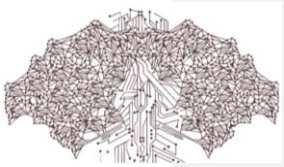
Contudo, as ações inovativas estão em cada processo desenvolvido pelas EdTechs, desde gestão até os processos de desenvolvimento de soluções, "as inovações, constituem ingredientes, particulares aquelas ancoradas nas tecnologias digitais que fazem uso de elementos como modelagem simulação ou prototipagem e visualização" (Mota e Scott, p. 50).

Processos de aprendizagem em contextos digitais

As inovações tecnológicas romperam com paradigmas e foram inseridas em vários ambientes, igualmente no campo educacional, tecnologias com a internet geram a necessidade de reflexão e aprendizagem para atualização de novas metodologias e abordagens, pois "instaura uma linguagem própria e formas inéditas de apresentar, conteúdos, consequentemente de ensinar e aprender" (VALLETNTE, 1999, p.67).

Os processos de aprendizagem em contextos digitais, apresentam aspectos pedagógicos particulares, como interatividade, mobilização de ações cognitivas /metacoginitivas, motivacional, ênfase na formação e desenvolvimento de competências, ambiente de aprendizagem personalizado, entre outros, tais atributos são potencializados por tecnologias digitais como os softwares que apresentam características pedagógicas que de acordo com Campos e Campos, (2001, p127) "evidenciam a conveniência e viabilidade de utilização do software em situações educacionais".

Os ambientes de aprendizagem são desenvolvidos de forma mais refinada e particular, passam por prototipagens que minimizam erros nas prospecções e desenvolvem desenhos de matrizes de trabalho mais aproximadas da realidade na qual será aplicada a solução, considerando diferentes aspectos como: observação da necessidade do desenvolvimento da contextualização do ambiente de desenvolvimento, quem serão seus usuários, tipo de impactos, entre outros.



Segundo Motta (2014, p. 30), "a inovação está se tornando mais central no processo de produção do conhecimento". As EdTechs buscam desenvolver soluções e incluindo espaços de aprendizagem digitais que estejam dentro dos critérios e indicadores que as caracterizam como inovadoras.

A aprendizagem em contexto digital avança com a apropriação das tecnologias digitais por professores e alunos, e se apresenta em várias possibilidades de aplicação, que incluem exemplos como, ensino com suporte tecnológico incluem sistemas de treinamento baseados no computador, ambientes de aprendizagem interativa, sistemas instrucionais auxiliados por computador, sistemas de ensino a distância e ambientes de aprendizagem colaborativa. (LOM apud WILEY, 2000, p. 5).

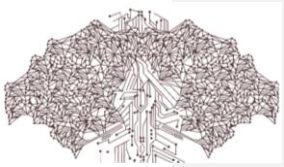
Pesquisadores do campo educacional consideram que as Startups EdTEch fazem parte do cenário da terceira revolução educacional, caracterizado pelos ambientes de aprendizagem flexível que propiciam a aprendizagem independente, mudança favorecida pelas tecnologias, tal processo é um dos eixos da Educação Inovadora que, para Moran (2012, p. 39), "são como diretrizes fundamentais para construir solidamente os alicerces dessas mudanças."

Desta forma podemos afirmar que as EdTech estão situadas na abordagem pedagógica da Educação Inovadora, produzindo ou soluções para aprendizagens em contexto digital baseadas na educação para inovação, para Behrens

> a ação pedagógica que leva a produção do conhecimento e que busque formar um sujeito crítico e inovador precisa focar o conhecimento como provisório e relativo, preocupando-se com a localização histórica de sua produção. (BEHRENS, 2010, p. 55).

O cenário educacional inovador propõe configurações que impulsionam os atores educacionais, que serão usuários dessas soluções, à possibilidade de reconfigurá-las, proporcionando um ciclo de cocriação, que consequentemente reflete em sua melhoria e replicação para outros ambientes e contextos, refinando assim a validação das soluções.

As soluções desenvolvidas pelas iniciativas EdTech fundamentam-se na perspectiva de desenvolver soluções a partir de problemas reais do cenário educacional e são desenvolvidas com base na cultura de inovação, fatores presentes em cursos abertos massivos, (MOOCs), em soluções desenvolvidas através realidade virtual e aumentada, sistemas gamificados, design aprendizagem, programação são algumas das possibilidades aplicadas as soluções das Startups.



A revolução que os MOOCs iniciais do inglês *Massive Open Online Course* (Curso Online Aberto e Massivo), desenvolvidos pelas Startups Udacity, Cousera e o EDX propiciaram no início dos anos de 2011, com a oferta de cursos abertos em ambientes virtuais, utilizando tecnologia e estratégias baseadas em ferramentas Web 2.0 que em seu desenvolvimento em 2013 passa adotar um modelo hibrido, com certificação em um sistema monitorado digitalmente.

A dinâmica de espaços de aprendizagem e classes escolares pode ser favorecida, potencializada e até gerar novos valores como a inclusão digital, devido as possibilidades de configuração da *web* 2.0 que para Costa e Mattos (2013, p.264) caracteriza-se por interfaces mais elaboradas, com usabilidade, na qual o usuário tem autonomia criativa.

Os recursos da *web* 2.0 utilizados na educação, como *winki*, *podcast* e *blog* são alguns recursos que possibilitam uma sistematização que pode modificar atitudes de professores e alunos, os colocando de forma horizontal na dinâmica de uso, a exemplo de um blog.

> pode se tornar o espaço do professor, dos alunos ou da disciplina para compartilhamento de informações e opiniões. Desta forma professores e/ou alunos teriam responsabilidade de administrar os posts. (COSTA e MATTOS, 2013, p.267).

A chegada das Startups Educacionais, acrescentam novos aspectos ao desenvolvimento dos ambientes de aprendizagem digital, e consequentemente a forma de aprender, tendo em vista que o desenvolvimento desses ambientes foram pensados a partir de elementos da cultura de inovação, a exemplo, o conceito de pivot, de Yuri Gitahy, uso de metodologias ágeis, incentivo de cocriação e prototipagem desta forma professores e alunos, podem aperfeiçoar as experiências de autonomia e personalização do ensino e aprendizagem.

O desenvolvimento da prototipagem da solução para realizar a validação, que é o momento no qual "os modelos são criados e postos à prova para validação e posteriormente disparada de fases e versões "beta", "beta aberta" e "traial" se forem consolidados o modelo segue para o mercado" (TELLES e MATOS, 2013, p. 31).

As EdTechs são consideradas como ambientes de desenvolvimento de tecnologia de ponta e inovação em educação, produzindo ferramentas de alto impacto de experiência tornado a aprendizagem mais significativa e relevante, como o desenvolvimento recursos de inteligência artificial (AI, sigla em inglês) que são considerados como tecnologias disruptivas, que pode acompanhar o progresso do desempenham dos estudantes e traçar estratégias de aprendizagem, adaptando de forma que potencializa a sua aprendizagem. As Startups seguem se aprimorando,

visualizando o futuro e acessando outros em campos como das *Learning Machines*, a respeito dessa tecnologia

> a possibilidade de máquinas que aprendem com processos e ações humanas e recente (campo das Learning Machines), e tem seduzido os pesquisadores pelas suas possibilidades de que, em algum momento, as máquinas consigam ter autonomia do homem, não ficando mais dependentes dos algoritimos inseridos pelos mesmos. (SIQUEIRA, 2017, p.57).

Os jogos digitais representam um dos seguimentos mais fortes do nicho das EdTechs, e são desenvolvidos para vários tipos de plataformas (Console, Mobile, Windows, Linux...) e linguagens (C++, Java, C#...), para a OECD (2016) os jogos digitais podem aumentar o entendimento conceitual, a criatividade, imaginação e habilidades de resolução de problemas.

As EdTechs buscam desenvolver soluções que colaboram com a aprendizagem em contextos digitais, tornando-as inovadoras e significativas para professores e alunos.

Desafios no desenvolvimento de soluções de EdTech para os processos de aprendizagem em contextos digitais

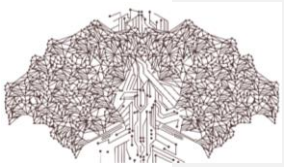
Ao contrário do que muitos pensam, a infraestrutura e a cultura da resistência a mudança e o dialogo diminuto com as tecnologias desenvolvidas pelas EdTechs, não são os únicos desafios para elaboração de soluções que visam desenvolver processos de aprendizagem em contextos digitais.

A infraestrutura como foi dito, não figura como principal desafio das EdTechs, contudo, a falta dela é um elemento limitante, reflexo da falta de investimentos técnicos, que possibilitem não só o uso das tecnologias já desenvolvidas, mas aqueles que ainda estão no plano das ideias.

Segundo o documento CIEB notas Técnicas #7 o investimento em Startups de Tecnologia da Educação, o investimento em infraestrutura é fragmentado e ocorre de forma esporádica (CIEB Estudos #4).

O financiamento público também é necessário, pois o desenvolvimento das tecnologias além de potencializar a educação reflete nos contextos socioeconômicos, segundo *Education Innovation and Research Innovating Education and Educating for Innovation THE POWER OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND SKILLS*, "o investimento gera acesso e participação na economia digital: as tecnologias digitais oferecem um grande potencial de inovação, crescimento e maior bem-estar." (OECD, 2016, p.14)

A cultura da resistência a mudança é um fator que influencia nos aspectos de desenvolvimento das soluções, pois alguns profissionais levam como muita rigidez as teorias e



metodologias, assim indeferindo sobre alguns aspectos de mudança que as soluções possam vir a apresentar quando em desenvolvimento, para Mota e Scott (2014, p.01) [...] com inovação e uso de tecnologias digitais estão ficando cada vez mais relevantes e determinantes. Assim, explorar metodologias educacionais compatíveis com esse novo cenário é uma estratégia central [...]".

Para além desses dois fatores, questões em dois contextos se apresentam como desafios, o desenho do modelo de negócios e a necessidade conhecimento aprofundado do campo educacional, contextos que convergem, a partir da observação dos fatores contidos na cultura educacional, das estruturas institucionais e curriculares.

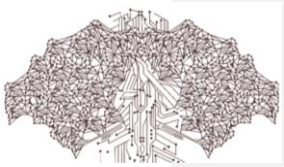
Para desenhar um modelo de negócios que desenvolva processos de aprendizagem em contextos digitais relevantes, é preciso entender os aspectos pedagógicos que norteiam os vários campos da educação, buscando assim minimizar os erros, em sua aplicação de forma escalável, flexível, replicável e inovadora, pois o modelo de negócios desenvolvido com o modelo Canvas defini a solução que será criada e futuramente comercializada, de acordo com Telles, (2013, p.31) a metodologia Canvas, "defini quem são seus clientes, seu problema, solução criada e futuramente comercializada pela empresa".

O segundo desafio na elaboração de processos de aprendizagem em contexto digitais, para as iniciativas EdTech é a necessidade de conhecimento aprofundado do campo educacional, que o que significa, buscar compreender a cultura educacional, propor conexões com os projetos pedagógicos das instituições de ensino, aprofundamento na estrutura curricular e nos campos de pesquisa educacional.

A compreensão destas questões, potencializa o desenvolvimento de processos de aprendizagem em contextos digitais, pois se aproxima das realidades educacionais, entendendo tal ambiente, e assim propondo intervenções, decisões e processos que promovam inovação pedagógica, que segundo Carbonell, (2002, p.19),

> É um conjunto de intervenções, decisões e processos, com intencionalidade e sistematização que trata de modificar atitudes, ideias, culturas, conteúdos, modelos e práticas pedagógicas e introduzir novos materiais curriculares, estratégias de ensino e aprendizagem, modelos didáticos e outras formas de organizar e gerir o currículo, a escola e a dinâmica de classe.

Superando os desafios para o desenvolvimento de processos de aprendizagem em contexto digital, tais processos poderão propiciar uma mudança, pedagógica que consequentemente será capaz de incluir aspectos de fundamental importância para a formação de pessoas mais empreendedoras, de acordo com Hengumühlen (2014, p.30)



> formar pessoas mais empreendedoras exige, também um nova postura pedagógica e mudança didática. Indaga-se como é possível, exercitar mentes inovadoras, criativas, transformadoras, persistentes, diferenciadas em seu agir, munidas de bases conceituais para ações embasadas em uma educação que em geral, limita-se a passar informações pouco significativas e a cobrar a sua repetição.

Tais desafios na prática precisam ainda percorrer um longo caminho, ultrapassar questões burocráticas, organizacionais, de recursos humanos e propor uma conexão contínua com o campo educacional e seus sujeitos.

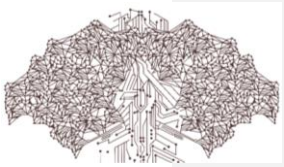
Considerações finais

O avanço das tecnologias digitais provocou um salto no desenvolvimento de ambientes de aprendizagem digital e com isso vem mudando as configurações das aprendizagens nesses contextos, contudo devemos ter clareza que ainda se faz importante um debate sobre a infraestrutura que termina determinando não apenas o acesso, mas também o avanço para novas tecnologias.

As aprendizagens nos contextos digitais, favorecem a capacidade de criação, o pensamento reflexivo, criativo a possibilidade de cocriar e mais autonomia nos processos de aprendizagem. Esses ambientes também vêm propiciando cada vez mais horizontalidade na relação professor aluno, bem como possibilidades de que o professor trabalhe com diversas metodologias e tecnologias dependendo do ambiente de aprendizagem ao mesmo tempo.

As aprendizagens em contextos digitais só serão bem sucedidas se os professores e tutores tiverem conhecimento adequado das soluções que foram adotadas pelas escolas ou pelos espaços de aprendizagem, por isso, é mais que essencial que eles possam participar dos processos de escolha e aquisição das soluções, e que os mesmos sejam treinados de forma adequada, com tempo e material necessário, vale pontuar também que tenham um tempo para testar antes de iniciar o uso definitivo em suas ou em quais quer atividade de ensino e aprendizagem.

Contudo é preciso estar atento as questões relacionadas ao desenvolvimento e os processos de aprendizagem em contextos digitais, as novas configurações que as soluções desenvolvidas pela Startups EdTech são importantes, por duas questões, a primeira é, as EdTechs fazem parte da indústria de recursos educacionais quem tem forte potencial para a inovação, contudo é importante lembrar que todas as soluções inovadoras devem ser questionadas, como lembra Garcia (1995) a quem interessa; por quem foi desenvolvida e implementada e quem irá beneficiar.



A segunda questão é, ao estudarmos as transformações que as EdTechs trouxeram para as aprendizagens em contextos digitais estaremos também melhorando a qualidade das soluções que estão sendo desenvolvidas, pois nem sempre o que está sendo desenvolvido é relevante e produz realmente a aprendizagem e as habilidades descritas na solução elaborada pela EdTech.

A inovação é um fator importante no desenvolvimento dos ambientes de aprendizagem, contudo além do aprimoramento na busca de atender os critérios e indicadores para a inovação na educação, os ambientes de aprendizagem precisam primar pelas melhores reconfigurações de relações de ensino e aprendizagem, essas que consequentemente geram alterações no campo do currículo e avaliação, projetando modelos educacionais mais eficientes, possibilitam novas conexões entre os usuários e o acesso e criação do conhecimento.

Referências bibliográficas

BEHRENS, Marilda Aparecida. **O paradigma emergente e a Prática Pedagógica**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. 53p.

BECKER, S., Cummins, M., Davis, A., Freeman, A., Hall Giesinger, C. e Ananthanarayanan, V. (2017). NMC Horizon Relatório: edição de ensino superior de 2017. Austin, Texas: o novo Media Consortium.

BLANK, Steve; DORF, Bob. Startup: Manual do Empreendedor. Rio de Janeiro: Atlas Book, 2014.

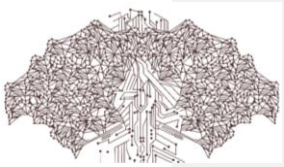
CAMPOS, Gilda Helena B. de; CAMPOS, G. H. B. Qualidade de software educacional. **Qualidade de software: teoria e prática. São Paulo: Prentice Hall**, p. 124-130, 2001.

CANCORAN, Betsy. **A Brief History of (Edtech)** Time; *Founder, edSurge,* Volume 1, pp. 104-118, 2013.

CIEB NOTAS TÉCNICAS 7. 2017. São Paulo. *Investimento em Startups de Tecnologia da Educação – Como fazer o Blend estratégico de investidores*. São Paulo: CIEB, 2017. 20p.

CORREIA, Felipe. O que são Startups Educacionais, Entrevista. **Portal NET Educação**, 13 de Março de 2014. Disponível em: <http://www.neteducacao.com.br/noticias/home/o-que-sao-startups-educacionais> Acesso em: 20 de março de 2017, às 01:30.

COSTA, J. W.; MATTOS. M. J.V.M. Utilização de Recursos da *web* 2.0 por professores de graduação no processo ensino-aprendizagem. In: VALLE, L. E. at al. **Educação digital a tecnologia a favor da Inclusão**. Porto Alegre, RS: Penso, 2013.



GLOBAL Entrepreneurship Monitor – GEM, Empreendedorismo no Brasil – Relatório Excecutivo, 2012 Disponível em: <http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2012.pdf> Acesso em 22 de Setembro de 2017.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO – MCTI, 2008. Disponível em: http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/105.html?exercview=. Acesso em: 19 de Agosto de 2017, às 02:30.

MORAN, José Manuel. **A educação que desejamos**: novos desafios e como chegar nela. Campinas, SP: Papirus, 2012.

MOTA, R.; SCOTT, D. **Educando para a inovação e aprendizagem independente**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

OECD (2016), *Innovating Education and Educating for Innovation: The Power of Digital Technologies and Skills*, OECD Publishing, Paris.

PRENSKY, Marc. **Digital natives, digital immigrants.** Parte 1. On the horizon, v. 9, n. 5, p. 1-6, 2001.

HENGEMÜHLE, Adelar. **Desafios educacionais na formação de empreendedores**. Porto Alegre, Penso, 2014.

RIES, Eric. **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação continua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

SIQUEIRA, S. Ciberflex cognições disrupções cerebrizações. In: SIQUEIRA, S. (org). **Tecnologias e comunicação nas interfaces mente-máquina.** Orlando, EUA: Cense Group, 2017.

TELLES, A; MATOS C. **O empreendedor viável: uma mentoria para empresas na época da cultura start up**. Rio de Janeiro: LeYa, 2013.

VALENTE, José Armando (org.). **O computador na sociedade do conhecimento**. Campinas: UNICAMP/NIED, 1999.

WILLIAMS, Jannífer**. Creat a Startup Culture im Your Classroom**. George Lucas Education Fundation – Edutopia, 2016. Disponível em < https://www.edutopia.org/blog/create-startup-culture-in-classroom-jennifer-williams> . Acesso em: 21 janeiro de 2017, às 02:10.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

VEDETAS: DA CRÍTICA FEMINISTA SOBRE A TECNOCIÊNCIA À CONSTRUÇÃO DE TECNOLOGIAS FEMINISTAS PARA EMPODERAMENTO[1]

Érica Camillo Azzellini[2]

Resumo

O presente artigo aproxima práticas do coletivo Vedetas, projeto de uso e construção de tecnologias feministas, de questões teóricas levantadas pela crítica feminista sobre a tecnociência desde os anos 1970, destacando a ressignificação da relação entre mulheres e tecnologia promovida pelo grupo. A análise decorre de trabalho de campo e entrevistas realizadas no âmbito de Trabalho de Conclusão de Curso da autora sobre coletivos direcionados para o empoderamento feminino pela tecnologia e a redução da disparidade de gênero no setor.

Palavras-chave

Ciberfeminismo; cultura maker; empoderamento; epistemologia feminista; tecnologia feminista;Vedetas

Práticas e debates do olhar feminista sobre a tecnologia

O surgimento de grupos e iniciativas de mulheres em prol do empoderamento feminino pela tecnologia, principalmente a partir de 2015, pode ser entendido como uma reação a um cenário de exclusão histórica e estrutural de mulheres de áreas vinculadas às tecnologias da informação e comunicação (AZZELLINI, 2017). Apesar da relativamente recente organização de ações dos grupos e expansão de seu discurso em torno da redução da disparidade de gênero na tecnologia, a representatividade feminina na tecnociência e suas implicações para a produção de conhecimento e de produtos é debatida academicamente desde os anos 1970.

A análise seguinte foi realizada no âmbito de Trabalho de Conclusão de Curso da autora sobre ciberfeminismo em coletivos pela redução da disparidade de gênero na tecnologia e pelo empoderamento feminino pela tecnologia. Metodologicamente, foram realizadas entrevistas em profundidade com as líderes de grupos chave para a compreensão do fenômeno, assim como a

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 21 – Cultura hacker, cultura maker, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisador é estudante de graduação do 4º ano de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: erica.azln@gmail.com

observação participativa em eventos presenciais realizados pelas iniciativas entre 2016 e 2017. Além disso, houve pesquisa bibliográfica baseada em textos e teorias formuladas desde os anos 1970 por autoras que pensam criticamente tanto a tecnologia quanto os métodos de produção de conhecimento tecnocientífico. Tais críticas podem ser vinculadas tanto à identidade quanto à prática observada em especial no grupo Vedetas de construção de tecnologias feministas, cujo caráter técnico associado ao linguístico operam na construção de um sentido politizado para essas ferramentas.

Uma ciência feminista é possível?

Feministas de diferentes vertentes se propõem a olhar criticamente a ciência desde os anos 1970, apontando tanto as barreiras estruturais para a participação feminina no campo científico quanto a discriminação sexual nos ambientes de trabalho e a educação que afasta meninas de matemática e ciência (WAJCMAN, 1991). Para além da inserção de mais mulheres na tecnociência e o apagamento da contribuição de mulheres na História da Ciência, o aprofundamento do olhar feminista sobre a forma com a qual os conhecimentos desta área em especial são produzidos suscitou questionamentos e sugestões sobre a viabilidade de uma tecnociência sustentada por valores relacionados à experiência de mulheres (SARDENBERG, 2007).

Essa perspectiva dialoga com a sociologia do conhecimento científico, que também analisa como esse tipo de produção, considerada soberana na cultura Ocidental, por conta de sua aparente neutralidade e objetividade, não é isenta de vieses e de marcas de seu contexto social de produção. Entretanto, Judy Wajcman (1991, p. 4) observa que a sociologia do conhecimento científico dos anos 1970, ao focar na relação entre ciência e capitalismo, deixa de pontuar a questão de gênero, o que passa a ser revisado com mais ênfase a partir da década seguinte por autoras como Sandra Harding, Evelyn Fox Keller e Ludmilla Jordanova.

Segundo a visão feminista, o modelo de conhecimento desenvolvido e aceito desde o século XVII é pareado (HARDING, 1996; WAJCMAN, 1991), ou seja, baseado em valores dicotômicos naturalizados na cultura Ocidental (MAFFÍA, 2005, p. 628). Diana Maffía (2005) explica que no Ocidente usamos uma sistema valorativo dicotômico, exaustivo e exclusivo, no qual alocamos características em oposição direta ao seu contrário. Ou seja, nossos valores não extrapolam a totalidade do par dicotômico e devem pertencer a apenas um lado dele, de forma que não há espaços para a contradição. Nesse sistema cultural, o objetivo, o racional, o literal, a mente e o espaço público estão em oposição direta, respectivamente, à subjetividade, ao

emocional, à metáfora, ao corpo e ao espaço privado. Os pares também estão sexualizados, de forma que o primeiro grupo de valores se relaciona com o masculino e o segundo com o feminino. Além de produzir estereótipos, os valores do modelo dicotômico estão hierarquizadas, de forma que determinadas características têm predileção na sociedade em comparação a suas correspondentes no outro lado do par.

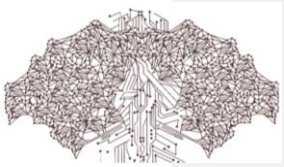
Nessa lógica, Maffía indica que áreas como a ciência, a política e o direito estão vinculadas ao lado masculino do par dicotômico, sendo priorizadas e prestigiadas na sociedade em oposição a áreas vinculadas ao lado considerado feminino. Essa valorização do discurso racional constitui uma cultura científica, na qual "a racionalidade científica não apenas está presente em todas as formas de pensamento e ação de nossas instituições públicas, como também em nossas formas de pensar sobre os detalhes mais íntimos de nossa vida privada" (HARDING, 1996, p. 16, tradução nossa)[3]. Com isso, a crítica feminista encontra mais barreiras quando se volta para as ciências, pois tanto homens quanto mulheres assumem como verdade que o conhecimento produzido por elas é neutro e objetivo, e, consequentemente, o consideram de elevada credibilidade:

> Quando se discute o papel das mulheres na ciência, seu ingresso tardio nos lugares de produção de saber, sua ainda pequena representatividade, sua ausência na tomada de decisões, muitas vezes se deixam de fora da discussão aqueles dispositivos epistemológicos com os quais se justificam tais exclusões e que têm sua origem em considerações filosóficas sobre o conhecimento e a produção da verdade (MAFFÍA, 2005, p. 623).[4]

Essa crítica busca apontar até que ponto a ciência está *generizada*, ou seja, impregnada por marcas associadas ao gênero que a domina (HARDING, 1996, p. 17). Isso significa que, embora a ciência tradicional repudie em seu discurso metodológico a subjetividade e utilize recursos para evitar a possibilidade de parcialidade em suas observações, é possível apontar que a tecnociência tem o potencial de privilegiar a visão masculina sobre o mundo:

[3] Do original: [...] constituimos una cultura científica, que la racionalidad científica no sólo está presente en todas las formas de pensamiento y de acción de nuestras instituciones públicas, sino, incluso, en nuestras formas de pensar sobre los detalles más íntimos de nuestra vida privada (HARDING, 1996, p. 16).

[4] Do original: Cuando se discute el papel de las mujeres en la ciencia, su tardio ingreso a los lugares de producción del saber, su todavia escasa representatividad, su ausencia de los lugares de decisión, muchas veces se dejan fuera de la discusión aquellos dispositivos epistemológicos con los que se justifican tales exclusiones, y que tienen su origen en consideraciones filosóficas sobre el conocimiento y la producción de verdad (MAFFÍA, 2005, p. 623).



> Não há dúvida de que a "má ciência" é a que pressupõe que os problemas dos homens são os do mundo inteiro, deixando muitas coisas problemáticas inexplicadas para as mulheres, e que assume que as explicações masculinas para o que acham problemático não são deformadas por suas necessidades e desejos de gênero (HARDING, 1996,p. 21).[5]

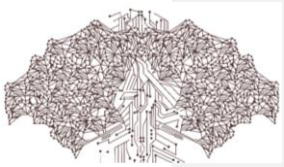
Embora haja divergências internas, a crítica feminista percebe o setor técnico científico como estruturalmente marcado por características associadas ao masculino e tenta diagnosticar esse problema pensando propostas para o mercado de trabalho científico e para própria produção de conhecimento. Na visão do feminismo liberal, inserir mais mulheres nesses ambientes, oferecendo-lhes acesso às mesmas oportunidades que os homens, seria o suficiente para a equidade de gênero na ciência e tecnologia, bastando apenas suas capacidades profissionais individuais. Apontando uma problemática nesse discurso, Wajcman (1991, p. 2, tradução nossa) coloca que "a recomendação de oportunidades iguais acabam requerendo que mulheres alterem os principais aspectos de sua identidade de gênero por uma versão masculina sem prescrever um processo similar de 'degenização[6]' para os homens"[7], reforçando que a redução da desigualdade de gênero em termos quantitativos não implica necessariamente em mudanças qualitativas que integrem mulheres à produção do conhecimento científico.

Para o feminismo radical e o feminismo socialista, o problema da disparidade de gênero é claramente estrutural (SARDENBERG, 2007, p. 4), de forma que a ciência e tecnologia precisariam ser reformuladas para atender às necessidades específicas das mulheres, contribuindo para sua permanência e contribuição no setor, além do desenvolvimento de tecnologias que atendam a todos levando em conta suas diferenças específicas. Uma vez que o modelo de corpo masculino é utilizado como base para o desenvolvimento de produtos e medicamentos para seres humanos em geral, as particularidades do corpo feminino não são levadas em consideração, de

[5] Do original: No cabe duda de que "mala ciencia" es la que asume que los problemas de los hombres son los de todo el mundo, dejando sin explicar muchas cosas que resultan problemáticas para las mujeres, y que da por supuesto que las explicaciones de los hombres respecto a los que les parece problemático no están deformadas por sus necesidades y deseos de género (HARDING, 1996, p. 21).

[6] "Degenização" pode ser entendido como o processo de apagamento de marcas de gênero associadas à estrutura de valores dicotômicas observadas nesta seção.

[7] Do original: "The equal opportunity recommendations, moreover, ask women to exchange major aspects of their gender identity for a masculine version without prescribing a similar "degendering" process for men" (WAJCMAN, 1991, p. 2).



forma que elas podem correr mais riscos de segurança que os homens, como no caso de airbags, cintos de segurança e efeitos colaterais de medicamentos[8].

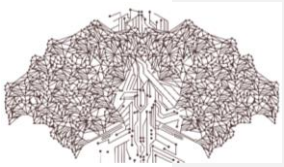
Admitindo que é necessário mais mulheres na tecnociência, a crítica feminista pontua como problemático que elas integrem sua lógica masculinista, auxiliando no desenvolvimento de projetos cujos resultados são sexistas, racistas e classistas, assim como no desenvolvimento de armamentos militares, por exemplo (HARDING, 1996). Além disso, quando mulheres estão em posições de controle na tecnociência, é preciso refletir sobre até que ponto desejam e conseguem aplicar a tecnologia para fins mais benignos (WAJCMAN, 1991, p. 13). Dessa forma, essas pensadoras feministas propõem que mulheres procurem superar o modelo tecnocientífico estabelecido por valores masculinos, ou seja, ir além de um projeto de igualdade com homens, buscando, portanto, formas de proporcionar a elaboração de conhecimentos que levem em consideração pontos de vista de outras minorias políticas:

> A este respeito, o problema é que estamos tão preocupados em responder aos pecados da ciência contemporânea nos mesmos termos que a nossa cultura usa para justificá-los, que não damos atenção suficiente para imaginar uma busca verdadeiramente emancipatória do conhecimento. Ainda não encontramos o lugar certo para dar um passo atrás e imaginar toda a imagem do que a ciência pode ser no futuro. Em nossa cultura, a reflexão sobre um modelo adequado de racionalidade pode parecer um luxo para alguns, mas é um projeto com imensas consequências potenciais: pode produzir uma política de busca de conhecimento que nos mostre as condições necessárias para transferir o controle dos "que têm" para os "que não tem" (HARDING, 1996, p. 19).[9]

Essa identificação da ciência como detentora de traços patriarcais abre caminhos tanto para o debate sobre a questão de igualdade de gênero no ambiente científico quanto para uma perspectiva feminista sobre o fazer ciência. Uma epistemologia feminista propõe pensar formas alternativas de produzir conhecimentos que levem em consideração a perspectiva de gênero e não

[8] Como o design de produtos pode acentuar a desigualdade de gênero. Nexo Jornal. 01/09/16. Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/09/01/Como-o-design-de-produtos-pode-acentuar-a-desigualdade-de-g%C3%AAnero

[9] Do original: A este respecto, el problema puede estar en que nos hemos preocupado tanto por responder a los pecados de la ciencia contemporánea en los mismos términos que utiliza nuestra cultura para justificarlos, que no hemos dedicado suficiente atención a imaginar una búsqueda de conocimiento verdaderamente emancipadora. No hemos encontrado aún el lugar adecuado para dar un paso atrás e imaginar el cuadro completo de lo que pueda ser la ciencia en el futuro. En nuestra cultura, la reflexión sobre un modelo adecuado de racionalidad puede parecer un lujo de unos pocos, pero es un proyecto con inmensas consecuencias potenciales: puede producir una política de búsqueda del saber que nos muestre las condiciones necesarias para transferir el control de los 'que tienen' a los "que no tienen" (HARDING, 1996, p. 19).



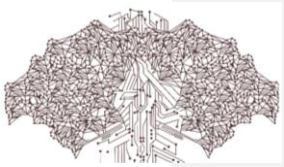
sirvam ao interesse do patriarcado, atuando, portanto, como uma ciência que auxilie na libertação de estruturas opressoras:

> Ao invés de questionar como mulheres poderiam ser tratadas de forma equitativa por uma tecnologia neutra, muitas feministas argumentam agora que a própria tecnologia Ocidental incorpora valores patriarcais. Isso é um paralelo com a forma com a qual a crítica feminista sobre a ciência evoluiu da pergunta sobre a "questão das mulheres" na ciência para a pergunta mais radical da "questão da ciência" no feminismo. Tecnologia, assim como a ciência, é vista como profundamente implicada no projeto masculino de dominação e controle das mulheres e da natureza (WAJCMAN, 1991, p. 17).[10]

Pensar uma ciência feminista "requer, portanto, a construção de uma epistemologia feminista [...] que possa autorizar e fundamentar esse saber que se quer politizado" (SARDENBERG, 2007, p. 3). Essa epistemologia supõe uma relação entre ser e conhecimento (HARDING, 1996, p. 23), ou seja, busca compreender tanto em seus processos metodológicos quanto no resultado de trabalhos que produz as diferentes formas de estar no mundo, partindo do ponto de vista de mulheres, a priori.

Uma epistemologia feminista associa a compreensão humana sobre o mundo com um modelo metafórico do pensamento que se contrapõe a um modelo literal, no qual o sujeito científico é neutralizado (MAFFÍA, 2005). O modelo hegemônico de ciência descola o sujeito do mundo em prol da objetividade, de forma que, teoricamente, independente da pessoa que observe determinado objeto, os resultados serão idênticos. Em contraponto, a epistemologia feminista diz que quando uma pessoa entra em contato com algum novo conhecimento, precisa usar experiências pessoais para decifrá-lo, ou seja, utilizar o repertório individual que envolve tanto o conhecimento no sentido racional quanto em termos de conhecimento subjetivo. A metáfora, sendo a transferência de sentidos, não raro entendida como uma distração para o pensamento racionalista, é valorizada nessa epistemologia que leva em consideração a relação entre sujeito e mundo. Diana Maffía aponta também que a subjetividade na ciência é bem-vinda, desde que não toque um solipsismo. A subjetividade nessa epistemologia é colocada, portanto, como forma de

[10] Do original: Rather than asking how women could be more equitably treated within and by a neutral technology, many feminists now argue that Western technology itself embodies patriarchal values. This parallels the way in which the feminist critique of science evolved from asking the 'women question' in science to asking the more radical 'science question' in feminism. Technology, like science, is seen as deeply implicated in the masculine project of the domination and control of women and nature (WAJCMAN, 1991, p. 17).



