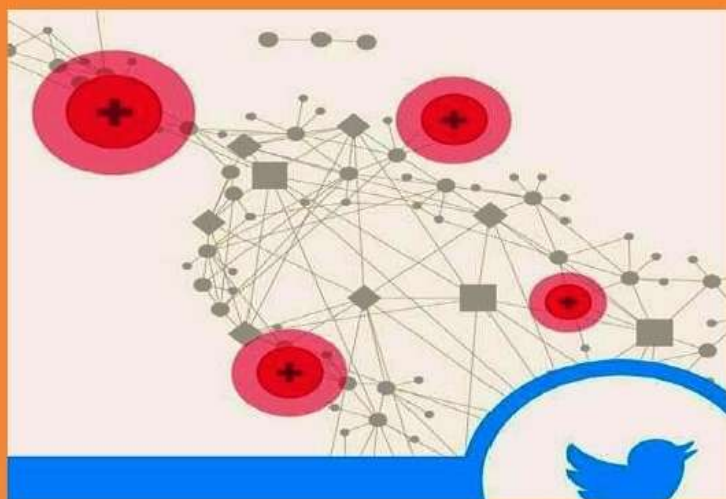


TIC's latinoamericanas

Antecedentes, tendencias, usos y representaciones



**Ada C. Machado da Silveira, Marina Poggi Carter
y Sergio Duarte Masi (Orgs.)**



Internacional del
Conocimiento

Ada C. Machado da Silveira, Marina Poggi Carter
y Sergio Duarte Masi (Orgs.)

TIC's latinoamericanas
Antecedentes, tendencias, usos y representaciones
ISBN: 978-956-8416-41-6

Libros de la Red Internacional del Conocimiento,
Colección e-200

<http://www.internacionaldelconocimiento.org/>

La Internacional del Conocimiento es una red académica de profesionales del conocimiento comprometidos con la calidad del mismo y la honestidad intelectual. Ajena a cualquier interés corporativo de ideologías, partidos políticos, creencias religiosas, de entidades estatales y gubernamentales, su objetivo es servir de espacio para el debate y los intercambios en saberes y creaciones provenientes de todos los ámbitos disciplinarios, científicos y de la creación, sin restricción de latitudes geográficas.

La Colección e-200 es una iniciativa de comunicación científica de la Internacional del Conocimiento. Sus finalidades son:

- Favorecer la constante comunicación e intercambios que anima la propia existencia de la red;
- Dar continuidad a los intereses temáticos de sus participantes en especial en los momentos de realización de los congresos y encuentros de la red;
- Promover la constante divulgación de trabajos académicos en el espacio global;
- Incrementar la referencia pública de la red.

Ediciones de la Internacional del Conocimiento
Santiago de Chile, febrero 2016

By Ariadna Ediciones <http://ariadnaediciones.cl/>

Obra en *Open Access*, sujeta a las condiciones de uso de la licencia creative commons [by](#)



Consejo Editor Científico Proyecto e-200

Elian Araújo, professora Faculdade Presbiteriana Mackenzie de Río de Janeiro, Coordinadora Rede ILADISC - Iniciativa Latino Americana de Direito, Sociedade e Cultura

André Porto Ancona, Professor da Faculdade de Ciência da Informação da Universidade de Brasília

Silvia Fridman, Profesora jubilada Universidad de Buenos Aires, ex Directora del proyecto UBA XII

Gilmar Bedin, Profesor y coordinados del Mestrado en Derechos Humanos, UNIJUI, ex Reitor da UNIJUI

Tania Carranza, Profesora de Estudios Latinoamericanos, Universidad Nacional Autónoma de México

Fernando Estenssoro, Profesor del Instituto de Estudios Avanzados, Universidad de Santiago de Chile, co-coordinador de los congresos Ciencias, Tecnologías y Culturas, ha sido Director (s) del Instituto de Estudios Avanzados de la USACH

César Ross, Profesor del Instituto de Estudios Avanzados, Universidad de Santiago de Chile, Director del Doctorado en Estudios Americanos

Claudio Maiz, Profesor de la Universidad Nacional de Cuyo, co-Organizador de los seminarios Argentina-Chile

Ricardo Salas, Profesor de la Universidad de Concepción, Chile

José Santos, Profesor del Instituto de Estudios Avanzados, Universidad de Santiago de Chile, ha sido Directos (s) del Instituto de Estudios Avanzados de la USACH

Raúl Bernal, Profesor de la Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires y de la Universidad Arturo Prat

Celia Cristina Basconzuelo, Profesora de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Río Cuarto

INDICE

Presentación, 9

Parte I – Recepción de TICs

De lo local a lo global. Representaciones del medio ambiente en las TIC's: el caso del Projeto Esperança
Ximena Carreras Doallo y Marina Poggi Carter, 19

Gêneros discursivos e difusão de informação especializada em agropecuária no Brasil e Uruguai
Phillipp Dias Gripp y Ada C. Machado da Silveira, 43

A página virtual do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) no debate da reforma agraria brasileira
Solange Engelmann e Valdir Morigi, 69

Questões de gênero e geração na apropriação de TICs no Brasil rural
Clarissa Schwartz, 91

Parte II – Recepción de televisión e Internet

Entre as telas da TV e da internet: a circulação da telenovela no Brasil pelos receptores conectados
Sandra Depexe, Filipe Bordinhão dos Santos e Laura Roratto Foletto, 115

Pelos bits da internet ou pelas ondas da televisão? Apontamentos sobre o consumo de notícias por jovens brasileiros
Glaíse Bohrer Palma, Tissiana Pereira Nogueira e Luiza Betat Corrêa, 139

As relações sociais em tempos de internet: os usos do Facebook no compartilhamento de experiências, interesses e entretenimento
Filipe Bordinhão dos Santos, Laura Roratto Foletto e Luiza Betat Corrêa, 159

B.O Coletivo: Mapeamento colaborativo da violência urbana e controle social em Porto Alegre
Anelise Schütz Dias, Solange Inês Engelmann e Valdir José Morigi, 181

Parte III -Cultura, representaciones y periodismo

A cobertura jornalística da segurança pública nas periferias metropolitanas
Isabel Padilha Guimarães, Clarissa Schwartz e Ada C. Machado da Silveira, 201

O direito à privacidade e as redes sociais online: as tutelas possíveis para sua eficácia
Luciano de Almeida Lima, 221

Espaço-tempo de apresentação do telejornal: a plasticidade, a ubiquidade e o agora absoluto
Fabiano Maggioni, 243

Cultura e comunicação: debates, idealizações e ausências a respeito de formas e práticas de comunicação contemporâneas”
Nara Magalhães e Sandra Rubia da Silva, 261

A experiência Twitch Plays Pokémon e a vitória da inteligência coletiva
Lucas Padilha Gois e Sandra Depexe, 285

As mediações tecnológicas e o corpo
Graciela Inês Presas Areu, 309

Sobre los autores, 331

Presentación

Antecedentes, tendencias, usos y representaciones de las TIC's. Perspectivas latinoamericanas y comparadas

Una de las consecuencias de la globalización de las comunicaciones es que determinadas problemáticas, pero en especial determinados significados que en otros tiempos circulaban dentro de algunos grupos de interés, transitan en ámbitos extendidos. Por este motivo, resulta interesante debatir acerca de los usos que hacen de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) algunos actores relevantes en la actualidad latinoamericana, involucrados directamente con los discursos acerca de temáticas significativas dentro los debates actuales, tales como:

- Las sociedades en red, control social y seguridad pública
- La ciudadanía y los mecanismos de control
- Las tecnologías sociales aplicadas a la cultura: cultura, el cuerpo, además del desarrollo de las tecnologías sociales
- La reconfiguraciones sociales en fronteras del Mercosur: cómo se reconstruyen por medios, autoridades políticas
- El cuidado del suelo y de la propiedad de la tierra

De este modo, las líneas de trabajo aquí presentadas se insertan en las investigaciones sobre las transformaciones de los fenómenos comunicacionales anclados en las mudanzas tecnológicas, que toman a la tecnología no solo como

instrumento, sino como factor modificadorio de los procesos sociales contemporáneos. Se pretende reflexionar acerca de los flujos y procesos de comunicación latinoamericanos y el impacto de las tecnologías digitales, vistas como efectivos instrumentos potencializadores de nuevas formas de actuación y de interacciones sociales.

Esta compilación es una selección¹ de artículos fruto de la participación en el Simposio N° 41 titulado “Tendencias y usos das tecnologías de información y comunicación: perspectivas latinoamericanas y comparadas”, integrante del IV Congreso de la Internacional del Conocimiento, Ciencias, Tecnologías y Culturas, realizado de 9-12 de octubre de 2015, en la Universidad de Santiago de Chile (USACH). Creemos que el diálogo entablado ha sido fructífero en muchos sentidos, y que el espacio de debate creado se ha desarrollado con el mayor de los respetos y con el objetivo de aportar a la reflexión y a la construcción de conocimiento. La experiencia ha sido gratificante y fue una oportunidad de compartir vínculos académicos entre investigadores de distintas procedencias (Argentina, Brasil, Colombia).

La organización del Simposio N° 41 –organizados por la Dra. Ada Machado da Silveira (Brasil), la Dra.

¹ La selección de textos responde a que de las 34 ponencias presentadas, solo 20 efectivizaron su asistencia en la USACH. Esto responde a momentos particulares que involucran tanto situaciones coyunturales de los diversos países participantes, como así también cuestiones individuales de los ponentes. Cabe destacar que todos los trabajos expuestos en el Congreso fueron convocados a participar en este libro, y cada autor ha tomado la decisión de participar o no en función de los tiempos estipulados o de una anterior versión del texto ya publicada, motivo que imposibilitaba su publicación aquí.

Marina Poggi Carter (Argentina) y el Dr. Sergio Duarte Masi (Paraguay), en aras del IV Congreso del Conocimiento, Ciencias, Tecnologías y Cultura- ha discurrido de la realización del proyecto "*Tendências e usos das tecnologias de informação e comunicação. Perspectiva das ciências da comunicação e da informação*" auspiciado por la Comisión de Perfeccionamiento del Personal de la Enseñanza Superior (CAPES) de Brasil y el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MINCYT) de Argentina, 2012-2014, en su convocatoria de redes de investigación binacionales del año 2011. La convocatoria posee objetivo general de formación de grupos de investigación asociados en red, contemplados proyectos de investigación desarrollados por instituciones de enseñanza superior de Brasil y de Argentina. La propuesta fue definida por la *Universidade Federal de Santa Maria* y la *Universidade Federal do Rio Grande do Sul*, por Brasil, y la Universidad Nacional de Quilmes y la Universidad de Buenos Aires por Argentina. Fue objetivo específico del proyecto presentado por el *Departamento de Ciências da Comunicação de la Universidade Federal de Santa Maria* conjuntamente con el Centro de Estudios de la Argentina Rural (CEAR) de la Universidad Nacional de Quilmes a través del abordaje acerca procesos de convergencia de estudios de aparatos tecnológicos en el contexto de un ambiente mediatizado. Las coordinadoras nacionales del convenio fueron la profesora doctora Silvia Ospital, del CEAR-UNQ, por Argentina, y las profesoras doctoras Eugenia M. M. da Rocha Barrichello y Ada Cristina Machado da Silveira, de la UFSM, por Brasil.

Definido el propósito de agregar a los investigadores y sus relaciones en un evento de porte internacional,

el equipo atendió a la convocatoria de la USACH. Este llamado determinaba aún la presencia de un tercer país. Para ello, se ha añadido la colaboración del profesor Sergio Eduardo Masi, de la Universidad Nacional del Este (UNE), de Paraguay. Cabe destacar que la UFSM y la UNE actualmente llevan a cabo actividades comunes con vistas al desarrollo de estudios en el campo de la Comunicación.

Tal como habíamos organizado la dinámica del simposio que dio origen a esta compilación, el libro se organiza en tres ejes de discusión en torno a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación: Prácticas, Recepción y Cultura. Presentados por una veintena de autores de siete universidades distintas.

En la primera parte del libro se presentan cuestiones relativas a los usos y prácticas de las TIC's en el medio rural. En esa sección encontraremos cuatro investigaciones que presentan distintos abordajes del tema. El primer capítulo, de Ximena Carreras Doallo y Marina Poggi Carter, de la Universidad Nacional de Quilmes (Argentina), "De lo local a lo global. Representaciones del medio ambiente en las TIC's: el caso del *Projeto Esperança*", realiza una aproximación a la construcción de representaciones en torno a la problemática medioambiental a partir de un estudio de caso de características excepcionales. El segundo trabajo de autoría de Phillipp Dias Gripp y Ada C. Machado da Silveira, de la Universidad Federal de Santa María (Brasil), se denomina "*Gêneros discursivos e difusão de informação especializada em agropecuária no Brasil e Uruguai*" y estudia los comienzos de la difusión de información científica a comienzos del siglo XX. El

tercer capítulo, de Solange Engelmann y Valdir Morigi, de la Universidad Federal de Río Grande del Sur (Brasil), *“A página virtual do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) no debate da reforma agraria brasileira”*, retoma la actualidad con el estudio de una temática en debate permanente, como lo es la cuestión de la propiedad de la tierra, y realiza un estudio anclado en las representaciones virtuales. Por último, Clarissa Schwartz, de la Universidad Federal de Santa María (Brasil), investiga sobre *“Questões de gênero e geração na apropriação de TICs no Brasil rural”*, una temática poco explorada, que da cuenta del uso de las tecnologías en espacios no céntricos.

La segunda parte del libro se organiza en torno a temas de recepción de las TIC's en televisión e Internet. El capítulo compuesto por Sandra Depexe, Filipe Bordinhão dos Santos e Laura Roratto Foletto, de la *Universidade Federal de Santa Maria* y *Universidad Positivo* (Brasil) - *“Entre as telas da TV e da internet: a circulação da telenovela no Brasil pelos receptores conectados”*- se detiene en la recepción de la televisión. En igual sintonía trabajan Glaíse Bohrer Palma, Tissiana Pereira Nogueira e Luiza Betat Corrêa, de la *Universidade Federal de Santa Maria* y del *Centro Universitário Franciscano* (Brasil) en el capítulo *“Pelos bits da internet ou pelas ondas da televisão? Apontamentos sobre o consumo de notícias por jovens brasileiros”*. La investigación de Filipe Bordinhão dos Santos , Laura Roratto Foletto e Luiza Betat Corrêa, de la Universidad Federal de Santa María (Brasil), denominado *“As relações sociais em tempos de internet: os usos do Facebook no compartilhamento de experiências, interesses e entretenimento”* investiga el análisis de recepción en una red social. Por último, y también en una

perspectiva de emprendimientos colaborativos, el capítulo realizado por Anelise Schütz Dias, Solange Inês Engelmann y Valdir José Morigi de la *Universidade Federal de Rio Grande do Sul* (Brasil) – “*B.O Coletivo: Mapeamento colaborativo da violência urbana e controle social em Porto Alegre*”- aborda una experiencia colectiva con el objetivo de reflexionar sobre la relación entre el mapeo de la violencia y el control social de los espacios públicos en las ciudades.

La tercera parte de este libro presenta textos articulados en temas de cultura, representaciones y periodismo. El primer capítulo -“*A cobertura jornalística da segurança pública nas periferias metropolitanas*”-, de autoría de Isabel Padilha Guimarães, Clarissa Schwartz y Ada C. Machado da Silveira, de *Universidade Federal de Santa Maria* (Brasil), retoma la cuestión de la seguridad pública abordada en el último capítulo del anterior eje, pero desde la cobertura de la prensa. A continuación, el texto de Luciano de Almeida Lima, de la *Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul* (Unijui, Brasil) -“*O direito à privacidade e as redes sociais online: as tutelas possíveis para sua eficácia*”- sigue la línea de los temas de la seguridad y la privacidad pública. El capítulo de Fabiano Maggioni, de la Universidad Federal de Santa María (Brasil) se titula “*Espaço-tempo de apresentação do telejornal: a plasticidade, a ubiquidade e o agora absoluto*”, y profundiza el análisis de la actividad periodística de televisión. El cuarto capítulo de este eje, de Nara Magalhães y de Sandra Rubia da Silva, de la *Universidade Federal de Santa Maria* (Brasil) titulado “*Cultura e comunicação: debates, idealizações e ausências a respeito de formas e práticas de comunicação*”

contemporâneas”, reflexiona sobre el carácter antropológico respecto a la incidencia de los medios en el cotidiano. El penúltimo capítulo aborda “*A experiência Twitch Plays Pokémon e a vitória da inteligência coletiva*”. Lucas Padilha Gois da *Universidade de Cruz Alta* y Sandra Depexe de la *Universidade Federal de Santa María* (Brasil), se detienen en la particular atracción despertada por los *games* en nuestra sociedad actual y el comportamiento colectivo en su desarrollo. Por último, la investigadora argentino-brasileña Graciela Inés Presas Areu, de la *Universidade Federal do Paraná* (Brasil), presenta su reflexión acerca del reconocido investigador de los nuevos medios Vilém Flusser, titulada “*As mediações tecnológicas e o corpo*”. Señala que el proceso de cambio está implícito en las formas de tecnología de los medios, e interroga los efectos de la falta de corporeidad de las tecno-imágenes -como las denominara Flusser- especialmente en las relaciones interpersonales.

En vistas de la diversidad de aristas y abordajes aquí contenidos, es posible sugerir que las TIC’s rompen con la unidireccionalidad de la construcción de la información y ponen en interacción dinámica y activa a los nuevos participantes de los espacios virtuales. Como elementos diferenciadores de los tipos de comunicación tradicionales, las características más comunes que encontramos en estos ámbitos extendidos de la comunicación son las ideas que comparten y/o dialogan en los capítulos de este libro. Dichas ideas giran, entre otras, en torno a la participación, a la cooperación, a la construcción colectiva, a la integración, a las cuestiones relativas a la problemática de la exposición indiscriminada y al derecho a la privacidad en el cyber-espacio.

Nuestros votos de buena lectura y de que las investigaciones aquí aportadas resulten en reflexión e intercambio de puntos de vista desde las miradas latinoamericanas expresados desde Asunción (Paraguay), Bernal (Argentina) y Santa Maria (Brasil).

Los organizadores

Parte I Recepción de TICs

De lo local a lo global. Representaciones del medio ambiente en las tic's: el caso del Projeto Esperança²

Ximena Carreras Doallo
Marina Poggi

Introducción

En el marco de las propuestas de Cooperativismo y Economía Social y Solidaria, el caso del Projeto Esperança -que funciona en Santa María, RS, Brasil-, representa una excepcionalidad tanto a nivel local como continental. La peculiaridad radica en la acción, en la difusión y en el alcance del proyecto que involucra a toda la comunidad, a la vez que se encuentra comprometida con ella.

A través de su portal Web, como así también mediante el vínculo cotidiano contraído por medio de la utilización de la red social Facebook, las nuevas tecnologías juegan en la actualidad un rol determinante en el desarrollo y la difusión de las actividades. Desde allí se presentan, cuentan su historia, se definen, establecen lazos y mantienen la interacción necesaria con la comunidad local, a la vez que garantizan la difusión global.

Un punto clave en actividades de esta

² Esta investigación fue realizada en el marco del proyecto "Tendencias y usos de las Tic's. Implicaciones para las Ciencias de la Comunicación y de la Información", presentado dentro del Programa de Cooperación Científico-Tecnológica entre el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la República Argentina (MINCYT) y la Coordinación de Perfeccionamiento del Personal de Nivel Superior (CAPES) de Brasil (2012-2014).

naturaleza es observar cómo se constituyen, por un lado, los nuevos actores, y por otro, cómo se produce la interacción y articulación con las organizaciones. Es decir, el modo en que se generan proyectos y líneas de acción, la formulación de propuestas y la construcción de un actor colectivo capaz de incorporar al debate valores y utopías orientados a acciones concretas (SERVOLLO DE MADEIROS, 2008, p. 210)

De este modo, el interés del trabajo se centra en observar las singularidades del Projeto Esperança (relacionado a Caritas Brasil) por su relevancia, con foco en sus modos de comunicación digitales y el uso de las TICs en que se atiende a las representaciones que se construyen acerca de los términos medio ambiente y naturaleza.

El objetivo es plantear las diversas aristas e implicancias desde dos perspectivas disciplinares: la comunicación y la historia medioambiental. En definitiva, la propuesta es iniciar el camino indagatorio para visibilizar, analizar y comprender las representaciones de nuevas prácticas de acción y difusión que aportan soluciones y comprometen a la acción. La perspectiva de análisis establece con la noción de regiones discursivas, desde la cual se pretende resignificar las definiciones conceptuales a partir de un prisma particular que organiza y modifica la acción. De este modo, los conceptos relacionados con lo ambiental (recursos, tierra, ambiente), los valores (como solidaridad) cobran particular sentido en esta práctica más aun si se tiene presente lo ecuménico de la propuesta y el funcionamiento exitoso.