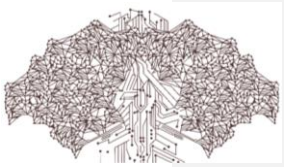
fortalecer o vínculo de alteridade, no sentido em que estimula o posicionamento do indivíduo perante o coletivo.

Uma das abordagens que viabiliza a prática dessa epistemologia está associada ao movimento de exaltação e celebração de características ditas femininas, como humanismo, pacifismo, intuição e compaixão (WAJCMAN, 1991). Dentro da divisão dicotômica que coloca os gêneros em âmbitos opostos, se de um lado há a ciência como a conhecemos, masculinizada, ou seja, dita racional, de esfera pública, visando o domínio e a conquista da natureza, há em oposição, teoricamente, uma ciência feminina caracterizada pela subjetividade, que leva em conta a experiência pessoal e local, preocupada com segurança e com o cuidado ao outro.

Cabe pontuar que uma ciência feminista não é necessariamente uma ciência feminina. Embora ambas as noções de ciência dialoguem na medida em que lidam com a carga de gênero nas ciências e criticam a suposta objetividade que privilegia a perspectiva de homens brancos, em linhas gerais, a primeira preza pela inserção da experiência de gênero na ciência, buscando formas de adicionar o olhar de mulheres em suas diferentes realidades. É o que Donna Haraway (1995) chama de "saberes localizados", pois visualiza que o conhecimento gerado por uma ciência feminista não nega suas origens e posicionamentos, sendo mais responsável que uma ciência dita universal e descompromissada. Trata-se de "incorporar uma consciência crítica de gênero na formação básica de jovens cientistas e no mundo rotineiro da ciência" (SCHIENBINGER, 2001, p. 31), embora não haja um método fechado de ciência feminista.

Já a concepção de uma ciência feminina trabalha a inserção de valores considerados femininos pela lógica ocidental binária nas práticas epistemológicas, em oposição a características ditas masculinas que predominam o fazer ciência. Schienbinger, refletindo sobre o debate feminista em torno da ciência, pontua que algumas feministas pensam que "mulheres cientistas tendem a ser pensadoras holísticas e integrativas que, como resultado de sua socialização, estão menos satisfeitas com princípios reducionistas de análise do que os homens" (2001, p. 28). Entretanto, essa ciência feminina não é exclusividade de mulheres, uma vez que homens também são capazes de sentir empatia por seu objeto de estudo, por exemplo, sendo dotados de paciência e sensibilidade tanto quanto mulheres.

Essa lógica, associada ao pensamento eco-feminista que prevê uma relação entre mulheres e natureza (WAJCMAN, 1991), pode ser perigosa porque supõe a existência de uma determinada essência feminina. Entretanto, faz sentido diante desse contexto, levando em consideração que feministas, principalmente durante a Segunda Onda do movimento, exaltavam



- e até hoje exaltam - as características ditas femininas como uma forma de empoderamento. Trata-se, portanto, de um recurso para encontrar uma identidade feminina que possa ser valorizada dentro de um sistema cultural que privilegia o lado masculino, tanto no que diz respeito às práticas científicas quanto sociais em geral.

Cabe pontuar que uma tecnociência baseada nos ditos valores femininos gera conhecimentos voltados para o coletivo e não necessariamente para mulheres, exclusivamente, e pode estar associada a uma proposta de tecnologia centrada no humano explorada por Mike Cooley durante os anos 1980. Schienbinger coloca que "a ciência é uma atividade humana: deve servir a todos, inclusive mulheres e feministas" (2001, p. 334), lembrando que a proposta de formulação de conhecimentos pela perspectiva crítica feminista não é excludente.

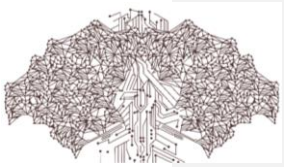
A tecnociência não passou a operar em total acordo com valores considerados femininos, conforme propostas que circulavam tanto em grupos feministas quanto de outros estudiosos sobre a ciência não necessariamente feministas, mas a inserção de mais mulheres nesses ambientes associada à mudança de mentalidade cultural fomentada pela Segunda Onda Feminista, impactou a ciência na medida em abriu-se com mais clareza a possibilidade de estudos que levam em consideração uma perspectiva de gênero:

> Uma vez mais, o gênero faz diferença para as mulheres na ciência não por causa do que trazem com seus corpos e às vezes nem mesmo pelo que podem trazer com sua socialização, mas pelas percepções que as culturas da ciência trazem à comunidade tanto das mulheres quanto do gênero - e, por sua vez, por causa do que tais percepções trazem para os valores comuns de disciplinas científicas particulares (KELLER, 2006, p. 30).

Com isso, a tecnociência conta agora com novos pontos de vista, embora ainda haja a necessidade de rever suas estruturas e metodologias que privilegiam o ponto de vista masculino. Grupos de mulheres voltados para a tecnologia se atentam ao caráter masculinizado da ciência e tecnologia e tentam em termos mais práticos que teóricos explorar suas possibilidades em prol de sua causa.

Vedetas: Cultura maker e apropriação de tecnologias para fins políticos

Embora o debate em torno dos significados e implicações de uma epistemologia feminista e de seus resultados não esteja encerrado, podemos observar que uma das principais motivações de Vedetas é a construção do que chamam de tecnologias feministas.



Vedetas é um grupo formado por mulheres que se originou do coletivo MariaLab[11]. Carla Janczeski, uma de suas organizadoras, compara a formação do grupo com o processo de *fork*, comum em projetos de desenvolvimento de software:

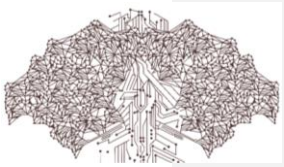
> O Vedetas a gente diz que é um *fork* do MariaLab. O *fork* dentro da tecnologia é quando tem um projeto livre ou aberto e que aí algumas pessoas de dentro desse projeto resolvem pegar o projeto original e fazer uma ramificação com o foco um pouco diferente. Então o MariaLab é hoje um grupo relativamente grande, que já tem 4 anos e que a gente trabalha com tecnologias... com eventos e com iniciativas de tecnologias para mulheres, para empoderar mulheres, mas de uma forma um pouco mais ampla. Temos uma série de princípios e uma missão, mas a gente faz oficina, rodas de conversa, participa de eventos, a gente faz eventos, então é um pouco mais aberto. E aí Vedetas nasceu com uma proposta mais técnica e política no sentido de que a gente vai falar mais sobre Segurança da Informação e prover serviços para coletivos para grupos, então de sair dessa coisa mais genérica de conscientização do MariaLab e focar mais em grupos feministas, é uma coisa mais direcionada. (Carla Janczeski, entrevista realizada em 24/06/2017).

A entrevista foi realizada em 24 de junho de 2017, durante o evento HACKERmesse das Minas, celebração com temática de festa junina de mini-curso ministrado pelo grupo, em abril, sobre redes autônomas para mulheres. Por se tratar de um grupo explicitamente engajado com o movimento feminista, Vedetas foca suas ações na aprendizagem de tecnologias para fins políticos.

O grupo MariaLab recebeu em 2016 apoio financeiro do Fundo ELAS, fundo dedicado desde 2000 à promoção e fortalecimento de iniciativas lideradas por mulheres. Com o valor recebido, as organizadoras do Vedetas conseguiram montar o que chamam de "servidora feminista", um servidor voltado para sua causa, ou seja, um sistema que disponibiliza determinados serviços para uma rede de computadores.

Vedetas promovem mini oficinas técnicas sobre redes autônomas, cultura hacker e Segurança da Informação pela perspectiva feminista. Durante a Cryptorave 2017, realizada entre os dias 5 e 6 de maio na Casa do Povo, em São Paulo, participaram da trilha temática de Gênero, denominada Ada Lovelace, com uma exposição sobre "conceitos básicos de redes usando linguagem e metodologia focada no público feminino"[12]. A CryptoRave é o maior evento aberto e gratuito sobre criptografia voltado para pessoas comuns, na qual são trabalhados em linhas de

[11] Originado em 2013, MariaLab é um coletivo de mulheres que visa "encorajar, empoderar e unir mulheres através do interesse pela cultura hacker", visando a criação de espaços seguros de aprendizagem para mulheres. Ver mais sobre em http://marialab.org//quem/ . Último acesso em 01/10/17.
[12] Programação da Cryptorave 2017 - GÊNERO. Folheto impresso. São Paulo: 2017.



palestras, oficinas, manifestações artísticas e outras atividades temas relativos à privacidade, segurança e liberdade na Internet. Durante a apresentação de Vedetas, chamada de "(Cyber) espaços seguros - Redes autônomas feministas", as integrantes do grupo falaram sobre sua tentativa de subversão da tecnologia. Levando em consideração as estruturas vinculadas ao masculino na tecnologia e a maior presença e influência das TICs no modo de vida contemporâneo, as Vedetas tentam ativamente ressignificar as tecnologias de forma a aproximá-las tanto funcionalmente quanto simbolicamente de mulheres. A "servidora feminista" é um servidor feminista, pois é uma tecnologia voltada para as finalidades políticas do movimento feminista:

> E a gente entende uma servidora feminista como uma servidora que existe para finalidades feministas, então no sentido de servir grupos feministas, de servir eventos feministas, de ter conteúdo sobre gênero.
>
> (Carla Janczeski, entrevista realizada em 24/06/2017).

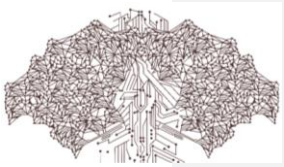
Atendendo tal proposta, dentro da "servidora" Vedetas é possível também encontrar os serviços colaborativos de Etherpad (documentos de texto) e Ethercalc (documentos em planilhas), que podem ser editados online simultaneamente por quem acessá-los.

As características e manifestações de Vedetas podem ser entendidas como uma expressão da cultura maker. O apelo hacker somado às atividades criativas de DIY (do inglês, *Do It Yourself* - Faça Você Mesmo) sem o auxílio de agentes pagos de adaptação não somente de materiais como de conceitos já existentes ensejam uma proposta simultaneamente crítica, educativa e política. Nesse sentido, as motivações para a prática de DIY dialogam com a atuação de Vedetas:

> [...]poupar dinheiro, personalizar os artefatos, atender as necessidades e interesses específicos dos usuários, ganhar independência, frente ao Estado, o sistema produtivo, político, econômico e cultural, promover a cultura aberta ou livre; questionar o monopólio do conhecimento, técnicas e tecnologias por parte de instituições, especialistas e expertos; estimular às pessoas não especializadas aprenderem a realizarem coisas; ou simplesmente o prazer de desenvolver uma ideia, torná-la realidade e compartilhá-la com outras pessoas (ANDRADE et al., p. 145, 2016).

Ao criticarem o domínio masculino sobre a tecnologia e incentivarem sua apropriação por mulheres para o empoderamento feminino, Vedetas atuam pela ressignificação da relação entre mulheres e tecnologia, promovendo a noção de tecnologia feminista. Na CryptoRave 2017, apresentaram o que entendem pelo conceito em um slide, reproduzido abaixo:

> **O que faz uma tecnologia feminista?**



Intimidade e consentimento

- Segurança e consentimento

- Discutir e construir em comunidade "políticas de privacidade"

- O tráfego está passando por aqui. Inevitavelmente estará extraindo metadados desnecessários. Há consenso sobre isso?[13]

- Consenso e tomada de decisões não é necessariamente discutir todos os assuntos, mas confiança e explicar mudanças.[14]

Narrativas e memória

- Como incentivar que canais locais aconteçam, articular potencialidades existentes (sinergias)[15]

Sementes interconectadas

- Como permitir que outras experiências alimentem a rede e a rede também retro-alimente essas experiências externas?

- O digital como uma ferramenta para…(?)

Gerenciamento autônomo e coletivo

- Historicamente os protocolos sempre foram decididos de cima para baixo! Redes autônomas nos dão a possibilidade de propor algo diferente.

- Podemos reconfirmar os protocolos e não ser forçadas a sua obsolescência programada.[16]

(Slide da apresentação *(Cyber) espaços seguros - Redes autônomas feministas*, Vedetas, 2017).

O slide da apresentação sintetiza os princípios que marcam a proposta de uma tecnologia que atende aos interesses feministas. Em uma primeira análise, é possível observar que o grupo atribui características associadas ao espectro feminino presentes na divisão dicotômica de valores ocidentais, conforme apresentado no item anterior deste artigo, às tecnologias que usam e ensinam. A escala micro de ação local dialoga com o sentido de uma tecnologia voltada para uma esfera mais privada que pública, o que reforça noções de segurança e acolhimento. Inclusive, uma

[13] Do original: "- Qué tráfico está pasando aquí. Inevitablemente vas a estar extrayendo metadados desnecesarios. Hay consenso sobre eso?"

[14] Do original: "- Consenso y toma de decisiones não é necesariamente discutir todos os assuntos, mas confiança e explicar mudanças"

[15] Do original: "-Como incentivar qué canales locales aconteçam, articular potencialidades existentes (sinergias)"

[16] Do original: "Podemos reacordar protocolos y no estar obligadas a su obsolecência programada."

proposta explícita de Vedetas é a preocupação com a Segurança da Informação e políticas de privacidade de dados.

A horizontalidade com incentivo à participação colaborativa também viabiliza a exploração de marcas de subjetividade no desenvolvimento de tais tecnologias, fazendo com que as mulheres conectadas a ela tenham suas experiências individuais reconhecidas positivamente em um contexto coletivo. A proposta de pensar formas de essas tecnologias feministas agregarem as narrativas e memórias de mulheres também atua nesse sentido.

Desta forma, colocam em prática noções teóricas pensadas desde os anos 1970 principalmente pela crítica feminista que propunha uma tecnociência repensada a partir de valores como subjetividade e que levasse em consideração os saberes localizados (HARAWAY, 1995).

Além disso, ao retirarem a carga "masculina" dessa tecnologia, tentam aproximar mais mulheres dela, avançando em seus objetivos políticos de fortalecimento e emancipação feminina no contexto de Sociedade da Informação:

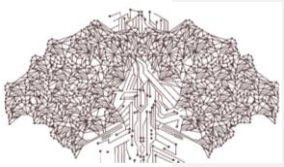
> Tanto em nossos fazeres científicos quanto políticos, partimos de um paradigma de lutas pela *igualdade* que se transformou, no próprio processo de lutas sociais, políticas e intelectuais, em um paradigma de lutas pela *autonomia*, também na produção de saberes (SARDENBERG, 2007, p. 28).

Com base no trabalho desenvolvido por Vedetas, é possível perceber que uma tecnologia feminista significa tanto colocar tecnologias já existentes para operar em função de ações feministas, respeitando seus valores, quanto atribuir-lhes características que subvertem a lógica masculina relativa à tecnologia, sendo que suas manifestações podem ser entendidas também no contexto da cultura maker de Do It Yourself (DIY).

Linguagens e aproximações

A linguagem é fator importante para o senso de identidade entre os grupos observados, mas chama a atenção o caso de Vedetas. O grupo propõe a aproximação de mulheres com a tecnologia no nível linguístico também. Faz parte de sua crítica à tecnologia de domínio patriarcal ser chamada por palavras de gênero masculino, como "servidor", "roteador", "usuário", mesmo que se trate de uma mulher navegando na rede ou utilizando a ferramenta.

Nesse sentido, é importante ressaltar que os signos linguísticos não são isentos de ideologias em sua formação, embora sejam entendidos como neutros no uso cotidiano. Segundo Carboni e Maestri (2003, p.3), a linguagem é um produto de processos inconscientes, semi-



conscientes e conscientes de momentos históricos associados a contradições sociais e conflitos ideológicos que transparecem nos próprios signos, de forma que é possível identificar relações sociais de poder dentro da própria constituição dos signos. Tratando-se de gênero, o feminino esconde-se por detrás do masculino, que passa a ser considerado a norma na constituição de línguas de povos organizados por uma estrutura patriarcal:

> Assim, naturalizado no uso costumeiro, o conceito lingüístico, através do caráter aparentemente abrangente, sintético e neutro do gênero masculino, impõe sua essência social, reforçando as relações de dominação patriarcal do mundo real (CARBONI, MAESTRI, 2003, p.4).

De forma consciente, Vedetas rearranjam as palavras do campo semântico da tecnologia, convertendo-as para o feminino: "servidora", "roteadora", "usuária" etc. Diante do contexto político do grupo, tal ação pode ser compreendida como um esforço em apontar as desigualdades de gênero na tecnologia, em uma estratégia de apoderamento do campo semântico da tecnologia e fortalecimento do vínculo entre mulheres e tecnologias.

A linguagem atua como fator de relevância em sua proposta de ressignificar as tecnologias, de forma que Vedetas subvertem a língua em prol do feminino, facilitando o processo de aproximação de mulheres deste universo:

> O termo "servidora" vem de servidor no sentido de uma máquina que provê serviços numa rede, mas usamos muito uma estratégia da linguagem, de subverter linguagem para atingir mulheres. Porque tudo feito dentro da tecnologia é feito para afastar mulheres, seja os ambientes, as terminologias, o próprio UI (o design das ferramentas) é todo feito em uma linguagem mais masculina. Então uma forma de brincar com isso é falar "servidora", "roteadora", "equipa". Fazemos essas brincadeiras e tentamos sempre dar exemplos que façam parte da realidade das mulheres (Carla Janczeski, entrevista realizada em 24/06/2017).

O grupo Vedetas altera, portanto, o sentido de uma tecnologia historicamente associada ao masculino, fazendo com que operem de acordo com seus valores tanto no aspecto estrutural quanto simbólico. Citelli explica que "as palavras, no contexto, perdem sua neutralidade e passam a indicar aquilo a que chamamos propriamente de ideologias. Numa síntese: o signo forma a consciência que por seu turno se expressa ideologicamente" (1995, p. 29), o que quer dizer que mesmo que uma palavra seja neutra, quando é inserida em determinado contexto passa a expressar valores e ideias.

No caso de Vedetas, o esforço em alterar o sentido de palavras tradicionalmente associadas ao masculino se faz a partir de alterações na própria estrutura da palavra, deixando

seus objetivos em evidência. Rosi Braidotti diz que "[...]a paródia pode ser politicamente empoderadora na condição de ser sustentada por uma consciência crítica que visa a subversão dos códigos dominantes[17]", uma vez que atinge simultaneamente "questões de identidade, de identificação e de subjetividade política[18]" (1996, tradução nossa).

Também é curioso que o grupo tenha escolhido se identificar especificamente pelo termo "*fork*" para falar sobre suas origens e relações com o MariaLab. Ao invés de somente qualificar a tecnologia como feminina, a organizadora de Vedetas realiza o processo inverso e atribui ao grupo e a si própria um caráter relacionado à parte técnica de desenvolvimento. Dessa forma, acrescenta mais uma camada no âmbito linguístico ao relacionamento e diálogo entre suas experiências e objetivos enquanto feminista com a tecnologia.

Além de colocarem o gênero feminino em evidência em termos vinculados à tecnologia, batizam suas tecnologias com nomes de mulheres, também no intuito de aproximarem-se da realidade das alunas e mentoras que participam de suas ações. Durante a HACKERmesse, era possível observar "roteadoras" batizadas com os nomes "Mc Beyoncé", "Conká" e "Pagu", em homenagem, respectivamente, a Ludmila Oliveira da Silva, Karoline dos Santos Oliveira e Patrícia Rehder Galvão, as duas primeiras cantoras contemporâneas e a última artista do Movimento Modernista.

Figura 5: Roteadora Conka, durante evento HACKERmesse das Minas

[17] Do original: Parody can be politically empowering on the condition of being sustained by a critical consciousness that aims at the subversion of dominant codes (BRAIDOTTI, 1996).

[18] Do original: issues of identity, identifications and political subjectivity (BRAIDOTTI, 1996)

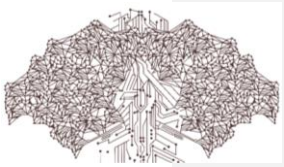


Fonte: Registro da autora, em 24/06/2017.

O resgate dos ícones

Durante a pesquisa realizada durante o desenvolvimento do projeto de Trabalho de Conclusão de Curso da autora, foi possível observar que os grupos de mulheres pela redução da disparidade de gênero na tecnologia, em geral, adotam formas de referenciar as mulheres pioneiras da tecnologia como forma de inspiração e conscientização. Judy Wajcman (1991, p. 15) aponta que "assim como na história da ciência, uma tarefa inicial de feministas tem sido descobrir e recuperar as mulheres escondidas na história que contribuíram para o desenvolvimento tecnológico[19]". Embora estivessem envolvidas em projetos científicos e tecnológicos dos quais surgiram inventos utilizados por nós até hoje, "a ótica androcêntrica do campo científico não só dificultou a participação feminina como também manteve as mulheres fora das oportunidades

[19] Do original: The history of technology represents the prototype inventor as male. So, as in the history of science, an initial task of feminists has been to uncover and recover the women hidden from history who have contributed to technological developments (WAJCMAN, 1991, p.14).



favoráveis ao reconhecimento" (CASAGRANDE et al., 2006, p. 274). Não bastasse até cerca de 1700 os inventos serem registrados em nome dos apoiadores financeiros do projeto ao invés de no do inventor, fosse homem ou mulher, na Inglaterra, berço das Revoluções Industriais, somente no final do século XIX mulheres tiveram o direito de registrar patentes e de ter qualquer tipo de propriedade, o que fez com que, até então, os maridos fossem creditados por suas invenções (WAJCMAN, 1991). É difícil, portanto, usar como base os registros de patentes para verificar a real contribuição de mulheres para o desenvolvimento da tecnologia, assim como de outras contribuições na ciência:

> A norma científica que vincula a produção acadêmico-científica ao sobrenome dos/as autores/as dificulta a identificação das mulheres, uma vez que a cultura androcêntrica condiciona a pensar que o autor é homem. A idéia de que o invento teve autoria feminina, muitas vezes, sequer é cogitada (CASAGRANDE et al., 2006, p. 275).

Entretanto, como a história da computação é mais recente e graças ao auxílio de organizações feministas, foi possível rever as contribuições de mulheres para seu desenvolvimento. A vida da Condessa Ada Augusta King, conhecida como Ada Lovelace (1815-1852) é investigada, por exemplo, em *Zeros e Uns: As Mulheres e as Novas Tecnologias*, publicado em 1997 por Sadie Plant. Ada foi a única filha legítima da matemática Anne Isabelle Milbank e do poeta Lorde Byron. Quando tinha apenas um mês, Lorde Byron abandonou a família, de forma que a mãe de Ada incentivou que a filha seguisse com os estudos de matemática para evitar que se assemelhasse ao pai. Ada Lovelace apresentou ao engenheiro Charles Babbage suas ideias sobre seu projeto de Máquina Diferencial, invento que deveria viabilizar cálculos complexos e depois que essa provou-se obsoleta, escreveu notas extensas sobre o desenvolvimento da Máquina Analítica, cuja capacidade de cálculo era muito mais ampla e cheia de potencial (PLANT, 1997; BRETON, 1991). Suas anotações continham conceitos e estruturas que décadas depois foram usadas como base para a programação de computadores, de forma que "a Máquina Analítica foi deixada na prancha de desenho do século XIX e o software de Ada só cem anos depois encontrou um hardware onde podia correr" (PLANT, 1997, p. 27).

À frente de seu tempo, Ada Lovelace é considerada a primeira programadora do mundo, embora tenha falecido décadas antes de o primeiro *hardware* ter sido construído, pois sendo uma matemática brilhante, "[...] inventou inúmeras técnicas de programação, entre elas o comando condicional IF-THEN, o conceito de tipos, operadores, matrizes e loops, assim como a utilização do sistema binário ao invés do decimal." (CASAGRANDE et al., 2006, p. 270). Mesmo que suas contribuições para a computação tenham sido em muitos momentos ofuscadas por sua relação

com Babbage, os grupos de mulheres pela equidade de gênero na tecnologia ressaltam a importância de Ada Lovelace para a computação. Durante o evento Women Dev Summit, por exemplo, organizado pelo grupo WoMakersCode, liderado por Cynthia Zanoni, cada workshop de programação foi batizado em homenagem às pioneiras da tecnologia Ada Lovelace, Annie Cannon, Grace Hopper e Margaret Hamilton:

> Então a partir dessas inspirações e para também buscar criar novas mulheres inspiradoras e ajudar vocês a se inspirarem também com essa mesma cultura que a gente guarda conosco dentro de nossas comunidades, surgiu o projeto Women Dev Summit, que é uma união não só de inspirações de todas as nossas comunidades, mas também com o objetivo de trazer cada vez mais mulheres para a área de tecnologia. [...] A gente não quer ficar olhando só para mulheres no passado ou que estão em países de primeiro mundo com condições muito melhores que as nossas para fazer, mas sim pessoas como essas que dia após dia estão trabalhando para contribuir e querendo ajudar vocês que estão aí do outro lado. Então se é para ter mulher na tecnologia, a gente quer fazer isso. E se você quer fazer parte, isso vai começar hoje. (Cynthia Zanoni, discurso de abertura do Women Dev Summit, 25/03/2017)

Com uma abordagem semelhante, o grupo Vedetas homenageia mulheres mais próximas à realidade brasileira, com ênfase na questão de raça, batizando seu serviço Etherpad em homenagem a Antonieta de Barros e o serviço Ethercalc em homenagem a Eveliyn Boyd Granville:

> [...] Antonieta foi a primeira mulher negra parlamentar no Brasil em 1934. Nascida e criada em Santa Catarina, ela foi educadora, jornalista e política, quebrando estereótipos ligados ao gênero, à etnia e à classe social. Reconhecemos que assim como outras mulheres negras, Antonieta não foi reconhecida pelo seu trabalho, nós da Vedetas queremos homenageá-la.
>
> [...] As calcs homenageiam a Eveliyn. Ela se formou em matemática em 1945 e foi uma das mulheres negras pioneiras na área de tecnologia nos EUA, trabalhando com empresas como IBM e NASA. Sempre foi uma mulher independente que se destacou na área num tempo onde era muito difícil para mulheres acessarem cargos de ponta em empresas de tecnologia, especialmente mulheres negras.
>
> (Retirado de: https://vedetas.org/. Consulta em: 24/09/17.)

A denominação "Vedetas" também sinaliza o resgate da figura de Maria Felipa Oliveira, ex-escrava negra que participou ativamente do movimento de Independência da Bahia em 1822, cuja história é exaltada na Ilha de Itaparica e por cantos de capoeira. Além de homenagear uma figura feminina histórica nacional, a escolha pelo nome Vedetas também reforça a ideia de

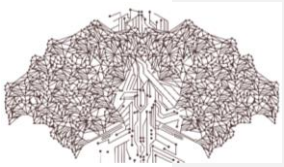
proteção e vínculo da comunidade, já que fazem menção direta à estruturas de vigilância e resistência:

> Vedeta é o nome das estruturas tipo casinhas que ficavam nas praias, de onde era feita a vigilância da costa. Durante a Guerra da Independência da Bahia, no início do século XIX, uma negra ex-escrava chamada Maria Felipa tomou a Ilha de Itaparica de assalto. Durante algumas semanas, sua tropa feminina esteve em vigília nessas casinhas, derrubando embarcações portuguesas. As mulheres da tropa ficaram conhecidas como vedetas, e são bem populares no imaginário popular de Itaparica, associadas ao canto de capoeira Maria Doze Homens, que teria derrubado 12 homens de uma vez (Retirado de: https://vedetas.org. Consulta em 24/09/17).

Os esforços de Vedetas e dos outros grupos para a inclusão do "eu", em pé de igualdade com as figuras de mulheres pioneiras da tecnologia e de mulheres fortes, reforça noções de inclusão promovidas por essas comunidades, no sentido que utilizam tal recurso como uma aproximação de figuras que admiram por sua história de superação e de contribuição para o conhecimento da tecnociência, ressaltando a questão da inclusão de diversidade na área. São figuras com as quais podem se identificar, já que são mulheres que precisaram, de uma forma ou de outra, enfrentar obstáculos principalmente por conta de sua condição de gênero e de raça. Além disso, são tomadas como ícones não apenas por serem mulheres que venceram o apagamento histórico estrutural, mas que de fato foram responsáveis pela elaboração e desenvolvimento de tecnologias de relevância social.

É possível identificar, portanto, uma prática de pertencimento nas expressões comunicacionais de Vedetas e de outros grupos de mulheres com propósitos semelhantes, pautada pela identificação com ícones históricos que auxiliam na construção de uma narrativa pela perspectiva feminina sobre gênero e tecnologia. É importante ressaltar que o sentimento de pertencimento é um motivador "percebido como o que circula como sentido comum [...]; não como uma ilusão, mas como expressão cotidiana do viver juntos os sentidos da vida, logo, como expressão de interesses os mais diversos de uma sociedade sustentada no conflito" (MW SOUSA, 2014, p.397), sendo fator de relevância na construção de identidades, principalmente diante do contexto de fragmentação de identitária apontada por Stuart Hall (1999).

Referências bibliográficas



ANDRADE, Ana Beatriz Pereira de et al. A cultura maker como democratização tecnológica no meio rural. In: FIGUEIREDO, Wellington dos Santos et al (Org.). **Ciência Alimentando o Brasil.** São Paulo: Programa Educativo e Social JC na Escola, 2016. Cap. 17. p. 143-154.

AZZELLINI, Érica Camillo. **Ciberfeminismo: A atuação de coletivos pela redução da disparidade de gênero na tecnologia.** 2017. 81 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2017.

BRETON, Philippe. **História da Informática.** São Paulo: Editora Unesp, 1991.

CARBONI, Florence; MAESTRI, Mário. A Linguagem Escravizada: Língua, História e Poder. In: Revista Espaço Acadêmico, ano 2, n 22, 2003.

CASAGRANDE, L.S.; CARVALHO, M. G.; LESZCZYNSKI, S. A. C.; SCHWARTZ, J. Mulheres na Informática: quais foram as pioneiras? In: Cadernos Pagu, n 27, 2006, p. 255-278.

CITTELI, Adilson. **A Linguagem e Persuasão.** São Paulo: Editora Ática, 1995.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. In: Cadernos Pagu, n 5, 1995, p. 07-41.

HARDING, Sandra. **Ciencia y feminismo.** Madrid: Ediciones Morata, S.L., 1996.

KELLER, Evelyn Fox. Qual foi o impacto do feminismo na ciência? In: Cadernos Pagu, n 27, 2006, p. 13-34.

MAFFÍA, Diana. Epistemología feminista: por otra inclusión de lo femenino en la ciencia. In: BLÁZQUEZ GRAF, Norma; FLORES, Javier (Ed.). **Ciencia, tecnologia y género en Iberoamérica.** México: Centro de Investigaciones Interdisciplinares en Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), 2005, p. 623-633.

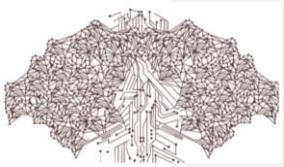
PLANT, Sadie. **Zeros e Uns: As Mulheres e as Novas Tecnologias.** Lisboa: Editorial Bizâncio, 1997.

SARDENBERG, C. M. B. Da crítica feminista à ciência: uma ciência feminista?. In: COSTA, A. A. A.; SARDENBERG, C. M. B. (Orgs.). Feminismo, ciência e tecnologia, Salvador: [s. n.], 2002. (Coleção Bahianas).

SCHIENBINGER, Londa. **O feminismo mudou a ciência?** Bauru: Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2001.

WAJCMAN, Judy. **Feminism confronts technology**. Cambridge, UK: Polity Press, 1991.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



VI, GOSTEI E PUBLIQUEI: EXPOSIÇÃO, INVASÃO DE PRIVACIDADE (?) E ESPETACULARIZAÇÃO EM "TE VI NO ÔNIBUS"

Ana Karoline FIGUEIREDO[1]; Maíra de Matos PINHEIRO[2]; Enderson OLIVEIRA[3]

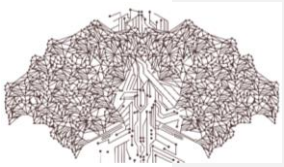
Resumo
Este trabalho tem como objeto de análise a página do Facebook "Te vi no ônibus-Belém/PA", referência na busca de pessoas que despertaram interesse dentro dos coletivos da cidade, onde um desconhecido fotografa outro desconhecido e busca através da página entrar seu "amor platônico" ou "*crush*", tal qual o termo mais utilizado na contemporaneidade. Atentos a isso, discutimos os limites entre a invasão de privacidade, a exposição voluntária e involuntária assim como a espetacularização do eu e do outro. Assim, podemos observar tal complexo fenômeno por diversas perspectivas e trazer os questionamentos quanto a limites, motivações e reações a partir da exposição involuntária no Facebook; uma exposição que causa a sensação de vigilância constante e induz um comportamento disciplinado a partir da possibilidade ser flagrado em um transporte público.

Palavras-chave: vigilância, espetacularização, cibercultura, subjetividade, Facebook.

Considerações Iniciais

Imagine a cena: você está dentro de um transporte coletivo, a caminho de seus afazeres, distraído entre pensamentos e paisagens urbanas. Horas depois, seu *smartphone* recebe várias notificações e, quando você vai checá-las, eis a surpresa: uma foto sua, dentro do coletivo, é divulgada em uma página que promove possíveis "flertes" e relacionamentos. Se a situação fosse com você, uma pessoa próxima ou mesmo um/a companheiro/a, qual seria sua reação diante de tamanha exposição e falta de privacidade?