Panorama medioambiental para comprender la noción de cooperación

El concepto de naturaleza nombra aquello que rodea al hombre, tanto lo que le da sustento así como lo no fue tocado por él aun -su paso da entidad de artificial a lo que toca-. Se nombra esta relación “entre sociedad y naturaleza, en la que ésta es concebida como el contexto físico biológico, exterior, apartado, no creado, que incide en la vida de los seres humanos y que es susceptible de ser conocido en sí mismo” (RAMÍREZ PALACIOS, 2009).

Pero la mirada sobre la naturaleza es articulada por el hombre de acuerdo a su cultura e historia, ya que “la unidad del hombre con la naturaleza se entiende en términos de una mediación históricamente determinada” (GALAFASSI, 2002, p. 41) y se la interpreta de acuerdo a las coordenadas temporales y espaciales. Puede considerarse a lo natural como social en el sentido que es el hombre el que la entiende y explica desde su pensamiento. Las leyes rectoras de la naturaleza son creadas por el sujeto en sociedad con el fin de conocer, utilizar y transformar; por tanto estos modelos son históricos y cambiantes.

Por su parte, la idea de ambiente aparece como el resultado de la articulación sociedad-naturaleza. Con el concepto mediación social de la naturaleza, el hombre la aprehende en relación a formas materiales e ideológicas, concepciones particulares resultantes de la sociedad y su propio desarrollo y evolución: el ambiente/entorno es construido desde lo social (GALAFASSI, 2002, p. 30-40).

La naturaleza es relevante como lo que está a nuestro alrededor -que nos rodea- pero también dentro de nuestra mente, lo que a través de ella

construimos como lo natural de acuerdo y mediante a nuestro contexto histórico determinado (ARNOLD, 2000). Más aun, “el medio ambiente obliga a repensarnos a nosotros, con los otros; con lo de dentro y con lo de fuera; con lo natural y lo artificial; con lo humano, lo animal y lo tecnológico; o, si se prefiere, nos empuja a la producción de nuevas categorías básicas de significado” (SANTAMARINA CAMPOS, 2006, p. 12). La naturaleza es entonces “construida y derivada de procesos discursivos y de significación”. Así, existe una “dicotomía realidad-conciencia que es reemplazada por la triada realidad-discurso-conciencia, en la que el discurso constituye el cuerpo coherente de categorías mediante el cual en una situación histórica dada, los sujetos otorgan sentido e incorporan la realidad a la conciencia, de donde se concluye que lo que condiciona las prácticas -en este caso las relaciones con el ambiente- no es la existencia material de la realidad biofísica, sino su existencia significativa (como naturaleza en el caso occidental moderno)” (ESCOBAR, 1999).

En esta línea es importante tener presente que el cooperativismo parte de principios criteriosos y cuidadosos de la naturaleza y el ambiente. Es más, la corriente representada por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) remarca que el movimiento cooperativo debe “contribuir a la interacción equilibrada con el ambiente natural y urbano, mediante la aplicación de prácticas sostenibles en su gestión productiva o de servicios, en especial en una época en que el medio natural, que provee la materia prima y las condiciones de supervivencia básicas, está amenazado de manera muy riesgosa”. Desde allí recomiendan que “es parte consustancial del cooperativismo procurar equilibrio social, ambiental y económico en nuestras

sociedades, sustentando su labor en los principios y valores que condicionan su desarrollo y gestión productiva y de servicios” (ACI AMÉRICAS, 2007, p.2)³.

El impacto de las tics en la difusión de proyectos. El caso del Projeto Esperança

Los medios de comunicación interpretan, muestran y construyen desde su lugar la relación entre hombre-sociedad-naturaleza. Al tiempo que juegan un rol claro y presentan tres funciones prioritarias: suministrar y construir de modo selectivo el conocimiento social; reflejar y reflejarse en la pluralidad; organizar, exponer y unir lo que se ha representado y clasificarlo de manera selectiva. Además intervienen en la realidad y la modifican de modo parcial dado que construyen un discurso que atiende a los intereses de sectores sociales, genera identidades, relaciones sociales y sistemas de creencias y conocimientos (FAIRCLOUGH, 1998).

En la llegada del nuevo siglo, el desafío para la industria de las comunicaciones masivas se multiplicó. El fenómeno de la era digital quebró por

³ Para la ACI, las cooperativas “se basan en los valores de autoayuda, auto-responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad”. Además sus asociados “sostienen los valores éticos de honestidad, apertura, responsabilidad social y preocupación por los demás”. “La declaración de 1995 contiene una lista de 7 principios. Estos son: asociación voluntaria y abierta; control democrático por los asociados; participación económica de los asociados; autonomía e independencia; educación, capacitación e información; cooperación entre cooperativas y preocupación por la comunidad. Los primeros 3 principios se refieren básicamente a la dinámica interna típica de cualquier cooperativa; los últimos 4 afectan tanto el funcionamiento interno como las relaciones externas de las cooperativas” (ACI, 2012, p. 28, 30 y 34).

completo el paradigma establecido en cuanto a los modos de circulación conocidos y el reto giraba en torno a pelear contra el gigante o encontrar estrategias de simbiosis. La llegada de Internet irrumpió en la vida del público de manera decisiva, y fue necesario atender a esta nueva dinámica que daba como opciones adaptarse a su utilización o quedar por fuera de lo global.

Castells define entonces a la 'ciudad informacional' en tanto expresión espacial de una nueva manera de organización social compuesta por tecnología, información cultural y social, así como sus interacciones (CASTELLS, 1995). A su vez, esta revolución informática impacta de modo directo sobre la estructura urbana, y uno de los efectos más significativos es la posibilidad que los ciudadanos tengan demasiada información sobre las potencias económicas y políticas que los gobiernan, lo cual podría aumentar su potencial de organización y participación en la gestión urbana (FINQUELIEVICH y SCHIAVO, 1998, p. 12).

La virtualidad impuso y permitió una relación más dinámica por parte del usuario. Ya sea desde el propio espacio web, o mediante la interacción que admiten las redes sociales, el público no sólo opina y participa de modo activo, sino que genera contenidos.

Muchos fueron los espacios que encontraron en la red global modos de supervivencia a través del aprovechamiento de todos los recursos tecnológicos disponibles en este nuevo formato digital. Aunque el público aún se debate entre la preferencia por lo tangible o lo virtual, lo cierto es que los formatos virtuales resultaron un medio de acceso a la globalidad para, por ejemplo, aquellas agrupaciones que contaban con reducidos recursos, dado que con una

computadora y un conocimiento informático básico posibilitaban la gestión de un espacio para difundir ideas, actividades, etc.

En este sentido, la virtualidad resultó un beneficio extra, que resuelve el problema de los recursos económicos de impresión, la difusión y la disponibilidad. Cabe destacar que la disponibilidad de bienes simbólicos -por su capacidad para dar la vuelta al mundo en un instante, por almacenarse en espacios virtuales y por la inmediatez de acceso que supone-, hace de lo virtual una experiencia de comunicación disponible de manera constante y global.

La divulgación del sector cooperativo en Brasil se fortaleció por la creación de la RadioCoop, que “desde 2009 transmite por Internet entrevistas, boletines, programas y noticias sobre las cooperativas”.⁴ A su vez, el Projeto Esperança/Cooesperança cuenta con su propio portal y su espacio en la red social Facebook y propone a sus usuarios que repliquen la información para que sea conocida por otros sujetos.

Aunque en la actualidad el cooperativismo en Brasil posee una tónica empresarial, tiende a extenderse entre los sectores sociales que asimilaron los conceptos de la economía de libre mercado y los modelos de gerencia empresarial. En algunas cooperativas creadas por trabajadores se mantienen las líneas del cooperativismo difundido en el siglo XIX y mediados del siglo XX: movimientos cooperativistas que tienden a la construcción de una sociedad más igualitaria. “Esta es la paradoja entre

⁴ Cft: <http://www.brasilcooperativo.coop.br>. COLOMBO, S. y OXOBY, P. **El sector cooperativo en el Mercosur durante la primera década del siglo XXI. Retos y oportunidades**, Eumed.net, 2013.

las dos visiones del papel del cooperativismo que continuará en el siglo XXI. En Brasil, este tipo de organización se mantiene como una estrategia importante para la generación de alternativas económicas socio-políticas y culturales. Es posible que con los cambios políticos en curso en el país, el cooperativismo podrá ser una alternativa bastante factible tanto en los aspectos económicos como en los sociales” (TEIXEIRA y SOLER, 2002: 225).

El Projeto Esperança fue creado el 15 de agosto de 1987 y la Cooesperança⁵ el 29 de septiembre de 1989. El proyecto, en parte, se inició con el estudio del libro **La pobreza, riqueza de los pueblos**, publicado en 1978, de Albert Tévoédjéré, cuyos estudios⁶ y seminarios se realizaran en 1982 y en el 3er Congreso de Cáritas-RS en 1984, cuando se analizó junto con el obispo diocesano de Santa María, José Ivo Lorscheiter, con el objeto de lograr “la transformación para la solidaridad”.

El obispo propuso crear y desarrollar los PACs (“Projetos Alternativos Comunitários”), para la construcción de desarrollo solidario y sustentable así como encontrar soluciones a problemas sociales que se observaban en su diócesis (desempleo, éxodo rural, hambre, miseria y exclusión social). Hasta hoy entre los principios de los PACs se destacan el respeto al medio ambiente y la vida y la producción ecológica: se basan en la caridad organizada, propia de la economía social.

Hablar de la dimensión local de los movimientos sociales es hablar de prácticas locales de organizaciones y personas que personifican las acciones y las disputas por los que dichos

⁵ Cooperativa mixta de pequeños y medianos productores rurales y urbanos vinculados al Projeto Esperança.

⁶ En los que participan numerosas organizaciones entre ellas la UFSM, el EMATER Regional – RS.

movimientos se encuentran comprometidos. La ruptura con el carácter estrictamente local propio del movimiento otorga mayor eficacia (SERVOLLO DE MADEIROS, 2008, p. 210-211) y es, en este sentido, que la globalidad de este proyecto en estudio magnifica la energía de la difusión y la multiplicación de proyectos.

Las representaciones sociales se concretan mediante el discurso, que entendiéndolo como producto simbólico, “no sólo es una expresión de las representaciones sociales sino que es constitutivo de ellas” (PARDO, 2007, p. 62). En este espacio se facilita la transformación y la negociación de significados y sentidos de las representaciones.

Las prácticas sociales son acciones que producen un efecto -económico, político, social o discursivo-, en relación a otras prácticas (PARDO, 2007, p. 62). La práctica discursiva se da entre sujetos inmersos en una red de relaciones sociales y su posición en la interacción discursiva encontrándose por estas múltiples determinaciones a las que, a su vez, estos sujetos modifican en cada una de sus prácticas sociales. En virtud de su propia historia individual, social y discursiva y la posición social en el momento de la interacción, arriban al conjunto de discursos. Por tal motivo es importante su análisis en el marco del cooperativismo y en particular en este Proyecto.

En 1984, aparecieron las primeras experiencias de grupos comunitarios y asociaciones. En 1986, la Diócesis de Santa María inicia un dialogo con Misereor, la obra episcopal de la Iglesia Católica alemana para la cooperación al desarrollo y con la alemana KATHOLISCHE ZENTRALSTELLE FÜR ENTWICKLUNGSHILEFE, que garantizaron el apoyo inicial y financiamiento al Projeto Esperança, junto con Cáritas de Río Grande do Sul y con otras

organizaciones y entidades de la región Centro- RS.

La Coesperança, por su parte, es una central que con el Proyecto, congrega y articula los grupos organizados y facilita la comercialización directa de los productos elaborados por los emprendimientos solidarios del campo y de la ciudad al tiempo que conforma junto con otros grupos, un nuevo modelo de cooperativismo como “propuesta alternativa, solidaria, transformadora y autogestiva de desarrollo sustentable”.

Ahora bien, el medio ambiente y la naturaleza también se construyen como representaciones, en tanto y cuanto son los hombres los que las nombran, son los sujetos los que a través del lenguaje las ponen en circulación, las modifican y se apropian de ellas.

Las representaciones como signos tienen que ser puestas en circulación por los sujetos en sociedad, y en este acto, esas representaciones adquieren una interpretación. Estos signos construidos socialmente tienen que portar cierto sentido en la realidad social del sujeto, ser una herramienta para ver, entender y comprender su contexto.

En este contexto, el cooperativismo como término no escapa a lo señalado acerca de las representaciones sociales, para Teixeira y Soler (2002, p. 213) el concepto de cooperativismo fue clave porque: “en Brasil los modelos organizacionales y sociales se diferenciaron de aquellos implantados en las sociedades desarrolladas y mezclaron referencias de los idearios de los movimientos sociales, de los partidos políticos y de las experiencias acumuladas en dos siglos de cooperativismo por presentar de modo simultáneo fragmentos del sistema de producción y de organización más tradicionales o arcaicos y

partes del mismo modernos y más dinámicos.”

En el discurso aparecen procedimientos de exclusión que intervienen en el control de los poderes desestabilizadores y de transformación de los discursos, para bloquear o impedir la producción de los discursos o bien para neutralizar su poder. El presente caso se trata del que se establece por una tensión tácita entre *nosotros* -integrantes del Projeto-, nombrados con características y datos e identificados con valores, diferentes de *otros*. De ese *otro-ellos*, el *nosotros* genera parte de su identidad: se despega del mercado capitalista y se acerca a lo social y solidario; se separa de la globalización en tanto individuos atomizados, para construir, tender red, etc. (MARTÍN ROJO, 1997, p. 21-22)

El proceso de *inclusión / exclusión* implica, por un lado, la conformación del *nosotros* remite a unidades sociales o políticas diferentes pero no todas con igual valencia para quien nombra. Y por otro lado, el emisor, al tener que optar por la inclusión o la exclusión, debe aceptar de modo implícito no sólo la existencia de una oposición entre *nosotros / ellos*, sino también aceptar la base sobre la que se ha operado el deslindamiento, así como los valores que entrañan el rechazo (MARTÍN ROJO, 1997, p. 15-18).

Lo peculiar de lo que aparece en el portal institucional y en su Facebook es la construcción colectiva, un gran *nosotros* múltiple y diverso -que integra el medio y las personas-, que invita a pensar en la comunidad de Santa Maria y rasgos de la identidad brasileña. El posicionamiento desde el que se erige el discurso está más emparentado con el vínculo directo con la comunidad -es decir un valor de reunión y unión comunitaria-, que con el discurso eclesial. Si bien los valores católicos se involucran en la vida cooperativa, vale destacar que se trata de

rasgos comunes a la comunidad brasilera toda.

En las casi tres décadas de trabajo el Projeto Esperança/Cooesperança realizó reuniones, encuentros, cursos de formación, debates y asambleas, así como vinculó a los trabajadores del campo y la ciudad con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales de Brasil y de otros países de Latinoamérica. En gran medida lo logró a través del manejo y uso de redes sociales y páginas virtuales ⁷ para dar a conocer sus propuestas, ideas y actividades. Es una experiencia que se consolidó y es parte del Banco da Esperança de la Diócesis de Santa María y de Cáritas – RS.

El portal en el caso que se aborda, explicita quiénes son sus integrantes, con qué otras instituciones están vinculados -entre ellas: religiosas, de base social, medios de comunicación, de tipo educativo como universidades, de trabajo⁸-, señala además misión y visión y valores, así como la historia de la organización y sus “padres fundadores”, lo que le da un perfil más estático y de permanencia al tiempo que funciona como identidad. En cambio, las redes sociales exponen la red de relaciones y se da cuenta de las acciones que se realizan de modo periódico. Se propone en cada suceso replicar esa información y seguir el tejido de

⁷ <http://www.esperancacooesperanca.org.br> y www.facebook.com/projetoesperancacooesperanca.

⁸ Links: AVTSM - Associação dos Familiares de Vítimas e Sobreviventes da Tragédia de Santa Maria; Fórum Brasileiro de Economia Solidária; Cáritas; TV Ovo; Faces do Brasil; Cirandas; Economia dos Trabalhadores; Claudemir Pereira; Maristas; Adital; Filhas do Amor Divino; Cilam; Fórum Paulista de Economia Solidária; Avesol; Cefuria; MOBREC; UFSM; Mercosul Solidário; Livraria Expressão Popular; CPT; Unitrabalho; MST, Movimento Mulheres Camponesas, Cooperativas Sin Fronteras. (<http://www.esperancacooesperanca.org/#!links/c1etn>)

red a través de las redes sociales, en particular Facebook. Es lo que da dinamismo y movilidad horizontal a la red (en la denominada World Wide Web).

La Teia Esperança y la Red de emprendimientos solidarios se asocian el 14 de enero de 2003. El objetivo que se plantea es mejorar la articulación y el vínculo de los productores y consumidores para motivar el comercio justo, el consumo ético y solidario en los más de 40 puntos de comercialización directa de la región centro y entre los emprendimientos entre sí. Uno de los puntos importantes es la generación de políticas públicas a través de la red solidaria.

Si bien los ejes centrales de este estudio están centrados en las representaciones construidas acerca del medio ambiente y la naturaleza, cabe destacar que Projeto Esperança/Cooesperança centraliza sus intereses en la dimensión ecológica y ambiental; la eclesiástica, de misterio y ecuménica; el trabajo, la organización popular y las políticas públicas; la consideración de la función de la Iglesia y de los movimientos sociales para garantizar la organización, formación y movilización de los trabajadores del campo a la ciudad. En este marco, el concepto de cooperativismo va de la mano del cuidado y respeto del ambiente, porque da sentido a la idea de comunidad y de hombre en el espacio que lo rodea.

Desde su portal destaca los valores del cuidado de la naturaleza y del medio ambiente y posiciona su mirada desde el catolicismo pero sin insistir en la prédica, sino más bien en la concientización: “promover, incentivar, desatar y construir el desarrollo urbano y rural así como el regional sustentable, con base en los principios del misterio cristiano, la solidaridad, el cooperativismo

alternativo, la autogestión, la organización, la lucha por la distribución justa de la tierra y de los frutos de la tierra, la economía popular solidaria, la defensa del medio ambiente, la agroecología, el fomento de alternativas frente a la cultura del humo, con la colocación de la vida en primer lugar, con igual participación de hombres y mujeres, con compromiso, confianza y espíritu ecuménico, mediante procesos educativos, participativos al tiempo que transformadores, con el fortalecimiento de la agricultura familiar, la agroindustria familiar, la comercialización directa, el consumo justo, ético y solidario, el trabajo de asociaciones y políticas públicas para incentivar la mejor calidad de vida, la generación de trabajo y renta y la construcción de una sociedad: socialmente justa, económicamente viable, ambientalmente sana y saludable, organizadamente cooperativa, políticamente democrática, en que se anime y fortalezca la cultura de la solidaridad, se valore el trabajo por encima del capital y se formen nuevos sujetos para el pleno ejercicio de la ciudadanía y con la certeza que otro mundo es posible”.⁹

Este formato de enunciación facilita la comunicación y posibilita el armado y el intercambio de representaciones sociales entre los sujetos de una comunidad. Las representaciones sociales se realizan en y mediante el discurso. Estos últimos vehiculizan las interpretaciones necesarias para la vida en sociedad; además son prácticas sociales que permiten la circulación de ideologías y jerarquizan los acontecimientos.

En esta clave resulta interesante realizar un análisis en torno a las regiones discursivas según las cuales un mismo término específico en variación

⁹ <http://www.esperancacooesperanca.org.br>.

contextual, puede operar de modo diferente, al tiempo que altera la significación global de un enunciado o discurso. Estas variaciones pueden darse por posicionamientos ideológicos diversos, por cuestiones contextuales específicas (países, culturas), o por cambios históricos en el registro conceptual.

Entonces, cada concepto tiene una historia discursiva y es el resultado de la historia de sus antepasados discursivos y de las redes construidas. A la vez, es poseedor de un potencial transformador de los nuevos discursos, los cuales vendrán a contestar los conceptos en cuestión, a retomarlos, o simplemente los tendrán en cuenta. Así, todo discurso está pensado en relación a dar respuesta a otro anterior, y a la vez se anticipa a discursos posteriores. Esto es la idea de dialogicidad propuesta por Voloshinov (2009 [1929]) en donde, en una situación de interacción social, todo discurso estaría orientado a otro. Entonces, la construcción significativa de un concepto determinado está dada por el contexto histórico social, en una determinada época y para un grupo social determinado.