[1] Pesquisadora e graduanda de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Estácio FAP). Participa do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cibercultura e Antropologia no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica na Estácio FAP. E-mail: ana_karolinefigueiredo@hotmail.com
[2] Graduanda em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, pela Faculdade Estácio do Pará. Membro voluntária do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cibercultura e Antropologia no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica na Estácio FAP. E-mail: mairamatos4@gmail.com
[3] Orientador e co-autor do trabalho. Jornalista, mestre em Antropologia e professor na Estácio FAP, onde coordena a Linha de Pesquisa "Comunicação, Cibercultura e Antropologia" no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica. E-mail: enderson.oliveira12@gmail.com.



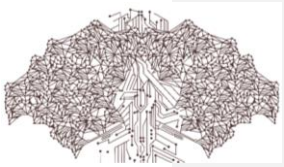
Em tempos de panóptico moderno, constatação prevista por Michel Foucault em *Vigiar e Punir* (editora Vozes, 2015) e ressignificada por André Lemos no ensaio *Cibercultura: Alguns pontos para compreender a nossa época*, "as questões políticas da era da informação estão afetando tanto incluídos como excluídos do mundo digital. Diversas formas de controle estão hoje em voga de forma a nos vigiar de maneira quase imperceptível, instaurando um verdadeiro panóptico eletrônico" (2003, p.17).

Levando em conta este panorama, observamos então que o ciberespaço instiga novos comportamentos, sendo um deles a possibilidade de "se publicizar ", isto é, tornar algo público e se promovendo midiaticamente através da representação de si próprio, seja através das *selfies* e *stories* no *Instagram* ou outra rede social. Por outro lado, tal utilização nem sempre é somente pessoal e harmônica, já que também possibilita expor outras pessoas, seja através de memes, marcações e brincadeiras ou ainda ameaças e publicização de conteúdos que não deveriam ser compartilhados, como no caso do compartilhamento de vídeos íntimos (o chamado *revenge porn*). Como se vê, ainda que haja o domínio das ferramentas e técnicas, importa bem mais na Cibercultura, em especial no período contemporâneo, os significados percebidos em algumas práticas.

Neste contexto, observamos a página no Facebook "Te vi no ônibus" (<https://www.facebook.com/tevinoonibuspa/>), criada em Belém do Pará, na Amazônia, que tem por objetivo encontrar pessoas que despertaram interesse de um usuário(a) do transporte coletivo de cidade. A partir desse objeto, nossa pesquisa traz como questionamento a motivação da criação desse comportamento e suas consequências.

Nesta análise também discutimos a relação entre identidade, subjetividade, vigilância e espetáculo do eu, comportamentos que possibilitam o uso da netnografia como principal metodologia. A entnografia ou etnografia digital, forma específica e mais "comunicacional" da etnografia, é amplamente utilizada por profissionais do marketing para obter dados sobre as interações que ocorrem no ciberespaço. Através dela é possível coletar dados de uma determinada página para então analisarmos a observação comportamental de (re)ações à exposição, como vemos a seguir.

Percursos metodológicos



Como já foi dito, na análise aqui apresentada observamos a página no Facebook "Te vi no ônibus", de Belém do Pará. Unindo Comunicação, Antropologia e Filosofia, através dela (GEERTZ, 2008, p. 70), buscamos tentar compreender os fluxos sociais e perceber essa reconfiguração que o indivíduo sofre em sua subjetividade a partir do meio que está inserido, meio este que trabalharemos aqui partindo do ciberespaço, que influencia e é influenciado diretamente no dito "mundo real".

Assim, a pesquisa se constitui inicialmente em um estudo de caso que, para Robert Yin, é ideal para

> "se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se pode manipular comportamentos relevantes. O estudo de caso conta com muitas das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, mas acrescenta duas fontes de evidências que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistêmica de entrevistas. Novamente, embora os estudos de casos e as pesquisas históricas possam se sobrepor, o poder diferenciador do estudo é a sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações - além do que pode estar disponível no estudo histórico convencional (2001, p. 27)

Ampliando tal discussão para além do ofício de historiador, citado apenas para fazer referência às Ciências Humanas bem como ao caráter ao mesmo tempo empírico e observador de um pesquisador de tal campo do conhecimento, podemos nos aproximar das pesquisas em Comunicação. Ora, não é difícil notar o quanto este artigo observa exatamente "acontecimentos contemporâneos" e também analisa do comportamento de alguns indivíduos, notadamente os que são citados, apresentados e tomam conta de nosso objeto. Neste sentido, é o próprio Yin ainda que afirma que

> o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. Não surpreendentemente, o estudo de caso vem sendo uma estratégia comum de pesquisa na psicologia, na sociologia, na ciência política, na administração, no trabalho social e no planejamento (YIN, 2001, p. 21).

A referência à "estratégia comum" feita pelo autor é justamente o que a fortalece e a prejudica. Yin destaca que raramente se consegue fazer um bom estudo de caso – e

que tal metodologia é "desprezada" por muitos pesquisadores (p. 28), por muitas vezes se acreditar que apenas fazer uma coleta de informações e reuni-las já torna algum texto em uma obra acadêmica. É necessário, então, não somente rigor e método claro, mas também ampliar tais observações para o que está em volta dos mesmos, sem deixar de levar em conta que o estudo de caso "é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos" (2001, p. 32).

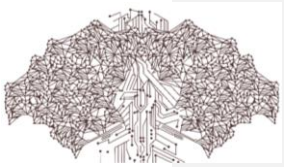
Para isto, não ficamos apenas na observação de alguns dos conteúdos publicados. Realizamos ainda entrevista com uma das administradoras da página e usuários que tiveram fotos publicadas. Indo além, para evitar a perda de alguns conteúdos, também foram feitas capturas de telas das interações consideradas mais relevantes para esta pesquisa. É justamente aí que os limites do estudo de caso se tornam mais tênues e nos aproximamos de outra interface que compõe nossa metodologia: a netnografia,

Utilizada por profissionais do marketing para obter dados sobre as interações que ocorrem no ciberespaço, já que através dessa metodologia é possível coletar dados de uma determinada página para então analisarmos a observação comportamental de (re)ações à exposição, a netnografia é uma das principais "ferramentas metodológicas capazes de proporcionar o acesso dos pesquisadores da área às caracterizações específicas da contemporaneidade, sobretudo a virtualidade, a desmaterialização e a digitalização de conteúdos, formas, relacionamentos, produtos e etc." (ROCHA e MONTARDO, 2005, p.5).

Indo além, é possível compreender a netnografia como uma metodologia assumidamente focal, experimental, detalhista e interpretativa, que se reconhece como fruto de uma "negociação construtiva" (SÁ *apud* ROCHA e MONTARDO, 2005, p.14), características que, como se pode notar, se aproximam do que discutimos em relação a estudo de caso, seja ele na observação social "material", seja através da web.

Este percurso de observação das interações sociais feitas pelo ciberespaço ganha maior fôlego no período contemporâneo por conta da profusão de alternativas ligadas à cibercultura (páginas, redes sociais, aplicativos, programas específicos para web, entre outros) e nos permite fazer tais observações a partir de alguns objetos, como a página Te vi no ônibus. Assim, iniciamos esta pesquisa cientes que

> Uma das possibilidades de se estudar o imaginário virtual e seus atores sociais se faz pelo método da observação. Assim como é comum para a



> antropologia, a observação no ciberespaço é relevante. Porém devido à natureza desterritorializada do ciberespaço, o que se pergunta é de que forma fazer a observação participante à distância. A premissa básica da aproximação ao objeto de estudo merece, então, um redirecionamento. (ROCHA e MONTARDO, 2005, p.10)

Tal processo de desterritorialização é cada vez mais alvo de análise de antropólogos, historiadores, sociólogos e comunicólogos. Sobre isto, Ella Shohat e Robert Stam afirmam que, ao entrar em contato com indivíduos nunca vistos, os consumidores dos meios de comunicação eletrônicos podem ser afetados por tradições com as quais não possuíam qualquer ligação anterior (2006, p. 453). O mesmo ocorre, quiçá em maior e mais complexa escala, com quem se vê representado ou mesmo busca ser citado em páginas como a aqui analisada, como veremos mais à frente. Antes disso, no entanto, é importante observarmos que

> É assim que a desterritorialização aparece como um momento essencial da pós-modernidade, um modo de ser isento de espaços e tempos, no qual se engendram espaços e tempos inimagináveis. É como se o mundo se mostrasse povoado de sucedâneos, simulacros, fetiches autonomizados, reificados, alheios ao cerne das coisas, isentos da tensão e aura do real. (IANNI, 1996, p. 105)

Assim, não é difícil notar o quando a discussão aqui proposta perpassa exatamente por tais processos e, não por acaso, conforme cita Ianni, também se relaciona e mesmo instiga e aprofunda simulacros, fetiches autonomizados, reificados, alheios ao cerne das coisas, isentos da tensão e aura do real, algo facilmente observável nas práticas sociais e mesmo de representação do público em "Te vi no ônibus", como veremos a partir de agora.

A página "Te vi no ônibus" e seus atores sociais

Criada em julho de 2016, mas com amplo alcance em 2017, a página "Te Vi no Ônibus" conta até o momento de produção deste artigo (dezembro de 2017) com, aproximadamente, 84 mil curtidas, e tornou-se referência na cidade na busca de amores "platônicos", romances e/ou a denominação *crush,* expressão contemporânea utilizada para indicar a pessoa por quem se tem interesse e cujo envolvimento é buscado a partir de uma simples – e muitas vezes única – mirada no interior dos coletivos da capital paraense. Uma publicação fixada pelos administradores, em sua maioria jovens universitários, afirma que a página "foi criada para ser percebida como diversão e trazer um pouco mais de atenção a uma pessoa que foi notada no transporte coletivo de Belém do Pará". O fluxo de imagens recebidas é em torno de cinco a dez por dia, que é

gerenciado e publicado de acordo com a disponibilidade de tempo dos cinco administradores da página.

Em entrevista a estas autoras[4], a interlocutora identificada por nós pela inicial F., usuária da rede social que teve sua foto divulgada na página, relatou que, inicialmente, ser exposta, recebendo elogios e curtidas, alimentou sua autoestima: "Foi muito bom saber que tem alguém que me acha bonita ou está interessado em mim". Entretanto, quando sua foto começou a ser compartilhada em outras páginas, onde teve seus dados pessoais divulgados, a jovem sentiu-se incomodada: "Muitas pessoas começaram a comentar onde eu trabalhava, onde morava, quem era minha avó e meus irmãos. Achei que aí começou a ficar tudo muito exposto".

Apesar disso, através desse movimento digital, a usuária conheceu a pessoa com quem se relaciona atualmente: "Por incrível que pareça, eu acabei namorando com um menino que me mandou solicitação só por ter visto isso aí (a publicação na página)". Existe então uma ampla e complexa cadeia de significados que transitam entre o mundo *on* e o mundo *off*, uma vez que a partir de um contato virtual, é possível criar relacionamentos no mundo real. Em seus estudos sobre as redes sociais, a pesquisadora Raquel Recuero (2009) afirma que "as redes sociais na Internet não deveriam ser vistas como um reflexo completo das redes sociais *offline*, mas como desveladoras de vários aspectos destas e como complexificadoras de seu espaço de atuação"

Outro usuário entrevistado, que identificamos aqui com a inicial B., afirmou não ter se importado em ter sido divulgado duas vezes na página: "Achei engraçado, ri dos comentários. Mas, não me senti exposto. Levei tudo como uma brincadeira", o que evidencia que, para muitas pessoas, tal prática pode ser considerada como algo espontâneo, simples e até mesmo "inofensivo", que talvez não cause nenhum grande dano a ele e à sua imagem.

Destarte, a interação das pessoas que seguem a página é frequente. Notou-se muitos comentários bem-humorados, do tipo "Vou deixar o carro na garagem e pegar ônibus porque quero uma dessa (postagem) para me elogiarem", "Só acho que se nos uníssemos para tentar promover os encontros com os *crushes* do 'Te Vi no Ônibus, ia ser um sonho!", e tentativas de encontrar a pessoa da foto, marcando os possíveis nomes de usuários nos posts.

Houve ainda aqueles que também manifestaram interesse na pessoa exposta e ficaram no aguardo na divulgação do perfil do usuário em questão. "Tenho interesse!", "Atenta (o)" e "Oi *crush*" são comentários que podem ser vistos com frequência. Outro comportamento observado é que as administradoras preservam as imagens dos rodoviários e fazem posts com frequência que "Fotos dos motoristas e cobradores não serão divulgadas. Não insistam!".

[4] As entrevistas foram realizadas através de troca de mensagens por um aplicativo de mensagens instantâneas e na rede social Facebook.

É interessante notar que a descrição da pessoa exposta quase sempre vem acompanhada da frase "se for comprometido (a), nos desculpe", com o objetivo de evitar conflitos com a exposição da pessoa e também o incômodo de um(a) possível parceiro(a) na rede. Outro ponto que requer atenção é a necessidade que as administradoras da página encontraram de improvisar e colocar uma "tarja preta" cobrindo os olhos das pessoas (figura 1), como é possível ver na imagem editada de forma bruta abaixo:



Figura 1: captura de tela de comentário em publicação na página "Te Vi No Ônibus- Belém-PA"

A inserção das tarjas não foi algo planejado. Foi uma sugestão dos próprios seguidores da página, para de certa forma controlar a exposição através da foto e evitar possíveis transtornos de cunho judicial, como justifica uma das criadoras da página ao ser questionada sobre a possibilidade de processos: "nunca enfrentamos processos, mas várias pessoas já ameaçaram denunciar! No começo, postávamos fotos "nuas", ou seja, sem a tarja, e acabava ferindo os envolvidos. Foi aí que conversando com nossos seguidores e surgiu a ideia de por a tarja em cada foto", como afirmou em entrevista[5].

[5] As entrevistas foram realizadas através de troca de mensagens por um aplicativo de mensagens instantâneas e na rede social Facebook.

Para a criadora, 80% das pessoas expostas veem tal publicação de modo positivo, até mesmo os seguidores casados, pois valorizam essa exposição momentânea. Além da utilização de fotos, a página publica minuciosas e divertidas caracterizações, mexendo com o imaginário dos usuários, como as seguintes:

> "Vi a garota mais linda da minha vida no Djalma Dutra, peguei o ônibus na frente da Praça Brasil e ela pegou um pouco depois. Tinha o cabelo um pouco curto e estava amarrado, tinha *piercing* no nariz. Tinha uns olhos tão lindos que brilhavam, uma blusa cinza escuro e um shorts que eu não lembro a cor, só lembro do rosto dela de tão linda. Ela desceu na Conselheiro Furtado com a Quintino, 11:00. Eu nunca pensei que ia usar essa página até ver ela, eu preciso saber, me ajuda." (Te Vi No Ônibus, 2017)

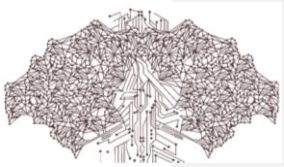
> " Vi minha pretendente no Tapanã - F. Patroni - Conselheiro - Mariz e Barros, no dia 11/01, quinta-feira. Ela estava com duas amigas e sentada na janela quase no fundão do lado esquerdo do ônibus. Tem cabelo castanho e olhos castanhos também (eu acho rsrs). Fiquei olhando quando podia do UFPA- Pedreira (306), às 17:06 aproximadamente. Espero que te achem, porque quero achar o caminho que vai me levar até tua boca. Ajudem o amigo" (Te Vi No Ônibus, 2017)

> "Oi, vi um rapaz muito bonito no Tapanã (26/11), o ônibus tava passando na Senador Lemos, era umas 14:30 da tarde de hoje. Ele é alto, magro, branco, tem cabelo preto e olhos verdes. Ele estava com uma camisa social, uma calça jeans e tênis. Ele atendeu o telefone e disse que o nome dele é Lucas! Achei ele lindo, se alguém conhecer esse Lucas marca ele". (Te Vi No Ônibus)

Na descrição da página, elaborada pelos administradores como uma forma de "organizar" e deixar claro os objetivos da mesma, é possível observar em um dos tópicos que já ocorreu de usuários enviarem suas próprias fotos buscando "emplacar" um admirador *fake*, ou seja, um falso admirador para promover sua imagem[6], em geral idealizada:

> "(...) ainda com relação às fotos, analisem-as antes. Porque nós vamos analisar também. Tem gente que CLARAMENTE se fotografa e manda pra gente, como se nós não fossemos perceber isso. Se poupe, nos poupe!" (Administradoras Te Vi no Ônibus, 2017)

[6] Ver descrição completa da página em: https://www.facebook.com/tevinoonibuspa/



Tais considerações apontam assim para a necessidade de representação de um lado e, de outro, a utilização da maior intensidade de aparatos imagéticos para tentar se alcançar algo que se deseja. Assim, vigilância e espetacularização do eu caminham mais próximas do que poderia se imaginar tempos atrás e dão margem a algumas discussões que passam pela Comunicação, Antropologia e Filosofia, como discutimos a seguir.

Sorria(?!) Você está sendo visto! O panóptico moderno e o meio digital

Em 1976, Michel Foucault analisou o panóptico de Bentham, definido como "uma máquina de dissociar o par ver-ser visto: no anel periférico, se é totalmente visto, sem nunca ver; na torre central, vê-se tudo, sem nunca ser visto (2004, p.195)", a partir dos dispositivos disciplinares, tendo como um dos objetos as prisões, construídas de forma que a vigilância fosse constante. O teórico ultrapassa a análise física-arquitetônica da prisão e parte para a observação de um sistema de pensamento, construído a partir dessas estruturas sociais e disciplinares, como as escolas, as fábricas, os hospitais, a igreja, entre outros, onde a vigilância permanente condiciona o sujeito.

Através desta perspectiva, é possível perceber que uma simples ação, como andar de ônibus, torna o sujeito um possível alvo dos flashes inesperados e, muitas vezes imperceptíveis, dos *smartphones*, nos trazendo ao panóptico moderno. O avanço tecnológico possibilitou que um aparelho que cabe na palma das mãos pudesse dar acesso ao mundo digital e levasse em poucos clicks a imagem de alguém a pessoas desconhecidas ou não.

Para a compreensão da mudança estrutural e, principalmente, comportamental, é preciso entender esse novo cenário que Pierre Lévy define como:

> ciberespaço (que também chamarei de "rede") é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17).

Indo além desta discussão e aproximando da proposta acerca de nosso objeto neste artigo, é possível notar que é justamente através da rede digital e do compartilhamento das informações que a vigilância se acentua, o que provoca reações nos sujeitos, em que seus comportamentos passam a ser influenciados sejam pelas "angústias", sejam pelas

possibilidades da mesma constatação: de estarem sendo vigiados, criando a partir daí a reflexão e mesmo compreensão, partindo de sua subjetividade.

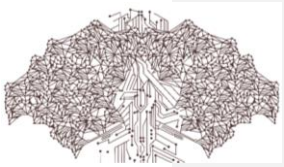
Para Foucault, os dispositivos disciplinares condicionam o comportamento do sujeito, dizendo quando, onde e como fazer determinada ação. Como exemplo, o dispositivo disciplinar escola condiciona o aluno a ter um horário de entrar, o momento de calar, a maneira de se vestir, comer, etc. Por essa ótica, trazemos a reflexão de que a rede possa vir a ser um dispositivo disciplinar já que a vigilância constante produz um comportamento disciplinar, que para Foucault, seriam os denominados corpos dóceis, sendo: "dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado" (2004, p. 134).

É ainda o autor francês afirma que:

> "o momento histórico das disciplinas é o momento em que nasce uma arte do corpo humano, que visa não unicamente o aumento de suas habilidades, nem tampouco aprofundar sua sujeição, mas a formação de uma relação que no mesmo mecanismo o torna tanto mais obediente quanto é mais útil, e inversamente. Forma-se então uma política das coerções que são um trabalho sobre o corpo, uma manipulação calculada de seus elementos, de seus gestos, de seus comportamentos. O corpo humano entra numa maquinaria de poder que o esquadrinha, o desarticula e o recompõe (FOUCAULT, 2004, p. 135)."

Ao mesmo tempo, o contexto digital provoca o sujeito pós-moderno à uma exposição, muitas vezes, voluntária de coisas que anteriormente ficavam no âmbito do privado. As intimidades – inclusive a identidade e características da pessoa pela qual se tinha interesse – eram reveladas a poucos amigos ou se detinham entres as paredes de um consultório de psicanálise. Assim, tal contexto nos leva a refletir que este panóptico moderno em que estamos inseridos é em parte invasão de privacidade e, de outro lado, pressuposto para a espetacularização do eu.

Neste sentido, a urgência por um maior alcance ou mesmo "sucesso" termina provocando a criação de simulações e talvez até mesmo simulacros. O parecer ser algo torna-se mais importante do que de fato ser – as redes sociais e os reality shows estão aí para nos mostrar isto facilmente... Nesta linha tênue – bem mais que semiótica, social, comunicacional e antropológica – entre o "real", sua representação e sua compreensão o



simulacro é conceituado por Jean Baudrillard como "nunca mais passível de ser trocado por real, mas trocando-se em si mesmo, num circuito ininterrupto cujas referência e circunstância se encontram em lado nenhum." (BAUDRILLARD, 1981, p.13). Assim, segundo o autor,

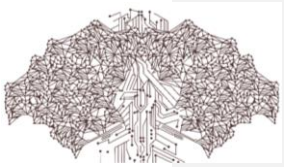
> A simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real. O território já não precede o mapa, nem lhe sobrevive. E agora o mapa que precede o território — precessão dos simulacros — é ele que engendra o território cujos fragmentos apodrecem lentamente sobre a extensão do mapa. É o real, e não o mapa, cujos vestígios subsistem aqui e ali, nos desertos que já não são os do Império, mas o nosso. (p. 08)

Tal como o mapa (representação) que precede o território (coisa em si), nas redes sociais os perfis muitas vezes precedem, se não o conhecimento de muitas pessoas, a interpretação e compreensão de como são, o que fazem, o que gostam e não gostam e se são atraentes ou não. Deste modo, tais modos de compreensão que poderiam apenas ficar no mundo virtual, começam a ter influência direta no mundo real. A partir da visão romântica de se proporcionar relacionamentos, os administradores sentem um grande contentamento ao receberem depoimentos de pessoas que se apaixonaram através da página, se vendo, então, como mediadores dessas relações.

Apesar de muitos se sentirem à vontade com o espetáculo, é preciso dar atenção a ausência de privacidade criada pelo panóptico moderno. A intimidade cotidiana virou habitual e para seguir este comportamento/movimento, as tecnologias, os dispositivos móveis, a rede que utilizamos tornaram-se uma extensão do corpo humano. Para Marshall McLuhan (1964) "qualquer tecnologia ou invenção é uma extensão ou autoamputação de nosso corpo, sendo que tal extensão exige novas relações de equilíbrio entre os demais órgãos e extensão do corpo".

Tal extensão já tratada por McLuhan e retomada por Lúcia Santaella em seu livro Corpo e Comunicação faz a seguinte reflexão "Como podem tantos poderes se concentrarem na ponta de um dedo?". Concentramos hoje nossas atenções nas telas de celulares e computadores, onde corpos se significam e ressignificam através do que acontece na rede. Aliando isto à perspectiva de Budrillard, observamos que

> Nesta passagem a um espaço cuja curvatura já não é a do real, nem a da verdade, a era da simulação inicia-se, pois, com uma liquidação de



> todos os referenciais – pior: com a sua ressurreição artificial nos sistemas de signos, material mais dúctil que o sentido, na medida em que se oferece a todos os sistemas de equivalência, a todas as oposições binárias, a toda a álgebra combinatória. Já não se trata de imitação, nem de dobragem, nem mesmo de paródia. Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo o processo real pelo seu duplo operatório, máquina sinalética metaestável, programática, impecável, que oferece todos os signos do real e lhes curto-circuita todas as peripécias. O real nunca mais terá oportunidade de se produzir – tal é a função vital do modelo num sistema de morte, ou antes de ressurreição antecipada que não deixa já qualquer hipótese ao próprio acontecimento da morte. Hiper-real, doravante ao abrigo do imaginário, não deixando lugar senão à recorrência orbital dos modelos e á geração simulada das diferenças. (BAUDRILLARD, 1981, p. 9)

Nesta miríade de referências, portanto, nota-se um fluxo de uma ação comum (andar um ônibus), passar a ser visto ou ainda acompanhado e, a partir disto, ser representado de forma muitas vezes "carinhosa" e idealizada, simulacional. Prosseguindo em tal ciclo, notamos que os sujeitos representados muitas vezes nem se incomodam com tal exposição; pelo contrário, a aprovam e até mesmo a ajudam a ser fortalecida.

Identidade, subjetividade e espetáculo do eu

Você, caro leitor, possivelmente utiliza alguma(s) rede social(is) e já deve ter observado que o processo provocado pela ampliação das possibilidades de veiculação da própria imagem no ciberespaço nos faz refletir que, até sem esperar ou desejar, nos vemos envolvidos, fazendo parte de um espetáculo, tendo necessidade de ver e ser visto como um ser que existe, que necessita de validação da sua importância no mundo através do olhar do outro.

Os sujeitos tornam-se então "espetáculos" e as mídias digitais colaboram para isto. Para Guy Debord, "o espetáculo não é conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediatizada por imagens". Afinal, ainda segundo o autor "tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação. [...] A realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente" (1997, p. 13-14).

Observa-se, assim, uma possível desconstrução da antiga visão do sujeito com "uma só" identidade, na qual prevalece um "eu" centrado em um único indivíduo é alterada, já que este "eu" está "se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias e mal resolvidas" (HALL, 2003: p. 12). Notamos então um sujeito de multiplicidade, uma subjetividade que é "distribuída, socialmente construída, dialógica,

descentrada, múltipla, nômade, situada, inscrita na superfície do corpo, produzida pela linguagem etc." (SANTAELLA, 2007, p.86).

Neste sentido, o ciberespaço passa a ser o local "ideal" para criar e experimentar novas subjetividades. Para Paula Sibilia (2008), "não há dúvidas que estes reluzentes espaços são interessantes, nem que seja porque se apresentam como cenários bem adequados para montar um espetáculo cada vez mais estridente: o show do *eu*". Para a autora, o *eu* que se mostra na web é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem, pois a utilização de palavras e imagens constroem nossas subjetividades, proporcionando um grande acervo de significações. Como um exemplo, destacamos a criação, em 2015, da *hashtag* 'meu amigo secreto', que faz alusão a uma brincadeira típica das festas de final de ano, 'o amigo oculto', mas que teve como objetivo expor atitudes machistas que passam despercebidas. Através da *hashtag*, várias histórias foram compartilhadas, provocando reflexões quanto aos comportamentos ditos normais.

Outro processo que dialoga com a espetacularização dos sujeitos e suas representações no ciberespaço é certa busca incessante de "realidade", fazendo com que o interesse por vidas alheias aumente significativamente e passemos a nos identificar com pessoas "comuns". Anteriormente, nossos interesses eram voltados as celebridades, como era possível perceber através da grande comercialização de fotos do dia a dia dos famosos, feitos por *paparazzis*.

Hoje, os cliques surpresa podem ser feitos por qualquer pessoa com *smartphone*, que tem como objeto não mais apenas os famosos, mas as ditas "pessoas comuns", o que torna as atividades corriqueiras, como o andar de ônibus, passíveis a espetacularização. Mas, será que essas narrativas apresentadas no ciberespaço são tão "reais" assim? Ou seriam representações para nos agradar ou até mesmo repelir?

Sibilia (2008) afirma também que tudo é permeado pelo espetáculo, "que se transformou em nosso modo de vida e nossa visão de mundo, na forma de como nos relacionamos uns com os outros e na maneira como o mundo se organiza". Visto que o mundo não é apenas físico, mas desterritorializado, as pessoas não somente podem "adquirir" e representar identidades diversas, como também se aproximar de variados e diferentes, mas também podem deixar de lado o caráter privado do corpo de alguém para sua exposição através da representação deste nas redes sociais:

> Preciso de ajuda urgente. Hoje, terça feira (23/01), por volta de 09:25, peguei o Canudos Pte. Vargas e... Ai Meu Deus...Vi a mulher da MINHA VIDA. Ela subiu no ônibus quando chegou na Conselheiro Furtado. Ela sentou na parte da janela, no penúltimo banco do lado esquerdo. Quando liberou o banco atrás dela, sentei logo. Geeeeeeeeeente. Ela era branca, tinha cabelo preto cacheado, uma calça preta, uma camiseta bege florida, usava óculos com armação vermelha (um pouco transparente) e tinha na

> parte de trás do ombro esquerdo uma tatuagem com três pássaros. Ela desceu na Padre Eutíquio. Me ajudem a localizar a mulher dos meus sonhos!" (Te Vi No Ônibus, 2017)

Indo além, não é difícil notar que muitas vezes, para muitas pessoas, é prazeroso ser o primeiro que publica e o que acompanha. Nas palavras de Martha Gabriel:

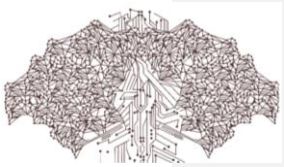
> "As novas tecnologias de comunicação e informação possibilitam uma superexposição do indivíduo numa imensa acumulação de espetáculos, transformando tudo o que era vivido diretamente em uma representação. Nesse processo, os fluxos contínuos de informação agem na capacidade de percepção dos indivíduos e dificultam a representação do mundo, pois a proliferação da imagem e mensagem nos mais variados tipos torna cada vez mais difícil separar ficção de realidade (2013, p. 63)".

Destarte, é interessante refletir que quando passamos a ser muito olhados, nos sentimos incomodados, já que nossas ações passam a ser "vigiadas" e acompanhadas, o que pode causar comentários e julgamentos nem sempre agradáveis e verdadeiros ou mesmo respeitosos. A autocrítica sobre a exposição muitas vezes é deixada de lado para dar espaço à esta vigilância, às criticas externas e o sentimento de autoafirmação no ambiente digital.

A praticidade que as ferramentas digitais nos proporcionam nos transformaram em seres famintos por contato, interações e afetos. Sendo assim, observamos que na página 'Te Vi no Ônibus' muitos usuários lamentam o fato de não aparecerem nas publicações, que nunca serão amores platônicos de alguém ou até mesmo são pessoas desinteressantes perante a sociedade (figura 2). Este comportamento provocado pela solidão, o não fazer parte, gera a contradição existente no ser humano, onde ao mesmo tempo que apresenta a necessidade de "ser alguém", de "existir", quando muito exposto sente-se vulnerável e invadido, externalizando comportamentos de indignação.



Figura 2: captura de tela de comentário em publicação na página "Te Vi No Ônibus- Belém-PA"



Considerações Finais

Em um período chamado contemporâneo e/ou "pós-moderno", em que observamos a profusão de alternativas midiáticas, muitas delas ligadas ao ciberespaço, além do embaçamento nas definições sobre possíveis identidades, não é raro observar também discussões e mesmo posicionamentos ambíguos diante de situações que antes poderiam ser vistas apenas como negativas, como a utilização sem autorização de imagens e descrições sobre elas, resultado de uma grande vigilância que associamos ao panóptico moderno foucaultiano.

Indo além desta visão mais "apocalíptica" – o que não significa dizer que seja completamente integrada, para glossar as categorias tão bem discutidas por Umberto Eco –, deve-se notar que páginas em redes sociais, como a "Te Vi no Ônibus Belém" suscitam, então, a ambiguidade de inúmeras relações no ciberespaço e muitas vezes expressas através de comentários e posicionamentos, principalmente por incitarem uma sobreposição do imaginário pelo real.

Neste sentido, ganha destaque o papel de representações e simulações – e talvez até mesmo simulacros – de pessoas e suas identificações e a web reforça tudo isto. As relações sociais ganham então novas nuances, em que a privacidade, vigilância e a espetacularização não podem ser vistas mais separadamente nem também somente de uma perspectiva, principalmente porque através dela se produzem diversas subjetividades, onde a experiência do eu é individual, mas também passa a ser coletiva, imagética e dependente de situações e suas representações.

Referências Bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação.** Lisboa: Editora Relógio d'Água, 1981.
DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FOUCALT, M. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

GABRIEL, Martha. **Educar**. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

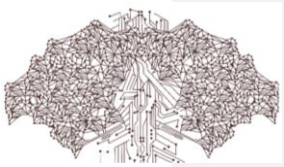
GEERTZ, Clifford. **O Saber local.** 10ª edição. Petrópolis: Vozes, 2008.

HALL, S. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**.7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

IANNI, Octavio. **A sociedade global.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

LEMOS, A; CUNHA, P. (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.



MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Editora Cultrix, 1996.

RECUERO, R. **Redes sociais online x redes sociais offline.** Pelotas, 29 de ago. 2009. Disponível em: http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redes_sociais_online_x_redes_sociais_offline.html. Acesso em: 06 jan. 2018

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. **Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura.** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - E-Compós, volume 4. Dezembro de 2005. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/55/55>. Acesso em 10 de dezembro de 2017.

SANTAELLA, L. **Corpo e comunicação: sintoma da cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, L . **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. A estética da resistência. In: **Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação.** São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SIBILIA , P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

VIGILILÂNCIA ALGORÍTMICA, SUJEITOS ALGORÍTMICOS[1]

Paulo Faltay[2];

Resumo

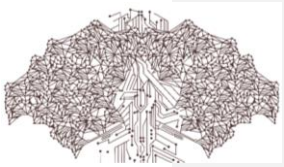
O objetivo deste artigo é investigar o deslocamento dos modos de vigiar para um regime cada vez mais regido por algoritmos. Em jogo, perceber o reposicionamento das formas de monitoramento, cujo foco não mais reside em identificar indivíduos, mas interpretar padrões de dados, antecipar atos, intervir em tempo presente e performar comportamentos. Buscamos, enfim, questionar como, ao posicionar o humano como um corpo de dados poroso ao escrutínio interpretativo maquínico, os mecanismos de monitoramento de dados e rastros pessois apontam para a transformação da nossa percepção do mundo e de nós mesmos em relação aos objetos e processos tecnológicos. Quais experiências processos de subjetivação emergem da vigilância contemporânea regida por governamentalidade algorítmica que se organiza em tecnologias de observação antes do fato e escrutina cada vez mais aspectos da vida, os transformando em "perfis" segundo um paradigma quantificável? Ao escapar à nossa percepção e escrutínio, como agir diante destes processos que produzem sujeitos e governam condutas, em suas repercussões políticas e mecanismos de biopoder?

Apresentação

Quando descobriu que estava grávida, Janet Vertesi, professora do Departamento de Sociologia da Universidade de Princeton, se propôs levar adiante um misto de experimento e pesquisa: esconder que estava esperando um bebê da "internet". O desafio consistia em não deixar quaisquer rastros que poderiam indicar a gravidez aos diversos mecanismos de coleta e análise de dados pessoais em buscadores, plataformas de sociabilidade e sites de lojas e de vendas online. Vertesi procurava escapar das ferramentas de *data mining* e *profiling*, técnicas que utilizam algoritmos e outros

[1] . Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Privacidade, vigilância, controle, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

[2] . Pesquisador é doutorando em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).

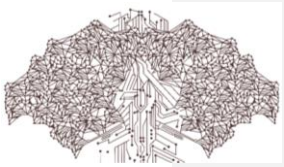


procedimentos matemáticos para o processamento de informações que não identificam especificamente o indivíduo, mas o inscrevem em perfis computacionais a partir de categorias constituídas através do reconhecimento de padrões. Correlações de informações que podem apontar tanto determinadas características, como gênero, idade, raça, quanto hábitos e comportamentos, como tipos de consumo, preferências politicas, gostos estéticos. No seu caso, ela procurava não figurar na lucrativa etiqueta de "grávida"[3].

Para tanto, primeiro, Vertesi comunicou, por telefone, aos amigos e familiares a notícia, pedindo que não fizessem referência sobre o assunto nas redes sociais, certificando-se, assim, de que não haveria nenhuma congratulação ou menção nestas plataformas. Ela passou, então, a usar apenas dinheiro em espécie e cartões de compra pré-pagos para adquirir produtos relacionados à gravidez, de modo a não criar nenhuma informação possível de ser identificada pelos seus cartões de crédito ou cartões de fidelidade de lojas específicas. Para pesquisar e comprar itens online, a professora usou exclusivamente o navegador do *Tor*, que distribui as informações de conexão, as criptografando e recriptografando, em diversos servidores espalhados pelo mundo, dificultando, assim, o rastreamento e garantindo maior anonimato a quem o utiliza. Ela também criou uma conta da Amazon ligada a um endereço de email privado, hospedado em um servidor próprio, escapando, portanto, da coleta de dados de empresas como o Google e a Microsoft. Os produtos eram comprados exclusivamente com os cartões pré-pagos e as entregas, por sua vez, realizadas em uma caixa-postal alugada anonimamente pela professora.

As medidas para ficar fora do radar devassante das ferramentas de marketing digital não trouxeram apenas estranhamento nas relações sociais e uma sensação, tanto jocosa com que Vertesi partilhava com familiares e amigos, de estar agindo como uma potencial criminosa. Tanto o uso constante do navegador do Tor, quanto o massivo

[3] De acordo com estimativas do site "*How much is your personal data worth*", mantido pelo *Finantial Times*, a identificação de uma mulher grávida no segundo ou terceiro trimestre vale 10 centavos de dólar, 200 vezes mais que informações básicas como gênero, idade ou endereço, que valem, cada, 0.0005 de dólar. Ver: http://ig.ft.com/how-much-is-your-personal-data-worth/.



consumo por cartões pré-pagos poderiam efetivamente a colocar como uma pessoa suspeita, a relacionando à atividades possivelmente ilícitas. Com efeito, em uma ocasião, quando seu marido tentou, em dinheiro, adquirir 500 dólares em cartões-presentes da Amazon para a compra de um carrinho, um aviso no contador de uma farmácia informou que a empresa tinha a obrigação legal de comunicar transações excessivas para as autoridades.

Para Vertesi[4], o saldo final da tentativa de esconder digitalmente a gestação demonstra que com implicações sociais, financeiras e potencialmente legais envolvidas, as tentativas de agir evitando ao máximo os mecanismos de monitoramento online de rastros pessoais encontram barreiras enormes. Não sendo, assim, necessariamente tanto uma questão de escolha em usar ou não estas ferramentas, quando há dificuldades, custos e precauções tão exaustivas a serem levadas em conta.

O experimento da professora ilustra um dos aspectos mais desafiantes e poderosos do crescente aumento da fauna tecnológica em todos os espaços e aspectos da vida: o fato de que toda interação e presença que emerge ou é desenvolvida através de suas redes deixam rastros de informação que podem ser facilmente capturados, recuperados, analisados e armazenados. Na nova clivagem mnemônica destes dispositivos, em que a ação deliberada passa a ser o esquecimento, a produção de arquivo, os bancos de dados, é mais que o padrão, mas a condição própria de funcionamento dessas tecnologias.

Cada site visitado, cada clique e as mais diversas ações e interações passadas são agrupadas em uma miríade de bancos de dados que, processados e analisados automaticamente e em tempo quase presente, retroagem e articulam os conteúdos que veremos a seguir, em uma trilha personalizada projetada a partir das supostas relevância ou eficácia das informações que presumidamente desejamos ou deveríamos conhecer, consumir, ler, ouvir. O escopo de atuação da vigilância digital, algorítmica, assim, diz menos respeito a um paradigma da evidência – ainda que coexista extensivamente –, ou seja, apontar agentes responsáveis por uma determinada ação já ocorrida, do que um

[4] O relato completo da professora pode ser encontrado aqui: http://time.com/83200/privacy-internet-big-data-opt-out/

índice de devir regido por um paradigma de cálculo futuro: o anseio em modular comportamentos, desejos e condutas.

Importante notar que, como nos mostra Foucault (2004; 2005; 2008a) ao discorrer sobre as sociedades modernas, a legitimidade do monitoramento e processamento de informações sobre as pessoas não está assentada apenas em estruturas disciplinares e punitivas, mas também em ferramentas positivas de governo voltadas para a promoção de saúde, bem estar, segurança, educação e organização da vida das populações. As sociedades contemporâneas de controle (Deleuze, 1992), por sua vez, hipotecam grande parte de suas esperanças neste processo de *datafication*: a transformação de toda e qualquer ação em dados quantitativos através de monitoramento intermitente e posterior análise em modelos preditivos (Mayer-Schoenberger e Cukier, 2013).

A crença disseminada no governo de algoritmos (Ziewitz, 2015) e a expectativa de que conhecimentos objetivos advindos do rastreamento de todas as ações por meio de tecnologias digitais são as ferramentas de composição de um futuro melhor, reposiciona, portanto, o olhar temporal da vigilância digital. Segundo Thrift e French (2002), os mecanismos digitais "expressam a co-presença de diferentes tempos, o tempo da sua produção e, subsequente, a predição de momentos futuros"[5] (Idem, p. 311). E como cálculo, a ação, não é percebida, mas antes criada através da gramática do código (Galloway, 2004).

Não é contraditório notar, ainda, que certa ânsia premonitória coincida com cenários cada vez mais possíveis de fim do mundo, ao menos *mundo* aqui entendido enquanto *humanidade*, inquietação de autoras e autores como Isabelle Stengers, Viveiros de Castro e Deborah Danowski, Bruno Latour, entre outras. Como nos posicionar diante do angustiante excesso na oferta de informações, quando não sabemos se possuem alguma relação factual com eventos ou são apenas invencionices, quando não temos garantias se o que consumimos, lemos e conhecemos são as melhores escolhas em termos

[5] Livre tradução para: "(...)it expresses the co-presence of different times, the time of its production and its subsequent dictation of future moments".

de relevância ou utilidade? Como comportar-se diante das propagadas ameaças crescentes de violência, terrorismo, mudanças climáticas, doenças contagiosas e crises econômicas?

Assentadas em suposta objetividade e neutralidade dos modelos de análise maquínicos, já que eles não seguiriam "processos dedutivos ou baseados em hipóteses previamente formuladas, mas sim processos indutivos baseados em algoritmos que extraem padrões e regras de correlação entre elementos" (Bruno, 2013, p.58), a hipótese aqui desenvolvida argumenta que a legitimidade das ferramentas de vigilância e monitoramento digital se fundamenta na eliminação ou mitigação dos riscos e incertezas diante de um futuro que se apresenta cada vez mais catastrófico.

Entretanto, a propagada objetividade, neutralidade e "inteligência" destas tecnologias se conjugam com a invisibilidade e opacidade de seus mecanismos. Ao escapar à nossa percepção e escrutínio, como agir diante destes processos que produzem subjetivações e governam condutas, em suas repercussões políticas e mecanismos de biopoder (Foucault, 2008a)? Em jogo, nos parece, está a urgência em escaparmos desta forma mais imediatista e tanto literal de sermos "capturados pela nossa própria historia" e uma luta contra o "governo da individualização" (idem, 1995, p.234).

Mitologia dos dados

Definida por códigos (Lyon, 2007), a paisagem tecnológica contemporânea aumenta não somente o poder de produção e captura de informação em micromonitoramentos automatizados e permanentes, mas também o armazenamento e o processamento de volume exponencial de dados (Mayer-Schoenberger e Cukier 2013, p.101), fenômeno conhecido pelo termo *Big Data*. Esta crescente ordem de grandeza produz uma nova modalidade de vigilância: a dos dados, ou *dataveillance*. Definida por Clarke (1998) como o "uso sistemático de sistemas de dados pessoais para investigar e

monitorar as ações ou comunicações de uma ou mais pessoas"[6] (Idem, p. 500), esta modalidade de monitoramento envolve a agência e delegação de sentido a humanos e não-humanos, instituições estatais e/ou corporativas em uma *assemblage* da vigilância (Heggerty e Ericson, 2007-2010) ou vigilância distribuída (Bruno, 2013), sendo promovida através de promessa de eficiência, comodidade e seguridade permitida pelos regimes de saber e verdade que promoveriam (Boyd e Crawford, 2011).

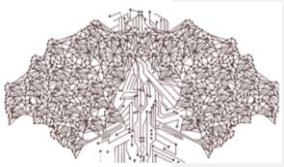
Embora a coleta de informações para entender, administrar, regular e antecipar fenômenos do mundo já acumule milênios de uso, entre os primeiros registros estão os censos do antigo Egito, a capacidade de processamento computacional de dados suscita nova modulação ao exercício (Kitchin, 2013, p. 262-263), entre suas características: enorme volume; alta velocidade; enorme diversidade na variedade de sua estrutura, sendo relacional, associativa e flexível; grande abrangência, buscando o escrutínio de populações ou sistemas inteiros.

Com estas propriedades que excedem a observação, o entendimento e a manipulação humana direta, o espraiamento do uso de dados e sua interpretação automatizada, através de algoritmos, são promovidos e validados pelos regimes de verdade que produzem. Uma tendência, bem dizer, tanto ingênua os tomam como matéria bruta, algo da ordem natural, que serve de base para a construção da informação e do conhecimento, atribuindo, assim, ao seu resultado um suposto apartamento e independência dos processos sociais que os produzem, como se fossem algo pré-existente ao processo de captura, pré-analiticos e pré-factuais, em uma suposta existência a priori da interpretação e da argumentação. Interessante, neste sentido, observar o vocabulário associado ao termo: *bruto*, *coletado*, *armazenado*, *minerados*, *raspados*[7].

É sintomático também uma suposta distinção que corriqueiramente se faz entre *dado* e *informação*. Ao primeiro é conferido um caráter essencialmente neutro, apolítico e objetivo, como liames que irradiam do mundo sem carregar enviesamentos ou valores,

[6] Livre tradução para: "(…) the systematic use of personal data systems in the investigation or monitoring of the actions or communications of one or more persons".

[7] Raspagem de dados (*data scraping*) uma técnica computacional na qual um-programa extrai dados de saída legível somente para humanos.



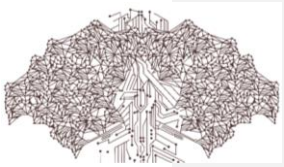
enquanto o último implica alguma atribuição intencional de sentido. Os dados são entendidos, assim, como representações fidedignas do real, ontologicamente anteriores à interpretação, sendo abstratos, agregáveis e indubitáveis, capturando e transpondo fielmente o mundo em números, símbolos, textos e imagens.

Entretanto, uma arguta provocação de Lisa Gitelman (2013) desconstrói essa premissa: a ideia *raw data*, ou dado bruto, é uma redundância em termos, já que dados não são fatos, mas fontes de informações possíveis de serem interpretadas de acordo com métodos a serem empregados para sua criação e captura, de modo que "o dado precisa ser imaginado para existir e funcionar como tal, e a imaginação do dado implica uma base interpretativa"[8] (ibidem, p.3). As ferramentas não apenas leem, descobrem e capturam o que age, mas participam da produção do que supostamente apenas monitoram.

Os dados digitais, mais do que fantasmagorias do passado, se apresentam como espectros de passagem das instruções dos programas, em suas potencialidades e virtualidades, para a dimensão sensível da ação conduzida pelos agentes. Os dados não existem antes de sua criação; não surgem espontaneamente e seu surgimento, muito menos, é algo inevitável. Antes, respondem a contextos sociotécnicos de racionalidade tecnocientífica em que a objetividade torna-se valor fundamental para a manutenção de ferramentas de poder como atributo legitimador de regimes de verdade e de conhecimento.

Esta divisão enfática entre categorias como objetividade e subjetividade, ciência e sociedade e natureza e cultura é instituída na constituição da ciência enquanto campo do escrutínio de fatos naturais, dedetizadas de paixões e valores humanos, baseadas em mecanismos que garantem seu caráter especifico e sua suposta autonomia. Conforme Daston e Galison (2007) argumentam, a objetividade não é um valor autoevidente dos procedimentos científicos, mas antes uma virtude epistemológica cuja incidência é relativamente recente, datando do século XIX, e se estabelece através de juízo que gradativamente colocava em suspeita e descrença metodológica atributos considerados

[8] Livre tradução para: data need to be imagined as data to exist and function as such, and the imagination of data entails an interpretive base



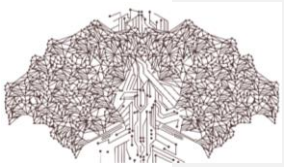
como subjetivos.

A intervenção humana passa a ser indesejável, deslocando a predominância analítica de um sujeito cientifico que intervém na experimentação dos fenômenos para registros mecânicos e automáticos de "observação" da natureza. É convocado, assim, um tipo característico de sujeito, através de atitudes e processos, expressões e, especialmente, delegações. Se clama por obviedade que o dado não diz nada por si só, é necessário frisar também que informação estruturada a partir desses quasi-objetos só pode ser entendida quando traduzida para linguagem computacional. Reside aí o problema epistemológico em apontar uma equivalência fidedigna entre números e cálculos das ações e performatividades de objetos, humanos, outros seres viventes e o ambiente, como se um resultado e uma interpretação algorítmica fosse, respectiva e equivalentemente, o mesmo resultado das ações e performatividades.

Os dados, seus depósitos e suas aplicações são mutualmente construídos, em coletivos sociotécnicos, formado por humanos e não-humanos, ligados por um conjunto de práticas, relações discursivas e materiais que têm objetivos e propósitos específicos e operam seguindo determinadas diretrizes. Assim, todas e quaisquer ferramentas e estruturas que produzem, armazenam e interpretam os dados são expressões de conhecimento e poder, modulando, portanto, as questões que podem ser formuladas, como são formuladas, como são respondidas, o que e quem pode ser objeto de exame e quem ou o que pode examinar (Lauriault, 2012).

Sujeitos e governamentalidade algorítmica

Cotejando o conceito de governamentalidade (Foucault, 2008a, p.143), descrito como tendo por objetivo a população, sua principal forma de saber a economia politica e como instrumentos os dispositivos de segurança, Rouvroy e Berns (2015, p.12) definem a governamentalidade algorítmica como um "tipo de racionalidade (a)normativa ou (a)política que repousa sobre a coleta, agregação e análise automatizada de dados em



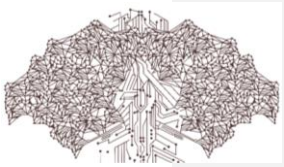
quantidade massiva de modo a modelizar, antecipar e afetar, por antecipação, os comportamentos possíveis".

Os dados gerariam, nesta forma de governamentalidade, verdades sobre indivíduos e populações por meio de estatísticas ou metodologias correlacionais, ao invés da relação causa/efeito, não buscando uma interioridade espiritual ou psicológica, mas o escrutínio do corpo e da performatividade dos sujeitos em aspectos setorizados da existência. A imersão na interioridade é preterida em favor de modo de análise e de produção de verdade numérico e alardeadamente objetivo sobre os sujeitos, conforme vimos anteriormente. O exame da verdade não se estrutura obrigatoriamente em torno de um sujeito especifico, mas de corpos em seus desmembramentos enquanto dividuais (Deleuze, 1992), fluxos e pontos de informação para escrutínio, cálculo, circulação e agregação para diferentes propósitos.

Assim, quando nos debruçamos nos regimes disciplinares, percebemos que o poder para funcionar forçava e coagia os sujeitos a produzir verdade, de modo que "somos condenados a confessar a verdade ou a encontrá-la" (Foucault, 2008a, p. 29), no cenário contemporâneo há uma clivagem que parece borrar incisivamente delimitações entre categorias como disciplina e controle, subjetividade e objetividade, servidão e serviço, individual e dividual.

Relacionada com a inserção da verdade econômica dentro da razão governamental (Foucault, 2008b), a constelação de práticas e dispositivos da vigilância algorítmica se torna ferramenta do Estado para assegurar, enquanto "principio do cálculo" (ibidem, p.65), a eficácia da economia política e a fabricação da liberdade econômica. Conforme o autor defende, na racionalidade neoliberal, a função fundamental do Estado descoloca-se para a supervisão e garantia do bom funcionamento da economia, de modo que a gestão do Estado é subordinada a uma racionalidade de mercado e não o contrário, passando assim a ser objetivo do Estado proteger o mercado, inclusive dos seus cidadãos.

Neste sentido, a noção de desvio parece partir tanto de um senso disciplinar, em que a identificação obedece ao exame de norma estabelecida a priori, quanto a uma lógica da segurança e do controle, que, por sua vez, opera em descobrir padrões de normalidade,



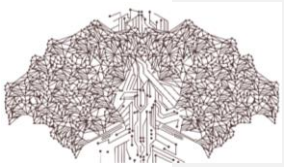
colocando o risco e a anomalia enquanto dedução e cálculo de informações e atos já realizados e manifestados (Foucault, 2008a).

Com efeito, se o mote basilar do neoliberalismo é uma cultura do medo, já que sua legitimação se estabelece justamente na promessa de produção da liberdade, temos tanto o recrudescimento da autoridade e do poder policiador e coercitivo do estado em direção a grupos considerados potencialmente perigosos – em especial minorias raciais, étnicas, imigrantes, orientações sexuais e identidades de gênero divergentes do padrão heteronormativo –, quanto a necessidade da coleta e do mais intenso conhecimento de informações para a intervenção certeira no balanceamento de assimetrias que distorçam as leis de mercado. Segundo Fernanda Bruno (2013)

> No campo da segurança, o discurso e a lógica do risco autorizam e mesmo requerem uma série de dispositivos de vigilância de caráter preditivo e/ou preventivo. A vigilância tem se tornado, assim, uma resposta que se pretende autoevidente frente a diversos riscos sociais (Ericson; Haggerty, op. cit.). Quando a segurança é entendida como redução de risco de ocorrência de males futuros, ela legitima todo um aparato de vigilância que deve supostamente conjurar este futuro projetado. Não por acaso, uma vigilância preditiva e preventiva tem se tornado cada vez mais comum tanto no campo das tecnologias de visibilidade quanto na ordem informacional. (p.40)

A questão, segundo Foucault (2008b), se desenha menos em relação ao debate sobre a abrangência e tamanho, máximo ou mínimo, do poder estatal e mais no julgamento da sua eficácia na economia política. Não é contradição, portanto, uma aproximação das racionalidades neoliberais e neoconservadoras marcada por uma desvalorização da autonomia politica; a transformação de problemas políticos em problemas individuais solucionáveis pelo mercado; a produção da figura do consumidor-cidadão disponível para um alto nível de governança e autoridade; e, por fim, a validação do estatismo (Brown, 2006, p.703).

Algumas controvérsias recentes são ilustrativas de como a governamentalidade algorítmica se relaciona com a passagem do poder da soberania, que "fazia morrer e deixava viver", para a regulamentação do biopoder, "que consiste, ao contrário, em fazer viver e em deixar morrer" (Foucault, 2008a, p.294). Recorro, primeiro, às denúncias



acerca do programa de uso de drones pelo governo americano. Em 31 de março deste ano, o jornalista independente Bilal Kareem e o ex-chefe da sucursal da Al Jazeera em Islamabad Ahmad Zaidan entraram com uma ação judicial na corte distrital de Washington contra o presidente americano Donald Trump e pessoas do alto escalão de seu governo por figurarem na *kill list* do programa de vigilância *Skynet*[9], demandando a retirada imediata deles desta base de dados.

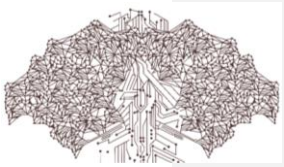
Kareem alega ter sido o alvo, no último ano, de cinco ataques aéreos, que terminaram por vitimar 10 pessoas, entre elas uma garota de 10 anos. Já Zaidan, utiliza como base no processo documentos publicados pelo *The Intercept*[10] que revelam que o programa americano o identificou como um membro da Al-Qaeda e da Irmandade Muçulmana. Ambos os jornalistas atribuem a inclusão dos seus nomes na lista de morte ao algoritmo autodidata do *Skynet*, que teria interpretado o padrão de suas atividades profissionais, como contatos, viagens, deslocamentos a lugares de conflito e ligações, enquanto hábitos "suspeitos" e relacionados a grupos considerados terroristas.

Por sua vez, uma série de reportagens do *ProPublica*[11] colocou em xeque o algoritmo *Compas* (sigla em inglês para *Correctional Offender Management Profiling for Alternative Sanctions*). Usado pela justiça do estado americano de Winsconsin, a tecnologia, através de um questionário aplicado a pessoas acusadas, calcula a probabilidade do indivíduo cometer ou reincidir no crime, influenciando, assim, na sua sentença. O mecanismo teve seus resultados protestados após uma pesquisa da agência de jornalismo investigativo apontar que pessoas negras têm 45% mais de chance de receber uma pontuação alta. Apesar do sistema não possuir nenhuma pergunta de cunho diretamente racial, foi apontado que uma gama de questões, como por exemplo, se a pessoa já teve algum parente condenado, se algum amigo pertence ou já pertenceu a uma

[9] O programa foi revelado nos documentos vazados por Edward Snowden, em 2013, e estaria monitorando a rede de telefonia do Paquistão em busca de padrões, com base em metadados (como o número telefonado, o local, a hora, e a duração das ligações) para identificar pessoas suspeitas de integrar ou colaborar com grupos terroristas, e, assim, guiar e planejar os ataques mortíferos de drones.

[10] https://theintercept.com/2015/05/08/u-s-government-designated-prominent-al-jazeera-journalist-al-qaeda-member-put-watch-list/

[11] https://www.propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing



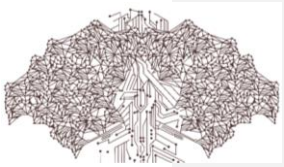
gangue ou se a região em que mora/morou possui alta criminalidade, com viés claramente preconceituoso e potencialmente racista.

Já Cathy O'Neil (2015), aponta para a perigosa possibilidade de discriminações que decisões automatizadas de concessão ou recusa de crédito e serviços de seguridade, como planos de saúde e financiamento estudantil, podem apresentar ao utilizar como exemplo um mecanismo de empréstimos patenteado pelo Facebook. Tal sistema pretende utilizar não apenas dados de quem requer o serviço, mas principalmente o status social e as condições financeiras dos amigos e das amigas da pessoa na plataforma.

Com efeito, apesar de se propagarem como inumes a enviesamentos humanos, "subjetivos", casos de discriminação e preconceito dos algoritmos vão se avolumando à medida que eles passam a regular cada vez mais aspectos de nossas vidas. Empresas, pessoas que programam e desenvolvem as tecnologias defendem, devido à vasta quantidade de dados e informações processadas, ser impossível estabelecer claramente os meandros que levam à decisão. Em alguns casos, o argumento utilizado é que os vieses discriminatórios encontram-se na sociedade e que os dados processados apenas os refletem. Já em outros, há um reconhecimento de eventuais erros ou lacunas nos sistemas, porém a solução apresentada é tanto paradoxal: aumentar o escopo de análise, reforçando e reivindicando ainda mais aspectos a serem monitorados e escrutinados.

O'Neal (2015), entretanto, argumenta que a questão está menos em demandar acuidade das decisões algorítmicas, mas perguntar a que racionalidade ou objetivos o uso de métodos automatizados e quantificados obedece. No caso em que se debruça, por exemplo, "os principais objetivos do credor são dados precisos e lucro. O objetivo do público é ter um sistema financeiro que não exacerbe as desigualdades atuais ou coloque pessoas em espirais de dívida"[12]. Assim, defende a pesquisadora, regida por racionalidade neoliberal, a governamentalidade algorítmica desenvolveria uma neoplasia do âmbito privado com consequente estrangulamento do debate, da esfera pública e do comum

[12] Livre tradução para: "The lender's main goals are accurate data and profit. The public's goal is to have a financial system that does not exacerbate current inequalities or send people into debt spirals".



Interessante notar que a razão de economia política também é o principio legitimador do uso dos drones. O modo asséptico da guerra à distância pouparia vidas e mitigaria destrutivos efeitos psicológicos nos combatentes, resguardando o capital humano, portanto. Além de se apresentar como lucrativa fonte de investimentos e retorno financeiro ao mercado armamentista, em uma passagem do "exercito de cidadãos" ao "exercito de mercado" (Levy, 2010). De um lado apenas, claro.

Essa descontinuidade visual, espacial e sensorial no ato da guerra acarretaria em uma assimetria de poder e uma assimetria da ação e seus efeitos (Chamayou, 2015). Conforme aponta Derek Gregory, o olhar dos drones não é apenas ótico, mas um processo de mediação tecnocultural que envolve uma disposição de enxergar o outro como Outro, ou seja, uma alteridade perigosa[13]. Com efeito, a metáfora da *precisão cirúrgica* parece não dizer respeito apenas às armas, como também a seus alvos: tratados como meros padrões anônimos de dados coletivos de matéria orgânica, "substância biopolítica absoluta" (Agamben, 2010), eles são menos vistos como pessoas, em sua individualidade, do que como uma espécie de patologia, como um câncer.

Seria, portanto, uma "eliminação do perigo biológico" (Foucault, 2005, p.306), em que o ato de matar não acarretaria culpa ou responsabilidades, afinal seria realizado em nome da defesa e do fortalecimento de valores como a liberdade, a democracia, etc. Assim, também, tendo a racionalidade neoliberal como principio, as metodologias nas decisões tomadas por mecanismos automatizados de concessão de crédito e securidade não podem ser consideradas errôneas. Em defesa do fortalecimento da economia e do mercado, por que bancos e empresas emprestariam dinheiro ou serviços a indivíduos que potencialmente não poderão pagá-los ou apresentar retornos futuros? Neste sentido, a observação de Foucault (idibem) é arguta, a morte não se daria somente na forma direta, mas também no "deixar morrer" ou no "expor ao risco de morte".

Retomando a provocação de O'Neal (2015), a demanda parece ser menos a acuidade das ferramentas e mais nos perguntamos os motivos de posicionar o humano como um corpo de dados poroso a escrutínios interpretativos maquínicos. Traçando um

[13]http://geographicalimaginations.com/2013/07/29/theory-of-the-drone-3-killing-grounds/.

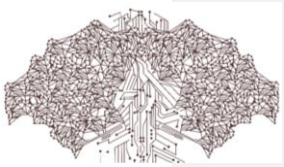
paralelo com a polícia, por exemplo, por mais importante e urgente que seja a questão de coibir abusos, discriminações raciais e incutir valores de direitos humanos, a questão de fundo permanece: por que uma sociedade precisa ou deseja um aparelho repressor?

Segundo Hildebrand (2008, p.40), o profiling é um modo indutivo de produzir conhecimento em que "as correlações denotam uma probabilidade de que as coisas terão o mesmo resultado no futuro. O que elas não revelam é porque este deve ser o caso.", de modo que os criadores dos perfis não têm interesse em descobrir causas ou razões, mas em ter "previsão confiável, de modo a permitir a tomada de decisão adequada"[14]. Assim, nos perguntamos: se não temos margem de negociação, ficando refém de padrões que supostamente revelamos, respondendo a fatos antes da sua efetivação, por que desejamos que todos os aspectos da nossa vida sejam escrutinados e transformados em "perfis" segundo um paradigma quantificável? Por que delegamos decisões aos algoritmos? Por que confiamos em suas escolhas?

Considerações finais

Se para Foucault (2016), no século XIX, a humanidade adquire a dupla característica de ser sujeito e objeto do saber, a governamentalidade algorítmica apresenta novas possibilidades de associação, correlação e escrutínio de uma quantidade massiva de dados, expandindo-se das estatísticas normativas tradicionais do estabelecimento de médias. Na lógica da correlação, com a captura dos dados, os algoritmos estabelecem padrões, (Kitchin, 2014) sem, entretanto, enquadrá-los em uma norma definida a priori. A comunicação *M2M* (*machine to machine*, ou máquina a máquina), em que a interação e os protocolos de processamento e análises de informações independe do fator humano, nos deslocando enquanto sujeitos e objetos de saber de outros agentes, contribui para a sinalização do suposto caráter objetivo e apolítico do governo de algoritmos.

[14] Livre tradução para: "the correlations stand for a probability that things will turn out the same in the future. What they do not reveal is why this should be the case"; "reliable prediction, to allow adequate decision-making".

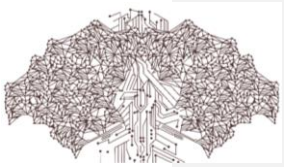


Essa forma de hipersegmentação, relacionada às técnicas de *profiling*, conforme Rouvroy e Berns (2015, p.44), se relaciona muito mais às ofertas comerciais, aos fluxos de capitais e às políticas repressora e securitária do que desejos e aspirações próprias de cada pessoa. Automático e pretensamente objetivo, permanente e devassante, este monitoramento, portanto, obedece a uma racionalidade de mercado, afinal, "temos de produzir a verdade para produzir riquezas" (Foucault, 2005, p. 29).

São processos de subjetivação que não mais trabalham sobre os indivíduos, sobre os sujeitos, mas sobre as relações, o que, desavisadamente poderia ser confundido com o que Simondon conceituou como "processos de individuação transindividual – que não se resume nem ao "eu", nem ao "nós", mas designa um processo de coindividuação do "eu" e do "nós", produzindo o social, isto é, meios associados onde se formam significações" (Ibidem, p.49). Entretanto, dados que por si só não significam nada, tratados estatisticamente e negligenciadas todas as variáveis espaciais, temporais e linguísticas da sua fabricação em uma regulação supostamente objetiva, iria, ao contrario, impossibilitar todas as condições de individuações transindividuais, "(...) poupando toda forma de 'desvio' ou de 'suspensão reflexiva' subjetiva entre os 'estímulos' e suas 'respostas-reflexo'" (Idibem, p.44).

Os aspectos opacos e invisíveis investidos nestes fenômenos intentam reduzir as incertezas e indeterminações, as repartições possíveis das ações e da realização de subjetivações, uma utópica e inverificável ação sem acontecimento, com "promessa de intervir proativamente sobre o que ainda não ocorreu" (Bruno, 2012). Futuro hipotecado que pretende apagar a "parte de incerteza, de virtualidade, de potencialidade radical que faz dos seres humanos processos livres para se projetar, relatar-se, tornar-se sujeitos, individuar-se, seguindo trajetórias relativamente e relacionalmente abertas" (Rouvroy e Berns, 2015).

Thrift (2009) afirma que dificilmente observarmos práticas automáticas que simplesmente se reproduzem sem deformações. Apesar de relativa estabilidade, elas se fundamentam através de conjunto de métodos e práticas basilares que, no entanto, no curso de sua ação, frequentemente falham ou, ao menos, necessitam de constantes ajustes para manter seus desempenhos. São operadas, assim, improvisações e desvios de rotas que



podem fundamentar novas performances e técnicas. Assim, o campo de lutas permanece em aberto: quais as possibilidades da realização de subjetivações, de um individuo se constituir enquanto sujeito autônomo frente às conformações e sujeições (Antoun, 2015; 2016) de um poder vigiante que constantemente nos impele a produzir ou facilitar a fabricação de verdade sobre nós?

Referências

AGAMBEN, Giorgio. **O que resta de Auschwitz:** o arquivo e a testemunha. Trad. Selvino J. Assmann. São Paulo: Boitempo, 2010.

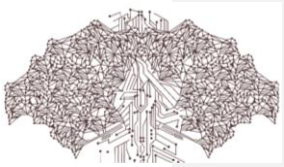
ANTOUN, Henrique. Biopolítica, Cibercultura e a Internet das Subjetivações. In: **XXIV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 2015, Brasília. Compós 2015 - XXIV COMPÓS: BRASÍLIA/DF. Brasília: COMPÓS/UNB, 2015. v. 1. p. 1-13.

_____. Biopolítica e Cibercultura: o jogo do cuidado de si da guerra em rede às revoltas juvenis. In: XXV Encontro **Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 2016, Goiânia. Compós 2016 - XXV COMPÓS: GOIÂNIA/GO. Goiânia: COMPÓS/UFG, 2015.

BOYD, Danah; CRAWFORD, Kate, Six Provocations for Big Data. **A Decade in Internet Time**: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society, 2011. Disponível em: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1926431. Acesso em: 22/01/2017

BROWN, Wendy**.** American Nightmare**: Neoliberalism, Neoconservatism, and De-Democratization.** *Political Theory*, Vol. 34, No. 6, pp. 690-714, dezembro de 2006.