En términos de Voloshinov, “la palabra es el territorio común compartido por el hablante y su interlocutor” (2009, p. 21). De este modo, los términos seleccionados para componer un sentido son el producto de una formación cultural e ideológica y para comprenderse en la interacción, los significados deben ser compartidos. Es allí donde se encuentra la diversidad de significación ante un mismo signo, en donde se marcan las regiones discursivas. En consecuencia, son los sujetos sociales en interacción, en sus prácticas discursivas, quienes definen estas regiones en los discursos y las delimitan en espacios diferenciados al tiempo que construyen de manera significativa la percepción del

entorno.

En este estudio de caso, se considera importante destacar los conceptos nodales de solidaridad (entendido como “conjunto de esfuerzos que concurren a un fin. Adhesión a una causa o a la empresa de otros”) y de lo comunitario (que une y es común a todos, bajo ciertas reglas) que se reiteran tanto en los principios de los PACs y en la misión del Proyecto que se analiza. Ya que establecen criterios de equidad, de reciprocidad, que a su vez están alineados con los valores del cooperativismo, de la economía social y la propuesta discursiva que atraviesa a la Iglesia. Lo que lleva a la reflexión sobre la horizontalidad del proyecto, la coherencia entre los dichos -qué decimos que hacemos, qué y cómo lo nombramos-, hechos -lo que sucede y evidenciamos con imágenes, con acciones concretas, con intervención en la comunidad y hacemos de público conocimiento- y pensamientos de los sujetos y entre ellos, así como con el medio ambiente -quiénes somos y cómo somos, nuestros valores y principios rectores-. Se trata de un compromiso de los sujetos con su contexto y su entorno.

Vale recordar que el alcance del Proyecto Esperança/Cooesperança es de 34 municipios de la región central / RS de Brasil, cuenta con 250 grupos organizados de emprendimientos solidarios y alrededor de 5 mil familias beneficiadas, número que asciende a unas 22 mil personas. Uno de los eventos más relevantes que se realizan en este marco es la Feria de Santa María. En julio de 2015 se celebró la número 22^a “FEICOOP - Feira Internacional do Cooperativismo” que fue además la “11^a Feira Latino Americana de Economia Solidária

y eventos complementares”.¹⁰

Esta feria, que se realiza desde 1994, en 1998 tomó cuño estadual y en 2000 se transformó en un evento nacional. Desde 2005 se convierte en feria del MERCOSUR y a partir de 2007 alcanzó reconocimiento y participación latinoamericana e intercontinental. En 2009 no se concretó por la Gripe A (Influencia H1 N1) pero en 2010 se editó como el “1º Fórum Social y la 1ª Edição da Feira Mundial de Economia Solidária”.

La FEICOOP convirtió a Santa María en la Capital Mundial de la Economía Solidaria y del Cooperativismo Autogestivo como el “Maior Evento da Economia Solidária da América Latina”. Su difusión durante más de dos décadas procura que los participantes “coloquem nos seus sites um link e divulguem nas Redes Sociais, estes Eventos, para que o maior número de pessoas, Empreendimentos Solidários, Entidades parceiras e apoiadoras, Gestores Públicos, possam receber estas informações e participar destes Eventos Internacionais, em 2015” para la construcción de un nuevo modelo de desarrollo solidario, sustentable y territorial para el bienestar con calidad y mejor esperanza de vida, según indica la convocatoria.

El Proyecto tal como se indicó tiene características propias de una empresa, entre ellos ser eficaz y eficiente. En el caso de la eficacia, es decir, la medición por resultados a cumplir y, respecto de la eficiencia, acerca del buen uso de los recursos. Lo particular que se vislumbra es el esquema de valores y principios, que si bien en las empresas enmarcadas en el mundo capitalista, los tienen y usan de bandera, en este caso particular funcionan como insignias en la acción y para el

¹⁰ <http://www.facebook.com/feicoop>.

bienestar de todos, es más, atraviesan a la comunidad toda. En este punto, la lógica y práctica cooperativa, el uso de las redes sociales y la `política` de comunicación horizontalizada, de hacer circular la palabra, aunque sea la organización la que invite a hacerlo, evidencia la diferencia de esta institución.

Esta alternativa de ser divulgadores, difusores y parte fundamental, les brinda sensación de pertenencia, se erigen como sujetos participativos: son actores protagonistas. La 22^o FEICOOP congrega “forças vivas da Economia Solidária e Agricultura Familiar Camponesa do RS, do Brasil, da América Latina e de outros Continentes. É nossa Rede que se fortalece cada vez mais, com coragem, ousadia profética”.

La 22^o FEICOOP es una experiencia de las comunidades eclesíásticas de base CEBs. Según el comunicado: “Era sueño de Hélder Câmara que las CEBs se consolidaran para la economía solidaria, y que los grupos que consiguen unir la vida y la fe, integren el `ser` y `hacer` con una perspectiva del desarrollo solidario, sustentable y territorial, para `pensar global y hacer local`, en vista de la transformación social, política, económica, cultural, ambiental¹¹ y eclesíástica”.

A pesar de la colaboración de la Iglesia Católica como institución, los recursos económicos de los que dispone el Projeto Esperança son limitados y se encauzan hacia la asistencia social. La Iglesia Católica parece operar desde la idea de

¹¹ En esta oportunidad, el agua no será comercializada, ya que es considerada un bien universal -no una mercancía- y parte del patrimonio de la humanidad. Según el comunicado, se realiza para: “formar esta consciência em benefício da preservação da água é uma prática Solidária [...] É um testemunho em favor da Vida e da Saúde da População.”

unión, de 'espacio' de reunión, inherente a la palabra, a su significación. Es interesante mencionar la relación que encontramos con el concepto de ecumenismo¹² y la pretensión de la red de redes, que tiene un papel central en propiciar lazos, a través de la comunidad y extracomunitarios.

Ni en la red social ni en la página web se visualiza la imposición de la palabra o de pasajes bíblicos. Es la acción, el modo de actuar, la propuesta de pertenencia lo que da unidad. En este sentido, las herramientas que las redes sociales proporcionan, multiplican y potencian las posibilidades de difusión del proyecto. Pero son las redes sociales las que contribuyen a la construcción de nuevos símbolos.

Así, medio ambiente y naturaleza se resignifican en las prácticas cotidianas de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ya que los actores sociales toman la palabra, debaten y participan. La acción cobra una nueva y profunda dimensión de la mano de la comunicación global.

Ambiente, recursos y tierra son conceptos utilizados por el hombre y "creados" para nombrar en el discurso al entorno y la relación que el hombre establece con él. El ambiente aparece como campo de contiendas, así como texto y contexto. Por otra parte, la naturaleza es apropiada por cada sociedad y establece sus significantes y significados. Por tanto, el ambiente o el medio se erige como un lugar y el campo de batalla de ideologías y culturas. Esta cuestión está visibilizada en la página en particular, ya que en la feria se comercializan productos naturales y orgánicos, así como artículos en

¹² Ecuménico, ca. -Del lat. oecumenicus, y este del gr. οἰκουμηνικός-. 1. adj. Universal, que se extiende a todo el orbe. (Diccionario de la Real Academia Española -RAE- <http://lema.rae.es/drae/?val=ecum%C3%A9nico>).

materiales reciclados. Por otra parte, también queda en claro el nivel de responsabilidad y vínculo social con el entorno como ya se indicó.

En este sentido es relevante remarcar la misión del Proyecto Esperança/ Cooesperança de igual modo que los principios que rigen los PACs, que van en líneas directrices del respeto al medio ambiente así como a la producción ecológica. Al tiempo que se intenta “formar `consciência ecológica preservação do meio ambiente, cidadania e inclusão social na cidade de Santa Maria e região centro - RS - Brasil.’ [...] Os catadores (as) são os “profetas da ecologia” e contribuem de formas significativa na preservação do meio ambiente.”¹³

Reflexiones finales

En una institución de economía solidaria y social, el sujeto es un actor clave, así como el entorno que lo rodea y al que nombra. Así la naturaleza es tenida en cuenta, cuidada y respetada. La naturaleza y el medio ambiente como conceptos construidos socialmente, cambian a través del tiempo y esto permite la interpretación transdisciplinar desde la comunicación y la historia ambiental que facilitaron el análisis.

El movimiento cooperativo si bien a la fecha usa de blasón sus principios y valores, aun con las diferencias propias de cada lugar y su particular historia social, se renueva mediante el uso y comunicación a través de las redes sociales y se globaliza mediante Internet. En este sentido, en el Projeto Esperança en Brasil, la naturaleza, el medio ambiente, la tierra son nociones relevantes que además son señaladas en los espacios públicos:

¹³ <http://www.esperancacooesperanca.org/#!/catando-cidadania/cp4q>.

como la página y en el espacio de Facebook.

El uso de esta herramienta mediática que horizontaliza la comunicación mantiene vigentes los valores para el bienestar colectivo y puntualiza principios y lineamientos que son las claves de adaptación y consolidación de este movimiento y en particular en el Projeto estudiado.

El portal y página de Facebook dan cuenta de la comunidad, la representan. Se trata de la representación en la virtualidad de la sociedad de Santa María, desde lo social que se puede visualizar en el compromiso con lo local (por ejemplo hay un apartado acerca de la tragedia de Santa María¹⁴) y también desde el factor económico (con la feria semanal, anual y bianual). Estos espacios virtuales les permiten y posibilitan la superación del espacio comunitario local para transformarse en un “espacio” que traspasa fronteras territoriales, estrechar vínculos, puede crecer de modo exponencial con mayor rapidez y reforzar objetivos para el bienestar “comunitario” en relativo “poco” tiempo.

Dada las características que se vislumbran en la página como en lo que se muestra en la red social, cabe preguntarse si se trata de una empresa o institución sin fines de lucro que atraviesa a toda la comunidad y la enlaza en red o una nueva forma de organización social que conjuga claves de la red de redes -global- y de la sociedad local brasileña.

La esfera de lo económico enmarcado en lo social y solidario, da cuenta de una economía, por un lado eficaz y eficiente, en relación a recursos y resultados, por otro, que respeta a las personas, que

¹⁴ Entre las cuestiones que marcaron a la sociedad toda. Para más información, cft.: MACHADO DA SILVEIRA, A. (Comp.) **Midiatização da tragédia de Santa Maria**. Santa María: FACOS- UFSM, 2014.

tiene en cuenta el entramado social y el medio ambiente al tiempo que no responde de modo directo a las lógicas del mercado capitalista tradicional. Da la impresión que la red construida por esta organización social, económica y cultural, junto con Caritas y la Iglesia Católica entre otras entidades más el formato empresarial, gesta la pregunta acerca de la identidad e idiosincrasia brasileña.

A su vez es interesante destacar el rol organizativo y de esquema de valores que remite a la estructura de la Iglesia Católica, al margen de la cuestión religiosa en sí, ya que el Proyecto se presenta como ecuménico.

La aplicación de las regiones discursivas para comprender conceptos `ambiente`, `recursos` y `tierra` y su relación con los sujetos y organización, convoca a pensar en la identidad y la pertenencia que atraviesa a la sociedad de Santa María y lo hace desde la construcción de ese *nosotros* que conjuga lo social y lo ambiental.

Bibliografía y Fuentes

ACI AMERICAS. <http://www.aciamericas.coop>. Visto: 25/06/2015.

ACI. **Los principios cooperativos para el siglo XXI**. Buenos Aires: Intercoop Editora Cooperativa Ltda. Serie de Folletos nº2, 2012.

ARNOLD, D. **Introducción en la Naturaleza como problema histórico. El medio, la cultura y la expansión de Europa**. México: Fondo de Cultura Económica, 2000.

CASTELLS, M. **La ciudad informacional**. Madrid: Alianza, 1995.

COFECOOP -Confederación de Cooperativas-
[http://www.confecoop.coop/index.php/en-el-](http://www.confecoop.coop/index.php/en-el)

[mundo/brazil](#). Visto: 25/06/2015.

DOSSIER. Economía Social. **Revista de Ciencias Sociales, segunda época**, nº 18. Bernal: UNQ Editorial, 2010.

ESCOBAR, A. **El final del salvaje. Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea**. Bogotá: ICAN-CEREC, 1999.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso y Cambio social**, Buenos Aires: EUDEBA, 1998.

FINQUELIEVICH, S. y SCHIAVO, E. (Comp). **La ciudad y sus TICs. Tecnologías de información y Comunicación**. Buenos Aires: UNQ Editora, 1998.

GALAFASSI, G. Racionalidad moderna y problemática ambiental: una interpretación a la luz de la articulación sociedad-naturaleza. En GALAFASSI, G. y ZARRILLI, A. **Ambiente, sociedad y naturaleza. Entre la teoría social y la historia**, Buenos Aires: UNQ Editora, 2002.

MARTÍN ROJO, L. El orden social de los discursos. **Discursos**, nº21/22. 1997.

MINISTÉRIO do TRABALHO e EMPREGO. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Atlas da Economia Solidária no Brasil**. http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies_atlas.asp, 2005.

OCESP -Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo-.

http://oces.org.br/default.php?p=texto.php&c=la_estrutura_del_cooperativismo. Visto: 25/06/2015.

PROJETO ESPERANÇA COOESPERANÇA. [http://www.](http://www.facebook.com/projetoesperancaooesperanca)

[facebook.com/projetoesperancaooesperanca](http://www.facebook.com/projetoesperancaooesperanca).

Visto: 25/06/2015.

RAMÍREZ PALACIOS, D. **La historiografía ambiental y la cuestión de la naturaleza, La Era de la Ecología**.

<http://www.espacoacademico.com.br/095/95palac>

[ios.htm](#). 2009. Visto 31/3/2015.

SANTAMARINA CAMPOS, B. **Ecología y poder. El discurso medioambiental como mercancía.** Madrid: Catarata, 2006.

SERVOLLO DE MADEIROS, L. Dinâmica local, movimentos sociais e luta pela terra: reflexões sobre experiências recentes no Brasil. En: FLEURY S., SUBIRATS, J. y BLANCO, I., **Respostas locais a inseguranças globais, Inovação e mudança no Brasil e Espanha.** Barcelona: Fundação CIDOB, 2008.

SESCOOP -Servicio Nacional de Aprendizaje del Cooperativismo-

<http://www.brasilcooperativo.coop.br>.

Visto:

25/06/2015.

TEIXEIRA, T. C. y SOLER DOMINGO, A. La conformación del cooperativismo en Brasil: tendencias y desafíos en el Siglo XXI. **CIRIEC**, nº 43, España, 205-226, 2002.

WORSTER, D. **Transformaciones de la Tierra.** Uruguay: Coscoroba Ediciones, 2008.

Gêneros discursivos e difusão de informação especializada em agropecuária no Brasil e Uruguai*

Phillipp Dias Gripp
Ada Cristina Machado Silveira

Introdução

Este trabalho busca atentar para os antecedentes do conhecimento em ciências agrárias, entendendo-o como base para o desenvolvimento econômico dos países Uruguai, Argentina, Paraguai e Bolívia, vizinhos ao Brasil e também colonizados pelas nações espanhola e portuguesa. Esses países, que fazem fronteira com o Brasil sulino, também têm na agropecuária sua base econômica, especializados desde a primitiva exploração do gado selvagem que vivia às margens da Bacia do Rio da Prata.

Partindo do cenário de uma comum formação histórica sócio-econômica-cultural da região Platina, o texto delinea aspectos comparativos sobre os

* Esta investigação teve início com o projeto “Tendencias y usos de las Tic’s. Implicaciones para las Ciencias de la Comunicación y de la Información”, apresentado ao Programa de Cooperação Científico-Tecnológica entre o Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação Produtiva da República Argentina (MINCYT) e a Coordenação de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nivel Superior (CAPES) do Brasil (2012-2014).¹ Esta investigação teve início com o projeto “Tendencias y usos de las Tic’s. Implicaciones para las Ciencias de la Comunicación y de la Información”, apresentado ao Programa de Cooperação Científico-Tecnológica entre o Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação Produtiva da República Argentina (MINCYT) e a Coordenação de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nivel Superior (CAPES) do Brasil (2012-2014).

discursos produzidos por duas publicações elaboradas em seu contexto e preocupadas em divulgar o conhecimento científico-tecnológico agropecuário nos inícios do século XX. Os referidos periódicos são: 1) a revista mensal, independente e de caráter comercial, *La Propaganda Rural*, produzida desde dezembro de 1901, com sede em Montevideu-Uruguai e com atual circulação no Uruguai, no Brasil, na Argentina e no Paraguai; e 2) as publicações trimestrais da Associação Brasileira de Criadores Ovinos (ARCO), desde o ano de fundação da instituição, em janeiro de 1942, com sede em Bagé (município fronteiro do Rio Grande do Sul) e com atual distribuição em todo o território brasileiro.

A implementação da cultura científica no espaço platino ainda é um assunto que carece de estudos. Pouco se sabe sobre as formas pelas quais se disseminaram os saberes que se desenvolveram na região, mas é possível afirmar que o princípio do exercício científico foi promovido pela colonização europeia. Apesar de sua relevância, a história da ciência nos países colonizados pelos impérios português e espanhol é um objeto pouco investigado. Em tais países, aliás, o próprio progresso da ciência se desenvolveu bastante lentamente. Entende-se que a cultura científica das colônias foi suplantada em favor da exploração das riquezas naturais, da instrução religiosa através da catequese e da trata de escravos:

O espírito científico que se havia propagado pela Europa, sobretudo a partir do século XVII, se despontou em Portugal e Espanha, não encontrou aí condições favoráveis ao seu desenvolvimento normal, e a cultura que esses dois povos transmitiram às suas colônias foi exatamente a que neles acabou

por predominar, a despeito das participações iniciais de um e de outro nas conquistas do Renascimento (AZEVEDO, 1994, p. 19).

O estudioso de literatura Roberto Schwarz (2000), ao propor uma investigação acerca da formação do romance brasileiro com base em textos de Machado de Assis, inicia uma reflexão sobre as origens da ciência no país, de onde deriva o atual sistema científico. Ele estuda um panfleto de autoria do romancista para argumentar que, em contraponto aos ideais de um trabalho livre que poderia permitir o progresso da ciência, o Brasil não se inseriu no sistema de produção científica por se condicionar à escravidão.

O autor explicita que a formação cultural do Brasil se baseou desde o início de sua colonização em uma perspectiva agrária: “Como é sabido, éramos um país agrário e independente, dividido em latifúndios, cuja produção dependia do trabalho escravo por um lado, e por outro, do mercado externo” (SCHWARZ, 2000, p. 13). Dito isso, entende-se que mesmo os estudos que objetivavam a modernização da agropecuária através de avanços científico-técnicos não fossem vistos como úteis ao Brasil na época, ela pôde se configurar como uma porta de entrada para a produção e importação do conhecimento científico, principalmente no sul do Brasil.

Para referir brevemente a formação do Uruguai recorre-se às postulações de José Pedro Barrán (1990). Ele entende que a história do Uruguai evidencia duas formas estruturais de habitar a região: passando de uma “sociedade bárbara” para uma “sociedade disciplinada”. Conforme já aprofundado em trabalho anterior (GRIPP; ALVEZ; SILVEIRA, 2015), entende-se que

historicamente a nação uruguaia transpõe a primitiva exploração de gado realizada de maneira desenfreada e irracional para se introduzir no período pré-industrial, por meio da produção e exportação de charque. Esse contexto deu origem, posteriormente, a matadouros e frigoríficos, conformando um sistema mercantil industrial.

Pelo viés de Barrán (1990), entende-se que essa mudança na forma dos sujeitos se relacionarem na sociedade uruguaia vinculada à exploração agropecuária demonstra uma nova perspectiva racional e disciplinar. Tal compreensão é percebida nas novas rotinas nutridas pelos sujeitos, como o desenvolvimento de obrigações obedecendo a horários fixos.

Além disso, Ada M. da Silveira e Phillipp Gripp (2015) apontam que os processos modernizadores que irromperam no Uruguai entre 1860 e 1890 contaram em seu desenvolvimento científico-técnico com a introdução de tecnologias de comunicação ao fim do século XIX, como o telégrafo, a telefonia e os correios, permitiram que “[...] a zona da Campanha brasileira se beneficiasse amplamente da modernidade que chegava a suas fronteiras” (SILVEIRA; GRIPP, 2015, p. 45). Esses elementos evidenciam a forte integração social que o interesse na exploração bovina facilitava para além das fronteiras nacionais de Brasil e Uruguai.

1. Identidade platina e circulação de informações em agropecuária

A perspectiva agrária que é evidenciada desde a origem da colonização brasileira fica evidente quando se considera a região sul devido às características geográficas da região, como as características do clima, solo, relevo e vegetação. A

demarcação geográfica do Brasil sulino – que concentra os atuais estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul – colonizado inicialmente por jesuítas espanhóis (RIBEIRO, 1995) encontra limite com o Uruguai, ao sul, e Argentina, a oeste.