BRUNO, Fernanda. **Contramanual para câmeras inteligentes***:* vigilância, tecnologia e percepção. Galáxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 47-63, 2012.



_____. **Máquinas de ver, modos de ser**: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013. 190 p.

CHAMAYOU, Grégoire. **Teoria do drone.** São Paulo: Cosac Naify, 2015.

CLARKE, Roger. **Introducion to dataveillance and information privacy and definition of terms**. 2013. Disponível em: http://www.rogerclarke.com/DV/Intro.html. Acesso em: 18/08/2015.

DASTON, Lorraine; GALISON, Peter. **Objectivity**. Cambridge: MIT Press, 2007.

DELEUZE, Giles. **Pos-Scriptum: Sobre as sociedades de controle**. Conversações, 1972–1990. Rio de Janeiro: Ed.34, 1992

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H.; RABINOW, P. *Michel Foucault – uma trajetória filosófica*: para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-249.

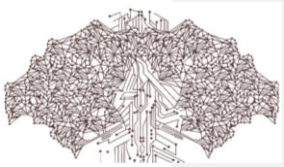
_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

_____. **Em defesa da sociedade:** curso no College de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **Microfísica do Poder**. 23a. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007.

_____. **Segurança, território, população**: curso dado no College de France (1977-1978. São Paulo: Martins Fontes, 2008a.

_____. **Nascimento da Biopolítica:** curso dado no College de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008b.



_____. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 2009.

_____. **On the Government of the Living**; Lectures at the Collège de France 1979–1980, edited by Michel Senellart, translated by Graham Burchell, forward by François Ewald and Alessandro Fontana. New York: Palgrave MacMillan, 2014.

_____. **Subjetividade e verdade:** curso no College de France (1980-1981).). São Paulo: Martins Fontes, 2016.

GALLOWAY, Alexander R. **Protocol**: How Control Exists After Decentralization. Cambridge, Mass: MIT Press, 2004.

GITELMAN, Lisa. **Raw data is an oxymoron**. Cambridge MA: MIT Press, 2013.

HAGGERTY, Kevin; ERICSON, Richard. The surveillant assemblage. In: **The surveillance studies reader**, ed. Sean P. Hier and Josh Greenberg, 104-116. Berkshire: Open University Press. 2000/2007.

HILDEBRANDT, Mireille. Defining profiling: a new type of knowledge? In: HILDEBRANDT, Mireille.; GUTWIRTH, Serge. (Orgs**)**. **Profiling the European citizen**. Cross- disciplinary perspectives. Dordrecht: Springer Science, 2008.

KITCHIN, Rob. **Big data and human geography: opportunities, challenges and risks**, Dialogues in Human Geography, 3 v.3, p.262–7, 2013

_____. **The Data Revolution**: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and Their Consequences. Sage, London, 2014.

KITCHIN, Rob; LAURIAULT, Tracey, Towards Critical Data Studies: Charting and Unpacking Data Assemblages and Their Work (July 30, 2014). The Programmable City Working Paper 2; pre-print version of chapter to be published in Eckert, J., Shears, A. and Thatcher, J. (eds) **Geoweb and Big Data**. University of Nebraska Press.



Forthcoming. Disponível em: https://ssrn.com/abstract=2474112. Acesso em: 19/12/2016

LAURIAULT, Tracey. **Data, Infrastructures and Geographical Imaginations**. Ph.D. Thesis, Carleton University, Ottawa, 2012. Disponível em: https://curve.carleton.ca/7eb756c8-3ceb-4929-8220-3b20cf3242cb. Acesso em: 11/10/2016.

LEVY, Yagil. The Essence of the "Market Army". In: **Public Administration Review**, v.70, n.3, pp.378-89, maio/junho, 2010.

LYON, David. **Surveillance Studies**: An Overview. Cambridge: Polity, 2007; 256 pp

MAYER-SCHÖNBERGER, Viktor; CUKIER, Kenneth. **Big Data**: A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think. London: John Murray, 2013.

O'NEIL, Cathy. **How to Talk About Big Data and Lending Discrimination.** *American Banker*, Setembro de 2015. *Academic OneFile*. Disponível em: go.galegroup.com/ps/i.do?p=AONE&sw=w&u=capes&v=2.1&id=GALE%7CA428228759&it=r&asid=c468ccee029e12d593a884676e5125cb. Acesso: 14/01/2017.

ROUVROY, Antoinette; BERNS, Thomas. **Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação**: o díspar como condição de individuação pela relação? Revista Eco-Pós (Online), v. 18, p. 36-56, 2015.

THRIFT, Nigel. **Knowing Capitalism**. Londres: Sage, 1a edição, 256p. 2005.

THRIFT, Nigel; FRENCH, Shaun. **The Automatic Production of Space**. Transactions of the Institute of British Geographers, N.27, 309–335, 2002.

ZIEWITZ, Malte. Governing Algorithms: Myth, Mess, and Methods. **Science, Technology & Human Values**, Setembro de 2015. Disponível em: <http://sth.sagepub.com/content/early/2015/09/30/0162243915608948.refs>. Acesso em: 03/06/2017

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

YOUTUBE COMO MATÉRIA-PRIMA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PRODUTOR/MÚSICO KYOTOSHIFT E SUA FERRAMENTA DE BUSCA DE SAMPLES[1]

Lucas Alves de Brito[2]

RESUMO
O presente artigo busca, através de um estudo de caso sobre o músico e produtor norte-americano Kyotoshift e a sua ferramenta *Sample Search* que encontra aleatoriamente músicas obscuras para "samplear" no Youtube, melhor compreender o fenômeno da música sampleada e suas práticas culturais, potencializadas pela digitalização, a popularização do computador e as possibilidades de manipulação dos *softwares.* As culturas participativas dos usuários das mídias digitais misturam os papeis entre produtor e consumidor, estruturas antes mais rígidas e delimitadas nas mídias massivas. Por meio de uma análise de dados da entrevista com uma técnica de codificação analítica manual e uma interpretação hermenêutica, alinhada a uma pesquisa bibliográfica de teóricos como Henry Jenkins (2014), Eduardo Navas (2012), Lawrence Lessig (2008), Roland Barthes (2004) e Raymond Williams (1997), investiga-se características desse fenômeno como sua noção de autoria, seus códigos e práticas internas de sua comunidade online que produz conteúdo através da manipulação das formas e que compartilha seus conhecimentos e obras no ciberespaço.

Palavras-chave: Cultura do Remix; Convergência; Sample; Cultura Maker; Cibercultura

Introdução

Kyotoshift, ou Judah Caruso-Rodriguez, é um produtor, compositor e *sound designer* americano de San Antonio, Texas, de 18 anos de idade. Apesar de jovem, tem quase 10 anos de experiência no mercado musical e segundo entrevista concedida ao pesquisador[3], nunca pisou em um "estúdio de verdade"[4] em toda sua carreira. Seja em casa ou na estrada, o jovem artista está sempre produzindo suas músicas no Ableton Live, *software* de produção de áudio, instalado em seu notebook.

O desenvolvimento do ciberespaço, a popularização dos computadores e o barateamento dos *softwares* e *hardwares*, potencializou o fenômeno da música sampleada, prática cultural presente no que Pierre Lévy chama de cibercultura, que é um "conjunto de técnicas (materiais e

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 21 – Cultura hacker, cultura maker, do X Simpósio Nacional da ABCiber.
2. Mestrando em Comunicação: Mídia e Cultura (UFG). Graduado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda (UFG). E-mail: alvesdebrito.lucas@gmail.com
3 Entrevista realizada no dia 15 ago. 2017.
4 Pergunta: "*Do you produce more often at home or in a studio?"* Resposta: *"Mostly at home or on the road. It's funny, in almost ten years of music production I've never been to a 'real' studio"*.

intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço" (LÉVY, 2010, p. 17).

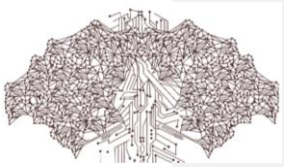
Com um equipamento mínimo como um computador e um teclado *midi*, usuários criam seus *home-studios*, estúdios amadores criados em suas casas, uma opção barata em relação aos grandes gastos exigidos para a criação de um estúdio profissional à moda da tradição da música gravada. A "Cultura Maker", ou o DIY (*do it yourself*), encontra no ciberespaço um ambiente próspero para a manipulação do conteúdo disponível no formato digital, compartilhado por seus usuários. Artistas como Kyotoshift utilizam-se de faixas sonoras pré-existentes, a maioria encontrada na internet, para compor suas faixas.

Este modo contemporâneo de produção musical é o que Lawrence Lessig chama de *"laptop music*" ou *sampling* (sampleamento), em que "músicos criam esta música apropriando-se de gravações sonoras de outros músicos e os remixando" (2008, p. 104, tradução nossa)[5]. O conceito de sampleamento, entretanto, vai além. A apropriação pode vir de qualquer fonte sonora, não se limitando a gravações de outros músicos. Na entrevista por exemplo, o artista comenta que "sampleou" o som de sua caminhada até a sua caixa de correio e o canto das cigarras com um gravador Tascam Dr-07, para a música Lighthouse com o rapper Raggs[6].

O *sample*, portanto se refere a qualquer som retirado do mundo real, uma amostra da realidade (NAVAS, 2012). A partir do momento que o artista manipula esse clipe sonoro, com efeitos, equalização, recortes etc., e o utiliza como uma das camadas da mixagem, ocorre o *sampling*, processo em que o artista cria novas expressões a partir das já existentes representações do real. O devido conceito foi "desenvolvido em um contexto social que demandava por um termo que representasse o ato de apropriar não do mundo, mas sim de um arquivo de representações deste mundo" (NAVAS, 2012, p. 12, tradução nossa)[7].

O sampleamento, segundo Kviffte (2007), tem quatro significados. O primeiro sentido tem relação com o processo de digitalização de um conteúdo análogo, o segundo se refere aos *samplers* e suas capacidades de transpor diversos sons para instrumentos e os manipular cromaticamente em teclados, o terceiro se refere à utilização de gravações pré-existentes em uma faixa e o quarto à edição e à manipulação de várias faixas de uma gravação no estúdio para formar uma única faixa. No presente artigo focaremos na terceira definição, porque é comumente usada por produtores. A utilização de uma gravação pré-existente em uma nova composição é um:

5 Original: *Musicians create this music by taking the sound recordings of other musicians and remixing them*.
6 https://soundcloud.com/madebyk/lighthouse. Último acesso em: 16 jan. 2018.
7 Original: *Developed in a social context that demanded for a term that encapsulated the act of taking not from the world but an archive of representations of the world.*



> Processo através do qual um músico/compositor inclui parte de uma gravação anterior na sua própria música, como uma citação mais ou menos reconhecível. Aqui, "um *sample*" é uma parte contínua de uma gravação anterior e pode ser muito curta (como um "som" usados em um sampleador), em alguns segundos, ou até com minutos de duração (KVIFFTE, 2007, p. 107, tradução nossa)[8].

A proposta deste artigo é, através de uma entrevista com Kyotoshift[9], produtor musical e desenvolvedor da *Sample Search Tool*, avançar na compreensão sobre o fenômeno da música sampleada, suas práticas culturais e sociais potencializadas e reconfiguradas pelas mídias digitais e o movimento social da cibercultura. Para a análise dos dados qualitativos da entrevista, utilizou-se a metodologia de análise adotada por Kozinets (2014) em seus trabalhos netnográficos, aplicando uma técnica de codificação analítica manual e uma interpretação hermenêutica da entrevista.

A análise da entrevista levantou assuntos que serão trabalhos em tópicos que colocará em diálogo com a visão do produtor e a análise de sua ferramenta com teóricos a partir de uma pesquisa bibliográfica. O primeiro tópico focará na análise da *Sample Search* e sua apropriação do YouTube com os conceitos de Henry Jenkins (2009) com a cultura da convergência nas mídias digitais, misturando o papel das mídias dos produtores e consumidores. O segundo focará no resgate da música sampleada pelas produções do passado com a cultura residual de Raymond Williams (2007) e a cultura do Remix de Eduardo Navas (2012) e Lawrence Lessig (2008). Em seguida será abordado a concepção de autoria na música sampleada e como os avanços tecnológicos ajudaram a modificar o papel do autor com teóricos como Walter Benjamin (1990) e Roland Barthes (2004).

1. A "*Sample Search Tool*" de Kyotoshift

"Localizador de Sample v.1.6: gera alguma coisa obscura e inútil"[10]. Esta descrição bem-humorada é a única explicação presente no site, sobre a simples, porém interessante, *Sample Search.* A ferramenta chamou atenção entre as comunidades de produtores e fãs da música

8 No original: *To describe the process whereby a musician/ composer includes part of an earlier recording in his/ her own music, as a more or less recognizable citation. Here, 'a sample' is a continuous part of an earlier recording, and may be very short (like a "sound" used in a sampler instrument), several seconds, or even minutes long.*
9 Soundcloud do artista: https://soundcloud.com/madebyk

10 No original: "*Sample Search: generates some shitty obscure thing".* Disponível em: https://kyoto-shift.github.io/samplesearch/. Último acesso em: 16 jan. 2018.

sampleada, compartilhada em grupos do Reddit como *r/makinghiphop* e *r/futurefunk*, chats do Discord como Future Music Production e em sites especializados como o WhoSampled e o The Vinyl Factory.

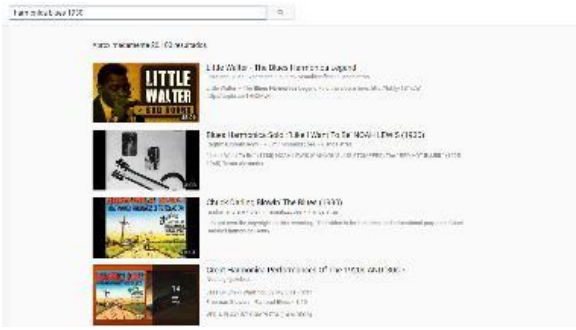
Segundo informações adquiridas em entrevista concebida ao pesquisador, Kyotoshift criou a ferramenta para facilitar a busca por *samples* mais obscuros no YouTube, um de seus lugares favoritos para encontrar faixas pré-existentes, para as manipular e inserir em suas próprias composições. O site sorteia primeiramente opções entre um conjunto de "nomes, gêneros musicais, palavras em diferentes línguas" (KYOTOSHIFT, 2017, tradução nossa). O resultado obtido é então somado com uma data entre 1930-1990, também gerada aleatoriamente, que formam um conjunto de palavras, utilizadas na caixa de pesquisa do YouTube.

Figura 14 - Interface da Ferramenta. Verbete gerado automaticamente



Fonte: https://kyoto-shift.github.io/samplesearch/

Figura 15 - Resultados no YouTube gerados a partir da ferramenta



Fonte: https://www.youtube.com/results?search_query=harmonica+blues+1930

A *Sample Search Tool* foi desenvolvida e compartilhada por Kyotoshift, a partir da sua percepção de que além dele, muitos jovens produtores utilizam o YouTube como matéria-prima na era digital. Apesar de existirem outras opções para usuários encontrarem músicas na internet como portais piratas de *torrents*, plataformas online voltadas para música como Soundcloud e Mixcloud, a praticidade, volume e a diversidade de material encontrada na rede social de vídeos do Google, atraem os artistas da música sampleada.

> Eu não acho que existem muitos produtores que não usam o YouTube para samplear. É de longe um dos melhores lugares para procurar por *samples* porque você não está limitado por onde está no mundo. Uma pessoa como eu pode literalmente encontrar músicas antigas da Coreia, Brasil, Suécia, etc. com apenas uma simples busca. O que geralmente abre um novo mundo de música e inspiração (KYOTOSHIFT, 2017, tradução nossa)[11].

O YouTube foi desenvolvido como uma plataforma de vídeos, todavia se tornou a rede social mais utilizada por usuário para o *streaming* de músicas, segundo a Forbes[12]. Desde o seu lançamento em 2005, a rede social busca acordos com as grandes produtoras para que compartilhem suas músicas, dividindo a receita da publicidade gerada através do número de visualizações, enquanto os usuários podem escuta-las gratuitamente sem infringir os direitos autorais (JENKINS; FORD; GREEN, 2014). Os usuários, por outro lado, compartilham seus próprios vídeos musicais, *covers*, *remixes* e em alguns casos, fazem o *upload* ilegal de álbuns e faixas de seus artistas favoritos, prática que a própria rede busca combater com tecnologias que conseguem identificar e remover canções protegidas pelos direitos autorais já inseridas no banco de dados do YouTube (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

Os dois fluxos de mensagem possibilitado na plataforma entre os usuários consumidores e as grandes produtoras viabilizaram uma comunidade com um grande e diversificado conteúdo, um espaço perfeito para o sampleamento digital. O YouTube, portanto, é um espaço de convergência em que os grandes produtores, a indústria do entretenimento e os usuários compartilham produções midiáticas e disputam o mesmo ambiente. A "convergência" é, deste modo, "onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se

11 No original: "*I don't think there are very many producers that don't use YouTube for sampling. It's by far one of the best places to look for samples because you're not limited to where you are in the world. A person like me can literally find old music from Korea, Brazil, Sweden, etc with just one small search. Which usually opens up another world of music and inspiration".*

12 https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2017/09/27/the-numbers-prove-it-the-world-is-listening-to-the-music-it-loves-on-youtube/#5f7a366c1614. Último acesso em: 16 jan. 2018.

cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (JENKINS, 2009, p. 29).

Embora bastante utilizado, o YouTube não possui opções de download do áudio dos vídeos, entretanto através de sites de terceiros, os músicos conseguem extrai-lo para manipula-lo nos DAWs (*Digital Audio Workstation*), os *softwares* de produção de áudio. Os produtores da música sampleada ressignificam a plataforma como uma grande musicoteca, disponível "livremente" para a busca constante por bons e obscuros *samples*.

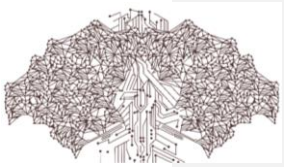
Essa prática, assim como o compartilhamento de faixas de outros artistas na comunidade, seja raridades musicais de diversos países a músicas mais comerciais e populares, são exemplos da "convergência alternativa", conceito que se refere ao "fluxo informal e às vezes não autorizado de conteúdo de mídia quando se torna fácil aos consumidores arquivar, comentar os conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los de volta em circulação" (JENKINS, 2009, p. 377).

A ferramenta busca, portanto, filtrar a busca no YouTube através de palavras-chave, para encontrar bons materiais para samplear, desde conteúdos amadores aos produzidos por grandes empresas da indústria do entretenimento. No próximo tópico analisaremos, a partir de algumas palavras listadas pela *Sample Search*, como o desenvolvedor busca reciclar os objetos "obscuros e inúteis" do passado esquecidos pela cultura dominante.

2. Cultura residual e cultura do Remix

Analisando a explicação de Kyotoshift (2017) sobre a funcionalidade da ferramenta e algumas das palavras geradas através da *Sample Search* como "*harmonica blues 1930", "trance 1953", "salón 1973", "Utah 1971", "豚 1941"* e etc. percebe-se uma preferência por encontrar sons dos mais diversos locais possíveis, dos mais diferentes gêneros e resgatar formas e expressões de épocas passadas (1930-1990) da história da música gravada. A prática cultural da apropriação e reciclagem de elementos do passado remete-se a cultura residual, definida por Raymond Williams (1997) como a criação de novas funções e valores a objetos do passado reciclando-os em novos contextos.

No livro "A Cultura da Conexão", Henry Jenkins (2014) argumenta que com as mídias digitais, a cultura residual ganha mais espaço ao permitir que os usuários vasculhem formas históricas de maneira descomplicada, criando identidades e práticas culturais com um apelo nostálgico e em oposição a certas práticas dominantes. A música sampleada possui características da cultura residual ao reciclar essas formas do passado, criando expressões, texturas e sentimentos que ao mesmo tempo que remetem a nostalgia, apresentam algo novo.



A música sampleada ao resgatar outras formas deixa também indícios. Completar e identificá-los faz parte da fruição da nova música. A música com *samples* é portanto alegórica e permite uma fruição dupla (NAVAS, 2012). Os fãs da música sampleada consomem a música em camadas: a primeira camada, que é a fruição natural, o descompromissado ato de escutar uma música, juntamente com uma segunda camada em que a fruição é identificar as origens dos *sample*.

Este modo de produção musical, oriundo das mudanças tecnológicas, das mídias digitais e da apropriação das formas e objetos na rede, é um fenômeno que Eduardo Navas (2012) define como a "cultura do Remix": "uma atividade global que consiste da troca de informação criativa e eficiente, possibilitado pelas tecnologias digitais. Remix *é* sustentado pela prática do cortar/copiar e colar" (NAVAS, 2012, p. 65, tradução nossa)[13]. O *sample* quebra a barreira entre o emissor e receptor. O ouvinte, ao mesmo que escuta como um simples consumidor, torna-se, potencialmente, um pesquisador e, posteriormente, um produtor. O processo de escutar se torna uma pesquisa histórica em que o Remix é uma maneira de reinserir essa história em uma nova narrativa, com novos elementos, criando uma maior identificação com o a realidade e tempo daquele que a consome (BOURRIAUD, 1999).

O conceito de "cultura do Remix" foi popularizado por Lawrence Lessig (2008), entretanto, ele prefere utilizar os termos "*Read/Only Culture" e* "*Read/Write Culture"* quando remete a um conceito mais amplo. O primeiro termo refere-se a uma cultura potencializada pelas mídias massivas baseada menos na interação e mais no consumo de objetos produzidos por um grupo seleto de pessoas (LESSIG, 2008). Práticas como escutar um disco de vinil em casa ou assistir um programa de televisão sãos exemplos dessa cultura em que as possibilidades de interação são menores e em certos casos o consumidor busca somente consumir determinado objeto.

Já o segundo termo refere-se a práticas culturais que incentivam a produção amadora e que permitem que o indivíduo, além de consumir, recrie novos objetos culturais a partir do que está a sua volta (LESSIG, 2008). A música *folk* passada de geração em geração através da oralidade que se transforma com o tempo, é um exemplo de *R/W Culture.* Lessig (2008) argumenta que com as mídias pós-massivas, essa cultura ganha um novo espaço e novas práticas.

Os códigos das mídias digitais, suas estruturas, estimulam a criatividade, participação e compartilhamento que criam ou potencializadas fenômenos como os blogs, as comunidades virtuais e a música sampleada (LESSIG, 2008). A apropriação, característica comum da criação

13 No original: "*A global activity consisting of the creative and efficient exchange of information made possible by digital technologies. Remix is supported by the practice of cut/copy and paste".*

amadora ganha novamente um espaço de destaque com as mídias digitais e os *softwares* de edição, modificando diversos elementos da cultura e da sociedade contemporânea.

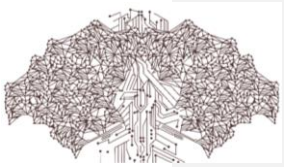
Lev Manovich (2012), assim como Lessig (2008), para explicar estes fenômenos utiliza-se de outro termo, o *metamix*, um conceito que vê o Remix como fenômeno que engloba vários aspectos da sociedade e várias práticas culturais além da música e da arte como a moda, jornalismo e a culinária. Segundo o teórico, todas as qualidades das mídias digitais são externas a seus objetos e referem-se aos códigos presentes nos *softwares* utilizados para sua produção que facilitam a manipulação e estimulam o usuário a trabalhar com seleções e elementos pré-existentes para composição de trabalhos em áreas como animação, edição de imagem, música e etc. (MANOVICH, 2012).

O *software*, portanto, determina o nível de participação do usuário. Através de *softwares* como Ableton e Fruit Loops, artistas manipulam os vários objetos compartilhados no YouTube e os remixam em novas narrativas. Como Bourriaud (1999) explica, na era das novas mídias, devido a imensa quantidade de informação disponível na internet, o que é valorizado no processo artístico não é mais necessariamente a criação de novas formas e sim a apropriação das já disponíveis, atribuindo uma nova ideia ao mesmo objeto.

Segundo Mark Ronson (2014), produtor inglês que já trabalhou com artistas como Bruno Mars, Lady Gaga, Tame Impala e Queens of The Stone Age, a facilidade com que os novos artistas conseguem encontrar material através das mídias digitais e manipulá-los alterou a noção de autoria entre esses novos artistas.

> Sabe, costumávamos ir às lojas ou às feiras de discos para encontrar *breaks* raros. Hoje vejo jovens produtores, crianças de 19, 20; eles ficam acordados a noite inteira apenas sampleando diretamente do YouTube. Eu acho que coisas como YouTube fizeram com que a geração mais jovem de hoje pensar que "Bem, tudo isso pertence a nós, certo? ". Porque isso realmente pertence: Música já é livre há bastante tempo, para melhor ou para pior. De certa forma, a cultura de hoje é realmente sobre tomar o que quiser e torna-lo seu. O que é perigoso – há linhas problemáticas aí – porque no final do dia, o crédito precisa ir para as pessoas que criaram o material em primeiro lugar. Mas faz alguma arte incrível e excitante. E isso significa que um garoto sentando em seu porão em Ohio com um laptop pode fazer algumas das músicas mais interessantes do momento (RONSON, 2014, tradução nossa)[14].

14 Original disponível em: https://www.npr.org/2014/06/27/322721353/why-would-more-than-500-artists-sample-the-same-song. Último acesso em 24 nov. 2017.



Esta mudança da transformação do papel do autor na arte com a implementação de novas tecnologias na sociedade, comentada acima por Mark Ronson (2014) na música sampleada, será discutida no próximo tópico através de como Walter Benjamin (1990), Roland Barthes (2004) e Pierre Lévy (2010).

3. Autoria na era do Remix

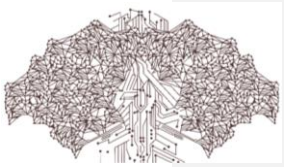
"Bem, tudo isso pertence a nós certo? " (RONSON, 2014, tradução nossa)[15]. Ao parafrasear os novos produtores na internet, Mark Ronson (2014) levanta a questão sobre como as novas tecnologias alteram o papel do autor e a maneira com que o consumidor pode manipular os objetos, criando novas e diferentes expressões artísticas. A apropriação de formas representa um dos pilares da "Cultura do Remix" (Navas, 2012), entretanto a potencialização desta ação inicia-se, mesmo que de maneira tímida, com a primeira fase da era da reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 1990).

O teórico alemão Walter Benjamin (1990) em seu livro "A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica" analisa como tecnologias como a fotografia e o cinema modificam o papel da arte na sociedade. Sua crítica mais famosa é de que essas novas ferramentas destruíram a "aura" da obra de arte ao acabarem com a unicidade do objeto, a sensação de intangibilidade e distanciamento da obra. A reprodução técnica busca a exposição e a fruição no lugar do distanciamento, recolhimento e a visão crítica. Benjamin (1990) dizia que com essas novas tecnologias a função da arte mudou. O público quer que os objetos se tornem mais próximos e também acolhem as reproduções, rejeitando o que só se pode ter uma vez. Na cultura do consumo, a repetição e a proximidade com o produto são valorizadas, por isso as obras são fáceis de serem reproduzidas.

Apesar desses pontos criticados, Benjamin (1990) reconhece algumas vantagens sobre a reprodutibilidade, como o aumento da acessibilidade de grandes obras a lugares que antes seria impossível de serem vistas pela maioria da população e que a reprodutibilidade técnica em larga escala é mais independente do original do que a manual, permitindo chegar a novas realidades que foram ignoradas pelos sentidos naturais do homem.

Além disso, o teórico explica que tais técnicas criam novas expressões artísticas e novas "funções" para arte. O cinema, ainda mais do que a fotografia, é uma arte que existe por causa da criação de tais técnicas, permitindo rodar fotografias estáticas no rolo, criando ilusões de

15 Original disponível em: https://www.npr.org/2014/06/27/322721353/why-would-more-than-500-artists-sample-the-same-song. Último acesso em 24 nov. 2017.



movimento. Além de depender da técnica para sua própria gênese, a criação de inúmeras cópias é importante para sua distribuição, já que devido ao grande custo de filmagem, a obra obrigatoriamente deve ser vista por um grande número de pessoas, uma recepção coletiva, ao contrário de obras de arte, que são feitas para serem observadas por poucas pessoas ao mesmo tempo (BENJAMIN, 1990).

Assim como o cinema, a música sampleada da "Cultura do Remix" é uma arte que foi possibilitada pelas novas técnicas de reprodução, cópia e distribuição. A repetição se torna uma das ferramentas desta tradição musical que através dos *loops* e dos *samples* adquirem uma natureza alegórica que traz a sensação de familiaridade do som pelo ouvinte, quando este reconhece a referência (NAVAS, 2012).

Outra transformação na arte com a reprodutibilidade é o novo papel do leitor. O pensador notou que a imprensa criou mais leitores e escritores, e diminuiu a distância entre estas funções. Graças a práticas como os editoriais, o leitor tem mais poder, podendo escrever e dar sua opinião em grandes jornais e revistas. "Entre o autor e o público, consequentemente, a diferença está em vias de se tornar cada vez menos fundamental. Ela é apenas funcional, podendo variar segundo as circunstâncias. A todo momento, o leitor está prestes a se tornar um escritor" (BENJAMIN, 1990, p. 240). Mesmo que o conteúdo enviado deveria ser aprovado pelos jornais, já era um grande avanço no seu poder participativo.

Além da mudança do papel do autor através do aumento de sua participação, em que cada indivíduo, em algum momento, pode se tornar um escritor potencial, há também a compreensão do papel e da função do autor, alterada depois da modernidade. Roland Barthes (2004) no texto "A Morte do Autor", argumentava que a ideia de autoria única e o mito do gênio, tão disseminadas com a escrita, estão perdendo sua relevância. Uma obra não é composta apenas de uma única mente, um criador que desenvolve um quadro a partir do nada. A obra funciona como um processo coletivo, uma bricolagem de várias culturas, experiências e citações que o escritor conheceu ao longo da vida. O sentido do texto não ocorre através do autor, e sim do leitor. "O texto é um tecido de citações, oriundas dos mil focos da cultura" (BARTHES, 2004, p. 62).

O conceito de autoria única, disseminado na escrita é também discutido por Marshall Mcluhan (2007) a partir da revolução da imprensa de Gutenberg, que através da alfabetização e da tipografia permitiu "o poder de agir sem reagir ou envolver-se" (MCLUHAN, 2007, p. 204), uma relação semelhante a *R/O Culture* de Lessig (2008). Lévy (2010) complementa essa linha de pensamento exemplificando como a música na tradição da escrita foi alterada para canções mais longas, rígidas e que valorizam a figura do compositor única em oposição a tradição oral de compartilhamento, transformação e pertencente a uma comunidade. Na música da cibercultura as

ferramentas digitais permitiram o resgate a práticas comuns da oralidade como a apropriação e compartilhamento, entretanto em termos e expressões diferentes (LÉVY, 2010).

A ideia de que não existe uma composição original, tudo são rearranjos de referências e apropriações, na era do Remix, deixa de ser uma atitude que está somente presente no conceito, no mundo das ideias, para se tornar também algo material. A obra do Remix é composta literalmente por várias referências, de vários fragmentos ou samples de outras criações. A evolução tecnológica na produção musical também levanta o questionamento sobre as relações de autoria e estimula a participação do consumidor, em um grau ainda maior que o que Barthes (2004) e Benjamin (1990) percebiam em suas análises.

Entretanto como notamos na entrevista de Kyotoshift (2017), apesar da possibilidade de samplear qualquer material, os produtores da música sampleada criam regras e valores para as práticas de criação na comunidade, muitas delas herdadas nos primórdios da sampleada e dos DJs da era analógica. No próximo tópico analisaremos tais práticas culturais.

4. A herança do crate digging análogico na música sampleada

"Como eu costumo usar o YouTube para procurar/*crate digging*, eu decidi tentar criar algo que poderia tornar mais fácil encontrar *samples* obscuros" (KYOTOSHIFT, 2017, tradução nossa)[16]. Neste trecho, Kyotoshift (2017) começa sua explicação sobre o porquê e qual a utilidade de sua ferramenta. Nota-se o uso da gíria *crate digging* para se referir a busca incessante por músicas raras e discos obscuros no Youtube.

O uso deste termo revela um sentido de herança histórica e tradição cultural advinda dos produtores, principalmente os artistas de *hip-hop* da geração anterior, da mídia analógica. *Crate-digging*, é a busca por raridades musicais, geralmente em discos de vinil, para samplear (SCHLOSS, 2014). Traduzida literalmente, a expressão "escavação de caixas" vem de produtores procurando vigorosamente em caixas repletas de discos de vinil nas lojas, principalmente nas sessões mais baratas e impopulares. A apropriação digital da música veio da prática manual dos produtores mais antigos. "Os *crate-diggers* de vinil usados de ontem tornaram-se os forrageadores digitais de hoje, arrancando seu material de origem diretamente do YouTube" (RONSON, 2014, tradução nossa)[17].

16 No original: '*Since I normally use YouTube for sample searching/crate digging, I decided to try and create something that would make it a bit easier to find more obscure samples".*
17 No original: "Yesterday's used-vinyl crate diggers have become today's digital foragers, yanking their source material straight from YouTube". Disponível em: https://www.npr.org/2014/06/27/322721353/why-would-more-than-500-artists-sample-the-same-song. Último acesso em 24 nov. 2017.

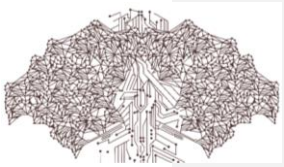
Apesar da facilidade das mídias digitais, assim como a herança do termo *crate digging* indica, a prática do sampleamento análogo, manual, ainda é um processo respeitado na formação do produtor musical e muitas das práticas culturais e sociais valorizadas nesses períodos são também valorizadas na era dos *softwares*. Kyotoshift comenta que não considera a busca por *samples* manualmente um processo vital na produção musical moderna, porém ele recomenda que todos os produtores continuem fazendo mesmo assim. O artistas argumenta que além de divertido, faz os produtores apreciarem mais seus *samples*, forçando-o a utilizar os sons encontrados ao invés de simplesmente descarta-los e partir em busca de outros (prática possível graças ao excesso de dados na internet), como também é essencial porque passa o sentimento de que os artistas estão trabalhando duro para buscar inspiração para a faixa (KYOTOSHIFT, 2017)[18].

A sensação de trabalho duro na busca por álbuns *underground*, desconhecidos pela maioria do público e raros de serem encontrados, são práticas também herdadas dos produtores de *hip-hop* e DJs dos primórdios do gênero (SCHLOSS, 2014). Apesar das novas tecnologias permitirem o sampleamento de qualquer material, os produtores estabeleciam regras internas, valorizando nas comunidades, aqueles artistas que através de sua música, passasse a ideia que se dedicaram bastante na busca pelos *samples*, desvalorizando por exemplo apropriações de trechos óbvios, facilmente reconhecidos de músicas bastante populares (SCHLOSS, 2014).

Kyotoshift (2017) acredita que o sampleamento de outros artistas deve ser livre das limitações dos direitos autorais, entretanto a criação só tem valor entre essa comunidade quando o artista realmente transforma o *sample* em uma nova expressão, em algo original e criativo e não apenas em práticas como a de produtores que, segundo o entrevistado, "simplesmente copiam e colam sessões inteiras de outras obras, as chamando de suas, só porque eles mudaram o tom. Portanto, desde que o *sample* seja diferente do original, ele deve ser permitido" (KYOTOSHIFT, 2017, tradução nossa)[19].

> Produtores como Knxwledge, 9th Wonder, Madlib, J Dilla, etc. transformam *samples* de tal maneira que os tornam obras originais. Se eu tivesse que dar um exemplo, é como o jazz antigo. Eu não lembro quantas vezes eu escutei Autumn Leaves tocada por diferentes musicistas, mas quase todo o tempo ela soa nova e diferente. E enquanto eles estão apenas tocando uma obra original

18 No original: "*I wouldn't say that it's vital to manually crate dig, but I think producers should still do it. Either because it's a lot of fun, or because it makes you feel like you're actually working hard to find some inspiration for a track. I also think manually digging makes you appreciate a sample more and, will make you more likely to use it, rather than just toss it away and keep looking".*
19 No original: "S*ome producers would just copy and paste whole sections of other pieces and call it theirs because they changed the pitch. So I think that as long as the sample is different enough from the original, it should be allowed".*



> de outro artista, as mudanças no arranjo, levada, tempo, etc. fazem soar algo novo que se distancia bastante da peça original. Pelo menos para mim (KYOTOSHIFT, 2017, tradução nossa)[20].

A sensação do trabalho duro, seja no *crate-digging* ou na composição e manipulação criativa dos *samples*, também são interpretadas como práticas de aprendizagem e sociabilidade entre os membros da comunidade (SCHLOSS, 2014). Essas regras e valores estabelecidos mesmo que informalmente na prática do sampleamento, faz com que Kyotoshift (2017), apesar de criado uma ferramenta que facilite e agilize essa atividade, volte a prática do *crate digging* manual recorrentemente.

> Embora eu realmente ame a ferramenta que criei, acredito que é muito importante para mim como produtor procurar e achar inspiração nas coisas que não foram entregues nas "minhas mãos" por minha criação. Eu concordo que é um modo um pouco estranho de pensar, mas é porque não gosto sempre de "rolar os dados" por *samples*. Em certos momentos eu tenho um pais especifico, ano, palavra, etc. em mente para procurar (KYOTOSHIFT, 2017)[21].

Considerações finais

O artigo não tem como objetivo esgotar o assunto sobre a música sampleada e sua relação com as mídias digitais, porém os depoimentos de Kyotoshift sobre o tema, sua ferramenta e as práticas dos jovens produtores aliada a uma pesquisa bibliográfica ajudam a compreender as novas práticas culturais e sociais no ciberespaço. Nota-se que as novas tecnologias alteram a função da arte e permitem novas maneiras de produção cultural como o cinema no início da era da reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 1990) e a música eletrônica na era do Remix (NAVAS,

20 No original: "*Producers like Knxwledge, 9th Wonder, Madlib, J Dilla, etc completely transform samples in a way that makes it a new original piece. I guess if I had to give an example, it's like old jazz. I don't know how many times I've heard Autumn Leaves played by different musicians, but almost every time it sounds new and different. And while they may just be covering the original piece, the changes in arrangement, flow, tempo, etc make it something new that very much separates it from the original. To me at least".*

21 No original: "*While I really love the tool I made, I think it's still important for me as a producer to search and find inspiration from things that weren't "handed" to me by the thing I created. I agree that it's a weird way to think, but it's mostly because I don't always want to roll the dice for samples. Like sometimes I have a specific country, year, word, etc in mind to search for".*

2012), entretanto as tecnologias funcionam como incentivadores e não como condicionantes ou determinantes.

O trabalho faz parte de uma primeira pesquisa exploratória de dissertação de mestrado, com o intuito de investigar o fenômeno da "Cultura do Remix", suas particularidades práticas culturais e sociais no ciberespaço, como por exemplo, a prática colaborativa do *sample hunting* em comunidades de fãs da música sampleada. O *sample hunting* (caça aos *samples*) é uma busca coletiva dos usuários para identificar as faixas pré-existentes utilizadas nas músicas contemporâneas, explorando suas origens.

Analisa-se como apesar das mídias digitais permitirem a apropriação sem restrições, as comunidades de produtores da música sampleada desenvolvem regras internas e valores estéticos que em certos momentos vão contra as possibilidades das novas tecnologias. A negação ao sampleamento de faixas muito conhecidas, a automatização do processo do *crate digging* são alguns dos exemplos disto. Tal característica também pode ser relacionada com o caráter residual (WILLIAMS, 1977) das práticas desta comunidade e a sua essência alegórica e de índice (NAVAS, 2012) que valorizam um resgate ao passado, ao mesmo tempo que se utilizam de *softwares* e das mídias digitais, criando expressões permitidas pelas ferramentas de seu tempo.

Referências bibliográficas

BARTHES, Roland. **A Morte do Autor.** In: BARTHES, Roland. O Rumor da Língua. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p. 57-64

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Época de Sua Reprodutibilidade Técnica.** In: LIMA, L.C. Teoria da Cultura de Massa. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 221-254.

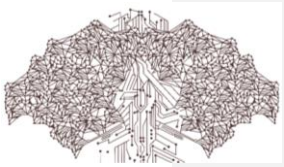
BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção:** como a arte reprograma o mundo contemporâneo. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Martins, 1999.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão:** criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia:** realizando pesquisa etnográfica online. Tradução: Daniel Bueno. Porta Alegre: Penso, 2014.

KVIFFTE, Teleff. **Digital sampling and analogue aesthetics**. 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/234037742_Digital_sampling_and_analogue_aesthetics>. Acesso em 21 nov. 2017.



LESSIG, Lawrence. **Remix:** Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy. London: Bloomsbury Publishing PLC, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2010.

NAVAS, Eduardo. **Remix Theory:** The Aesthetics Of Sampling. New York: Springer Wien, 2012.

MANOVICH, Lev. **Media After Software.** 2012. Disponível em: <**ht**tp://manovich.net/index.php/projects/article-2012>. Acesso em 2 dez. 2017.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação com extensões do homem**. Tradução Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2007.

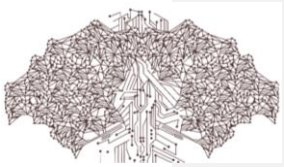
RONSON, Mark. **Why Would More Than 500 Artists Sample The Same Song?.** 2014. Disponível em: <http://www.npr.org/2014/06/27/322721353/why-would-more-than-500-artists-sample-the-same-song>. Acesso em: 24 nov. 2017.

SCHLOSS, Joseph Glenn. **Making Beats:** the art of sample-based hip-hop. Middletown: Wesleyan University Press, 2014.

SILVA, Cícero Inácio da. A Era da Infoestética: entrevista com Lev Manovich. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 6, n. 1, jun. 2012.

WILLIAMS, Raymond. **Marxism and Literature.** New York: Oxford University Press, 1977.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



YOUTUBE: COMO AS PRÁTICAS DE SHIPPAGEM INFLUENCIAM A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO?

Emília Morena Silva Felix[1]

Introdução

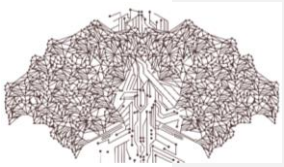
Christian Figueiredo de Caldas começou a produzir conteúdo para o canal "Eu Fico Loko"[2] em 2010, quando ele tinha apenas quinze anos. Hoje, o canal, que conta com 9.400.000 de inscritos, possui uma média de 763.434.917 de visualizações e Christian conquistou espaço de destaque na produção brasileira para o YouTube. Algumas consequências da fama foram a criação de um segundo canal[3] para conteúdo complementar e vlogs de seu dia-a-dia; a publicação de quatro livros: "Eu Fico Loko - As Desaventuras de um Adolescente Nada Convencional" e "Eu Fico Loko - As Histórias que Tive Medo de Contar", ambos em 2015, "Eu Fico Loko, V.3 - O Livro Secreto Dos Bastidores" em 2016 e "Um Coração Maior que o Mundo", romance publicado pela primeira vez em 2017; o filme "Eu Fico Loko" e a participação no filme "Internet: O Filme", também em 2017, bem como o convite para ser um dos responsáveis para carregar a Tocha Olímpica das Olimpíadas Rio 2016.

O objetivo deste artigo é identificar como as estratégias utilizadas por Christian para lidar com a expectativa e desejo dos fãs influenciaram a forma como o público reage ao conteúdo. O *youtuber* estreitou laços com as fãs e os fãs por meio de vídeos onde faz brincadeiras a respeito de sua vida pessoal e de seus amigos Mauro Nakada[4] e Lucas Olioti[5], *youtubers* que junto com Christian se autointitulam "Trupe 20:07".

Neste caso, será realizada a análise de um episódio de maio de 2017 onde Christian, conhecido pelos fãs por fazer brincadeiras, revelando sempre de quem seus amigos gostam, mas nunca expondo de quem ele próprio gosta, anuncia em um determinado vídeo que finalmente fará essa revelação, mas não a faz no fim das contas, causando revolta por parte das fãs e dos fãs,

[1] . Pesquisadora e graduanda em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC - UnB). E-mail: emifelix7@gmail.com

[2] Link para acesso ao canal principal de Christian Figueiredo no YouTube: https://www.youtube.com/user/euficoloko.
[3] Link para acesso ao segundo canal de Christian Figueiredo no YouTube: https://www.youtube.com/user/euficoloko2.
[4] Link para acesso ao canal de Mauro Nakada no YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCyyGJDITMRC0DbxMJQdG3aA.
[5] Link para acesso ao canal de Lucas Olioti (Teddy) no YouTube: https://www.youtube.com/user/T3DDYgames.



entusiastas da prática da shippagem, e trazendo como consequência um número de dislikes nunca antes visto em seus vídeos.

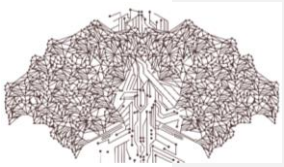
O primeiro contato com as produções do canal foi por curiosidade, percebendo a afinidade que meu irmão possuía. A fim de conhecer mais sobre, acompanhei os vídeos do canal, publicados periodicamente, de forma assídua, além de assistir a alguns vídeos mais antigos, para conseguir "ficar por dentro" do canal. Inserida numa cultura da convergência, soube que apenas isso não era suficiente, por isso também segui e acompanhei Christian Figueiredo e seus amigos em outras redes sociais, para garantir uma experiência completa dentro deste universo. A "imersão" durou cerca de um semestre e foi realizada entre janeiro e julho de 2017. Acompanhando em tempo real a repercussão do caso analisado, me despertou o interesse em escrever sobre isso, até mesmo porque depois de tanto tempo acompanhando a produção de conteúdo, percebe-se como é forte a questão da interação dos fandoms, tanto entre eles, como com outros, mas principalmente com o "ídolo" a quem admiram.

1) Contextualização: da histeria à convergência

A partir do ano 2000, a visão acadêmica sobre o que é ser fã sofreu grandes transformações. Até a década de 1990, pesquisadores enxergavam o fã como uma pessoa caracterizada por ser, em sua maioria, mulher, jovem, neurótica, histérica, alienada, vendida para a cultura de massa e sem autonomia (FREIRE FILHO, 2007): uma visão que flerta com os ideais da teoria crítica, que aponta esse tipo de relação entre fã e produto cultural como uma imersão voluntária num mundo que a indústria cria justamente com esse fim, já que a teoria crítica enxerga a flexibilidade da identidade advinda dos tempos modernos e pós-modernos como uma forma de alienação. O fã estava numa posição que significava a perda de seu senso crítico e crise de identidade. Este consumidor era o ser mais alienado possível com relação à cultura de massa, e isso fazia com que ele perdesse a noção de gosto (ADORNO, 2002).

Adorno e Horkheimer, pesquisadores da Escola de Frankfurt, foram pioneiros na utilização do termo indústria cultural com essa conotação, ainda na década de 1940. Segundo Coelho (1981, p. 33), a produção advinda dessa indústria tem como objetivo a alienação do consumidor:

> [...] que essa indústria desempenha as mesmas funções de um Estado fascista e que ela está, assim, na base do totalitarismo moderno ao promover a alienação do homem, entendida como um processo no qual o indivíduo é levado a não meditar sobre si mesmo e sobre a



> totalidade do meio social circundante, transformando-se com isso em mero joguete e, afinal, em simples produto alimentador do sistema que o envolve.

Nas décadas de 1970 e 1980, com a produção intensificada de elementos da cultura pop com elevado nível de popularidade, como foi o caso dos *blockbusters*, a citar o exemplo de Star Wars. Para Jenkins (2008, p. 188), "os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno". O mercado passou a abrir os olhos para a questão do fã, identificando esse nicho de público também como consumidor. Já a partir de 2000, com a reviravolta conceitual que trouxe maior preocupação com a questão da produção colaborativa e discussão coletiva entre fãs, esse público passou a se tornar modelo não só para a indústria comercial, mas também para pesquisadores.

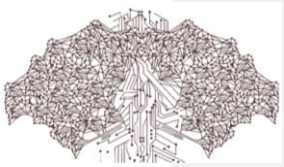
Estudos posteriores (FISKE, 2010; HILLS, 2002; JENKINS, 1992) tratam das culturas de fãs como elementos que a partir de relações sociais alteram a narrativa de certos produtos culturais, a partir do momento em que também atuam como pequenos produtores, como Jenkins (2008) analisa em sua obra Cultura da Convergência.

Essas pesquisas aproximam os fãs dos consumidores retratados pelos Estudos Culturais, que interpretam que cada um ressignifica os produtos culturais à sua maneira e com base em suas experiências. Essa vertente rompe com a distinção daquilo que é considerado cultura "culta" e cultura popular, como exemplifica Hall (2002) em suas análises sobre subculturas e a importância de se estudar grupos como esses. O público interpreta o que consome e não é mais visto como alienado, mas como produtor de impactos (sociais, culturais e políticos), já que processa o conteúdo e reivindica por aquilo que tem mais afinidade, formando assim uma identidade cultural própria.

Ao contrário da visão apocalíptica de Adorno e Horkheimer sobre a indústria cultural, as análises dos Estudos Culturais se aproximam muito mais de uma abordagem integrada desse modelo[6], Coelho (1981, p. 32 - 33) afirma:

> [...] para os adeptos dessa indústria, ou os que a toleram - os integrados - essa função central seria a mesma de toda produção

[6] Apocalípticos e integrados são termos trazidos pelo pesquisador italiano Umberto Eco. Os apocalípticos se referem às pessoas que não concordam com o sistema de cultura de massa e que alegam que ele tem uma função de alienação do consumidor. Os integrados defendem a cultura de massa tal como é, nascida numa sociedade industrial e portanto com demandas de informação em escala industrial. Nesse sentido, há um amplo acesso dessa produção cultural para toda a massa.



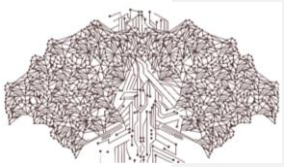
> cultural: a revelação, para o homem, das significações suas e do mundo que o cerca (com a diferença de que essa revelação se faria agora mais depressa e para maior número de pessoas, dada a tecnologia utilizada).

Para Coelho (1981), a defesa da indústria cultural a coloca ainda como o primeiro democratizador da cultura, já que possibilita o acesso dela pela massa. Dessa forma, ela atua como ferramenta que combate a mesma alienação mencionada anteriormente. Segundo Jenkins (2008, p. 43), "a convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento". Essa mudança de paradigma deve ser vista como um processo, já que é uma constante adaptação e atualização das relações que o ser humano estabelece com as tecnologias.

Neste sentido, traz-se como objeto de estudo o conteúdo feito para o YouTube pelos chamados "youtubers". A relação criada entre os consumidores e esse tipo de conteúdo vai além de receber a informação e guardá-la para si. Além da interpretação daquilo que foi consumido, a fã e o fã se colocam numa posição de criador, uma vez que também cria conteúdo espontaneamente. Dessa forma, também contribui para a manutenção do próprio sistema, que é hoje sustentado graças à convergência entre os meios tecnológicos. Não há mais a visão patológica de fã e passou-se a levar em consideração ideologia, impactos culturais e políticos da idolatria. Jenkins (1992) caracteriza as fãs e os fãs também como escritores, artistas e performers. É uma ou um fã que produz a partir do que ele mesmo está consumindo. A fã ou o fã se relaciona emocionalmente com o produto cultural e produz a partir do que consome. E com base nisso, reivindica e constrói identidade cultural.

As fãs e os fãs e consumidores daquele conteúdo se encaixam na lógica emergente do consumo afetivo e capital emocional. Ou seja, passam a consumir tendo como base uma relação "amorosa" com aquele produto, e não por mera necessidade. O consumo daquela informação é realizado com base na relação afetiva que é desenvolvida entre o fã e o produto e que acumula aos poucos cada vez mais capital emocional, ou seja, investimento emocional daquele fã com determinado conteúdo, que pode ser exemplificado por exemplo com o tempo que a pessoa dedica a esse produto.

Dessa forma, as fãs e os fãs assistem aos vídeos no YouTube, dão feedback a partir de curtidas e comentários e sugerem pautas para os próximos vídeos. E mais, se relacionam com aquele conteúdo mesmo fora do YouTube, que é sua plataforma de origem: comentam e compartilham nas mídias sociais, partilham opiniões com o círculo de amigos e ainda interagem com os próprios youtubers em outras plataformas, como o Instagram, Snapchat e Twitter.



A interação dessas e desses fãs com os produtores e também entre si cultiva o que Pierre-Lévy (1996) chamou de inteligência coletiva, que é uma prática permitida graças aos novos adventos tecnológicos e que, segundo o autor, tem potencial para transformar a realidade social. Para Jenkins (2008, p. 30):

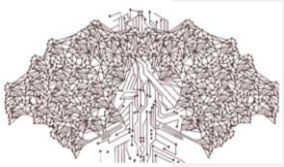
> O consumo tornou-se um processo coletivo - e é isso o que este livro entende por inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciberteórico francês Pierre-Lévy. Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência.

Esse tipo de inteligência não é exclusivo de alguns indivíduos em detrimento de outros, e sim distribuído de forma geral. Ele diz respeito a um saber que, em teoria, é compartilhado por toda a sociedade, de forma que cada indivíduo é potencial criador de conhecimento. Nem sempre o que surge da inteligência coletiva se torna conhecimento compartilhado na comunidade, mas ela funciona como um motor para a cultura de massa a partir de capacidades combinadas, ou seja, o contato entre esses fãs é o que mantém a cultura de massa. Isso ocorre graças às tecnologias que possibilitam o contato das fãs e dos fãs entre si e também com os produtores, quebrando assim a barreira geográfica que existe entre eles e fomentando a criação de conhecimento.

2) Comunidades de fãs

Os grupos de fãs se reúnem em comunidades graças a gostos em comum e dentro de seus nichos compartilham hábitos e costumes que só são perceptíveis para quem está nesse mesmo meio.

> [...] novas formas de comunidade estão surgindo: essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns. Os membros podem mudar de um grupo a outro, à medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo. As comunidades, entretanto, são mantidas por meio da produção mútua e troca recíproca de conhecimento (JENKINS, 2008, p. 57).



Essa experiência de compartilhamento é tratada por Sarah Thornton (1995) como capital subcultural, que é basicamente o conjunto de práticas e valores cultivadas por determinado grupo e que são parte da identidade cultural de quem participa daquele nicho.

O conceito de Thornton é adaptado da ideia de capital cultural proposta por Bourdieu (2010), que é um valor atribuído a conhecimentos culturais que são mais socialmente aceitáveis e que você acumula ao longo da vida por estar em uma posição privilegiada (consumo de bens culturais considerados superiores, ou cultura "com C maiúsculo"). Esses hábitos estabelecem relações de autoridade a partir do investimento afetivo e financeiro em determinados objetos.

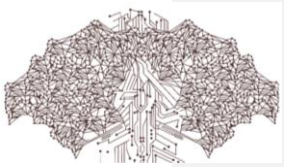
Nesse sentido, uma pessoa que cresceu tendo contato com produtos culturais considerados mais valorizados socialmente (é o caso de se ter conhecimento de cinema, música, arte e filosofia, por exemplo) se torna maior detentora de capital cultural e portanto se coloca em uma categoria superior na sociedade. Já com relação ao capital subcultural, esse grau de superioridade é dado de maneira segmentada. Por exemplo, no consumo de conteúdo para o YouTube, quem tem mais capital subcultural é quem de fato investe mais tempo nisso: quem assiste mais vídeos, sabe mais sobre a vida dos produtores de conteúdo, compartilha das mesmas expressões, participa da produção por meio de comentários, produz conteúdo alternativo, como é o caso de fanfics, entre outras práticas.

Assim, uma pessoa que consome informação no YouTube está sujeita a uma série vivências próprias daquele meio e apenas identificáveis para quem faz parte da mesma comunidade. É estar familiarizada com determinado tipo de estética utilizada na montagem dos vídeos, com determinadas gírias e expressões que são abordadas pelos *youtubers*, consumir determinados produtos ou adotar um estilo específico, tudo por influência do conteúdo que está sendo ali transmitido. A preferência de um *youtuber* por uma marca, por um tipo de música ou comida, por exemplo, pauta as fãs e os fãs, que podem adotar tais medidas por influência.

3) Fãs e cultura participativa

O fã está no centro da cultura participativa. As novas tecnologias aceleram o processo de interação e produção, bem como a formação de redes de sociabilidade. O fã, enquanto consumidor, mas também produtor, se utiliza desse sistema para moldar novas formas de circulação de bens culturais, uma vez que essas plataformas surgem e se adaptam conforme a demanda de quem as utiliza.

No caso dos fãs de *youtubers*, esse comportamento pode ser identificado a partir da prática de shippagem (torcer para que um casal fique junto), da criação de fanfics, vídeos de



reação e comentários sobre os próprios autores, mas principalmente por serem capazes de participar de fato dos vídeos, a depender do formato. É o caso de vídeos de perguntas e respostas, que se utilizam de comentários dos espectadores como informação para a criação de conteúdo.

A shippagem é o fio condutor para a análise do artigo, já que foram as consequências dessa prática que desencadearam na repercussão observada. O termo shippagem vem do inglês *shipping*, verbo em inglês que vem do substantivo *ship*, diminutivo de *relationship*. Fala-se ainda em *shipper*, que é quem pratica esse tipo de ação, que é a de torcer para que determinado casal fique junto. A shippagem pode ocorrer em produtos culturais imersos em meios ficcionais, como é o caso de filmes, novelas, livros e séries, mas também com personagens "da vida real". Uma vez tendo contato com a vida de certos produtores de conteúdo, no caso os youtubers, os fãs se sentem parte daquela vida e portanto se sentem no direito de realizar essas práticas.

Essas práticas possuem influência dos Estudos Culturais, uma vez que existem a partir de novas visões sobre o público. Público este que deixa de ser passivo e assume posição de produtor. Segundo Nelson et al. (1992), a relação mantida entre a audiência e a cultura massiva impacta modos de sociabilização e construções de identidade. A figura do fã-consumidor passou a ser valorizada como alguém que também contribui para esse meio. Acerca dessa mudança, Jenkins (2008, p. 47) afirma:

> Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos.

A cultura participativa passou a sustentar a cultura da convergência. A indústria, ao perceber o anseio do fã pelo aprofundamento desses universos, expande esse mercado de nicho objetivando o lucro. Se a fã e o fã já fazem isso por si só e de fato consomem esse tipo de conteúdo, por que não se apropriar dessa capacidade produtiva para capitalizar em cima deles? Se um consumidor de *vlogs* no YouTube já participa daquilo com perguntas e sugestões por livre e espontânea vontade e se ele busca por conteúdo que expanda o universo do YouTube, por que não investir nisso? É o caso do longa-metragem "Internet - O Filme", produzido pela Paris Filmes e estreado em fevereiro de 2017. O filme tem no enredo o contexto de uma convenção de *youtubers*, onde o elenco é representado por *youtubers* de destaque no Brasil.

Bens culturais, como é o caso da produção dos *youtubers*, abrem muitas lacunas para que haja a criação de novas leituras (HILLS, 2002). Assim, alguém que produz para o YouTube encontra formas de distribuir conteúdo e ampliar seu alcance por meio do cinema e da literatura, por exemplo. Essas lacunas não são preenchidas apenas pelos próprios produtores, uma vez que os consumidores também participam desse processo. Um dos exemplos é a criação de *fanfics*, que são contos de ficção criados pelas próprias e pelos próprios fãs tendo como personagens a ou as pessoas de quem são fãs. Esse tipo de prática é amplamente divulgado com a internet, visto que existem plataformas específicas para o compartilhamento desse tipo de conteúdo.

4) Análise

A análise começou muito antes da ideia do artigo. Acompanhando o interesse de meu irmão no canal e o lançamento do filme "Eu Fico Loko - O Filme" nos cinemas de todo o Brasil, me despertou o interesse de acompanhar o canal para entender melhor que fenômeno era esse chamado Christian Figueiredo e por que o conteúdo produzido por ele chama tanta atenção do público infanto-juvenil. Assisti a alguns vídeos antigos do canal para me inteirar do capital subcultural desse nicho, mas o comprometimento real foi com a produção realizada entre janeiro e julho de 2017, quando comecei a acompanhar os vídeos assim que eram lançados, como uma forma de entrar naquele universo. Além disso, acompanhei o trabalho de Christian e seus amigos por meio de outros canais e outras mídias sociais, porque em minha opinião, esse canal utiliza uma estratégia que bebe na fonte da narrativa transmídia. Ou seja, Christian publica conteúdo em seu canal no YouTube semanalmente, às vezes mais de uma vez por semana.

Ele também produz para o segundo canal, que conta com vlogs diários, relata um pouco de seu dia pelo Instagram, Snapchat e Twitter e também participa de outros canais, assim como outras pessoas também participam do Eu Fico Loko. Entender esse universo como um todo exige que estejamos conectados por todos os lados, e parte do capital subcultural valorizado para os fãs desse grupo é estar o mais "por dentro" possível do que acontece na vida de Christian Figueiredo, e isso vai muito além do que está nos vídeos do canal, afinal, é apenas o básico.

Entrar nesse mundo por um semestre me fez perceber como ocorre a relação de Christian com os fãs e quão determinantes eles são para a produção de novos vídeos. Existem "quadros" que utilizam perguntas enviadas por fãs, os comentários são levados em consideração, bem como mensagens respondidas nas outras redes sociais. Inclusive, a utilização das mídias como o Instagram, o Twitter e o Facebook criam um canal mais íntimo de relação do *youtuber* com os espectadores que o acompanham. Ali, além de ele publicar sobre o seu cotidiano, também recebe

críticas, sugestões e comentários a respeito do que ele está produzindo ou vai produzir eventualmente para o YouTube.

Dessa forma e acompanhando em tempo real a repercussão do caso analisado, me despertou o interesse de escrever sobre essa situação do canal em particular. Como o *feedback* dos fãs é importante para o conteúdo e se Christian leva em consideração na produção de seu canal?

Optou-se por fazer a análise de quatro vídeos do canal "Eu Fico Loko", publicados entre janeiro e maio de 2017 com o objetivo de facilitar a compreensão do feedback negativo recebido pelo youtuber Christian Figueiredo no último vídeo escolhido. Os vídeos em questão são "COMEÇANDO A QUEIMAÇÃO DE 2017! (ft. Trupe 20:07)"[7], do dia 8 de janeiro de 2017; "LEVA OU NÃO LEVA PARA O QUARTO? (ft. Trupe 20:07)"[8], de 26 de fevereiro de 2017; "A FLAVIA PAVANELLI ME LEVOU PRO QUARTO?"[9], de 23 de abril de 2017 e "MINHA CRUSH[10] FOI REVELADA? - A VINGANÇA DE MAURO!"[11], vídeo de 21 de maio de 2017 e que atingiu 32 mil descurtidas. Para facilitar a compreensão, as referências aos vídeos serão "vídeo 1", "vídeo 2", "vídeo 3" e "vídeo 4", respectivamente, seguindo a ordem cronológica de publicação no YouTube.

A linguagem estabelecida no universo dos *youtubers* é construída com base no capital subcultural desses produtos culturais juntamente aos fãs. Essas características não se limitam somente à linguagem, mas criam também relações entre diferentes canais, o que estimula a cultura participativa por parte das e dos fãs, que demandam ver esse estreitamento de relações entre canais também na produção de vídeos.

Esse anseio das e dos fãs culmina em reuniões desses produtores de conteúdo num mesmo lugar para gravarem juntos, porque mais do que conhecer o que cada um produz individualmente, a fã e o fã têm interesse em conhecer mais sobre a vida pessoal daquele determinado *youtuber* e em saber como é o seu contato com outros produtores do mesmo meio.

A Trupe 20:07, composta por Christian Figueiredo, Mauro Nakada e Lucas Olioti é um exemplo de amizade construída a partir do YouTube e sustentada por meio de fandoms, uma vez que as próprias e os próprios fãs instigam, por meio de comentários e interações em mídias sociais,

[7] Link para acesso ao vídeo 1 no YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=B2zBCewsuOY.
[8] Link para acesso ao vídeo 2 no YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=tvhYHf5ZSsw.
[9] Link para acesso ao vídeo 3 no YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=R6TXduCG3aA.
[10] O termo *crush* vem da expressão em inglês *to have a crush on*, que significa gostar ou sentir atração por determinada pessoa. O termo foi substantivado no português brasileiro para se referir à pessoa de quem se gosta ou se está "a fim".
[11] Link para acesso ao vídeo 4 no YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=YMdshQU0Y9I.

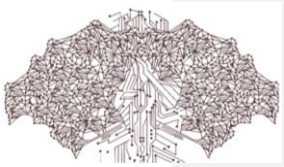
os *youtubers* para que eles interajam entre si e produzam conteúdo juntos para a internet. O nome "Trupe 20:07" remete a uma piada interna do grupo, que frequentemente imita a forma com o apresentador de televisão Fausto Silva lê as horas em seu programa Domingão do Faustão. A brincadeira se tornou cada vez mais usual e deu origem a essa denominação, que o grupo utiliza até hoje e que também é replicada pelas fãs e pelos fãs, que se sentem parte do mesmo jogo, a partir do momento em que entendem a "mesma língua" dos *youtubers*. Uma característica desse grupo é também um jargão próprio: "queimação", que significa causar alguma situação de desconforto e constrangimento. Para eles, os vídeos da Trupe são conhecidos por momentos de brincadeiras e descontração onde detalhes da vida pessoal de cada um são expostos, como seus interesses amorosos, objeto de análise do artigo.

No vídeo 1, Lucas Olioti (mais conhecido como Teddy) e Christian Figueiredo falam sobre qual dos três será "vítima" dos primeiros momentos de queimação de 2017 e resolvem brincar com o terceiro membro, Mauro Nakada, ameaçando contar de quem ele gosta. Um fato peculiar a respeito desse tipo de vídeo é que existem muitos cortes na edição quando se mencionam certos nomes, o que é feito para brincar ainda mais com a expectativa dos consumidores daquele conteúdo, que seguem especulando. O vídeo segue afirmando que Teddy foi a vítima da queimação em 2016, Mauro será a vítima em 2018 e Chris apenas em 2018, como um "pacto" firmado entre eles, mas levando para um tom irônico ao mencionar que não haverá mais queimação nos vídeos em que a Trupe 20:07 é convidada para participar.

É uma prática recorrente entre *youtubers* brasileiros gravar vídeos com brincadeiras onde tenta-se formar casais entre eles, o que fortalece a prática da shippagem por parte do fandom. Christian, em especial, tem costume de gravar com convidados uma *tag* que ele intitula de "leva ou não para o quarto", onde ele sugere vários nomes para o convidado e ele deve responder se levaria ou não para o quarto. O jogo é criado com o intuito de criar polêmica a partir das respostas, já que muitos dos nomes sugeridos são de pessoas próximas ou comprometidas.

Dessa forma, o próprio conteúdo dos vídeos impulsiona a shippagem. No vídeo 2 a tag é realizada pela Trupe 20:07 e o nome da *youtuber* Flavia Pavanelli[12] é citado por Mauro Nakada para que Teddy responda. Um fato curioso é que Chris "atropela" a resposta de Teddy afirmando que a levaria para o quarto e que gostaria que ela terminasse o relacionamento em que se encontrava para poder ir para o quarto com ele. Dentro da lógica da "queimação", quem acompanha o canal percebe que Christian sempre expõe as *crushes* de seus amigos, enquanto seus

[12] Link para o canal de Flavia Pavanelli no YouTube: https://www.youtube.com/user/blogdaflavinha.



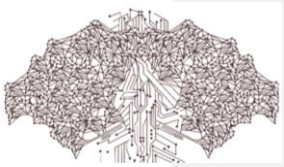
próprios interesses amorosos são sempre censurados na edição dos vídeos, causando mistério a respeito de sua vida pessoal.