As atuais zonas limítrofes que desenham os países que compõem a região Platina são resultados de diversos acordos diplomáticos entre Portugal e Espanha. As duas nações assinaram diferentes tratados para delimitar geograficamente a região, todos firmados em províncias espanholas: Tratado de Tordesilhas (1494), de Madrid (1750), de El Pardo (1778) e de Santo Ildefonso (1777). De acordo com Beatriz Courlet (2005), havia certo desinteresse dos impérios pela região por conta de ela não apresentar riquezas minerais ou agrícolas que importavam às economias europeias naquele período. Disso decorreu que ela fosse colonizada quase um século após sua descoberta. A autora argumenta que as lutas armadas que ocorreram durante o processo de ocupação da região visando a conquista dos territórios é um dos principais elementos para a formação identitária da região.

O antropólogo brasileiro Darcy Ribeiro (1995) viveu exilado em Montevidéu e lá escreveu parte de sua obra. Ele comenta aspectos da formação identitária platina que pode ser evidenciada desde o início da colonização; o traços da história contribuíram para que muitas características ainda sejam perceptíveis na região:

Esses eram os gaúchos originais, uniformizados culturalmente pelas atividades pastoris, bem como pela unidade de língua, costumes e usos comuns. Tais eram: o chimarrão, o tabaco, a rede de dormir, a vestimenta peculiar caracterizada pelo xiripá e

pelo poncho; as boleadeiras e laços de caça e de rodeio; as candeias de sebo para aluminar e toda a tralha de montaria e pastoreio feita de couro cru; a que se acrescentaram as carretas puxadas por bois, os hábitos de consumo do sal como tempero, da água ardente e do sabão e a utilização de artefatos de metal principalmente a faca de carnear, as pontas das lanças, as esporas e freios e uns poucos utensílios para ferver e para cozinhar (RIBEIRO, 1995, p. 416).

O autor salienta que a incorporação de parte dos gaúchos ao Brasil é um processo posterior que decorre de três agravantes: 1) a disputa com os paulistas pela exploração do gado; 2) a competição entre portugueses e espanhóis pelo domínio do território; e 3) a integração da região ao cenário mercantil provedor de animais de carga para as minas de ouro.

Visando apreenderos primórdios da disseminação de informações científicas no espaço platino, supõe-se o advento de uma rede com vistas ao desenvolvimento da agropecuária, devido à histórica formação sócio-cultural-econômica da região. Esse cenário científico que despontou na região banhada pela Bacia do Rio da Prata apresenta como resultados a ênfase dada à melhoria da exploração da carne bovina e posteriormente da lã ovina, elementos fundamentais para a introdução da indústria da carne, frigoríficos e importação de lã principalmente durante as guerrilhas.

As microrregiões da Fronteira Oeste, Sudoeste e Sul do Rio Grande do Sul são áreas que tiveram a base de seu desenvolvimento econômico historicamente fundamentado na agricultura e pecuária. Além disso, a posição territorial de cidades-gêmeas é um fator crucial que evidencia

semelhanças históricas entre os costumes culturais e identitários, a exemplo das tradicionais vestimentas gaúchas/*gauchas*, o hábito de tomar chimarrão e a própria relação com os afazeres campeiros. Ribeiro (1995) argumenta que a identificação com os costumes culturais platinos se deve a diversos fatores históricos, que não podem ser deixados de lado quando se fala sobre a região. De acordo com ele, a formação étnica dos gaúchos/*gauchos* encontra base histórica na relação com o âmbito agropecuário.

Os gaúchos brasileiros têm uma formação histórica comum a dos demais gaúchos platinos. Surgem da transfiguração étnica das populações mestiças de varões espanhóis e lusitanos com mulheres guarani. Especializam-se na exploração do gado, alçado e selvagem, que se multiplicava prodigiosamente nas pradarias naturais das duas margens do rio da Prata (RIBEIRO, 1995, p. 414).

Ribeiro enfatiza que o gado era criado com zelo, porque isso se configurou como um procedimento de sedentarização dos indígenas, já que permitia que eles se dedicassem à lavoura e ao artesanato, livrando-os do trabalho de caça e pesca. Dessa forma, Ribeiro (1995) constata que três fatores contribuíram para a formação da matriz gaúcha/*gaucha*: 1) um rebanho selvagem num território sem donos; 2) a especialização mercantil na exploração do gado; e 3) a europeização de parte dos mestiços da região carentes de itens de importação, o que possibilitou desenvolver um sistema de intercâmbio de couro por manufatura.

Courlet (2005) explica que a sociedade platina era composta essencialmente por uma

hierarquia que obedecia a três camadas: 1) os grandes proprietários de terra e criadores de gado; 2) os pequenos proprietários rurais que praticavam a agricultura familiar; e 3) os peões de estância, índios e escravos negros. Nesse panorama, de acordo com a autora, pode-se constatar que a economia da região passou a se fundamentar cada vez mais na agricultura e pecuária “[...] com a exploração do gado, através da instalação de estâncias e, mais tarde, com a produção de charque, e com uma produção agrícola de subsistência e com fins comerciais” (COURLET, 2005, p. 6). Esses fatores fazem a região Platina ser relativamente homogênea no que se refere à perspectiva econômica.

É importante notar que esse cenário histórico da região, envolvido pela agropecuária, está diretamente relacionado aos interesses pelo desenvolvimento científico e tecnológico da área. Ora, se os gaúchos/*gauchos* identificavam com o meio rural e encontrariam posteriormente ali o seu sustento e trabalho, logicamente se importariam e se dedicariam ao melhoramento gradativo das ciências agrárias no decorrer dos anos, envolvendo-se com o seu desenvolvimento. Ribeiro explicita que:

A introdução dos reprodutores de raça, de cuidados zootécnicos e de melhoria das pastagens promove a renovação do gado, que ganha peso, torna-se mais dócil e se faz leiteiro. Os rebanhos aumentam; ao vacum se acrescenta o lanar. Novas áreas são conquistadas para a expansão do pastoreio intensivo, com o gado semi-estabulado, cujo crescimento é controlado pelas cabanhas de aprimoramento genético (RIBEIRO, 1995, p. 422).

A contextualização histórica da delimitação de fronteiras, marcada pelas guerras e acordos diplomáticos visando à conquista de terras, demonstra como os sujeitos convivem a partir de uma mesma formação sócio-econômica-cultural apesar dos limites definidos no passado. Assim, numa perspectiva cultural, as limítrofes que separam os países da região Platina não são concretas, mas constituídas de porosidades.

Levando em consideração que existem características culturais, geográficas, econômicas e linguísticas próprias da região Platina que transcendem as fronteiras entre as nações, que existe uma mesma base de formação dos gaúchos/*gauchos* e que a relação mercadológica entre os sujeitos é intensificada pelo processo de globalização, evidencia-se um interesse em comum pela agropecuária.

Tal circulação transnacional de informações pode ser evidenciada nos periódicos que serão analisados neste trabalho: as publicações da ARCO e a *La Propaganda Rural*. Essas revistas tiveram relevância social e se revestem de objetos de interesse para análise por se incluírem no âmbito de produções midiáticas especializadas na temática agropecuária e divulgarem os avanços científico-tecnológicos da área. Aliás, essa circulação é explicitamente evidenciada em *La Propaganda Rural* por ser produzida em Montevidéu (UY) e ter distribuição oficial na Argentina e Brasil, desde meados do século XX, e Paraguai, desde o início do século XXI, além do Uruguai.

2. Sobre as publicações analisadas

A cultura científica encontrou grandes dificuldades para se desenvolver nos países

colonizados pelos impérios português e espanhol devido à cultura oral e força da mentalidade católica da Contra Reforma. Assim, a quantidade de especialistas agropecuários no espaço platino era bastante escassa na primeira metade do século XX, mesmo tendo o panorama agrário na base da formação da região. Conforme Silveira e Gripp (2015), promover a cientificidade teria sido missão das primeiras publicações especializadas produzidas no território banhado pela Bacia do Rio da Prata, ainda intimamente relacionadas à noção de comunicação científica (BUENO, 1988; GOMES, 2013).¹⁵

Para apreender as características da introdução de informações científicas recorre-se à Análise do Discurso com base em Patrick Charaudeau (2013). Trata-se do estudo de textos que foram veiculados durante as duas primeiras décadas de produção da *La Propaganda Rural* (de 1910 e 1920) e das publicações da ARCO (de 1940 e 1950). Para tanto, cabe inicialmente contextualizar as publicações.

A ARCO tem sede em Bagé, município fronteiriço do Rio Grande do Sul, e foi fundada em janeiro de 1942. A abreviação ARCO, que permanece como a sigla oficial da associação, remete ao primeiro nome dado à instituição: Assistência aos Rebanhos de Criadores de Ovinos. A associação era responsável pela catalogação de animais e sistematização dos criadores de ovelhas do estado

¹⁵ Considerando o ideal de uma interação desenvolvida entre cientistas, a noção de comunicação científica se restringe à difusão de informações sobre ciência e tecnologia a um público que entenderia previamente o contexto teórico-metodológico utilizado no enunciado, além dos termos técnicos próprios à área científica a qual a informação se refere.

do Rio Grande do Sul até a década de 70, quando ampliou o seu espaço de circulação, abrangendo todo o território brasileiro, responsabilizando-se por esse mesmo trabalho nacionalmente.

Desde seu início, a ARCO estabeleceu uma comunicação entre os interessados na área agrária através de periódicos especializados. Eles são pautados por diferentes temáticas pertinentes ao meio rural, como as políticas para o desenvolvimento da área; apontamentos econômicos sobre os valores de carne e lã; coberturas de feiras agropecuárias, a exemplo da Expointer.¹⁶ Ademais, a publicação veiculava informações sobre a própria instituição, sua diretoria e registros de animais e seus criadores; dias de campo em cabanhas de associados; além de artigos científicos que destacam o progresso das ciências agrárias.

A ARCO iniciou a produção de seu periódico especializado oficial em 1942, ano de sua fundação, e teve uma série de mudanças em seu formato ao longo dos anos. O primeiro formato de publicações foi o do “Anuário da Associação Riograndense de Criadores Ovinos”, de distribuição gratuita entre os sócios, com periodicidade anual (mas com algumas edições que fazem referência ao conjunto de dois anos) e que continha cerca de 250 páginas por edição. Os textos eram escritos por especialistas das ciências agrárias e foram distribuídos até 1970, quando os anuários se tornaram uma produção de

¹⁶A Expointer é uma das maiores feiras agropecuárias de exposição de animais da América Latina. Sua primeira edição ocorreu em 1901, em Porto Alegre, Brasil. Desde 1970 é realizada no Parque de Exposições Assis Brasil, na cidade metropolitana de Esteio, no Estado sul-brasileiro o Rio Grande do Sul. Em seu desenvolvimento, a Expointer emparelhou-se com as atividades de feiras e exposições do Prado, em Montevideo e de Palermo, em Buenos Aires.

registros técnicos e administrativos para organização interna e prestação de contas da instituição.

Enquanto isso, a associação dava início em 1961 à Revista Ovinocultura, de periodicidade trimestral. Ela teve duas pausas em sua produção: primeiro entre 1964 e 1970 e, num segundo momento, em 1982, retornando em 1988 até 1989, quando deixou de ser veiculada. Cada edição tinha uma média de 40 páginas e era vendida. Inicialmente a revista também era escrita por especialistas, mas a partir da década de 70 o expediente começou a indicar que a produção estava sendo realizada por uma assessoria de comunicação, contando, assim, com uma equipe editorial de jornalistas. Vale ressaltar que a partir desse momento apenas os textos assinados eram produzidos por especialistas.

Durante o primeiro período em que a revista Ovinocultura deixou de ser veiculada, a associação não publicou nenhuma outra produção. No segundo momento, a partir de 1983, a associação deu espaço à outra publicação, o Jornal Ovinocultura, de periodicidade bimestral e apuração jornalística. Ele passou a se chamar Jornal da ARCO em 1986 e foi distribuído até 1988. Os jornais tinham formato tabloide, média de 12 páginas por edição e eram também vendidos. O Jornal da ARCO voltou a ser produzido entre 2007 e 2011, com 16 páginas por edição, distribuído gratuitamente em versão impressa e também disponibilizado em versão digital no site institucional da Associação.

Ressalta-se que durante a década de 90 e parte dos anos 2000 a instituição não produziu um periódico oficial. Enfim, a associação começou a veicular em 2012 a Revista ARCO, com periodicidade trimestral, que ainda está em

circulação. A revista impressa tem uma média de 40 páginas por edição, é distribuída gratuitamente e produzida por uma equipe de jornalistas. Vale salientar, ainda, no que se refere às interrupções nas produções durante alguns anos e às mudanças nos nomes e formatos das publicações, que a ARCO é uma associação que reelege sua diretoria a cada quatro anos. As mudanças ocorridas por conta de políticas internas da instituição em relação aos periódicos evidenciam intrínsecas relações de poder.

A revista mensal de caráter comercial e privado, *La Propaganda Rural*, produzida no Uruguai, é outro periódico especializado na área rural que também possibilita a divulgação de conhecimento científico e tecnológico sobre as ciências agrárias. Com sede em Montevidéu, fundada em dezembro de 1901 pelo estadunidense Ernest O. Crocker, a revista era denominada “*La Propaganda*” e tinha como *slogan* “periódico quinzenal de assuntos rurais e comerciais”. Em 1917, o engenheiro agrônomo Roberto J. Urta, ao se tornar o diretor da revista, mudou seu nome para *La Propaganda Rural*. Iniciou com uma periodicidade quinzenal, tornando-se mensal em 1935 e se consolidando dessa forma. Durante a década de 50, a revista passou a ser distribuída oficialmente também na Argentina e no estado do Rio Grande do Sul e, desde o início do século XXI, no Paraguai. No que se refere à circulação informal da revista no Brasil (antes dos anos 50), o engenheiro agrônomo José Cypriano Nunes Vieira (2015), ex-presidente da ARCO, reconhece em entrevista que a *La Propaganda Rural* foi incrementada por conta da relação dos editores da época com especialistas da área agrária sul-brasileiros. O vínculo fortificou-se especialmente durante as feiras pecuárias de

Palermo, na Argentina, do Prado, em Montevideu, e as feiras sul-rio-grandenses de Esteio, Pelotas, Bagé, Uruguaiana, dentre outras, que cultivaram a prática de intercambiar jurados entre os países. Tais relações entre os criadores e especialistas dos três países nesses ambientes é que viriam a oficializar a distribuição oficial da revista no estado do Rio Grande do Sul e na Argentina na década de 50.

O jornalista Diego Rosmarino (2015), diretor da *La Propaganda Rural* desde 2001, explica em entrevista que a revista era inicialmente elaborada apenas por especialistas das agrárias até a década de 60, quando uma equipe editorial jornalística passou a produzi-la. Essa mudança ocorreu por motivos financeiros, sanados com a venda do periódico para os jornalistas. Em meados da década de 80, a revista foi vendida para empresários sem vínculos com os setores jornalístico e agropecuário, que a produziram até 2001, quando a atual equipe de jornalistas a assumiu.

3. Gêneros discursivos e publicações especializadas

Vale constar que o esforço pela identificação de um gênero discursivo, na perspectiva analítica de Charaudeau (2013), visa atender para o contrato de comunicação dos enunciados veiculados por um produto midiático. O contrato de comunicação prevê a essência de uma cointencionalidade entre enunciador e destinatário da situação comunicacional, um acordo tácito entre os sujeitos que se envolvem na comunicação. O contrato é composto por dois dados: os externos, que são “constituídos pelas regularidades comportamentais dos indivíduos que aí efetuam trocas e pelas constantes que caracterizam essas trocas e que

permanecem estáveis por um determinado período” (CHARAUDEAU, 2013, p. 68); e os internos, que possibilitam entender como o discurso é dito.

Para o autor, os dados externos são compostos pelas condições de identidade (características identitárias dos sujeitos que interferem na comunicação), finalidade (objetivo do discurso), propósito (universo temático) e dispositivo (ambiente midiático em que o discurso é desenvolvido). Os dados internos apontam para os espaços de locução (a justificativa pela qual os sujeitos falam), relação (como as relações são tensionadas no discurso) e tematização (organização discursiva). Nesse sentido, para identificar tais categorias, é preciso responder quatro questionamentos que norteiam a construção do contrato: 1) “quem informa quem?”; 2) “informar para quê?”; 3) “informar sobre o quê?”; 4) “informar em que circunstâncias?”.

Quando dados de diferentes enunciados analisados individualmente apresentam semelhanças e podem ser agrupados, tal grupo é entendido como um gênero discursivo, pois: “Um gênero é constituído pelo conjunto das características de um objeto que constitui uma classe à qual o objeto pertence. Qualquer outro objeto tendo essas mesmas características integrará a mesma classe” (CHARAUDEAU, 2013, p. 204).

Durante as atividades de análise destacou-se o conjunto de atributos dos textos, dentre os quais destacam-se quatro textos de cada periódico, sendo dois referentes a cada década, totalizando oito textos:

Gênero	No.	Anuário da ARCO	Edições de <i>La propaganda Rural</i>*
Qualificativo	TA01	“Particularidades na orientação seletiva da raça Ideal” (1942)	“A trufa” (edição de 15/01/1910)
	TA02	“Merino Australiano” (1955)	“Raças inglesas” (15/05/1917)
Prescritivo	TA03	“Vermes pulmonares” (1944- 1946)	“A preparação da lã para o mercado – uma carta australiana” (01/02/1909)
	TA04	“Fenotiazine” (1957)	“Novo procedimento para enxertar” (15/03/1909),

Quadro 1 – Gêneros do discurso

*tradução nossa, Fonte: elaboração dos autores

Conforme se expõe no Quadro 1, o *corpus* aqui analisado corresponde a duas edições do Anuário da ARCO e igualmente duas edições da revista *La propaganda Rural*. Conforme se analisa, muitos outros textos originam-se das edições referidas no Quadro 1.

Aponta-se, inicialmente, que os textos veiculados pela ARCO, TA01 – “Particularidades na orientação seletiva da raça Ideal” e TA02 – “Merino Australiano”, juntamente aos da *La Propaganda Rural*(as traduções são sempre nossas), TP01 – “A trufa” e TP02 – “Raças inglesas”, compõem o *corpus* que evidencia a existência do gênero qualificativo. Enquanto isso, os textos da ARCO, TA03 – “Vermes pulmonares” e TA04 – “Fenotiazine”, e os da *La*

Propaganda Rural, TP03 – “A preparação da lã para o mercado – uma carta australiana” e TP04 – “Novo procedimento para enxertar”, demonstram a utilização do gênero prescritivo.¹⁷

Ao estruturar os enunciados numa ordem discursiva de qualificação a um objeto de estudo da agropecuária, detendo-se à descrição de suas peculiaridades, apreende-se o gênero qualificativo. O lugar de produção dos enunciados pertencentes ao gênero qualificativo parte da premissa de que o destinatário ideal é curioso pelas especificidades de uma espécie animal ou vegetal. Com isso, o enunciador desenvolve uma descrição do conhecimento que tem a respeito do ser vivo. Limita-se a explicar a história da espécie, as suas qualidades e defeitos hormonais em relação às exigências do mercado agropecuário, a evolução de seu melhoramento genético, o melhor habitat para seu desenvolvimento, as necessidades básicas para sua sobrevivência de maneira saudável, entre outras particularidades.

Pode-se apreender a tentativa de incitar curiosidade sobre a particularidade de uma espécie em trechos introdutórios de alguns enunciados, como: “Esta raça vêm dando margem, progressivamente, à crença generalizada no relêvo de seu futuro, em nosso estado” (TA01); “Todo o mundo conhece a trufa. É uma espécie de tubérculo rugoso, de cor escura [...]. Mas nem todas as trufas têm o mesmo valor” (TP01).

Alguns enunciados demonstram a preocupação pela contextualização de características numa perspectiva histórica sobre as espécies, como em: “A raça evoluiu muito, nos últimos tempos, principalmente em formas. Evoluiu

¹⁷A partir daqui os textos serão referidos pela respectiva sigla atribuída para facilitar a leitura.

de tal maneira que hoje o seu esqueleto e sua conformação são muito bem caracterizados” (TA01); “Origem – Os primeiros Merinos foram introduzidos na Austrália em 1794 e provinham do Cabo, (África do Sul)” (TA02); “Esta cria existia no condado, de que deriva seu nome, há mais de um século” (TP02).

As características das espécies são apontadas tendo como pressuposto as determinações de qualidade indicadas pelo mercado agropecuário. Dessa maneira, as qualidades, defeitos e melhoramento genético estão essencialmente embasados em questões econômicas, explicitando as condições que proporcionam uma maior rentabilidade ao criador. Isso pode ser observado tacitamente em: “É pacífico, ademais, que deve ser evitada e condenada sempre a finura Cruza 1, e a coloração branca deve ser procurada, ainda que se tolere a côr de pérola em véos[velos] de borregos” (TA01); “As ovelhas são resistentes e engordam a um bom peso em uma idade muito precoce (TP02)”. Em outros casos, deixa-se explícita a relação direta com a economia: “Não há de temer que a abundância da trufa diminua seu valor porque seu perfume inimitável e delicioso fará dela sempre muito buscada. Seu preço baixará apenas para fazê-la acessível a todos os bolsos” (TP01).

As diversas características de cada espécie são elencadas nos enunciados após as contextualizações ora em texto corrido, ora em tópicos: “A correção de posteriores, procurando-os abertos e bem apumados, a boa inserção do pescoço, situando-o suavemente entre as paletas, sem reentrâncias, nem saliências, e a procura de lombos e troncos compridos [...]” (TA01); “Características raciais – Cabeça – Perfil convexo e larga, tamanho médio e proporcional ao corpo.

Focinho forte, supranasais unidos em arco, com várias rugas transversais bem pronunciadas, na parte superior, sendo indício de masculinidade [...]” (TA02); “[...] o interior da trufa está formado por uma carne delicada e cheirosa de cor geralmente escura cercada de veias mais claras e entrecruzadas de mil maneiras” (TP01); “Seu porte é alegre, olhos vivos e bastante ação de movimento. O pescoço é forte sem ser demasiado largo, o peito largo e exposto, com as pernas bem afastadas, as costelas bem arqueadas e suficientemente continuadas até os ossos do curvejão [...]” (TP02). Assim, pode-se entender que o gênero qualificativo sistematiza considerações a respeito de um objeto de estudo da agropecuária. Esses apontamentos visam contextualizar o leitor a respeito desses objetos, indicando suas características positivas e negativas.

Também foi possível reconhecer os enunciados que se estruturam numa ordem discursiva de prescrição de uma técnica proveniente da agropecuária, que promete resultados satisfatórios a quem a reproduz talqualmente foi descrita, compreendendo o gênero prescritivo. O gênero prescritivo mostra um lugar de produção em que o locutor parte da premissa que o destinatário tem um problema que precisa de resolução. Embasa-se em concepções científicas e tecnológicas buscando incidir no desenvolvimento do setor agrário, na medida em que se consideram as técnicas relatadas como uma forma de melhoramento e superação de procedimentos ultrapassados. Entretanto distanciam-se de reflexões a respeito desses procedimentos, detendo-se a relatos unilaterais, condicionados à exaltação dos benefícios possibilitados pelas técnicas em pauta.

No gênero prescritivo, os enunciados geralmente são orientados por questões econômicas, objetivando a maior rentabilidade ao criador, como pode ser percebido em: “A preparação da Fenotiazine, partindo da difelinamina, já é largamente feita no Brasil, em fábrica especializada, produzindo uma apreciável economia de divisas” (TA04); “[...] tanto para o criador quanto para o comprador; este pagará o preço mais alto possível, se tiver a segurança de obter um lote parelho, bem classificado, etc., qualidades que exige todo comprador” (TP03); “Damos em seguida a descrição de um novo sistema para obter rápida e economicamente bons enxertos, posto em prática com êxito completo pelo conhecido professor Lawaren” (TP04).

Em alguns casos, evidencia-se que a proposta dos enunciados se resume à descrição de uma técnica eficiente a ser realizada pelo destinatário: “[...] escrevemos estes apontamentos, que têm como finalidade a sua divulgação, através do anuário da ‘A.R.C.O’” (TA03); “Trataremos, pois, de expor em linhas gerais, as melhores épocas de tratamento para cada espécie de animal, bem como dosagens, maneiras de administração” (TA04); “Na Austrália se procede diretamente à classificação e esta se efetua como exponho à continuação” (TP03); “Damos em seguida a descrição de um novo sistema para obter [...]” (TP04).

As orientações, então, são descritas minuciosamente, indicando as posições em que devem estar alocados os sujeitos que realizam os respectivos procedimentos e os seres que são a eles submetidos: “A ovelha deve ser deitada de barriga para cima, em um côcho com inclinação de 45º mais ou menos, e a cabeça deve ficar na mesma linha do corpo [...]” (TA03); “Os classificadores, parados de

cada lado da mesa [...]” (TP03); “Se reúnem os enxertos em molhos de 12 a 15 atando-os sem apertá-los [...]” (TP04).

Também se atenta às dosagens exatas para a realização técnica: “Diluir em 1.400 cc. de água e injetar de 15 a 20 cc. b) – Fenotiazina 100 grs. Água 700 cc. Injetar na traquéa 10cc.” (TA03); “Usualmente emprega-se a Fenotiazina em suspensão em água, na seguinte proporção: 1 quilo de Fenotiazina para 1,750 lts. (13/4) de água [...]” (TA04); “Cheia a caixa, que deve ser de regulares dimensões conterà facilmente de 1.500 a 2.000 enxertos, e se cobrem estes com outra capa de musgo de 1 a 10 cm de espessura” (TP04).

A qualidade do procedimento prescrito no enunciado em detrimento da inferioridade de outros é evidenciada em: “Estudaremos unicamente o tratamento por injeções intraqueais, que é o mais eficiente por serem os outros de resultados duvidosos” (TA03); “Não resta dúvida que um grande passo foi dado, porém, mais esforços são requeridos” (TA04); “[...] está provado que a tosquia mecânica dá melhores resultados enquanto à rapidez e eficácia no trabalho” (TP03); “Tal é, em toda sua simplicidade, o novo sistema de preparar os enxertos, que trará uma verdadeira revolução à esta importante parte do cultivo de vinha” (TP04).

A demonstração dos passos que o destinatário deve seguir para a aplicação do procedimento é destacada como nos seguintes exemplos: “O operador, segurando a traquéa com os dedos indicador e polegar da mão esquerda, introduz uma agulha de 2 a 3 cm. de comprimento, inclinando-a de cima para baixo, tendo o cuidado de evitar de atravessar a traquéa de lado a lado” (TA03); “AVES – Emprega-se a Fenotiazina em aves, associada às rações ou em capsulas gelatinosas. A

dose é de meio grama (0,5) por 500 gramas de pêso vivo” (TA04); “É conveniente que tanto os classificadores como os que retiram as partes sujas trabalhem sob uma mesma direção, de maneira a fazer que a classificação seja uniforme” (TP03); “O operador corta ou faz cortar de antemão as plantas e os plectros e as coloca sobre uma mesa ao alcance da mão. Os cortes se farão à mão e por meio de faca” (TP04).

O gênero prescritivo não se propõe a discutir os processos científico-técnicos; visa apenas descrevê-los e afirmar suas respectivas eficácias. Os enunciados são estruturados numa condição positivista e unilateral de aplicações técnicas advindas da agropecuária ao demonstrar que é necessário apenas obedecer a um processo técnico com base científica de maneira gradual e correta para obter um resultado verdadeiramente satisfatório.

Ao relacionar os enunciados que apresentam os mesmos dados externos e internos para definir o contrato de comunicação dos periódicos da ARCO e da *La Propaganda Rural*, encontraram-se duas diferentes regularidades categorizadas nos gêneros qualificativo e prescritivo. Tais gêneros são entendidos como transnacionais por serem constatados em ambos os periódicos, independentemente das nações nas quais são produzidos. Os enunciados são escritos por especialistas e apresentam uma linguagem demasiadamente técnica e sem contextualizações sobre a abordagem científica aos sujeitos não-especialistas, o que dificulta a compreensão do discurso, tornando os textos dificilmente inteligíveis a estes sujeitos. Por conta disso, evidencia-se que o discurso desses periódicos não se condicionava ao ideal de popularização científica na primeira metade

do século XX, restringindo-se à comunicação entre pares.

Destaca-se, ademais, que as produções discursivas frequentemente apresentam uma relação com fatores que incidem em aspectos econômicos. Nos dois gêneros fica evidente o forte vínculo com o cenário de informações que contextualizam e podem auxiliar ou serem usadas em favor da rentabilidade dos leitores, seja na indicação de técnicas provavelmente rentáveis ou na observação de características de animais ou vegetais mais procuradas pelo mercado agropecuário. Percebe-se, com isso, que o lugar das condições de produção das revistas acredita que seus leitores ideais se interessam e/ou têm a necessidade de se informar sobre o prisma do mercado financeiro voltado à agropecuária.

A análise aqui empreendida demonstra a produção de dois gêneros discursivos para além das fronteiras entre Brasil e Uruguai. Ambas publicações, preocupadas em difundir o conhecimento científico sobre agropecuária para leitores especialistas, apresentam características discursivas que permitem o enquadramento dos enunciados ora no gênero qualificativo, ora no prescritivo. Tal viabilidade demonstra a opção por visibilizar uma prática discursiva embasada no contexto sócio-econômico-cultural e histórico comum à região Platina. Assim, evidencia-se que a produção de gêneros discursivos ultrapassam as fronteiras porosas entre as nações, ressaltando a formação comum do espaço platino.

Considerações Finais

O texto ocupa-se em indicar as características de produções midiáticas que circularam entre os

países da região Platina, contribuindo para a articulação identitária daquele espaçosocial e para o preenchimento de vazios informativos existentes sobre agropecuária. Os antecedentes de produtos midiáticos segmentados, ou seja, especializados em informações científicas agropecuárias, direcionados ao público que se interessa pelo tema ultrapassou as fronteiras nacionais.

Consta-se a viabilidade dessas produções a partir de um interesse mercadológico relacionado ao desenvolvimento do polo econômico, através da difusão de informações científicas sobre agropecuária, tendo em vista as semelhanças sócio-histórico-culturais. Compreendendo que a agropecuária é uma base para o desenvolvimento econômico da região, entende-se que a existência de periódicos especializados sobre a temática é uma forma plausível de integração da comunidade platina.

O interesse comum por informações sobre agropecuária possibilita a integração da comunidade platina através de produtos comunicacionais, já que os sujeitos que os produziam nutriam uma vontade de saber que se refletia na busca de inovações em favor do desenvolvimento agropecuário da região. Seu estudo permite compreender aspectos do intercâmbio sócio-histórico-econômico e cultural que correu em paralelo à consolidação do Estado nacional dos países platinos.

Referências

AZEVEDO, F. (org.). **As ciências no Brasil**. 2ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.

BARRÁN, J. P. **Historia de la sensibilidad en el Uruguay: el disciplinamiento** (1860-1920). Montevidéo: Banda Oriental, 1990.

BUENO, W. C. **Jornalismo científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos**. ECA-USP: São Paulo, 1988.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2013.

COURLET, B. A. Identidades em uma zona de fronteira: a região do prata no período colonial. In: **Anais da II Jornada de História Regional Comparada**, 2005, Porto Alegre. Disponível em: <<http://cdn.fee.tche.br/jornadas/2/H4-03.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2015.

FOUCAULT, M. **Aulas sobre a vontade de saber**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

GOMES, C. M. **Comunicação científica: alicerces, transformações e tendências**. Covilhã: Livros LabCom, 2013.

GRIPP, P.; ALVEZ, J. F. X.; SILVEIRA, A. C. M. A divulgação científica de âmbito agrário no Uruguai disciplinado: antecedentes da formação prescritiva do discurso. In: **Anais do X Encontro Nacional de História da Mídia**, 2015, Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historiografia-da-midia/a-divulgacao-cientifica-de-ambito-agrario-no-uruguai-disciplinado-antecedentes-da-formacao-prescritiva-do-discurso/view>>. Acesso em: 13 dez. 2015.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. 2ª ed. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

ROSMARINO, D. **História da La Propaganda Rural**. Entrevistador: Phillipp D. Gripp. Montevideú, 27 fev. 2015.

SCHWARZ, R. **Ao vencedor as batatas**: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro. São Paulo: 34, 2000.

SILVEIRA, A.C. M.; GRIPP, P. D. Um saber contra a barbárie: primórdios da popularização de ciênciano espaço platino de Uruguai e Brasil. **Improntas de la historia y la comunicación**, n. 1, junio-nov 2015, p. 43-61. Disponível em: <<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/improntas/article/view/2789>>. Acesso em 30 nov 2015.

SILVEIRA, A.C. M.; STEVENS, L. Globalização, reconhecimento identitário e estratégias de localização. **Comunicação Midiática**, v. 6, p. 30-50, 2006.

VIEIRA, J. C. N. **Primórdios da circulação de revistas especializadas em agropecuária em Bagé**. Entrevistadores: Ada C. M. Silveira e Phillipp D. Gripp. Bagé, 12 jan. 2015.

A página virtual do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) no debate da Reforma Agrária brasileira

Solange Inês Engelmann
Valdir Jose Morigi

1 Introdução

O desenvolvimento da sociedade capitalista e o avanço tecnológico criam a sociedade em rede, gerando as tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), o que possibilita a criação de novos canais de comunicação que surgem como uma alternativa frente à mídia de massa tradicional (imprensa escrita, televisão e o rádio). Um dos desenvolvimentos tecnológicos mais significativos no campo informacional contemporâneo tem sido a *internet*, que segundo Castells (2006), inicialmente é desenvolvida como ferramenta de comunicação militar alternativa, no âmbito da guerra e mediante a massificação na década de 1980 gera a descentralização do processo de comunicação e informação na mídia tradicional, tornando cidadãos comuns em produtores de informação.

Nesse contexto, historicamente, no Brasil os meios de comunicação de massa encontram-se concentrados por alguns grupos econômicos, familiares, políticos, religiosos, entre outros, tornando-se grandes monopólios ou oligopólios. Conforme Lima (2004), o controle da mídia impressa, televisiva e radiofônica brasileira se restringe a 13 grupos familiares, sendo oito principais no setor de rádios e TVs e cinco no controle dos grandes jornais e revistas. Esses grupos tornam a informação um produto mercadológico e

dominam o sistema de comunicação, limitando a liberdade de expressão de grande parte da população, em especial de segmentos populares, como os movimentos sociais populares que não têm obtido espaço nos grandes monopólios de comunicação para apresentar suas reivindicações e, quando logram adquirir alguma visibilidade, geralmente são abordados de forma negativa ou pejorativa¹⁸.

Desse modo, mediante a massificação das TICs, que amplia o acesso da população brasileira a essas tecnologias, a partir da década de 1990, alguns grupos populares percebem na *internet* um novo canal de comunicação para a divulgação de suas plataformas de reivindicações e, todavia, para ampliar a interação com a sociedade. Porém, isso somente é possível quando tais segmentos sociais logram o acesso à *internet* para a manutenção de portais online, blogs, páginas em redes sociais, etc. e a produção de conteúdos específicos para o abastecimento desses ambientes.

No processo histórico de luta pela terra, Reforma Agrária¹⁹ e direitos civis, políticos e, sobretudo, sociais, atualmente no Brasil, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) mantém uma página de *internet* na rede. O portal foi criado em 1997 para auxiliar na divulgação das reivindicações e na ampliação das

¹⁸ Berger (2003), constata em seus estudos sobre a cobertura do jornal *Zero Hora* de Porto Alegre/RS em relação ao MST, que o jornal constrói um discurso jornalístico negativo, em que classifica os integrantes do MST como “foras da lei”, esvaziando o caráter político e social da reforma agrária e qualificando as ações desse movimento como ilegais.

¹⁹ No decorrer deste artigo nos reportamos ao termo com as iniciais em maiúsculo uma vez que a luta por reforma agrária representa a bandeira de luta central do MST, que em seus documentos se refere ao termo desse modo.

alianças com outras organizações e movimentos sociais populares, bem como no diálogo com a população urbana (MST, 2010).

Diante dos apontamentos, o presente trabalho, realizado em 2013, analisa a potencialidade da página virtual do MST, na divulgação das reivindicações desse Movimento e no debate da Reforma Agrária, especialmente com os segmentos populares urbanos. Busca-se compreender como setores sociais populares - como o MST - se apropriam da *internet* para o acesso e divulgação de informações, além da mobilização social e interação com outros setores populares. Para isso, primeiramente debatemos alguns aspectos sobre a sociedade em rede e cidadania, com foco nos impactos das TICs na sociedade contemporânea e as potencialidades da *internet* no uso pelos segmentos populares, como os movimentos sociais. Por último, realizamos uma análise sobre a função da página do MST na divulgação das reivindicações desse Movimento e no debate da Reforma Agrária no País.

2. A sociedade em rede e as tecnologias da Informação e Comunicação

Em *A Sociedade em Rede*, Castells (2006) aponta para o surgimento de uma nova estrutura social, responsável pelo modelo de desenvolvimento informacional que se ocorre no final do século XX, em consequência da reestruturação do sistema capitalista de produção. O informalismo representa uma forma específica de organização social na qual a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se a principal fonte de produtividade e poder em consequência dos novos desenvolvimentos tecnológicos criados nesse

período histórico. Tendo como base a tecnologia da informação. A principal característica da sociedade informacional é a organização da estrutura social em rede, funcionando por meio de uma rede de fluxos global com capacidade de influenciar as relações sociais em todo o planeta.

O avanço tecnológico promove a criação das TICs, que possibilitam o desenvolvimento de novos canais de comunicação e informação, ultrapassando o controle de informação dos oligopólios midiáticos tradicionais, como rádio, jornais e revistas impressos, televisão, livro, dentre outros. Uma das invenções tecnológicas mais significativas na área das TICs tem sido a *internet*. Criada nos Estados Unidos na década de 1960, como ferramenta de comunicação militar, a estratégia era desenvolver um sistema de comunicação que não poderia ser danificação ou atingido por ataques nucleares. Esse sistema passa a ser desenvolvido de forma massiva na década de 1980 e dá origem a rede mundial de computadores (CASTELLS, 2006).

Inserido nesse contexto, a sociedade em rede institui uma “cultura” virtual da realidade, que não modifica a estrutura social capitalista, mas gera mudanças significativas no campo das comunicações e das relações sociais. Porém, por encontrar-se inserida no processo tecnológico da sociedade capitalista a nova “cultura” virtual também promove um acesso desequilibrado dos cidadãos à rede, de modo que a *internet* não rompe com as desigualdades sociais, políticas, econômicas, culturais, etc. do sistema. Atualmente, os países mais desenvolvidos concentram a maior parte dos usuários com acesso a *internet*. “Por volta de 1998-2000, os países industrializados, com cerca de 15% da população do planeta, representavam 88% dos usuários da Internet” (CASTELLS, 2006, p. 433).

A reprodução das desigualdades sociais pelo processo tecnológico da sociedade de rede é tratada por alguns autores, entre eles Esteves (2011), como uma nova versão do “*digital divide*”, desvelando as distinções no acesso dos cidadãos às tecnologias e tornando mais evidente a realidade das desigualdades entre as elites e as populações pobres, bem como dos países desenvolvidos em relação aos países em desenvolvimento e periférico, a exemplo do Brasil. Porém, essas desigualdades não são determinantes das TICs, pois são produto do conjunto das relações sociais estabelecidas por meio das democracias de massa, que geram processos desiguais de acesso em relação a essas tecnologias. “[...] não é a Internet a grande ameaça à nossa democracia, mas muito mais uma dada ordem social e política – a nossa – que cria, por vezes, grandes limitações à Internet [...] quanto às suas potencialidades e capacidades democráticas” (p. 36). No entanto, o “*digital divide*” não representa um problema tecnológico, porém social e político. O estabelecimento de uma sociedade em rede mais democrática e participativa, que tenha condições de eliminar as desigualdades tecnológicas depende de sistemas sociais e políticos que consigam romper os limites e as contradições impostas às TICs, pelo atual sistema social e as desigualdades entre os segmentos da elite e dos pobres.

Ao mesmo tempo, na concepção de Castells (2006), a *internet* configura-se em uma rede virtual com abrangência global, não sendo possível estabelecer uma forma de controle ou centralização por parte de algum centro específico, o que ultrapassaria, por sua vez, as barreiras anteriores de controle da informação e possibilitaria uma diversidade de conexões em nível planetário. Desse modo, o autor procura demonstrar que num período

de avanço da globalização o desenvolvimento dessa tecnologia supostamente representaria uma “fuga do controle” do sistema de informações. Na mesma perspectiva, Monteiro (2001) considera que a rede virtual se apresenta como novo canal de comunicação, com capacidade de integrar internautas em todo o mundo e possibilitar novos espaços de interação e expressão para grupos sociais anteriormente “marginalizados” e/ou impossibilitados de se comunicar por meio da mídia tradicional.