No entanto, a partir da linguagem criada nesse formato, é possível identificar de quem ele "gosta", ou de quem o público quer que ele goste, já que os vídeos criam um suspense que é motivado ainda mais com os comentários feitos pelas fãs e pelos fãs. O vídeo em questão trouxe grande repercussão por parte do público em torno do suposto casal Christian Figueiredo e Flavia Pavanelli, sugerindo que ela poderia ser a nova *crush* (pessoa de quem ele gosta) do *youtuber*.

Mesmo vídeos do canal que não tem como finalidade falar sobre *crushes* também abordam questões sobre o tema, criando um sentimento de exclusividade por parte das fãs e dos fãs, já que só compreende a piada interna quem acompanha os vídeos há um tempo e com assiduidade. Com isso, depois de "queimar" em vários vídeos seus amigos Mauro e Teddy relevando suas possíveis "crushes" e chamando atenção do público para a shippagem, ele sugere por meio da linguagem quem seria a sua própria *crush*, mas sem dizer abertamente.

O vídeo 3, que foi publicado dois meses depois do vídeo 2, traz como convidada para o quadro "leva ou não para o quarto" Flavia Pavanelli. Logo no início, Christian faz uma brincadeira insinuando que o vídeo demorou para sair porque ele estava esperando alguma coisa acontecer. No caso, ele se refere ao término do relacionamento de Flavia, que já foi trazido em questão no vídeo anterior. Flavia, já sabendo da repercussão, entra na brincadeira e passa todo o vídeo flertando com Chris, enquanto ele demonstra certo desconforto, como um sinal de timidez ou ansiedade, inclusive citando que ela já foi motivos de muitos "pis" (censuras) no canal. A brincadeira segue até o último nome citado por Christian é o seu próprio nome e Flavia faz mistério para responder, alegando que em seu próprio canal já se pronunciou acerca de Chris, dizendo que num jogo de "beija, mata ou casa", decidiu que casaria com ele.

O vídeo 4 já traz em seu título um anúncio de que finalmente a *crush* de Chris será revelada, de que não haverão mais "pis" que escondam os nomes de quem eles estão falando e que, como Chris tem costume de expor intimidades dos amigos, agora chegou a sua vez de ser queimado. Dessa forma, o vídeo gravado por Christian consiste em uma "vingança" de Mauro Nakada, também participante do vídeo. Quem acessa esse conteúdo regularmente e compartilha do capital subcultural desse canal subentende de quem estão falando quando se referem à Flavia Pavanelli, que neste vídeo tem a menção censurada com a inserção de um pavão cobrindo a boca de Mauro para impedir a leitura labial. Nos vídeos, a censura é sempre realizada pela edição com uma espécie de lobo, mas neste vídeo em especial o editor se utilizou do pavão para fazer um jogo de palavras que remetesse ao sobrenome Pavanelli.



De todo modo, mesmo com a "promessa" de que não haveria mais censura, o anúncio prometido no início do vídeo também foi cortado, causando revolta nos comentários do vídeo de fãs que estão cansados desse tipo de brincadeira, que chegou a hora de ele mudar de atitude e parar de fazer promessas que não são cumpridas nos vídeos porque isso compromete sua credibilidade para com as fãs e os fãs e além disso muitas pessoas se revoltaram porque o vídeo trouxe à tona a questão da queimação que havia sido encerrada há alguns vídeos, quando Christian disse que não iria mais fazer esse tipo de coisa em seu canal.

O vídeo 4 não cumpriu com a ideia proposta. Não houve a revelação anunciada no início e desejada por meses pelo público. Consequência: um nível de descurtidas nunca antes visto nos vídeos do canal "Eu Fico Loko". O YouTube conta com ferramentas para que haja feedback do público com relação ao conteúdo. Algumas delas são curtidas, comentários, ativação de notificações e inscrições no canal, todas bastante valorizadas pelos *youtubers*, que fazem questão de lembrar as espectadoras e os espectadores em cada um dos vídeos de que devem deixar curtidas, comentários, ativar notificações e se inscreverem no canal, para que assim recebam esse conteúdo de forma facilitada, já que dessa forma o próprio YouTube identifica, por meio dessas ações, que aquele canal produz conteúdo que interessa ao usuário. Dessa forma, o site também recomenda canais e vídeos semelhantes para o usuário, facilitando e direcionando melhor a divulgação de informação.

O vídeo em questão (vídeo 4) conta hoje[13] com cerca de 179.000 curtidas, 32.000 descurtidas e mais de 7.000 comentários. Para fins de comparação, o vídeo 1 possui cerca de 371.000 curtidas, 2.000 descurtidas e 7.698 comentários; o vídeo 2 em torno de 420.000 curtidas, 2.000 descurtidas e 12,530 comentários e o vídeo 3 possui cerca de 392.000 curtidas, 3.000 descurtidas e 10.145 comentários. A diferença no número de curtidas e descurtidas é expressivamente grande quando compara-se o último vídeo publicado com os demais, publicados anteriormente, a partir de janeiro de 2017.

O vídeo 4 possui de dez a quinze vezes mais descurtidas do que os outros vídeos analisados, que possuem entre duas e três mil descurtidas, o que é um número bastante representativo com relação aos outros vídeos do canal, que possuem essa mesma média de descurtidas. A situação com o vídeo 4 foi surpreendente para o canal, até porque o vídeo atingiu metade das descurtidas apenas no dia seguinte à publicação do vídeo, em 22 de maio de 2017. A reação de Christian foi de espanto, pois não imaginava que brincar com a expectativa do público

[13] Todos os dados foram coletados em janeiro de 2018 e estão disponíveis nos vídeos do YouTube, com links disponibilizados anteriormente.

pudesse trazer consequências tão negativas para o canal. Sendo assim, o *youtuber* resolveu comentar sobre o ocorrido em seu perfil oficial do Twitter[14] no mesmo dia 22.

Christian publica um print da tela do vídeo 4, questionando se o número de descurtidas, até então 16.000 era por conta de não ter revelado sua *crush*. Em seguida, ele afirma que o propósito do vídeo era fazer suspense como uma forma de humor, justamente pelo fato de que todas e todos já sabiam de quem se tratava. Após revelar que tudo se tratava de uma brincadeira, o *youtuber* libera, em sua conta do Twitter, o fragmento do vídeo que foi censurado, quando Mauro Nakada fez a suposta anunciação de *crush*.



Print de tela da página oficial de Christian Figueiredo no Twitter com postagem de 22 de maio de 2017, onde ele publica trecho bruto que foi censurado em seu canal.

O trecho liberado mostra Mauro se referindo à *crush* de Christian como Marcela, o que em outras postagens ele explica dizendo que o nome Marcela foi inventado e utilizado por Mauro apenas para que houvesse como a pós-produção fazer a censura com o "pi". O próprio *youtuber* se esforça para esclarecer todo o ocorrido com as fãs e os fãs, complementando que sentiu necessidade de fazer isso porque ficou surpreendido com o número de descurtidas no vídeo em um prazo tão curto de tempo.

[14] Link para acesso ao perfil de Christian Figueiredo no Twitter: https://twitter.com/christian_fig.



Print de tela da página oficial de Christian Figueiredo no Twitter com postagem de 22 de maio de 2017, onde ele explica que a censura no vídeo foi utilizada para fins humorísticos.

Contudo, o anseio das fãs e dos fãs era para que Christian assumisse com todas as letras quem era a dada *crush* de quem sempre falavam, mesmo que todos já aparentemente soubessem quem era. Com isso, uma fã responde aos tweets sugerindo que eles falavam de Natália Cardoso[15], *youtuber* sempre associada nos vídeos como *crush* de seu amigo Mauro Nakada. Ele então revela que todos já sabiam que era Flavia e que quando gravaram juntos, no vídeo 3, onde realizaram a tag de "leva ou não para o quarto", isso já ficou claro.

Conclusão

O canal de Christian Figueiredo no YouTube está entre os vinte canais brasileiros com o maior número de usuários inscritos[16]. Estabelecer-se como um produtor de conteúdo na internet traz como uma das principais funções a atenção para com as fãs e os fãs, ou seja, consumidor daquele conteúdo. Afinal, é a partir delas e deles (por meio de demandas daquilo que se quer

[15] Link para acesso ao canal de Natália Cardoso no YouTube: https://www.youtube.com/user/nahcardosovideos.
[16] https://top10mais.org/top-10-maiores-canais-brasileiros-do-youtube/.

assistir) e para elas e eles que aquele trabalho está sendo realizado. Isso pode ser notado na análise realizada neste artigo.

A partir de quatro vídeos publicados entre janeiro e maio de 2017, criando de certa forma uma espécie de narrativa que culminou no último vídeo escolhido (vídeo 4) e em suas consequências, percebe-se como a repercussão causada pelo conteúdo do vídeo afetou a produção de conteúdo do canal: o jogo que o *youtuber* fez com a expectativa das fãs e dos fãs sobre revelar ou não quem seria de fato a sua *crush* trouxe revolta e indignação do público.

O que era para ser, de início, uma brincadeira, se tornou um caso de gestão de crise para Christian e sua equipe, já que o número de descurtidas neste vídeo cresceu de forma desordenada, fugindo completamente ao padrão de descurtidas que outros vídeos do mesmo canal possuíam. Com isso, ele se sentiu na necessidade de fazer uma pequena retratação em seu perfil oficial no Twitter para esclarecer que aquilo não se tratava de uma brincadeira, até porque alegou que a informação censurada era algo que já era de conhecimento de todos.

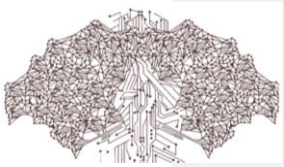
A partir desta análise conclui-se que produtos culturais imersos na sociedade moderna e pós-moderna dependem e utilizam da interação com consumidores desse conteúdo para a produção, já que nesse universo, os consumidores compartilham o papel de emissor junto ao produtor de conteúdo, seja por meio de sugestões em comentários, curtidas, compartilhamentos e criação de conteúdo alternativo, como é o caso de *fanfics* ou *fanvideos*.

No caso estudado, a relação buscada pelas e pelos fãs do *youtuber* Christian Figueiredo é estabelecida por meio do compartilhamento de capital subcultural dentro do universo do YouTube. As fãs e os fãs buscam estreitar esses laços quando interagem com o conteúdo produzido e também como práticas como a da shippagem. Ao impedir as fãs e os fãs de terem contato com esse aspecto de sua vida pessoal, situação almejada por grande parte do *fandom*, por meio da omissão do nome de sua *crush* no vídeo, Christian obteve como consequência uma quantidade nunca antes alcançada de descurtidas no vídeo, atitude que reflete a indignação dos fãs ao não terem tido a revelação prometida no início do vídeo e saberem que foram vítima de mais uma brincadeira.

Palavras-chave: YouTube; shippagem; Christian Figueiredo; Eu Fico Loko; Flavia Pavanelli.

Referências bibliográficas

ADORNO, T. Tempo Livre. In: ADORNO, T. (Ed.). **Indústria cultural e sociedade.** São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 62-70.



BOURDIEU, Pierre. Os três estados do capital cultural. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (Orgs.). **Escritos de educação.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

FISKE, John. **Understanding Popular Culture.** Abingdon, Oxon: Routledge; 2010.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil: Os Estudos Culturais e as micropolíticas do cotidiano.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 7ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HILLS, Matt. **Fan Cultures.** London: Routledge, 2002.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers:** Television Fans & Participatory Culture. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

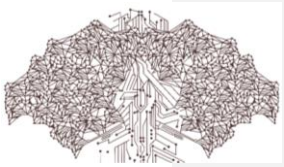
LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. 4ª edição. São Paulo: Loyola, 2003.

NELSON, Cary, TREICHLER, Paula, GROSSBERG, Lawrence, (Ed.). **Cultural Studies.** New York/London, Routledge, 1992.

TEIXEIRA, Coelho. **O que é indústria cultural.** 3ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1981.

THORNTON, Sarah. **Club Cultures:** Music, Media and Subcultural Capital. Cambridge: Polity Press, 1995.

X Simpósio Nacional da ABCiber
Conectividade, Hibridação e Ecologia das Redes Digitais.
14 a 16 de Dezembro de 2017 – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



YOUTUBERS "CRESPAS" E "CACHEADAS": VIVÊNCIAS E RESSIGNIFICAÇÕES[1]

Letícia Lopes da Silveira[2]

Resumo

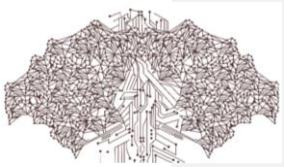
Em julho de 2017, o programa Google BrandLab[3] de São Paulo, que apresenta tendências observadas nos diversos serviços Google no Brasil, apontou que nos dois anos anteriores a busca pelo termo "transição capilar" aumentou em 55%. Essa expressão se refere ao período em que mulheres decidem interromper os tratamentos químicos ou físicos para "alisar" os cabelos, permanecendo por um intervalo de redescobertas ao conviver, simultaneamente, com duas texturas de fios: a lisa, remanescente dos tratamentos, e as naturais em crescimento (crespas ou cacheadas). Além disso, esse mesmo levantamento mostrou que o interesse pelos cabelos afro cresceu 309% e a busca por informações sobre cabelos cacheados superou, pela primeira vez, a por cabelos lisos. Esses rastros digitais materializam, portanto, uma mudança de atitude em relação aos cabelos naturais: é um tema que está sendo reconstruído e ressignificado, impulsionando muitas mulheres a procurarem saber mais sobre os cabelos crespos e cacheados e, em alguma medida, sobre as suas raízes dos/nos cabelos. as raízes dos seus cabelos.

Essa virada de interesse nos faz refletir sobre o que está motivando esse comportamento. Por isso, buscamos ao longo desse trabalho discutir como ele está associado (1) à conectividade proporcionada pelas tecnologias digitais, conforme nos aportam as discussões de Clay Shirky (2012); e (2) às possibilidades de constituir outras performances (SIBILIA, 2015; 2016) e apropriações (MORALES, 2009; NEÜMAN, 2008) nos espaços das mídias digitais. Como nosso

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 20 – Influenciadores, blogueiros e YouTubers, do X Simpósio Nacional da ABCiber.

2. A pesquisadora é mestra pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia - PósCom/UFBA e participa do Grupo de Pesquisa em Gênero, Tecnologias Digitais e Cultura (GIG@ - UFBA). E-mail: leticia.bh@gmail.com

3. "Dossiê BrandLab: A Revolução dos Cachos". Disponível em: https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/vídeo/revolucao-dos-cachos/ Acessado em: 12/01/2018.



objeto, analisaremos um conjunto de quatro vídeos de *YouTubers* "crespas" e "cacheadas" (ou YCeC, em abreviação). O intuito é observar como elas incidem sobre o intricado universo dos cabelos naturais, atravessado por questões de gênero e raça, ao criarem relatos sobre as suas vivências. Para tal, escolhemos como metodologia de investigação a concepção dos modos de endereçamento (ELLSWORTH, 2001), pois nos permitem perscrutar os indícios das escolhas que dão a ver a tentativa de diálogo das YCeC com o atual contexto ideológico e político acerca do cabelo. Propomo-nos olhar especialmente para o uso de elementos técnicos audiovisuais (como a edição do vídeo, a escolha de trilhas sonoras ou de narração), de símbolos (sejam eles as roupas, os cenários, os acessórios ou outros elementos que constituem esse espaço visível do vídeo), de discursos (as escolhas acerca do posicionamento discursivo de suas enunciações) e da sua própria forma de se colocar em cena (a *mise-en-scène*) [4].

Palavras-chave: YouTube; Cabelos Crespos e Cacheados; Modos de Endereçamento; Apropriação.

YCeC: uma produção interconectada

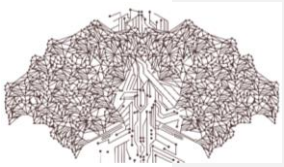
Certamente, as buscas por "transição capilar" e cabelos cacheados, citados anteriormente, apresentam uma infinidade de blogs, fóruns, comunidades em redes sociais e outros sites exclusivamente dedicados a informar e criar espaços de cooperação sobre o tema. Porém, há um destaque nos dados do Google BrandLab sobre o *YouTube*, indicando que 50% das buscas realizadas no site são relacionadas a cabelo; e três em cada cinco mulheres "cacheadas" utilizam-no como referência para o cuidado dos fios. Ou seja, há algo que torna o *YouTube* um espaço importante para essa crescente comunidade que se forma em torno dos cabelos naturais.

[4] Ao longo deste trabalho não utilizaremos o termo como um conceito, mas sim para nos referirmos as formas como elementos relacionados à "encenação" e o posicionamento de cena aparecem nos vídeos analisados. Ou seja, nos aproximamos dos significados da expressão, que remonta as peças teatrais clássicas na França, no século XIX, quando foi criada para se referir ao movimento dos personagens pelo cenário e o posicionamento dos objetos no palco.

Uma primeira justificativa, possivelmente, é o fato de o *YouTube* ser entendido como uma rede social. Diferente de outros sites desse tipo, como o *Facebook* ou o *Instagram*, para usufruir do conteúdo do *YouTube* não é necessário possuir um cadastro na plataforma. Porém, sua estrutura técnica lê os registros da navegação do usuário para oferecer um conteúdo adequado ao perfil que ele aparenta ter. Esses dados sustentam o trabalho de algoritmos, que são robôs programados para interagir com essas informações e modificar o conteúdo oferecido pelo site. Essas características estão de acordo com a atual definição de Nicole B. Ellison e Danah Boyd (2013)[5] sobre redes sociais. Estes tipos de sites, não mais se concentram em perfis de usuários, mas sim no conteúdo, apresentado em um contínuo fluxo produzido e fornecido por aqueles que o usuário interagir. Assim, as novidades dos canais assistidos ou conteúdos semelhantes serão indicadas nas páginas iniciais, sem que o usuário tenha que buscar diretamente por eles. Observa-se, portanto, que os algoritmos visam envolver o usuário na plataforma, seja apresentando a ele outros temas ou canais semelhantes, vinculando-o ao conteúdo de interesse manifestado e às comunidades que se formam por meio da produção de conteúdo, como as YCeC.

Além disso, como indicado anteriormente, essa característica viabiliza a queda de custos para determinadas ações coletivas, sobretudo aquelas que envolvem a formação de grupos e a publicação de conteúdo. Esse argumento, levantado por Clay Shirky (2012), entende "custo" tal qual um economista, ou seja, tudo que se relaciona a um gasto, seja de dinheiro, tempo, esforço ou atenção. Para o autor, organizar e manter grupos só era possível, tradicionalmente, por meio das instituições (sejam elas as corporações ou as instituições sociais, como a família ou a igreja) que conseguiam arcar com esses custos por meio de hierarquias, supervisão rigorosa, gestão de recursos ou de estruturas bem definidas. Contudo, as ferramentas digitais e a internet, por sua flexibilidade, facilidade de aquisição e sustento, prescindem disso (ou viabilizam maneiras para que essas prerrogativas ocorram de forma frouxa). Elas possibilitam um outro tipo de coordenação coletiva que, de acordo com Shirky, baseia-se no compartilhamento.

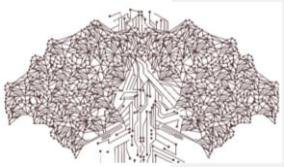
[5] A primeira definição das autoras está no texto "Social network sites: Definition, history, and scholarship", publicada em 2007 no Journal of Computer-Mediated Communication.



O autor explica que, se pensarmos nessa coordenação de ações das redes digitais, sempre haverá um desequilíbrio entre alguns usuários mais ativos e outros pouco engajados. Esse comportamento segue um formato chamado de distribuição de lei de potência (SHIRKY, 2012, p. 106), em que poucos estão mais engajados do que a grande massa, que contribui abaixo da média. Ele é diferente do padrão com o qual estamos acostumados, que é o da distribuição em curva gaussiana, que serve, por exemplo, para supor a altura de pessoas de uma região a partir da média das alturas de uma amostra de indivíduos (SHIRKY, 2012, p. 108). Como o autor explica:

> As distribuições de lei de potência tendem a descrever sistemas de elementos em interação, não meras coleções de elementos variáveis. Altura não é um sistema - minha altura é independente da sua. Meu uso da Wikipédia, porém, não é independente do seu, pois as mudanças que eu faço aparecem pra você, e vice-versa. Essa é uma das razões por que temos dificuldade de pensar em sistemas com distribuições de lei de potência. Estamos habituados a extrair médias úteis de pequenas amostras e a raciocinar sobre todo o sistema com base nelas. Quando encontramos um sistema como a Wikipédia, em que não há usuários representativos, os hábitos mentais que decorrem do costume de pensar em médias são não apenas inúteis, mas prejudiciais. Para compreender a criação de algo como um artigo da Wikipédia, não podemos procurar um colaborador representativo, pois não existe nenhum. Em vez disso, temos de mudar nosso foco e nos concentrar não nos usuários individuais, mas no comportamento do conjunto (SHIRKY, 2012, p. 110).

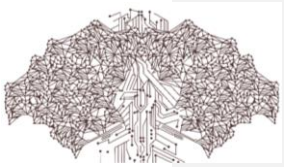
Assim, para o comportamento coletivo, a lei de potência na cibercultura tem sido positiva porque esses diferentes usos das plataformas virtuais acabam por assegurar a sua própria existência (SHIRKY, 2012, p. 107). Não é necessário um esforço para igualar as contribuições e assim manter viva ou ativa determinada coletividade, pois há uma divisão espontânea a partir dos diversos interesses e motivações que incitam a utilização da plataforma. Dessa maneira viabiliza-se a participação de uma multiplicidade de pessoas (de profissionais a amadores, de militantes a meros visitantes).



Cabe levantar, como exemplo disso, a discussão de Jenkins, Green e Ford (2015) sobre a importância do observador. O observador é aquele que nada contribui para a ação coletiva, afinal ele não está, de fato, produzindo nenhum trabalho ou conteúdo. Porém, como apontam os autores, o observador é um importante ponto de apoio, pois "proporciona valor às pessoas que compartilham comentários ou produzem conteúdos multimídia, expandindo a audiência e potencialmente motivando o trabalho delas" (JENKINS; FORD & GREEN, 2015, p. 200). Isso ocorre porque nessas plataformas virtuais tudo é rastreado, e, portanto, visitas e visualizações corporificam-se em números, transformando a mais simples das ações em uma das mais relevantes.

A distribuição de lei de potência também é interessante para pensarmos nas maneiras como ocorrem os tipos de agrupamentos nas plataformas virtuais. Há temas, interesses ou identidades que abrangem uma gama maior de indivíduos e, portanto, instigam a reunião de um maior contingente de pessoas em torno de si. Porém, existem outros grupos menores, relacionados a coisas muito específicas. Isso está relacionado ao que Castells (1999) explica sobre as conexões que a internet permite: ao deslocar os tradicionais laços das interações baseados em ambientes físicos (a nacionalidade ou os lugares que frequentamos cotidianamente, como a escola, o trabalho, etc) para ambientes digitais, nossas associações se complementam com outras que podem se basear em interesses e afinidades comuns mais dispersas e eletivas, conferindo aos indivíduos mais liberdade para se agrupar. Antes, essas associações não tomavam corpo porque não "valiam" os custos necessários para tal ou, ainda, porque os indivíduos não tinham como arcar com alguns deles. Como salienta Shirky (2012, p.24), "não tínhamos todos os grupos que queríamos, tínhamos apenas aqueles que podíamos criar".

Pensando nisso, consideramos que as YCeC se encaixam nesse tipo de coletividade, que se ergueu pela viabilidade dos baixos custos de suas atividades e das diferentes formas de participação. Isso porque, o que estava visível no dia-a-dia era a padronização do alisamento, cujos grupos de informação e compartilhamento se mantinham pela de vendas desses tratamentos. Assim, esse "processo na contramão" surgiu por meio dessas possibilidades de conexão dispersas e baratas que as "crespas" e



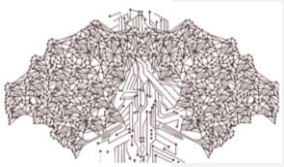
"cacheadas" encontraram aos poucos, interligando-se em redes que convergem conteúdos semelhantes, como no *YouTube*.

Dentro das comunidades de produtores de conteúdo deste site, elas representam uma parcela pequena (tanto em quantidade de canais quanto em número de vídeos) se comparadas a outros nichos que alcançam médias de milhões de visualizações por vídeo. Mesmo assim, percebe-se que há uma audiência significativa que lhes confere valor. Além disso, como destacamos anteriormente, quando o *YouTube* agrupa produções semelhantes que envolvem temas afins, ele colabora para a criação de uma comunidade engajada, ou seja, usuários que estão sempre imersos nessas produções, inclusive porque esses vídeos apresentam o intento de criar laços de afinidade[6]. As YCeC estão constantemente em diálogo com uma audiência específica, geralmente considerada como seus pares: outras jovens de cabelos crespos e cacheados, para as quais utilizam termos, gírias e referências próprias desse universo onde novas e valores simbologias emergem. Assim, a partir desses vídeos, as YCeC ressignificam seus cabelos, ou seja, quanto mais essas mulheres dão liberdade às formas naturais dos seus cabelos, mais discutimos e conhecemos as suas vivências, pois suas experiências ganham corpo, se materializam e se multiplicam nestes espaços.

Modos de Endereçamento, performance e apropriação

Na contramão de um discurso simplista que considera a tendência de revalorização dos cachos e crespos como uma mera questão de moda e estilo, acreditamos que enquanto expoentes desse processo, as YCeC constituem mais que isso: elas abrem espaço para novas vivências possíveis. Os "certos" ou "desejáveis" se dissolveram em

[6] Vídeos de afinidade, de acordo com Patricia Lange (2009) são produções que buscam estabelecer conexões comunicativas entre as pessoas de uma mesma rede social (LANGE, 2009, p.71). Seu conteúdo geralmente é interpelativo e visa chamar a atenção daqueles que se identificam como sua audiência. Dessa forma, podem não se direcionar a um público amplo, mas sim à comunidade que o cerca, contendo piadas ou formas de interação típicas daquele grupo que podem não ser compreendidas por uma audiência mais ampla (LANGE, 2009, p.73).



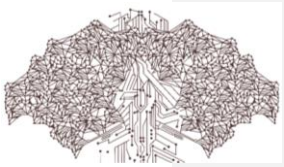
questões que há tempo não eram feitas com tanta amplitude, com uma autonomia e protagonismo nunca antes experimentados em uma mídia tradicional. Isso porque, na maioria das vezes, as mulheres que têm destaque ou são protagonistas dos produtos de mídia têm cabelos lisos ou alisados e, quando aparece algo diferente disso, é para fortalecer a norma. Assim, está colocada uma posição ideológica, onde o crespo e o cacheado são desviantes.

A partir disso, como conceito metodológico para investigar as formas como as YCeC propõem novas simbologias sobre o cabelo, buscamos os aportes de Elizabeth Ellsworth (2001) sobre os modos de endereçamento. De acordo com a autora, o entendimento de modos de endereçamento remonta os estudos de análise fílmica da década de 70, quando foi desenvolvido um conceito para tentar compreender a relação entre sociedade e indivíduo que a produção fílmica estabelece. Essa inquietação possuía fortes motivações políticas, pois se acreditava que compreendendo essa ligação, seria possível instigar ações de mudança social.

Nas entrelinhas desse intento, percebe-se que os estudos de modos de endereçamento nasceram da pertinente observação de que toda produção mediática pressupõe e deseja certa audiência. Esse público, no entanto, é imaginado, pois a produção sempre estará distante (em diferentes aspectos, sejam eles físicos, financeiros e temporais) dos espectadores "reais". Dessa forma, conscientemente ou intuitivamente, essa audiência imaginada baliza escolhas e decisões, pautadas sobre "quem" eles são, suas características, desejos, preferências e formas de consumo. A síntese disso se manifesta na pergunta "Quem esse filme pensa que você é?".

Logo, a partir desses estudos iniciais, observou-se que os filmes tentavam equiparar sua audiência presumida com a audiência real. Algumas estudiosas[7] mostraram que os filmes interpelam a audiência, convocando-lhes a um lugar preferencial de onde

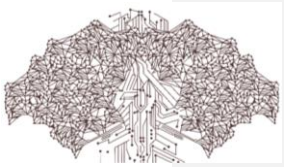
[7] O uso dos termos no feminino segue a escolha da tradução do livro *Nunca Fomos Humanos – Nos Rastros do Sujeito* (2001). Em nota, o tradutor, Tomaz Tadeu da Silva, explica que essa é uma maneira de ensaiar novas propostas que desvelem o sexismo presente na linguagem, que considera o masculino no português como "neutro". De acordo com ele, essa é uma concepção cúmplice da perpetuação de relações de desigualdade e, por compactuarmos com esse posicionamento crítico, optamos por reproduzi-la em nosso texto.



seria possível "entrar" da melhor maneira no filme – compreender seus sentidos, sentir prazer e etc. Esse lugar materializa-se em determinadas posições de sujeito, com as quais o público, pelo menos imaginariamente e temporariamente, se identifica. Para as estudiosas de cinema isso é problemático na medida em que essa posição de sujeito não se refere a uma pessoa real, mas sim a um conjunto de papéis dominantes relacionados a valores ideológicos e culturais. Além disso, os filmes oferecem repetidamente determinadas posições de sujeito em detrimento de outros, reforçando convenções sociais e padrões ideológicos desiguais, nos quais um acaba se tornando a norma e o outro o desviante.

Contudo, apesar de apontar questões importantes, Elizabeth Ellsworth (2001, p. 33) levanta várias contradições que existem nessa concepção. A primeira delas é que o modo de endereçamento não é algo visível ou qualificável em um filme, como outros elementos tais como a iluminação ou o posicionamento de câmera. Por essa razão, é difícil identificar com clareza para quem o filme está falando em determinada parte. Além disso, um filme não possui um, mas vários endereçamentos, tendo em vista as suas pretensões comerciais – não se pode restringir tanto uma produção massiva. A complexidade da experiência de ver o filme também atenua o endereçamento, porque assistir um filme é parte da vida cotidiana do espectador, permeada por diversos textos e contextos que também servem de crivo para o tipo de leitura disponível – vê-se um filme de forma diferente no cinema sozinho, em casa com os amigos ou em uma aula sobre cinema. Finalmente, a autora atesta que o cinema é político, mas não só, portanto a audiência, mesmo consciente das representações presentes nos filmes, nem sempre quer relegar aos prazeres disponíveis pela narrativa. Aliás, ela ressalta que o entretenimento e a leitura crítica não são processos dicotômicos, podem ocorrer simultaneamente e, até mesmo, involuntariamente.

Tendo em vista essas questões, as estudiosas perceberam que o melhor caminho para observar as relações da produção e da audiência não estava no texto mediático, mas sim no espaço que se constitui entre essas duas instâncias, o contexto. É certo que produtores imaginam e projetam sobre um determinado público para seus produtos, mas o interessante não está em observar o quanto eles enquadram esses grupos, mas sim olhar

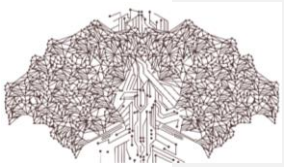


para a diferença entre o que foi escolhido e as outras escolhas possíveis. A partir dessa concepção dos modos de endereçamento, é possível convertê-lo em uma rica metodologia de análise de produtos midiáticos, pois ele nos dá subsídios para observar determinadas escolhas de produção e de que maneira elas podem indicar os momentos em que esses produtos se abrem ao diálogo com as convenções socioculturais estabelecidas em seu contexto de criação.

Nesse sentido, acreditamos que os modos de endereçamento são também pertinentes ao nosso objeto de estudo. A partir dele buscamos identificar as escolhas das YCeC que podem indicar tensionamentos das convenções e normas sociais que atravessam os crespos e cacheados. Ou seja, nos permitirá olhar para as estratégias e escolhas que essas mulheres adotam para se mostrar ou construir a sua trajetória nos vídeos que armazenam no *YouTube*. Elegemos, portanto, um conjunto de quatro vídeos escolhidos de forma intencional, nos quais tomaremos como pontos de observação (1) o espaço visível, presente nos objetos que compõem o quadro, que indicam outros elementos simbólicos que ajudam a reforçar ou criar interpretações sobre as *YouTubers*, uma vez que são escolhidos para preenchê-lo; (2) as formas de enunciação de si, ou seja, as maneiras como as YCeC se expressam; e (3) as guias e recortes presentes nos usos das ferramentas de edição de vídeo e dos recursos do *YouTube*, aspectos importantes pois a construção da subjetividade em tela é sempre editada e revela, ao mesmo tempo, o quanto elas dominam essas tecnologias. Esses aspectos do foco de análise estão sintetizados no quadro abaixo:

Quadro 1 - Síntese dos focos de análise

O espaço visível: - Vestuário; - Cenário. **As formas de enunciação de si:** - Posicionamento discursivo; - Temas escolhidos; - Estratégias de debate; - Gestualidade;



- *Mise-en-scène*.
Guias e recortes
- Edição de áudio;
- Edição de som;
- Narração;
- Roteiro;
- Escolha dos planos/Enquadramento;
- *Thumbnails*[8] dos vídeos;
- Usos de recursos do YouTube.

Fonte: Própria autora.

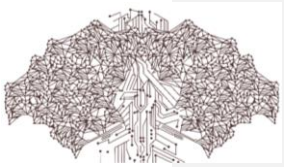
Tomamos esses aspectos por acreditar que eles desvelam interessantes características das performances a apropriações que essas *YouTubers* estabelecem na sua produção. Compreendemos o conceito de performance de acordo com as reflexões de Paula Sibilia (2015; 2016), cujo argumento indica que vivenciamos um momento de transição, no qual a constituição da subjetividade se distancia de uma "interioridade" para outras maneiras e processos de autoconstrução mais "epidérmicas" ou "extimas" (em antítese ao íntimo), que se exibem na pele e nas telas (SIBILIA, 2016, p. 48). De acordo com ela, o eu intimista, que surge na era industrial, associado à cisão entre o público e o privado e aos hábitos reservados, como a leitura silenciosa, faz parte de processos históricos que convergiram naquele momento e estimularam o seu desenvolvimento (SIBILIA, 2016, p. 129). Nesse sentido, é possível observar que algumas dessas linhas que desenharam o contexto desse indivíduo encontram-se hoje também em crise ou mutação, como a instituição da família nuclear, a separação entre o espaço-tempo do trabalho e o da vida cotidiana (SIBILIA, 2016, p. 94). Ao mesmo tempo, percebemos que a profusão de sites de mídias sociais e dispositivos móveis incitam o tempo todo a construção desse eu em tela, parte da transição do caráter (um valor interno e sólido) para a personalidade (visível e transitória) (SIBILIA, 2015). O olhar do outro deixa de ser um intruso e torna-se parte constituinte do ser e o relato da própria experiência é onde o indivíduo se realiza (SIBILIA, 2016, p.58). Isso é interessante pois esse indivíduo é, ao mesmo tempo, narrador, personagem e autor de si (SIBILIA, 2016, p.58), o que nos faz

[8] *Thumbnail* é o nome dado à imagem de pré-visualização do vídeo que aparece na grade de vídeos no *YouTube*.

crer que parte disso é também encenação e edição. Sobre isso, a autora explica "[...] esse relato não representa simplesmente a história que se tem vivido, mas ele a apresenta. E, de alguma maneira, também realiza, concede-lhe consistência e sentido, delineia seus contornos e a constitui" (SIBILIA, 2016, p.59).