Para Castells (2006) o desenvolvimento da tecnologia pode desempenhar função significativa no estímulo às mudanças nas relações sociais e busca de cidadania, na medida em que os usuários adquirem condições (sociais, políticas e, principalmente, econômicas) de apropriarem-se da mesma e a redefinem para atender as necessidades dos grupos populares da classe trabalhadora. O desenvolvimento da *internet* provocaria uma descentralização no processo informativo pela mídia tradicional, possibilitando aos cidadãos se tornarem produtores de conteúdo e atuar como “sujeitos ativos” no acesso à informação e processos de comunicação, rompendo assim com o padrão clássico de comunicação de massa, em que se verificava a instrumentalização do receptor pelo emissor. Porém, é importante ressaltar que os acontecimentos da atualidade têm atestado a ineficácia dessa tese, pois mesmo sendo apropriado por alguns indivíduos e segmentos populares, as denúncias de grupos como o *Wikileaks*²⁰ sobre o estabelecimento de um controle da *internet* pelos Estados Unidos e países aliados revela que esse

²⁰ Organização que se dedica a divulgar na *internet* informações sigilosas, geralmente relacionadas à diplomacia dos países.

aparato tecnológico também pode ser usado para espionar governos e nações, e investigar e reprimir grupos contrários²¹.

Todavia, Esteves (2011, p. 37) defende que a *internet* se torna um instrumento importante para o desenvolvimento de uma democracia deliberativa mais participativa, devido ao seu “potencial comunicacional, que resulta das extraordinárias capacidades informacionais da Rede: a grande facilidade de armazenamento, processamento, acesso e difusão de informações (...)”. O que é observado, especialmente a partir da Web 2.0, que a partir da sua maior capacidade de processamento e circulação de informações amplia os acessos, a participação e a colaboração dos cidadãos em rede.

Na visão de Vieira (2001) o conceito de cidadania trata do pertencimento de um indivíduo ao um Estado-Nação, no qual se estabelece um conjunto de direitos e deveres fundamentais objetivando gerar um nível de igualdade entre os sujeitos em sociedade. Com base na concepção clássica de Marshall (1949), fundamentada no modelo britânico da época, o autor explica que a cidadania teria sido conquistada pelas classes trabalhadoras na Inglaterra em etapas: inicialmente com a obtenção dos direitos civis no século XVIII, os

²¹ As TICs e a *internet* também são usadas por movimentos sociais conservadores que defendem o retrocesso de direitos dos trabalhadores e a preservação e reprodução do capitalismo. A nosso ver, isso pode ser visto no Brasil em protestos realizados em várias cidades brasileiras nos meses de março, abril e no dia 16 de agosto de 2015, que aproveitaram a efervescência social gerada pelo “Movimento Passe Livre” durante as jornadas de junho de 2013, para convocar os segmentos populares despolitizados e, principalmente a classe média a participar de protestos nas ruas, que visam desestabilizar o governo de Dilma Rousseff e exigir o *impeachment* da presidenta.

direitos políticos no século XIX e finalmente, os direitos sociais adquiridos no século XX. Porém, isso não representa um modelo universal, pois a ordem na conquista de direitos para a cidadania depende do processo histórico de cada sociedade.

Nesse contexto, a cidadania pode ser exercida de forma passiva, mediante o direito de existência, porém limitada, e ativa quando são garantidos os direitos de opinião, reunião, etc., bem como a capacidade de intervenção nos processos de disputa do poder político, devendo assim, ser constituída por direitos formais garantidos a todos, excluindo “[...] o caráter informal ou particularista dos direitos de cidadania, que necessariamente devem ser direitos universais promulgados em lei e garantidos a todos”. E essencialmente assegurar o acesso igualitário de todos os cidadãos aos direitos. “A igualdade é formal, garantindo a possibilidade de acesso aos tribunais, legislaturas e burocracias. Não se trata de igualdade completa, mas em geral garante-se aumento nos direitos dos subordinados em relação às elites dominantes” (Vieira, 2001, p. 35).

Desse modo, percebe-se que a cidadania se encontra em construção e mutação nas sociedades, a depender do contexto e especificidade de cada Estado-Nação. No entanto, ainda que apresente limites e conforme aponta Barbalet (1989), não teria condições de eliminar os conflitos de classe – porém, com base na abordagem de Marshall a interação e o conflito entre esses dois fatores modificam uma à outra – a luta pela cidadania pode vir a contribuir na diminuição da desigualdade de classe. Diante disso, a cidadania busca estabelecer uma igualdade formal entre os indivíduos no acesso aos direitos dentro do território de um Estado-Nação, que representa o espaço da cidadania.

Assim, considerando as desigualdades e limitações capitalistas e a luta dos povos por cidadania, observa-se que a sociedade em rede e as TICs ampliam a interação virtual entre os cidadãos e grupos sociais, apresentando potencial positivo quanto à “democratização” dos processos informativos e comunicativos, ao possibilitar que alguns setores populares, a exemplo dos movimentos sociais populares brasileiros, anteriormente marginalizados pelos monopólios de comunicação tradicionais, se apropriem da *internet* para organizar estratégias de comunicação popular voltadas à divulgação de suas demandas e diálogo com outros segmentos sociais, fortalecendo a busca por cidadania e as práticas de comunicação contrainformativas e contra-hegemônicas.

Porém, exige-se cautela com a forma que adquire (e adquiriu) essa tecnologia específica, no atual estágio do capitalismo, a saber, uma suposta “democratização da informação” defendida pelos grandes portais comerciais, pela indústria de microcomputadores e fornecedores de serviço de *internet*, entre outros; pois, as TICs e a *internet* surgem na última fase de capitalismo - a “globalização” - e não se encontram isentas da lógica de funcionamento e mercantilização do capital. Esse seria o caso das grandes redes que monopolizam a informação: *Google, Yahoo, MSN*, que dão suporte as “redes sociais” (*Facebook, Twitter, Instagram*, etc.) entre outras.

Compreende-se, a partir dos autores, que a sociedade em rede e a apropriação das TICs por grupos populares representaria uma “fuga do controle” de informações e um novo canal de comunicação na busca por cidadania, porém, de modo geral, a *internet* ainda apresenta limites, pois segue monopolizada por empresas capitalistas de

comunicação e entretenimento, o que não garante canais de comunicação totalmente independentes e práticas comunicacionais alternativas democráticas.

3. A página virtual do MST no debate da Reforma Agrária

Mediante o avanço tecnológico das TICs e o surgimento da *internet*, vários segmentos populares: partidos políticos, sindicatos, organizações populares, movimentos sociais, etc., percebem na rede virtual um novo canal de comunicação e passam a apropriar-se desta para auxiliar na divulgação de suas reivindicações e ampliar o debate com a sociedade nacional e internacional. Atuando como produtores de conteúdo na divulgação de suas demandas e buscando ultrapassar os filtros editoriais e ideológicos dos grandes conglomerados de comunicação, a fim de apresentar uma visão contrainformativa e contra-hegemônica. Em geral, esses grupos sociais questionam as contradições do sistema capitalistas e lutam por direitos civis, sociais e políticos para a conquista da cidadania.

Diante disso, a partir de um estudo qualitativo, realizado em 2013, apoiamo-nos na metodologia de Análise de Conteúdo e técnica de entrevistas para analisar a potencialidade da página virtual do MST na divulgação das reivindicações desse Movimento, bem como verificar a contribuição desse espaço no debate da Reforma Agrária com os segmentos populares urbanos.

Com a expansão da *internet* no Brasil na década de 1990, a partir de 1997 o MST organiza um portal virtual na rede (Imagem 1), objetivando divulgar suas reivindicações e ampliar o debate em torno da Reforma Agrária. Desse modo, há mais de

uma década, em 2003, a página virtual do MST ganha atualizações diárias. Nesse espaço são divulgadas notícias sobre as ações do MST, lutas e reivindicações, além de debates acerca da problemática da questão agrária.

Imagem 1: Página virtual oficial do MST no formato atual



Fonte: Sítio de internet, 2015

Criado em 1984, o MST defende como pauta central a luta pela terra e cobra um programa de Reforma Agrária no país, além de chamar atenção para o problema dos sem-terra e da concentração fundiária. A partir da década de 1990 este se consolida no Brasil como um movimento social popular e político, que assume a posição de importante representante da classe trabalhadora no cenário brasileiro. Desse modo, ao organizar mobilizações de massa reivindicatórias, principalmente com ocupações de terras e prédios públicos, o MST se torna referência na luta pela terra, atuando como um “sujeito coletivo” que insere a pauta da Reforma Agrária na agenda do governo federal (Morissawa, 2001).

Observa-se que a compreensão dos dirigentes do MST acerca da estratégia política da comunicação se desenvolve a partir da fundação, enquanto organização nacional, de tal modo à organização de um setor de comunicação e dos veículos de comunicação populares do MST, como o

Jornal Sem Terra (JST), por exemplo, criado em 1981 no Rio Grande do Sul, desempenharam papel importante nas estratégias organizativas, no acesso ao povo sem-terra e na sua expansão em território nacional, associado à divulgação da realidade da luta pela terra no Brasil (Engelmann, 2013)²².

Em meados dos anos 2000, na medida em que o MST percebe a necessidade de construir uma política de comunicação voltada para a organização interna de sua base social e na divulgação externa das suas reivindicações, é criado o setor de comunicação, com a função de elaborar as estratégias de comunicação desse Movimento, bem como coordenar e organizar a criação dos seus veículos de comunicação. O setor vincula-se à estrutura organizativa do MST e se organiza por meio de um coletivo de militantes, responsáveis pela comunicação nas regiões, estados e nos espaços nacionais (MST, 2001).

De acordo com Peruzzo (2006), a comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação, que surge nas décadas de 1970 e 1980. Popular quer dizer “comunicação do povo”, produzida pelo povo e destinada a ele. A comunicação popular emerge da luta dos movimentos sociais da América Latina, a partir da criação de canais autônomos de comunicação para a mobilização e conquista de direitos sociais e políticos. É com base nessa concepção que analisamos o processo de comunicação do MST, no qual se insere a organização do seu portal virtual e a busca por mudanças sociais e cidadania.

Após o início da sua organização o MST, então, percebe a necessidade em desenvolver uma

²² Para análise aprofundada acerca da política de comunicação popular do MST e seu portal online, ver dissertação de nossa autoria em Engelmann (2013).

política de comunicação popular para auxiliar na sua organização, mobilização e educação dos trabalhadores sem-terra, a partir da ação política e dinâmica de luta.

Ao longo de nossa história, estamos desenvolvendo uma comunicação que tem por objetivo organizar e mobilizar, ser ferramenta de educação do povo, divulgar e agitar as pessoas na luta pela Reforma Agrária e por um Projeto Popular para o Brasil (MST, 2001, p. 134).

Percebemos que o foco central nas estratégias de comunicação desse Movimento encontra-se na consolidação de sua unidade nacional, estímulo à mobilização de sua base social, pressão ao Governo Federal e na difusão de seu projeto popular de mudanças sociais, para com os segmentos populares da população urbana. Entretanto, a organização de uma política de comunicação popular passa a ser considerada estratégia nessa dinâmica organizativa.

Diante disso, além do JST, criado na década de 1980, ao longo da década de 1990 e dos anos 2000, o MST desenvolve outros meios de comunicação populares e alternativos, com abrangência nacional, estadual e regional, sendo os principais: as rádios comunitárias, *Revista Sem Terra*, *Jornal Sem Terrinha*, Brigada de Audiovisual e Assessoria de Imprensa. Porém, esses aparatos apresentam limites quanto aos custos de manutenção e transmissão de conteúdo. Nesse cenário, a criação da página virtual no final da década de 1990, passa a representar um novo canal de comunicação de potencial significativo para a transmissão e difusão de informações do Movimento. Nesse contexto, o propósito do MST é

transformar sua página virtual em espaço de referência na discussão acerca da luta pela terra e da Reforma Agrária popular²³ e na legitimação da sua luta, enquanto movimento social popular, como defende o Manual de redação dos veículos do MST.

[...] a nossa página deve ser referência e fonte de informação para a discussão sobre os modelos de agricultura (agronegócio contra pequena agricultura), a Reforma Agrária, a luta dos trabalhadores rurais Sem Terra e as realizações do MST, especialmente nas áreas da produção agrícola e educação (MST, 2010, p. 20).

Uma das principais potencialidades do portal do MST é a de que os conteúdos (informações, imagens, áudios, vídeos, etc.) podem ser produzidos e postados na rede pelos próprios sem-terra, a partir da organização e difusão de processos de comunicação popular, a a partir da organização da sua base social nos estados e regiões do País. O que possibilita a esses trabalhadores assumir o papel de produtores de conteúdos, como aponta Castells (2006), apropriando-se das TICs e da *internet* para expressão de suas reivindicações e realidade.

Na página virtual do MST são publicados conteúdos diversos, conforme A (2011)²⁴, a

²³ Enquanto no primeiro programa de Reforma Agrária de 1984, o MST defendia a implantação de um programa de base capitalista (Stédile, 2005); seu segundo programa, em 2007, o MST opta por um modelo de Reforma Agrária popular, centrado na superação do capital e do agronegócio no campo, para a produção de alimentos saudáveis, industrialização do interior do país e mudanças estruturais (MST, 2007).

²⁴ Entrevista com jornalista e militante, responsável pela coordenação da página virtual do MST. Para manter o anonimato dos entrevistados, estes serão identificados com letras, se as letras se repetirem serão acrescentados números.

elaboração e divulgação de conteúdos são organizados em quatro eixos principais: 1) Publicação de notícias sobre o cotidiano dos trabalhadores sem-terra, mobilizações e debates sobre a Reforma Agrária, 2) Reprodução de informações sobre a temática da Reforma Agrária e denúncia do latifúndio e agronegócio²⁵; 3) Reprodução de algumas notícias divulgadas pela imprensa burguesa que criticam a lentidão da Reforma Agrária e o modelo do agronegócio; 4) Bem como a publicação de informes e textos completos de trabalhos acadêmicos e estudos de especialistas sobre a questão agrária.

De modo geral, o portal desse Movimento divulga conteúdos relevantes sobre as demandas da sua base social em relação à pauta da Reforma Agrária. No ambiente o cidadão tem acesso a um conteúdo organizado, inicialmente por notícias atuais, que se encontram em destaques no portal, seguida por links de vídeos, reportagens especiais, artigos e entrevistas com conteúdos não tão atuais, porém relevantes para os sem-terra. Na parte superior do portal encontra-se um *menu* de acesso para temas específicos: O MST, Nossos Frutos, Cultura, Publicações (acesso as edições digitalizadas do Jornal Sem Terra e da Biblioteca digital da questão agrária brasileira), Jornadas, Editorias e Sem Terrinha. Tais ícones possibilitam o acesso a um conjunto de conteúdos distintos e diversos sobre a história e o cotidiano de luta desse Movimento.

Ao acessar a página do MST, na parte inferior, logo após o *menu Links*, o usuário pode enviar mensagem com questionamentos, dúvidas, apoio,

Doravante usaremos esse formato para nos referir aos entrevistados.

²⁵ O portal divulga conteúdos de veículos de comunicação alternativos, “aliados” e de esquerda.

etc; para isso é necessário acessar o *link* Fale Conosco. Antes de enviar um comentário o internauta tem acesso a alguns esclarecimentos a acerca de prováveis questionamentos sobre o MST, caso não esteja contemplado é só postar o comentário no ambiente virtual ou enviar mensagem. São aceitas mensagens de apoio, críticas e sugestões, os depoimentos agressivos ou acusações sem provas são desconsiderados. Alguns comentários de apoio são publicados nos veículos impressos (Jornal de Revista Sem Terra) e no perfil do Facebook do MST.

Na parte inferior do portal, abaixo da sessão Social também há um *links* de acesso ao *Facebook* e ao *Twitter* do MST²⁶. Segundo o coordenador do portal, A (2011), o objetivo é aproveitar as redes sociais para ampliar os acessos da página virtual. O MST também mantém uma página no *Youtube* para divulgação de sua produção audiovisual. Portanto, percebe-se que o portal virtual do MST se tornar um ambiente central, concentrando um conjunto de conteúdos, com diversas linguagens: textos, imagens, vídeos, áudios, etc; acerca das ações e reivindicações do MST e dos trabalhadores Sem Terra que o integram.

A partir de entrevistas com lideranças e militantes do MST verificamos que o portal é criado com o propósito de tornar as bandeiras de luta desse Movimento conhecidas na sociedade e, sobretudo, estimular o debate em torno da pauta da Reforma Agrária popular com a população urbana. “[...] Sentíamos uma necessidade de ampliar a nossa comunicação com a sociedade, compreendendo que

²⁶ O *Twitter* foi criado em 2009 e o perfil no *Facebook* a partir de 2011.

a Reforma Agrária só seria viável com o apoio da população urbana [...]” (B, 2011).²⁷

A organização da sua página virtual demonstra como os dirigentes desse Movimento possuem consciência quanto à necessidade de apropriarem-se desse novo canal de comunicação, aliado ao desenvolvimento de uma estratégia de comunicação popular, a fim de apresentar suas reivindicações acerca da bandeira de luta pela Reforma Agrária no País. Pois, a ampliação no diálogo com os segmentos populares urbanos depende do acesso e apropriação de canais de comunicação, como a *internet*, que possibilitem a construção de processos de informações e comunicação populares, em contraposição à abordagem deturpada e hegemônica dos oligopólios de comunicação brasileiros.

A partir da resolução do terceiro Congresso do MST era necessário criar instrumentos de comunicação que pudessem contribuir nessa comunicação com o conjunto da sociedade. A partir dessa linha política, nasce em 1997 a página do MST, que tinha como objetivo mais geral levar informações e dados para a sociedade, para que ela pudesse conhecer o MST diretamente, sem passar pela mediação dos grandes meios de comunicação [...] (A, 2011).

Compreende-se que a criação do portal do MST parte de uma definição política desse Movimento, buscando estimular o diálogo e fortalecer alianças com a sociedade urbana, garantindo principalmente a legitimidade da sua luta junto aos segmentos populares urbanos. Para

²⁷ Entrevista com coordenador nacional do Setor de Comunicação do MST.

isso, a partir das características da *internet* (agilidade, abrangência, menor custo, etc.) o propósito central do MST é tornar seu portal virtual fonte de informação e espaço de referência em relação as suas reivindicações, ações dos sem-terra e o debate da questão agrária no Brasil.

Hoje a nossa página vem se constituindo cada vez mais [...] para discutir a questão agrária no Brasil [...], a situação dos pobres do campo e apresentar [...] as contradições do modelo do agronegócio, que é o modelo dominante. [...] Se alguém quiser saber informações, notícias e dados, sobre a questão agrária no Brasil, da perspectiva dos trabalhadores a referência é a página do MST (A, 2011).

Com base nos depoimentos, percebe-se que o MST procura se apropriar desse novo canal de comunicação criado através das TICs, aliado a uma estratégia de comunicação popular, na tentativa de informar a sociedade sobre a realidade da luta pela terra no País, procurando assim, ampliar o dialogo com a população urbana, principalmente em relação aos segmentos populares, bem como pressionar o Governo Federal na implantação de um programa de Reforma Agrária popular no Brasil para a conquista da cidadania. Nesse sentido, a nosso ver a *internet* apresenta uma possível potencialização nos processos de comunicação populares e alternativos, organizados por movimentos sociais populares como o MST, na medida em que possibilita a esses segmentos se tornarem produtores de conteúdo e estabelecer um contato direto com o cidadão, que possui acesso à tecnologia do ciberespaço.

A importância da página virtual do MST se encontra, justamente na especificidade da sua abordagem em torno das ações desse Movimento e

da questão agrária. Assumindo, nos últimos anos a função de “porta-voz” do MST, na divulgação das suas reivindicações e diálogo com os segmentos populares urbanos, os grandes meios de comunicação de massa e a sua própria base social. Todavia, o portal desse Movimento se consolida como instrumento fundamental para auxiliar no debate com a população urbana, no que se refere à realidade dos sem-terra, da luta pela terra no País e o modelo de Reforma Agrária Popular, defendido pelo MST e outras organizações rurais e urbanas.

4. Considerações finais

Percebemos que a *internet* ainda é utilizada por uma pequena da população pobre, porém por ser um canal de comunicação, aparentemente aberto e descentralizado, gera maior interação entre os grupos sociais, maior acesso à informação e possibilita um rompimento com o padrão clássico dos meios de comunicação de massa, em que os cidadãos se tornam produtores de conteúdos. Conforme Castells (2006) é fundamental que os segmentos populares se apropriem de tais meios para a cobrança de suas demandas e na luta contra o modelo capitalista.

Portanto, as TICs e a rede virtual não possuem um potencial totalmente democrático, devido às limitações e contradições do sistema capitalista e entraves na conquista da cidadania, mas podem auxiliar na expressão e mobilização de segmentos populares antes marginalizados pelos oligopólios de comunicação, bem como na organização de processos populares de

contrainformação²⁸ à visão hegemônica dos meios de comunicação de massa e luta por cidadania.

Porém, é importante que o uso dessas novas tecnológicas esteja aliado a um processo de luta, como se verifica no caso do portal do MST, se constituindo em um instrumento importante no estímulo à organização e reconhecimento desse Movimento na sociedade nacional e internacional. Ao mesmo tempo, também se exige cautela e visão crítica desses movimentos sociais e demais segmentos populares, no uso da rede virtual, pois esta segue sendo concentrada por grandes monopólios midiáticos e controlada por países imperialistas a serviço das suas classes dominantes, com objetivo de monitorar as ações dos movimentos populares e de alguns governos.

Constata-se que o portal virtual do MST vem se consolidando em canal de comunicação e informação estratégico desse Movimento, na interação com a sociedade urbana, principalmente com os movimentos sociais, bem como sua própria base social, assumindo posição de referência no debate público sobre a Reforma Agrária no Brasil.

Referências

A. Jornalista, coordenador da página virtual do MST e militante do setor de comunicação do MST. Entrevista realizada em 19 de novembro de 2011, em São Paulo.

B. Coordenador nacional do setor de comunicação do MST. Entrevista realizada em 20 de setembro de 2011, em Guararema (SP).

²⁸ O termo contrainformação apresentado possui um sentido amplo, voltado à luta política e ideológica dos vários segmentos sociais populares contra a dominação geral das classes dominantes.

- BARBALET, J. M. **A Cidadania**. Lisboa: Estampa, 1989.
- BERGER, C. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2ª ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- CHAUÍ, M. **Simulacro e Poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 9ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.
- ENGELMANN, S. I. **A página virtual do movimento dos trabalhadores rurais sem terra (MST) como instrumento de contrainformação na luta político-ideológica pela reforma agrária**. Dissertação de Mestrado, 2013. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2013.
- ESTEVES, J. P. Novos Media e Deliberação: sobre redes, tecnologia, informação e comunicação. **Revista Media & Jornalismo**, N.º 18, Vol. 10 (n.º 1), 2011. p. 31-45. Disponível em: www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/18artigo-2.pdf. Acesso em: 10 jun. 2015.
- LIMA, V. A. **Mídia: Teoria e Política**. 2ª ed. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.
- MONTEIRO, L. A internet como meio de comunicação: Possibilidades e limitações. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação**, Campo Grande/MS, setembro, 2001. p. 27-37. Disponível em: www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaovirtual/0158.pdf. Acesso em: 10 jun. 2015.
- MORISSAWA, M. **A história da luta pela terra e o MST**. São Paulo: Expressão Popular, 2001.

MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. **Construindo o caminho**. São Paulo, 2001.

____. **Manual de redação para os veículos do MST**. Documento interno, 2010.

____. **Sítio de internet**, 2013. Disponível em: <www.mst.org.br>. Acesso em: 10 nov. 2015.

____. **V Congresso Nacional do MST: uma obra coletiva da militância**. Documento interno. São Paulo, 2007.

PERUZZO. C. M. K. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Núcleo de Pesquisa “Comunicação para Cidadania”. **Anais...** Brasília-DF. INTERCOM/UnB, 6 a 9 de setembro, 2006. p. 1-17. Disponível em: <www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2015.

STÉDILE. J. P. (org.) **A questão agrária no Brasil: Programas de Reforma Agrária 1946-2003**. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

VIEIRA, L. **Os Argonautas da Cidadania: a sociedade civil e a globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

Questões de gênero e geração na apropriação de TICs no Brasil Rural

Clarissa Schwartz

1. Introdução

O presente artigo apresenta resultados de pesquisa sobre a presença da juventude rural no processo ainda incipiente de inclusão digital do meio rural brasileiro²⁹. O objetivo principal é discutir como questões de gênero e geração influenciam na apropriação das tecnologias de informação e comunicação na agricultura familiar e também as mudanças que o uso das tecnologias de informação e comunicação (TICs) podem proporcionar para as unidades produtivas familiares.

Apesar da maior parte dos estudos rurais ser veladamente adultocêntrica (SCOTT, 2010), os estudos sobre geração têm ganhado espaço e estão muito próximos das análises de gênero. Jovens, idosos, crianças têm sido objetos de estudos específicos e não mais apenas integrantes da família camponesa (WORTMANN, 2010). O quadro teórico adotado define por gênero os elementos que constituem as relações sociais, a partir das diferenças percebidas entre os sexos (SCOTT, 1995). Já geração é uma categoria transitória, onde cada

²⁹ O artigo traz resultados apontados na tese de doutorado “Relações de gênero e apropriação de tecnologias de informação comunicação na agricultura familiar de Santa Maria, RS” (SCHWARTZ, 2012).

pessoa sofre transições esperadas durante a vida (BALANDIER, 1977 apud SCOTT, 2010). Sobre juventude, ela é considerada uma categoria social, culturalmente construída e, portanto, não existe uma identidade juvenil, mas identidades no plural que dependem de aspectos históricos, sociais e culturais (CASTRO, 2005; ABRAMO, 2005 apud PAULO, 2010). Durston (1998a apud PAULO, 2010, p. 346) complementa que a juventude rural começa com a puberdade e termina quando são assumidas completamente as responsabilidades e autoridades de adulto, que correspondem aos chefes masculinos e femininos de uma unidade familiar que é economicamente independente.

Os jovens com idades entre 16 e 24 anos são a faixa etária com maior proporção de acesso à Internet e computadores no Brasil. Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2013, 87 por cento deles já usaram a Internet e 89 por cento já usaram um computador (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2014). No entanto, verifica-se a falta de recortes específicos sobre dados que abordem a relação entre juventude rural e tecnologias de informação e comunicação. Mas os números gerais alertam para o problema da desigualdade no acesso às tecnologias digitais entre as populações urbana e rural. Enquanto no âmbito urbano, 63 por cento da população já acessou a Internet pelo menos uma vez na vida, no campo esse número cai para 30 por cento. São 7,5 milhões de domicílios rurais brasileiros sem acesso à Internet (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2014).

O presente trabalho ouviu 23 jovens rurais com idades entre 13 e 26 anos sobre a importância das tecnologias de informação e comunicação. A pesquisa aconteceu em duas etapas. Em 2011, foi realizado um grupo de discussão com oito

participantes, dois meninos e seis meninas, na única escola de ensino médio do interior do município de Santa Maria, na região central do estado do Rio Grande do Sul. Em 2012 foram visitados dez estabelecimentos rurais familiares do interior de Santa Maria. As propriedades familiares foram escolhidas porque representam 84 por cento dos estabelecimentos rurais do país e ocupam 24 por cento da área (IBGE, 2006). Nas visitas às propriedades foram entrevistados mais quinze jovens, sendo dez meninas e cinco meninos e também foram ouvidos os pais. O objetivo das visitas nas propriedades foi verificar de perto a importância que os equipamentos de comunicação ocupam no dia a dia das famílias.

2. O avanço das TICs no Brasil

Em abril de 2015 o número de aparelhos de telefone celular chegou a 283,5 milhões de linhas ativas no país. Já a teledensidade, que é o número de linhas móveis para cada grupo de cem habitantes, passou para 138,94. O ranking da teledensidade móvel é liderado pelo Distrito Federal com 218,06 celulares para cada cem habitantes, seguido pelos estados de São Paulo (155,93); Rio de Janeiro (151,27); e Rio Grande do Sul (147,35) (ANATEL, 2015).

O telefone celular chegou até nas classes mais pobres da sociedade, preenchendo uma lacuna nunca antes ocupada pela telefonia fixa³⁰. Essa tecnologia de informação e comunicação já é um

³⁰ O Brasil encerrou junho de 2015 com 44,4 milhões de acessos para telefones fixos. Com isso a teledensidade fixa passou para 21,73 telefones para cada grupo de 100 habitantes (ANATEL, 2015).

equipamento presente em 90 por cento dos domicílios brasileiros, segundo a pesquisa TIC Domicílios 2013 que ainda identificou que 72 por cento dos domicílios das classes D e E possuem o equipamento (COMITÊ GESTOR DE INTERNET, 2014).

Sorj (2003) analisou a apropriação do telefone celular por grupos de baixa renda no Brasil e considera que a maioria dos produtos consumidos é pré-requisito da vida civilizada e do acesso a uma melhor qualidade de vida. Nesse contexto, os novos produtos de consumo são vistos pelo autor como artefatos tecnológicos que representam uma condição de integração social que transformam a sociedade. Sorj (2003) contextualiza que, no início da década de 90, uma linha de telefone celular custava 12 mil dólares e um aparelho era vendido por cerca de dois mil dólares no Brasil. Ter um aparelho era símbolo de status social. O autor completa que, com a privatização do setor e a redução do custo do serviço, essa tecnologia se disseminou inclusive entre as classes mais baixas da sociedade, representando um instrumento potencial para ajudar no trabalho e também na renda, ainda que, segundo o autor, exista um grupo tão pobre que não terá acesso à tecnologia sem apoio do Estado.

De todas as formas, em face das críticas elitistas da sociedade de consumo, é sempre importante lembrar que a maioria dos produtos de consumo são usados porque, no contexto da sociedade contemporânea, eles são úteis. Representam tecnologias que potencializam a qualidade de vida e a interação social e, a partir de um certo grau de disseminação, não os incorporar significa o ostracismo social (como, por exemplo, não possuir telefone, ou, cada vez

mais, como veremos, não ter um endereço de e-mail) (SORJ, 2003, p. 27).

Em 2011 o telefone celular ultrapassou o rádio, que atualmente existe em 78 por cento dos domicílios do país³¹, e se tornou a segunda TIC mais presente nas casas dos brasileiros que vivem nas cidades, atrás apenas da televisão que existe em 98 por cento dos lares. Ao fazer o recorte entre as populações urbana e rural, 92 por cento dos domicílios urbanos possuem telefone celular e 78 por cento dos domicílios rurais têm essa tecnologia – sendo que em 2013 o celular ultrapassou o rádio também no meio rural entre as tecnologias mais presentes nos domicílios (COMITÊ GESTOR DE INTERNET, 2014). Com isso, os moradores do campo, tradicionalmente isolados pela distância entre as propriedades, pela precariedade das estradas e pela falta de telefones tradicionais, se interligam cada vez mais através dos aparelhos celulares.

Na zona rural de Santa Maria, na região central do Rio Grande do Sul, em 2007 já foi encontrada uma situação diferenciada em relação à posse do telefone celular. Na época, 88,5 por cento das casas de agricultores familiares tinham pelo menos um aparelho de telefone celular (SCHWARTZ, 2007), número 13 por cento superior ao índice verificado pelo Comitê Gestor de Internet no meio rural seis anos depois. Mesmo com sinal precário de telefone móvel ou tendo apenas a possibilidade de usar o telefone celular de forma fixa, conectado a uma antena própria para essa finalidade, os

³¹ Em 2010 o rádio estava presente em 84 por cento dos lares rurais; em 2011 em 77 por cento; em 2012 em 75 por cento dos lares da zona rural e em 2013 em 77 por cento dos domicílios rurais (COMITÊ GESTOR DE INTERNET, 2014).

agricultores ouvidos pela pesquisa revelaram que o equipamento ocupou um vazio de comunicação no meio rural e possibilitou a ligação mais rápida, eficiente e econômica dos agricultores com o mercado que compra os produtos da agricultura familiar, com os serviços utilizados - como oficinas, sindicatos e bancos - e até contribuiu para que os moradores do campo se sentissem mais seguros, uma vez que o telefone possibilita um contato imediato com os vizinhos, com a polícia ou mesmo com ambulâncias em casos de emergência. A pesquisa também identificou o contato com a família como um dos principais usos do telefone celular.

Sobre o computador, de modo geral sua presença ainda é pequena no meio rural, o que confirma os apontamentos de Castells (1999) de que a comunicação mediada por computadores excluirá a maior parte da humanidade por um longo tempo. Em 2013, 12 por cento das propriedades rurais do país tinham computador de mesa (enquanto no meio urbano o índice era de 34 por cento) e 12 por cento das propriedades rurais tinham computador portátil (enquanto na cidade o número era de 30 por cento). O custo do equipamento é apontado como o principal empecilho para adquirir a tecnologia por 67 por cento dos entrevistados do meio rural (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2014). Mas a posse do equipamento, apesar de facilitar, não é fundamental para o avanço da Internet no campo porque, cada vez mais, a rede também é acessada por outros equipamentos, principalmente pelo celular. Jambeiro e Serra (2004, p. 143) observam que a convergência entre as tecnologias vem eliminando os limites entre os meios, “tornando-os solidários em termos operacionais, e erodindo as tradicionais relações que mantinham entre si e com seus usuários”. Em 2010, apenas cinco por cento dos

usuários de telefone celular usavam o telefone para acessar a Internet. Já em 2013, esse número passou para 31 por cento. No campo, 10 por cento dos moradores que têm telefone celular usam o equipamento para acessar a Internet, sendo que 51 por cento acessam a rede diariamente pelo telefone celular (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2014).

Apesar do acesso à Internet ser um recurso cada vez mais comum nos telefones celulares, de modo geral, o telefone móvel não tem facilitado o acesso à rede mundial de computadores para as camadas mais pobres da população. Conforme relatam Afonso e Soares (2006) o custo de conexão através do telefone móvel limita o uso para quem tem maior poder aquisitivo e, geralmente, já utiliza a Internet através da banda larga. Um dos desafios da Anatel é massificar a banda larga, “para garantir, a todas as camadas da população, acesso ao conteúdo multimídia e, conseqüentemente, trazer possibilidades de inclusão social e superação da brecha digital existente em nosso país” (ANATEL, 2008, p. 4). Com a queda no preço dos *smartphones*³², os telefones que dão acesso à Internet, o problema se volta também para as redes: em 27 por cento dos domicílios rurais do país a falta de disponibilidade do serviço é o motivo apontado para a falta de Internet (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2014), o que indica a importância de melhorias em infraestrutura.

³² Com o objetivo de reduzir o preço para o consumidor, em abril de 2013, um decreto da presidência da República reduziu em quase 10 por cento os tributos para os telefones que dão acesso à Internet que são produzidos no Brasil com valor de até mil e 500 reais.

3. Os jovens rurais e as tecnologias de informação e comunicação

Em estudo realizado no estado de Santa Catarina, Aguiar e Strapasolas (2010) constataram que a maior parte dos jovens rurais não tem acesso a computador e Internet apesar de serem demandas importantes do campo e reivindicadas pela juventude. “Alguns pesquisadores vêm constatando que o acesso à informação e à comunicação muda a maneira da juventude rural estar e se relacionar no mundo porque muda o tamanho do mundo” (AGUIAR; STRAPASOLAS, 2010, p. 166).

Scott (2010, p. 28) também aborda a importância dos serviços de comunicação como estratégia para aproximar as comunidades.

Ao mesmo tempo, com a ampliação da comunicação e o fechamento de alternativas atraentes duradouras em espaços alheios, muitos jovens representam a possibilidade de articular o campo e a cidade com ações que procuram recuperar a valorização do rural que, se não é o ideal, pode, pelo menos, ser visto como viável quando inserido em estratégias que não isolam a sua população.

Os jovens participantes do grupo de discussão atribuíram grande valor às tecnologias de informação e comunicação. “Uma porta aberta” e uma “luz no fim do túnel” foram algumas das expressões usadas para designar a importância dessa tecnologia na vida deles. Uma rotina, que conforme Weisheimer (2009) verificou em pesquisa sobre os jovens rurais gaúchos, é caracterizada pelo pouco acesso às atividades de lazer e encontra nas TICs a chance de desenvolver novas formas de sociabilidade (RODIN et al., 2013).

No entanto, o grupo analisado relatou que enfrenta dificuldades de acesso, uma vez que, nem na escola ele tem acesso à Internet. Com isso, o acesso acontece esporadicamente em *lan houses* ou casa de amigos e parentes e tem como finalidade principal participar de redes sociais.

Eu acho que tudo conta. Se tivesse um lugar pra gente vir, no colégio se tivessem abertos os computadores pra gente usar [...] já seria bem melhor. Porque o dia que a gente vai à cidade vai em uma *lan house* pra poder ter acesso à Internet. Então se os computadores estivessem livres pra gente usar já seria bem melhor. Quando eu morava lá em [cidade de São João do] Polêsine, também não tinha *lan house*, não tinha nada, ainda tinha que tá indo pra outra cidade, tinha que ir pra Faxinal [do Soturno], aí colocaram uma *lan house* do governo. Ninguém mais saía de lá, Polêsine tava 'bombando' já na Internet.

Aluna do segundo ano do ensino médio, 17 anos

A maioria aqui não tem Internet em casa. Aí eu quando vou pra cidade nas minhas primas, eu sento na frente do computador, eu saio só quando tiver caindo de sono, porque daí vê aquilo, já acha legal.

Aluna do segundo ano do ensino médio, 16 anos

Uma porta aberta, uma luz no fim do túnel. [...] é uma forma da gente tá convivendo com o mundo lá de fora, vamos dizer assim, porque a gente não sai daqui, a gente só vai do colégio pra casa e de casa para o colégio. Quando a gente sai pra cidade é aquela alegria [risos do grupo]. Dá vontade de ir todos os dias e ficar. Não tem como ir, a gente vai à falência desse jeito. Então quando a gente tem uma internet,

tem um celular que a gente possa se comunicar com as outras pessoas, bah!

Aluna do segundo ano do ensino médio, 17 anos

Essas redes sociais é o que tá 'bombando' pra gente.

Aluna do segundo ano do ensino médio, 17 anos

Ajuda bastante nos estudos também, pra fazer pesquisa.

Aluna do primeiro ano do ensino médio, 15 anos

A gente deixa de viver o que é aqui [...] que é uma coisa parada, aquela rotina de sempre, uma coisa monótona. Então se a gente tem uma Internet, a coisa já muda. Não é aquela coisa, não é tanto desinteresse pelo meio rural, se tu tem Internet tu já tem mais acesso à tudo, tu quer saber o preço de uma coisa, uma música que tu quer escutar, uma música nova que ouviu, não tem aqui, o que tu vai fazer, esperar pelo rádio e gravar depois? Não tem. Aí tu pega já tem Internet já facilita bem mais.

Aluna do segundo ano do ensino médio, 17 anos

Com as dificuldades de uso da Internet, a TIC mais usada pelos jovens rurais participantes do grupo de discussão é o telefone celular. Um equipamento que em 2007 estava presente em 88,5 por cento das casas de agricultores familiares de Santa Maria com uma tecnologia de uso da família (SCHWARTZ, 2007) e que hoje se revela um equipamento de uso pessoal e integrado à rotina diária dos jovens do meio rural. É através de mensagens de texto por celular que eles se mantêm conectados com os amigos. Os depoimentos revelam certa dependência dos jovens rurais em relação à tecnologia.

A gente passa mandando mensagem. Não tem internet, vai pelo telefone mesmo.

Aluna do segundo ano do ensino médio, 16 anos

Eu fiquei meia hora sem o celular, eu já fico louca.

Aluna do segundo ano do ensino médio, 17 anos

Esses dias eu fiquei acho que dois, três dias sem cartão [de celular]. Mandava 'me' liga pros outros. Dependendo dos pais também pra comprar cartão de celular, porque não tem serviço [emprego remunerado]. Esses dias eu faltei aula pra ficar com a minha irmã que a minha mãe tinha que sair. Eu digo: eu não vou faltar aula. Ela disse: eu te dou um cartão.

Aluna do segundo ano do ensino médio, 16 anos

Os aspectos levantados pelos jovens no grupo de discussão acerca das tecnologias de informação e comunicação foram observados na etapa posterior da pesquisa que teve como objetivo verificar a inserção das TICs na rotina das famílias de agricultores familiares. Para isso, foram visitadas dez famílias rurais com filhos jovens³³. A seguir, reproduzimos um breve relato da situação verificada.

A família "A" mora no distrito de Palma em uma chácara de 2,5 hectares. Cada um dos quatro membros da família tem um telefone celular. O proprietário tem um escritório com um computador de mesa e acesso à Internet, tecnologias incorporadas à rotina da família quando a filha precisou acessar a rede mundial de computadores

³³ As visitas nas propriedades aconteceram entre os dias 13 e 27 de janeiro de 2012. Para chegar até as famílias buscamos a indicação de entidades que trabalham com agricultores familiares e também informações dos próprios agricultores.

para fazer os trabalhos da faculdade. Hoje cada filho tem um computador portátil e o casal usa o computador de mesa principalmente para fazer pesquisas quando surge alguma dúvida na propriedade: “Uma coisa que [os clientes] vão lá na feira e falam, ele vai direto procurar, árvore ou alguma fruta diferente”, contou a filha sobre as pesquisas do pai na Internet. Além da Internet, a família também se informa pelo rádio e pelos telejornais locais ao meio dia e à noite.