Tendo em vista essa concepção, acreditamos que observar a performance das YCeC é perscrutar as formas a partir das quais elas se constituem, onde elas criam valor sobre si e sobre a sua experiência vivida. Contudo, é importante atentar que esse uso é criativo, portanto o conceito de apropriação nos permite perscrutar como as escolhas que revelam os modos de endereçamento partem de uma proposição. De acordo com Susana Morales (2009), a apropriação tem características objetivas e materiais, pois para usufruir e atuar sobre um objeto é necessário possuir ou dispor do mesmo (MORALES, 2009, p. 13). Mas, apesar disso, a apropriação não equivale ao consumo, a apropriação das TIC, como colocada pela autora, tem um caráter político. Sobre esse argumento, María Isabel Neüman (2008) o relaciona a um operador de apropriação social, por meio do qual podem surgir práticas de resistência e negociação com sistemas hegemônicos. Como apropriação social, María Isabel Neüman entende que é o processo a partir do qual grupos marginais criam novos sentidos, usos e propósitos que lhes servem como maneiras de reverberar seus próprios entendimentos do mundo (NEÜMAN, 2008, p.2). Essa ideia está ancorada na compreensão de que as estruturas e produtos sociais que os circundam têm um caráter "estrangeiro", ou seja, são feitos por e para pessoas com as quais eles não se identificam, assim, a apropriação social se refere a esse movimento duplo de resistência e negociação ao passo que essas pessoas se modificam ou se adequam para manter suas peculiaridades nesse contexto (NEÜMAN, 2008, p.2). Acreditamos que esse entendimento é pertinente para a análise das YCeC, pois, como já salientamos anteriormente, elas criam esses espaços alternativos de produção, onde outras vivências se tornam possíveis em suas performances nas telas do *YouTube*, dialogando com uma audiência de pares, em um processo contínuo de negociação e resistência diferente do que era percebido em outros espaços midiáticos tradicionais.

O cabelo como elemento simbólico



Antes de aprofundarmos nas discussões de análise desse trabalho, acreditamos ser importante pontuar quais os atravessamentos de valores que perpassam os cabelos crespos e cacheados. A seguir, propomos discutir brevemente as associações simbólicas do cabelo com as questões de gênero e raça.

Cerca de cinco milhões de pelos recobrem a pele de um humano adulto. Alguns são tão pequenos que passam despercebidos a olho nu, mas cerca de 150 mil deles, concentrados no topo da cabeça, adquirem uma notoriedade especial por suas peculiaridades[9]. O cabelo, diferente dos demais pelos, cresce ininterruptamente ao longo da vida (estima-se que um centímetro por mês) e permanece intacto por vários anos após a morte do indivíduo. Assim como os traços do rosto, ele marca a fisionomia e, por esse motivo, suas funções transcendem as finalidades fisiológicas de proteger o couro cabeludo dos raios solares e ajudar na manutenção da temperatura corporal. Ou seja, quando observamos, falamos, alteramos ou nos preocupamos com nossos cabelos, pouco importa se os fios estão cumprindo bem essas duas atribuições, o que está em jogo são seus significados socioculturais. Por isso é importante para a compreensão dos significados associados ao cabelo, defini-lo enquanto signo transitório que se constitui a partir da interação social, conforme nos aportam os preceitos do interacionismo simbólico.

O interacionismo simbólico (BLUMER, 1980), de forma sintética, concebe que é um objeto simbólico tudo o "que for passível de ser indicado, referenciado ou referido – uma nuvem, um livro, uma legislatura, um banqueiro, uma doutrina religiosa, um fantasma, etc." (BLUMMER, 1980, p. 127). A resposta para a pergunta "O que é o cabelo?", por exemplo, não está no cabelo em si, como se fosse possível apreendê-lo por meio da observação. Quer dizer, a resposta não nascerá dos sentidos e sentimentos psicológicos frutos da percepção do indivíduo que vislumbra um penteado. Na verdade, não haverá uma resposta única, pois, para dizer o que é o cabelo, torna-se necessário

[9] Fonte: "O corpo em números". Disponível em: http://super.abril.com.br/ciencia/o-corpo-em-numeros/. Postado em: 30/09/1995. Acessado em: 10/11/2016.

buscar pelas diversas relações nas quais diferentes atributos e discursos foram constituídos sobre ele pelas pessoas nas suas relações cotidianas.

Pensando nisso, percebemos que o cabelo é hoje notadamente apropriado em nossa cultura ocidental enquanto um marcador de diferenciação de gênero, ou seja, um dos elementos que caracteriza o que é masculino ou feminino. Quer dizer, o cabelo pode ser considerado como uma das manifestações desse sistema simbólico e político que é o gênero, considerado aqui não como uma propriedade dos corpos ou algo previamente existente (LAURETIS, 1989), mas sim algo em construção nas relações sociais, nos costumes, nos discursos e etc. Marcar essa associação das simbologias relacionadas ao cabelo e as construções também simbólicas e políticas de gênero são importantes para nossa discussão na medida em que atuam sobre as mulheres de duas formas: (1) definindo os imperativos de beleza, que predeterminam padrões excludentes, restringindo quais corpos e aparências são considerados aceitáveis; e (2) consolidando ideias misóginas cujo critério de classificação para capacidades e potenciais femininos é pautado somente pela aparência física das mulheres.

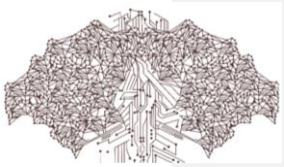
Por sua vez, os cabelos crespos e cacheados acrescentam outro aspecto nessa discussão: a recusa das mulheres desses cabelos naturais e a obsessão pelos cabelos lisos. Para além de um imperativo de beleza, isso reflete um longo processo de depreciação dos aspectos relacionados aos corpos negros, outro sistema de construção simbólica no qual o cabelo – sobretudo o crespo – é revestido de menosprezo. De acordo com Nilma Lino Gomes (2002), essa foi a base da colonização, justificativa para a supremacia do branco europeu. Assim, esses cabelos foram historicamente associados a características vexatórias que estendem o sentimento de inferioridade aos indivíduos. Para Nilma Lino Gomes (2002, p. 45), isso é evidente nos apelidos dados ao cabelo negro – o "cabelo ruim" –, a maneira como ele é simbolizado com desdém, frequentemente equiparado à artificialidade (esponja de aço) ou aos elementos da natureza (ninho de passarinho), um esforço de desumanizar as características dos corpos negros. Por essa razão, a rejeição dos cabelos crespos e cacheados não está ligada somente a uma assimilação passiva da norma: modificar os cabelos com o objetivo de alisá-los é, por vezes, um mecanismo de defesa e também um catalisador de inclusão social (MATTOS, 2015). Dentro das

possibilidades de diluir os traços do corpo negro, o cabelo é aquele mais passível de manipulações, portanto em certas circunstâncias isso se torna uma necessidade para transitar na "escala" classificatória que separa brancos de negros (FIGUEIREDO, 2016).

Além disso, a desumanização dos traços negros reflete em uma tentativa de abrir mão desses símbolos de "primitividade". Se os cabelos crespos e cacheados são sinônimos de "rebeldia", apresentam "personalidades próprias" e são "desgrenhados", alisar marca o esforço de controlar-se, demonstrando certa "civilidade". Nas representações de ascensão social, alisar o cabelo é um dos principais indícios dessa mudança, que implicaria uma sofisticação de classe. Na mídia brasileira proliferam exemplos desse tipo de construção de imaginário cuja transição de classe das personagens negras e pobres são evidentemente marcadas pelas diferenças entre os seus cabelos crespos (quando eram retratadas como pobres) e lisos (quando retratada sua ascensão social).

Contudo, é importante salientar que a resistência e as atitudes de ressignificação sempre estiveram presentes. As religiões de matriz africana – principalmente o candomblé – foram fundamentais para a permanência de outras simbologias dos cabelos e a recusa de modificações, como o alisamento. De acordo com Hidália Fernandes (2016), o cabelo (*irun*, na língua ioruba) é parte da cabeça (*orí*), que é, no corpo, um lugar de sacralidade onde se manifesta a ancestralidade de suas figuras (os *òrìsa*, *vodun*, *nkisi*, caboclo, encantado, etc). Portanto, o cabelo "nem deve ser tocado e manipulado por qualquer pessoa, nem de qualquer jeito. Para essas mulheres, pertencentes a comunidades de terreiro, cuidado, precauções e até mesmo algumas interdições se fazem necessárias" (FERNANDES, 2016, p.124).

Ademais, encontramos na história outros momentos de grande visibilidade dos cabelos enquanto símbolo de afirmação. O mais importante deles, certamente ocorreu durante os movimentos sociais pela reinvindicação de direitos na década de 1960, sobretudo nos Estados Unidos, a partir da ação do movimento negro. Nesse processo, houve uma valorização da cultura e da estética negra, que encontrou no lema e estilo



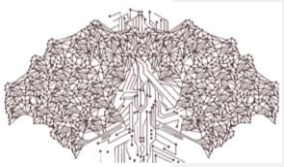
"*black power*"[10] e no slogan "*black is beautiful*" seus maiores símbolos políticos, que se espalharam pelo mundo. Essa estética negra, reconhecida pelo movimento *black*, permaneceu viva em outros campos, como na música. Estilos como o *jazz*, o *blues* e o *soul*, também foram apropriados como laços de identificação e alguns de seus intérpretes e fãs mantiveram por anos o estilo *black*. A exemplo disso, podemos citar o Movimento Black Rio, que mobilizou grandiosos "bailes *soul*" na década de 70 no Rio de Janeiro e em outras cidades brasileiras.

Cabe destacar também a importância do Ilê Aiyê, bloco que saiu às ruas de Salvador em 1975, incorporando ao carnaval "a temática da afirmação do negro, valorizando o cabelo, as vestimentas, o candomblé, a cultura e as tradições. Como salienta Armando Almeida (2010), o bloco exerceu uma importante mudança de foco na contestação do racismo, incentivando a alteridade no lugar de uma transformação do outro. Neste mesmo período, houve, no Brasil, o surgimento de outro importante grupo para a ressignificação negra: a fundação do Movimento Negro Unificado (MNU). De acordo com Ângela Figueiredo (2016, P. 26), o MNU foi um importante ponto de apoio para a afirmação dos valores negros e africanos, responsável por incentivar uma adesão à estética particular que rompia com o padrão branco vigente.

Dessa maneira, certamente, mesmo que de forma diluída, esses antecedentes históricos estão por detrás da atual visibilidade dos cabelos crespos e cacheados e da busca pela "transição". O legado dessas afirmações de uma estética negra ou disruptiva atuam como uma rica fonte discursiva que legitima as mulheres – e homens – que hoje assumem seus cabelos naturais, nesses outros discursos que surgem de forma coordenada nas vivências de mulheres, como das YCeC que descreveremos a seguir.

Vivências e ressignificações em tela

[10] O estilo *black power*, ou *black*, é conhecido por uma forma de penteado que valoriza o volume dos cabelos.

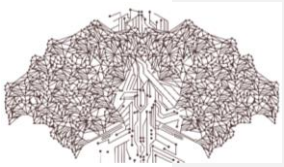


"Oi, gente, tudo bem?", dizem as quatro *YouTubers* em coro. Uma pausa inesperada segue a saudação e o constrangimento causado pela falha transforma-se em risos. "É estranho, né?", comenta Jéssica. "É a primeira vez que eu tô gravando com gente assim, sabia? Estou nervosa!", confessa Camilla. A imagem em preto e branco marca a cena como algo que está (ou deveria estar) fora do vídeo, um erro a ser cortado, falas que revelam circunstâncias de estranhamento e excitação que fazem parte dos "bastidores". Contudo, esse é o primeiro trecho do vídeo "SEU CABELO É PERFEITO! Sarah, Ana Lídia e Jeu D. ❥", postado no canal da YCeC Camilla S. com a participação das outras três listadas no título.

O vídeo segue como uma conversa. Ao longo de pouco mais de doze minutos de duração, elas demonstram bastante desenvoltura com a câmera. Mantêm uma postura ereta, falam com um tom de voz alto e bem pronunciado e sempre estão em uma posição de frente para a câmera, revezando o olhar entre elas quando direcionam a fala às outras. Percebe-se que não há uma roteirização das falas, apesar de demonstrarem que houve uma conversa prévia ao vídeo sobre os assuntos a serem discutidos. Dessa forma, as colocações de cada uma seguem o improviso: diante das perguntas dizem o que pensam, tal como ocorre nas conversas casuais entre amigas, o que é simulado no vídeo. Porém, apesar disso, elas têm o cuidado de manter o silêncio enquanto a outra se posiciona, o que demonstra o quanto estão conscientes de suas posturas diante da câmera - sabem que se falarem todas ao mesmo tempo, o público que assiste não compreenderá.

Existe uma certa estrutura no formato do vídeo. Depois da abertura, elas cumprimentam o público, se apresentam, e o tema sobre o qual a conversa será direcionada é estabelecido. A YCeC, em cujo canal o vídeo está postado (Camilla), coloca-se ao centro da tela e assume o papel de mediadora da conversa. Essa posição é relativizada diversas vezes, pois as outras também formulam perguntas e fazem interferências ao longo do debate, direcionando-o à revelia da condutora. Contudo, isso não gera uma tensão entre elas, é percebido como algo natural e construtivo.

Essas características narradas sobre este vídeo estabelecem uma observação importante sobre a performance em tela: elas demonstram uma familiaridade muito grande com a linguagem e os formatos dos seus vídeos. Neste caso, ele se destaca em



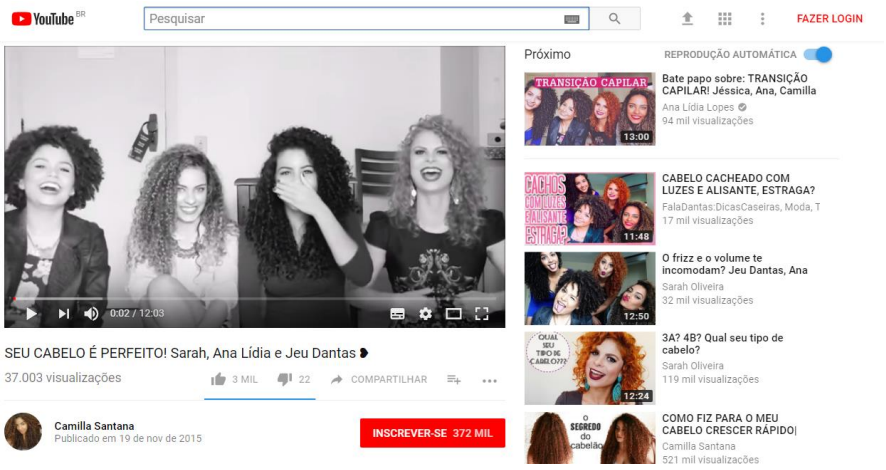
dois pontos: o refinamento do uso da técnica de edição para construir sentido e a consciência compartilhada da estrutura do vídeo e dos comportamentos adequados diante da câmera. Assim, está claro o quanto elas expressam um conhecimento sobre a tecnologia (no caso, o audiovisual) e a competência para o seu uso (tanto em relação à técnica de filmagem e edição, quanto às maneiras de recobrir sua produção dos sentidos pretendidos). Ou seja, elas compreendem as funções, potenciais e limitações dos seus vídeos, ao mesmo tempo em que demonstram diversas habilidades para produzi-los a atuar simbolicamente sobre eles.

A escolha deliberada de iniciar o vídeo com a cena do erro, marcando-a em preto e branco para diferenciá-la, indica uma intencionalidade que se reflete na mudança de compreensão do momento: não o tomamos mais como uma falha, mas sim como uma estratégia de propor uma relação com quem assiste. Assim, criamos, de certa forma, uma simpatia por elas, o que é fundamental para estabelecer o tom do vídeo, que é o de uma conversa. Nesse sentido, o uso da técnica transcende um aspecto de ferramenta. Assim, como aconteceria em um diálogo real, elas erram, se constrangem e acham estranho falar para uma câmera – ou seja, elas humanizam o ato de se colocar em exibição em vídeo, uma tarefa que nem sempre é considerada fácil ou "natural" em nosso dia a dia. Em outras palavras, podemos dizer que elas se utilizam desses recursos para revelar - mais ou menos conscientemente - um pouco do "modo de fazer do vídeo", quebrando a "magia" que poderia contribuir para afastá-las de nós, estabelecendo uma afinidade.

Contudo, esse não é o único diálogo estabelecido pelo vídeo, ele ocorre, na verdade, em diversos níveis: elas estão falando entre elas, com a audiência e entre os vídeos e canais. Quer dizer, mesmo nesses casos em que a conversa ocorre presencialmente entre as *YouTubers*, elas interpelam a audiência o tempo todo – convidando-a a comentar, compartilhar ou conhecer os canais das outras YCeC – e os vídeos são associados a outros, que aparecem indicados como "Recomendados" no menu lateral do *YouTube*. Esse tipo de diálogo, a nosso ver, salienta uma situação onde elas apresentam suas capacidades de agir sobre a tecnologia em uso (no caso, o *YouTube*). Como discutimos anteriormente, esses vídeos recomendados pelos algoritmos do *YouTube* são muitas vezes do próprio canal da *YouTuber* ou de outros canais cujos temas

estão associados às palavras indicadas no título do vídeo. Acreditamos que eles corporificam a agência da plataforma e essas imagens complementam e criam sentidos outros que acabam também por interferir no entendimento do que é assistido. No exemplo observado abaixo (Figura 1), outros vídeos gravados pelo grupo das YCeC para os demais canais aparecem no topo das recomendações e os temas deles são "transição capilar", preocupações com descolorações e incômodos com "frizz " e "volume". Eles são seguidos por vídeos individuais das *YouTubers*, cujos temas são “tipos de cabelo”, dicas sobre como acelerar o crescimento dos cachos, relação do cabelo com o “sentimento de identidade” e dicas sobre como “arrumar” o cabelo. Esses vídeos recomendados destacados lado a lado do vídeo em reprodução, conforma um cruzamento interessante de aflições, sentimentos, definições e orientações perpassado pelo cabelo.

Figura 1 - Vídeos recomendados ao usuário que assiste o vídeo “SEU CABELO É PERFEITO! Sarah, Ana Lídia e Jeu D.”.



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=AtiK3rniEE0. Postado em: 19/11/2015. Acessado em: 30/01/2018.

Assim, se antes o crespo e o cacheado estavam colocados em uma esfera normativa desviante, aqui eles estão em outro universo simbólico: estão sendo

descobertos, compreendidos e redefinidos. Podemos dizer que é uma nova *mise-en-scène*, uma outra forma de encenar esse cabelo, conferindo-lhes outros valores opostos às noções depreciativas que os envolviam antes.

É interessante perceber, inclusive, que elas desenvolvem estratégias para agrupar os vídeos, demonstrando o quanto são conscientes da necessidade de se apropriar da agência da plataforma, em um uso criativo e consciente das regras que atuam sobre elas. Isso porque o *YouTube* não disponibiliza formas para que esses vídeos em grupos sejam facilmente encontrados. Para localizá-los, o usuário teria que acessar individualmente cada canal e procurar entre as postagens os vídeos que formam o conjunto. Mas, como indica o exemplo abaixo do vídeo "TRANSIÇÃO CAPILAR: DANI A. E PAPO DE CACHEADA" (Figura 2), o uso padrão do título (Papo de Cacheada) favoreceu a associação dos vídeos, pois diversos deles (postados em diferentes canais), aparecem indicados no menu lateral. O uso da mesma *thumbnail* também contribui para identificá-los como partes separadas de algo coletivo, facilitando o direcionamento das (os) usuárias (os) que se interessarem em seguir as discussões da série. Ao refletirmos sobre essas apropriações, percebe-se que ela é uma forma de subverter os usos colocados pela agência da tecnologia, no caso, o *YouTube*, criando novas formas de produção criativa não previstas pelo mesmo.

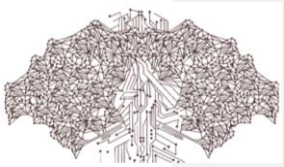
Figura 2 - Vídeos recomendados ao usuário que assiste o vídeo "TRANSIÇÃO CAPILAR: DANI A. E PAPO DE CACHEADA".



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=XD4IdCA19eE. Postado em: 13/04/2015. Acessado em: 30/01/2018.

Se pensarmos sobre a intencionalidade desse esforço em cruzar os vídeos, temos algo importante a avaliar sobre os modos de endereçamento: elas buscam por uma performance compartilhada. Elas demonstram que há uma relevância nessa discussão entrecruzada, que não as isola em seus canais, oferecendo uma pluralidade de discursos sobre o cabelo. Atentando para as formas de enunciação de si, podemos afirmar que isso reflete o seu posicionamento discursivo, cujo esforço está em mantê-lo aberto e plural. Acreditamos que isso também é fundamental para a visibilidade desse tema (a volta e valorização dos cabelos naturais), pois ao nos depararmos com essa diversidade de canais falando sobre o assunto, ele toma outra dimensão de importância. Não é um canal ou uma mulher, mas sim um grupo diverso e dedicado.

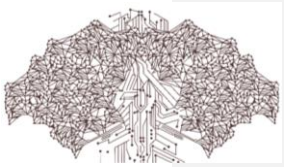
Ao mesmo tempo, o processo de estabelecer significado perpassa, em muitos momentos, a determinação de diferenças, ou seja, a demarcação daquilo que ‘não sou’. Algumas escolhas das YCeC demonstram o intento de estabelecerem suas diferenças para demarcar o que é a vivência “crespa” e “cacheada” e, consequentemente, as maneiras como elas buscam criar novos sentidos para as significações associadas ao cabelo.



A exemplo disso, no vídeo "Papo Cacheada" citado acima, as *thumbnails* padrão (Figura 2), nos dão uma pista simbólica importante: a imagem das YCeC deitadas em círculo com seus cabelos entrelaçados como se fossem um só. Essa imagem sintetiza o que acontece na maioria dos vídeos: o que interliga as suas experiências e cria uma identidade coletiva entre elas é o cabelo. Assim, ao refletirmos sobre quem elas são, há esse ponto em comum, uma trajetória semelhante de autorrejeição e tentativas de se adaptar ao padrão do cabelo liso que, interrompida por algum fator, fez com que elas voltassem ou valorizassem as formas naturais dos seus cabelos.

Contudo, apesar da trajetória semelhante, sua *mise-en-scène* (as maneiras como se apresentam) e posicionamentos discursivos (o que elas afirmam e defendem sobre as suas experiências) indicam percursos diversos. No vídeo de Dani A., é interessante que cada uma tem uma peculiaridade acerca do seu processo de "transição", assim é oferecida a quem assiste uma variedade de histórias a partir das quais esse público pode relacionar com a sua própria experiência (ou, como apontamos anteriormente, posicionamentos discursivos distintos). Inclusive, a performance das YCeC em tela denota essas peculiaridades de cada uma, indicando como que ser "crespa" e "cacheada" não é ser igual à outra: as roupas, as gestualidades, as maquiagens e até o modo de falar de cada uma é diferente. Em formatos como esse, um vídeo em grupo, isso fica ainda mais evidente, pois neste contato face-a-face observamos de forma mais intensa as negociações e tensões entre as vivências "crespas" e "cacheadas" que elas constroem individualmente em seus canais, pois elas acabam sendo colocadas em jogo nessa interação.

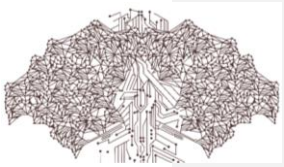
Por outro lado, percebe-se que essa diversidade é questionada por algumas YCeC, o que é algo muito intrigante, pois observamos que há entre elas diferenças e conflitos entre projetos, ou seja, as aspirações que transcendem o mero uso. No vídeo "Cadê as pretas no Youtube??", Rose H. reflete sobre a representatividade das mulheres negras em outros espaços midiáticos, como nas propagandas das marcas de produto para cabelo. Quer dizer, ela aponta para o fato de que em diversas vezes, as mulheres negras escolhidas são aquelas cujos traços remetem às características brancas, como pele "mais clara" e cabelo com cachos abertos e não cabelos crespos. Porém, de acordo com sua percepção, isso tem se refletido no YouTube, pois as YCeC que possuem maior número de inscritos



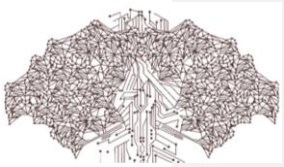
têm também esse tipo de aparência. Nesse sentido, como Rose propõe, isso não está relacionado ao conteúdo dos canais, pois tanto em aspectos técnicos quanto em relação ao conteúdo, diversas negras se equiparam à qualidade dos canais mais visualizados. Por isso, a provocação de Rose suscita questões sobre hierarquias e visibilidade: em quais outros espaços e circunstâncias essas mulheres estão que as permite adquirir maior visibilidade? Existe um tipo de crespo e cacheado mais "agradável" que o outro?

Por isso, apesar de suas performances acentuarem suas diferenças, isso não está livre de tensões, devido a estes distintos projetos presentes em suas apropriações, ou seja, intenções e aspirações que elas delineiam em seus canais para suas vidas ou para um bem comum. Inclusive, nas falas sobre a transição e sobre essa identidade coletiva compartilhada pautada no cabelo, a grande referência é a própria experiência de vida das YCeC, um posicionamento discursivo que muitas vezes não se aprofunda em questões mais pungentes. Por exemplo, no vídeo citado anteriormente de Camilla (Figura 1), Ana Lídia considera o padrão dos cabelos lisos como algo de uma imposição da sociedade que está presente há muitos anos. Por sua vez, no vídeo de Dani (Figura 2), Maraísa diz que quando cortou seu cabelo, sentiu-se triste porque se viu como "um menino". Elas estão se referindo aos atravessamentos da questão racial e de gênero sobre o cabelo, mas isso não é discutido para além disso. Compreendemos que nem sempre esse debate tem que estar presente nos vídeos, sobretudo esses que se propõem a um tom de conversa casual, contudo isso pode incomodar a determinadas pessoas do público que acreditam na importância da ampliação dessas discussões. Para algumas YCeC como Rose, é possível pensar que se existe um intento de mudança social na apropriação dessa plataforma - um novo espaço de fala como um meio de vislumbrar diferentes performances e vivências com pouco espaço na mídia tradicional – e ao fazê-lo sem tocar nas questões centrais dos problemas que geram essas opressões e relações de poder que se materializam no cabelo, esse projeto acaba por limitar-se. Isso porque ao abordar pouco o cerne da questão, faz parecer que as pressões racistas e de determinação de gênero são pontos secundários e não as causas da discriminação e dos incômodos sofridos pelas mulheres.

Considerações Finais



Como observamos neste trabalho, para as YCeC o cabelo é algo novo, um potencial "adormecido" a ser descoberto, valorizado, compreendido e externado. Portanto, não é algo feio e excêntrico, como considerado antes, mas sim um símbolo de amor próprio, um divisor de águas em suas vidas. Essa vivência "crespa" e "cacheada" construída nesses vídeos é, sobretudo, diversa. A todo momento as *YouTubers* marcam as suas diferenças, tanto em relação ao passado – quando alisavam o cabelo e sentiam-se incomodadas com a aparência – quanto demonstrando que têm tipos de cachos, estilos de vida e experiências distintas. Assim, não é possível encontrar a resposta para a pergunta "o que é ser 'crespa' ou 'cacheada'?" a partir do canal de apenas uma delas. Para compreender isso é necessário circular pelo conjunto que formam, considerando as suas singularidades. Valorizam, inclusive, a experiência coletiva, buscando produzir vídeos que entrelaçam seus canais, criando redes e articulações entre si, favorecido pela interconectividade proporcionada pela plataforma. Isso não quer dizer que não existam tensões. Como salientamos, em grande parte, o que une as YCeC é o cabelo, o que gera questionamentos sobre a unilateralidade desse referencial de identificação. Para algumas, essa forma de associação é frágil, já que por vezes ela apaga discussões mais aprofundadas sobre as causas da discriminação ao crespo e cacheado - relacionadas às questões de raça -, ou dos conflitos relacionados aos padrões de beleza - relativos à questão de gênero. Ao mesmo tempo, acreditamos que é essa diversidade de abordagens e diferentes níveis de participação que fazem do *YouTube* um espaço interessante para a construção desse grupo de "crespas" e "cacheadas" e de diferentes significados sobre o cabelo. Diferente de outros sites de rede social, como o *Facebook*, dificilmente um usuário encontra espontaneamente conteúdos que podem ser diferentes daqueles pelos quais busca, principalmente relacionados a grupos específicos, como as "crespas" e "cacheadas". Para encontrar uma discussão sobre cabelos no *Facebook* é necessário já estar envolvido com pessoas ou comunidades que abordem esse tema. Contudo, como o conteúdo dessas *YouTubers* muitas vezes extrapola o tema principal dos cabelos – falam também sobre viagens, moda, saúde e outros assuntos relacionados ao cotidiano –, uma pessoa pode conhecer as questões dos crespos e cacheados ao navegar despretensiosamente por vídeos de uma *YouTuber* após chegar ao canal enquanto buscava



dicas de maquiagem. Ao mesmo tempo, como discutimos, a própria estrutura da plataforma e a agência das YCeC em estratégias de articulação de suas produções corroboram para envolver seu público nesse vasto universo simbólico construído em seus canais. Ou seja, os diferentes graus de engajamento e das discussões estabelecidas sobre os significados dos cabelos – alguns mais pungentes e combativos lado a lado de outros mais leves e cosméticos – associada à conectividade do *YouTube*, tornam esse espaço tão aberto e propício ao desenvolvimento das diferentes construções simbólicas e vivências dos cabelos crespos e cacheados.

Referências bibliográficas

ALMEIDA JUNIOR, Armando Ferreira de. **A contracultura e a política que o Ylê Aiyê inaugura: relações de poder na contemporaneidade**. Tese (Doutorado), 2010 Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

BLUMER, Herbert. "A natureza do interacionismo simbólico." IN: MORTENSEN, C. David. (org) **Teoria da comunicação: textos básicos**. São Paulo: Ed. Mosaico. P. 119-138. 1980.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

ELLISON, Nicole B.; BOYD, Danah M. Sociality through social network sites. In: DUTTON, W. (Ed.), **The Oxford Handbook of Internet Studies**, Oxford: Oxford University Press, p. 151-172. 2013.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito.** Belo Horizonte: Autêntica, p. 7-76, 2001.

FERNANDES, Hidália. Escritos Negros Femininos sobre *orí* e *irun* (cabeça e cabelos) de *obìnrin dudú* (mulheres negras) pertencentes a comunidades de terreiro: aprendizagens e ensinamentos “da porteira pra dentro”. P. 115-140. In: FIGUEIREDO, A.; CRUZ, C. (Org). **Beleza Negra: Representações sobre o corpo e a identidade das mulheres negras**. Coleção Uniafro. Cruz das Almas: EDUFRB; Belo Horizonte: Fino Traço, 2016.

FIGUEIREDO, Ângela. Beleza Pura: Símbolos e Economia ao Redor do Mundo. P. 15-40. In: FIGUEIREDO, A.; CRUZ, C. (Org). **Beleza Negra: Representações sobre o corpo e a identidade das mulheres negras**. Coleção Uniafro. Cruz das Almas: EDUFRB; Belo Horizonte: Fino Traço, 2016.

GOMES, Nilma Lino. Trajetórias escolares, corpo negro e cabelo crespo: reprodução de estereótipos ou ressignificação cultural?. **Revista Brasileira de Educação**, n. 21, p. 40-51, 2002.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo, Editora Aleph, 2015.

LANGE, Patricia G. Videos of affinity on YouTube. IN: SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick (Ed.). **The YouTube Reader**. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.

LAURETIS, Teresa. La tecnología del género. IN: DE HOLLANDA, Heloísa Buarque (org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura.** Rio de Janeiro: Rocco, p. 206-242, 1994.

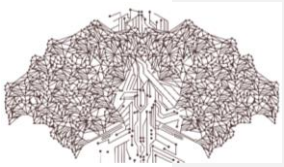
MATTOS, Ivanilde Guedes. Estética afro-diaspórica e o empoderamento crespo. **Pontos de Interrogação – Revista de crítica cultural**, UNEB, v. 5, n. 2, jul./dez. 2015.

MORALES, Susana. La apropiación de TIC: una perspectiva. IN: MORALES, S; LOYOLA, M. I. **Los jóvenes y las TIC. Apropiación y uso en educación.** Córdoba: Editorial de la Universidad de Córdoba, 2009.

NEÜMAN, María I. La apropiación tecnológica como práctica de resistencia y negociación en la globalización. **G. Cimadevilla (Comp.) Comunicación, tecnología y desarrollo: Trayectorias.** Universidad Nacional de Río Cuarto. CICOM-UNRC, 2008.

SHIRKY, C. **Lá vem todo mundo – O poder de organizar sem organizações**. Rio de Janeiro, Editora Zahar, 2012.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 17, n. 3, p. 353-364, 2015.



_____, **O Show do Eu – A intimidade como espetáculo**. 2ª ed., rev. – Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