A família “B” vive no distrito de Boca do Monte em uma propriedade de 38 hectares. Cada um dos membros tem um telefone celular: “O que economiza de viagem daqui pra Santa Maria! É uma despesa a mais na família, mas que tem lucro tem”, revelou o pai sobre a relação custo benefício do equipamento. Resolvendo a maior parte dos assuntos por telefone, hoje a família costuma ir apenas uma vez por semana para a cidade para entregar leite e fazer compras no supermercado. Para as duas filhas, o celular é uma forma de manter contato com os amigos através, principalmente, de mensagens de texto. Para se informar, os pais assistem aos telejornais locais e também costumam ouvir notícias no rádio. As filhas também assistem à televisão e o rádio é usado para ouvir músicas. A filha mais velha ganhou um computador dos avós quando completou 15 anos e tem acesso à Internet na casa de família onde mora na cidade durante o período de aulas. Ela usa o equipamento para fazer pesquisas para a escola e também para manter contato com os amigos através das redes sociais. A mais jovem usa a Internet na escola para pesquisas e também deve ganhar um computador dos avós quando completar 15 anos. Os pais afirmaram que, às vezes, se aventuram em usar o computador da filha, mas reconheceram que têm pouca habilidade

com o equipamento e são as meninas que fazem alguma pesquisa na rede quando eles têm alguma dúvida.

A família “C” nasceu e sempre morou no distrito de Arroio Grande, na localidade de Três Barras. Apesar da proximidade com Santa Maria, na localidade não existe sinal local de TV aberta e também não há sinal de telefone celular porque a região é cercada por morros. Com isso, a televisão é usada apenas com antena parabólica, o que impede a família de acompanhar notícias de telejornais locais. Sem televisão, o rádio é o veículo mais usado para obter informação e, sem sinal de telefone celular, o modo de comunicação mais comum é o telefone fixo. Mesmo assim, o filho tem um aparelho celular e os pais dividem outro aparelho, equipamentos que são usados quando eles vão para a cidade. Na casa também há um computador de mesa, que os pais deram para o filho quando ele completou quinze anos. Desde 2011 o jovem também tem acesso à Internet em casa, que usa principalmente para acessar redes sociais. Já os pais não sabem usar o computador: “Eu escrevo meu nome, mas levo uma hora e meia”, comentou o pai. O agricultor vê com bastante desconfiança essa tecnologia e disse que, pra ele, a Internet não precisaria existir. Um depoimento que exemplifica uma situação muito comum. Os moradores rurais do país apontam a falta de interesse e a pouca habilidade com as TICs como os principais motivos de nunca terem acessado a Internet (COMITÊ GESTOR DE INTERNET, 2014).

A família “D” também é natural da localidade de Três Barras. Na família, o filho tem um telefone celular, que é usado principalmente para enviar mensagens de texto, e a mãe tem outro aparelho no qual recebe ligações de fregueses. Eles tentam

instalar um telefone convencional na localidade, mas ainda não conseguiram a linha com a operadora. O filho também tem dois computadores: um de mesa que foi presente da mãe, e outro portátil, comprado por ele mesmo. O jovem tem acesso à Internet em casa e usa a rede mundial de computadores para fazer pesquisas para a escola e também para buscar notícias a pedido da mãe. Já os pais não usam os computadores: “Vai vir um pequenininho, aquele vai ser meu. Aquele eu vou botar o que eu quero nele”, planejou a mãe sobre o computador que a família irá ganhar de brinde de um curso de informática em que o filho é aluno.

A família “E” também é natural da localidade de Três Barras. A família “E” se informa lendo jornal, ouvindo rádio AM e também costuma assistir aos telejornais nacionais. As televisões locais não têm sinal na localidade que também não tem sinal de telefone móvel. Na casa funciona apenas um telefone celular fixo conectado a uma antena própria para essa finalidade. Apesar disso, cada um dos membros da família tem um telefone celular, que é usado na cidade. Cada uma das filhas tem também um computador portátil e o filho mais novo tem um computador de mesa. Na casa não existe acesso à Internet, mas as filhas têm acesso na casa onde moram durante o período letivo da universidade e costumam acessar redes sociais. Os pais não usam computador e Internet: “No momento que começar a aprender tu vais achar interesse. Sempre tem uma coisa ou outra que vai te chamar a atenção, então vais acabar gostando”, disse a mãe revelando interesse pela tecnologia. O agricultor que faz a gestão da propriedade “na cabeça” afirmou que programas de computador poderiam ajudar nessa tarefa.

A família “F” mora no distrito de Arroio do Só a oito quilômetros de Santa Maria. O filho mais jovem tem um computador de mesa, um computador portátil, além de celular e acesso à Internet. Na propriedade, a família tem internet discada, mas os pais não utilizam o computador. Na localidade há sinal de celular e das televisões locais.

A família “G” nasceu e sempre viveu no distrito de Arroio do Só. Quanto ao uso das tecnologias de informação, o casal divide um telefone celular e o filho tem outro aparelho. Para o agricultor, além de facilitar o contato com a indústria de laticínios, o equipamento traz segurança para a família. Ele relatou que, em caso de problemas de saúde ou até quando identificam alguém suspeito pelas redondezas, é fácil ligar para a assistência médica ou para a polícia. O jovem ganhou no início do ano um computador portátil dos pais e quer ter acesso à Internet na propriedade, mas não conseguiu uma operadora que disponibilize sinal na localidade. A mãe comenta que, como o casal tem apenas um filho, busca investir no jovem o que estiver ao alcance deles.

A família “H” mora no distrito de Pains em uma área de 28 hectares. A esposa tem o hábito de ouvir rádio AM todas as manhãs e gosta de assistir às novelas e aos noticiários nacionais. O marido também ouve rádio e assiste aos telejornais locais ao meio dia e à noite. Já a filha se informa principalmente pela Internet e, quando possível, também assiste a noticiários locais. A rede mundial de computadores também é usada por ela para fazer pesquisas que auxiliem na propriedade: “Às vezes eu trago a informação que eu pesquisei, seguido a gente está pesquisando um cultivo novo, alguma coisa diferente”, relatou a jovem. Já os pais não usam computador e o filho mais novo tem acesso à

informática na escola. A esposa tem um telefone celular e o marido tem outro aparelho. Segundo ela, os benefícios do aparelho são grandes: “Se cai a luz aqui, alguma coisa, a gente já liga e daqui a pouco a AES Sul [concessionária de energia elétrica] está aqui. Quando a mãe dele se quebrou, a gente ficou sabendo porque já ligaram pra nós”, contou a esposa, que relatou que usa o telefone principalmente para ter contato com a filha.

A família “I” também mora no distrito de Pains em uma área de cinco hectares. O agricultor tem um telefone celular e a esposa tem outro aparelho. Segundo eles, a família usa bastante o celular até para se comunicador quando um está na lavoura e outro em casa: “Pra toda atividade, como essa semana faltou luz, a gente ligou eram duas horas da manhã e eles vieram arrumar”, comentou o agricultor exemplificando a utilidade do aparelho. A família não tem computador e nem Internet, mas a mãe relata que as filhas mais jovens usam muito o telefone celular: “Elas sabem mexer mais do que a gente”. Para se informar a família costuma ouvir rádio e também assistir aos noticiários.

A família “J” também é moradora da localidade de Três Barras, no distrito de Arroio Grande. Na casa da família, cada uma das filhas tem um celular, que é usado quando elas vão para a cidade porque o sinal de telefone móvel na localidade é precário. Mesmo assim, o pai conta que o aparelho trouxe benefícios: “Uma vez era difícil, tu tinha que ir lá ver o que o mercado precisava, no outro dia ir lá levar, então hoje tem uma economia de combustível, de tempo. O telefone hoje em dia revolucionou muitas coisas”. As meninas têm acesso ao computador e Internet na escola e na casa de uma prima e usam principalmente as redes sociais, mas já pediram ao

pai um computador de presente neste ano, e não ganharam devido aos prejuízos com a estiagem: “Se for para o estudo, é bom”, afirmou o pai. “Se é pra estudar, eu acho muito bom. Mas esses negócios de Orkut, de amiguinho, conversar, não concordo”, completou a mãe, referindo-se às redes sociais. O casal costuma se informar pelos telejornais locais e também pelo rádio.

Considerações finais

A pesquisa permitiu constatar a adoção sistemática e generalizada da telefonia celular nas propriedades rurais familiares. Dentre os principais resultados, levantou-se que a telefonia celular que, inicialmente, foi adotada como uma tecnologia de uso compartilhado pelas famílias rurais (SCHWARTZ, 2007), converteu-se em uso pessoal, ocupando uma lacuna de comunicação no meio rural. Constatou-se que ela possibilita a ligação mais eficiente dos agricultores com o mercado consumidor dos produtos da agricultura familiar, com os serviços utilizados por eles, com a própria família e contribui também para que os moradores do campo sintam-se mais seguros, pois uma simples ligação possibilita um contato imediato com os serviços de emergência.

Para os jovens rurais, a função mais usada dos telefones celulares são as mensagens de texto, recurso utilizado por eles principalmente para manter contato com os amigos com o objetivo de vinculação social (SODRÉ, 2001). Essa forma de comunicação aumenta a independência entre o estar físico e virtual (THORNTON, 2003) e muda a percepção sobre o tamanho do mundo em que os jovens vivem (AGUIAR; STRAPASOLAS, 2010). Já o uso da Internet através dos telefones celulares

esbarra nas deficiências de cobertura das localidades do interior e também no valor do serviço, considerado alto para o orçamento das famílias. No entanto, verificou-se que o computador e a Internet começam a se incorporar nas propriedades rurais familiares, mesmo sem a vantagem da mobilidade oferecida pelos celulares. Em 2006, apenas 6,4 por cento das casas de agricultores familiares de Santa Maria tinham computador (SCHWARTZ, 2007). Em 2012, o computador estava presente em oito das dez casas visitadas, sendo que quatro delas tinham acesso à Internet na propriedade. A redução do custo dos equipamentos ajuda a explicar esse crescimento.

Os jovens rurais que não têm acesso à rede mundial de computadores em casa usam a Internet na escola, em casas de amigos e parentes ou em *lan-houses*. Apesar do computador e da Internet estarem aumentando sua presença nas propriedades rurais, essas tecnologias ainda são pouco usadas como ferramentas de trabalho do dia a dia dos agricultores. O computador e a Internet são, principalmente, TICs adquiridas com o objetivo principal de auxiliar na educação dos filhos para oferecer a eles as mesmas oportunidades que existem para quem vive na cidade.

Constatamos que a aquisição de um computador é uma decisão muito planejada pela família e marca períodos importantes da vida do jovem, como o aniversário de 15 anos ou a conquista de uma vaga na universidade. Nesse sentido, a mulher tem papel fundamental porque sugere, incentiva e, muitas vezes, é quem decide sobre essa aquisição. Essa observação referenda o apontamento de Brumer (2004) de que é na esfera doméstica que as mulheres exercitam o poder,

tomando decisões sobre alimentos, cuidados com a casa e educação dos filhos.

Os filhos conectados muitas vezes pesquisam informações para os pais na rede mundial de computadores, proporcionando assim o surgimento de uma inclusão digital indireta no meio rural. A investigação aponta para a possibilidade de que as TICs venham a ser dos poucos elementos favorecedores da fixação da juventude no meio rural, buscando reverter o altíssimo êxodo rural, especialmente das jovens mulheres.

Referências bibliográficas

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Abril de 2015 fecha com 283,52 milhões de acessos móveis.** Brasília, 2015. Disponível em <http://www.anatel.gov.br/institucional/index.php?option=com_content&view=article&id=476:abril-de-2015-fecha-com-283-52-milhoes-de-acessos-moveis&catid=48:dados&Itemid=433> Acesso em: 1 ago. 2015.

_____. **Estudo técnico para atualização da Regulamentação das telecomunicações no Brasil.** Brasília, 2008. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=214113&assuntoPublicacao=ESTUDO%20T%C9CNICO%20PARA%20ATUALIZA%C7%C3O%20DA%20REGULAMENTA%C7%C3O%20DAS%20TELECOMUNICA%C7%D5ES%20NO%20BRASIL&caminhoRel=Cidadao&filtro=1&documentoPath=214113.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

_____. **Telefonia fixa- acessos.** Brasília, 2015. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/dados/index.php?option=com_content&view=article&id=271> Acesso em: 01 ago. 2015.

AFONSO, C.; SOARES, L. F. Desenvolvimento humano e apropriação das TICs. In: COMITÊ GESTOR DE INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das TICs no Brasil 2005**. São Paulo, 2006. p. 27- 38. Disponível em <<http://www.cetic.br/tic/2005/indicadores-2005.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2006.

BRUMER, A. Gênero e agricultura: a situação da mulher na agricultura do Rio Grande do sul. In: **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, janeiro-abril/2004. p. 205-227. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v12n1/21699.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2010.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **TIC Domicílios e empresas 2013**. São Paulo, 2014. Disponível em <http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf> Acesso em: 1 ago. 2015.

_____. **TIC Domicílios 2012**. São Paulo, 2013. Disponível em <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2012/index.htm>> Acesso em: 1 ago. 2013.

_____. **TIC Domicílios 2011**. São Paulo, 2012. Disponível em <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2011-total-brasil/index.htm>> Acesso em: 1 ago. 2013.

_____. **TIC Domicílios 2010**. São Paulo, 2011. Disponível em <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2010-total-brasil/index.htm>> Acesso em: 1 ago. 2013.

IBGE. **Censo agropecuário 2006**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/brasil_2006/defaulttab_brasil.sh_tm> Acesso em: 10 out. 2010.

JAMBEIRO, Othon; SERRA, Sônia. Infra-estrutura e Serviços de Informação e Comunicações: Uma abordagem dos provedores de acesso e conteúdo de Salvador, Bahia. In: JAMBEIRO, Othon; STRAUBHAAR, Joseph (Orgs). **Informação e Comunicação** – O local e o global em Austin e Salvador. Salvador: Edufba, 2004.

PAULO, M. A. L. Juventude Rural, sexualidade e gênero: uma perspectiva para pensar a identidade. In: SCOTT, P.; CORDEIRO, R.; MENEZES, M. (Org.). **Gênero e geração em contextos rurais**. Ilha de Santa Catarina: Ed. Mulheres, 2010.

RODIN, E. et al. Juventude rural e novas formas de sociabilidade mediadas pelas tics. **Signos do consumo**, São Paulo, v. 5, n. 2, 2013. p. 225-244.

SCHWARTZ, C. **A recepção das tecnologias de informação e comunicação entre os agricultores familiares de Santa Maria, Rio Grande do Sul**. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural). Universidade Federal de Santa Maria, RS, 2007.

_____. **Relações de gênero e apropriação de tecnologias de informação e comunicação na agricultura familiar de Santa Maria –RS**. Tese (Doutorado em Extensão Rural). Universidade Federal de Santa Maria, RS, 2012.

SCOTT, J. **Gênero: uma categoria útil para a análise histórica**. 1995. Tradução: Christine Ruffin Dabat e Maria Betânia Ávila. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/textos/generodh/gen_categoria.html>. Acesso em: 01 nov. 2009.

SCOTT, P. Gênero e geração em contextos rurais: algumas considerações. In: SCOTT, P.; CORDEIRO, R.; MENEZES, M. (Org.). **Gênero e geração em contextos rurais**. Ilha de Santa Catarina: Ed. Mulheres, 2010.

SODRÉ, M. **Objeto da comunicação é a vinculação social**. Entrevistadora: Desirée Rabelo. Revista PCLA, v. 3, n. 1, 2001. Disponível em:
<<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>> Acesso em 15 dez. 2010.

SORJ, B. **brasil@povo.com**. A luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

THORNTON, Ricardo. **El encanto de los grupos de discusión**. Quito: Quipus, CIESPAL, 2002.

_____. El agricultor, Internet y las barreras a su adopción. In: THORNTON, Ricardo e CIMADEVILLA, Gustavo. **La extensión rural en debate**. Buenos Aires: INTA, 2003.

WEISHEIMER, N. **A situação juvenil na agricultura familiar**. Tese (Doutorado em Sociologia) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, 2009.

WOORTMANN, E. Prefácio. In: SCOTT, P.; CORDEIRO, R.; MENEZES, M. (Org.). **Gênero e geração em contextos rurais**. Ilha de Santa Catarina: Ed. Mulheres, 2010.

Parte II Recepción de televisión e Internet

Entre as telas da TV e da internet: a circulação da telenovela no Brasil pelos receptores conectados

Sandra Depexe
Filipe Bordinhão dos Santos
Laura Roratto Foletto

Introdução

Nos primórdios da televisão no Brasil o alto custo do aparelho determinava que sua posse fosse restrita a algumas famílias e a assistência se tornava uma reunião social capaz de reunir a vizinhança. A popularização dos equipamentos, por sua vez, fixou o lugar da televisão nas residências, primeiramente nas salas e depois nos outros cômodos, tornando seu consumo mais individualizado que outrora. Entretanto, continua compondo o ambiente de espaços públicos - bares, restaurantes, shoppings, etc. - e pautando as conversas cotidianas através de seus programas. Hoje, a TV é acompanhada por outras telas e “não é preciso que as pessoas estejam reunidas para discutir o que se assiste, basta estar conectado à internet para participar dessa sala global” (ISHIDA, 2012, p. 141). A conversa, a troca de opiniões, inclusive no momento da assistência televisiva, não é mais limitada geograficamente: a reunião social se torna global.

Com essa breve retrospectiva acerca do consumo televisivo no Brasil, queremos elucidar que as práticas de consumo midiático participam da construção de sociabilidades, em que os modos pelos quais se consome mídia não são isentos de seu papel mediador nas relações sociais (SILVA;

ANDRADE, 2006). A sociabilidade midiática construída pela TV diz respeito não só ao consumo dos programas, mas a maneira com que esse consumo torna-se significativo e permite instituir vínculos sociais. Adotamos, portanto, a perspectiva que entende o consumo como “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (GARCÍA CANCLINI, 1995, p. 53), assim, consideramos os produtos midiáticos também como produtos culturais. Nesse viés, “los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles” (GARCÍA CANCLINI, 1992, p. 3).

Na programação televisiva, aproximadamente 80% da produção ficcional brasileira possui o formato de telenovela, em sua maioria produzida e exibida pela Rede Globo, a qual é líder de audiência no segmento (LOPES; MUNGIOLI, 2014). Cabe ressaltar que as telenovelas da Rede Globo são reconhecidas por um “padrão de qualidade” aceito dentro e fora do País. Esse padrão se dá, em parte, por uma diferenciação nas narrativas, com a inclusão de um jogo entre ficção e realidade capaz de estabelecer identificação e laços sociais entre o telespectador e a trama (WOLTON, 1990). Por outro lado, está na sofisticação do processo produtivo, com a busca estética; os efeitos especiais; a qualificação dos profissionais; investimento em tecnologias; a departamentalização e, obviamente, pela comercialização dos espaços publicitários nos intervalos comerciais e no interior das cenas sob a forma de merchandising (BORELLI, 2005).

A telenovela, como produto cultural, combina a forma do documentário e do melodrama televisivo por promover em sua narrativa amplo espaço para problematizar questões da intimidade privada à vida social vigentes no País. Aliada à exploração de temas contemporâneos há o “efeito-demonstração’ dos padrões de consumo vividos pelos personagens e apresentados perante os olhares da população de telespectadores, com a possibilidade (concreta ou não) de integração social por meio do consumo” (LOPES, 2009, p. 25–26). Nisso, a significação da telenovela não fica restrita a sua assistência e encaminha-se à construção de sentidos relacionados a uma gama de bens materiais e comportamentos, os quais não são vistos ou reconhecidos apenas na tela, mas repercutem no cotidiano da recepção, inclusive, nas redes sociais digitais.

Logo, pensar o atual status do consumo/recepção de telenovela requer analisarmos o ambiente de convergência³⁴ em que a mídia televisiva e seus receptores estão imersos. Além da expansão das plataformas de distribuição para outras telas (computadores, *tablets* e *smartphones*), no caso da telenovela toma importância a diversidade de apropriações que os telespectadores fazem das suas narrativas nas redes sociais digitais, gerando não apenas conteúdo, mas interações e conversação sobre as tramas nesses espaços. Nesse sentido, o objetivo do texto é investigar a circulação de telenovela no Brasil a partir dos usos e apropriações que os receptores fazem do *Twitter* e do *Facebook* em dois casos específicos: no *Twitter* nos dedicamos à observação

³⁴ Processo que diz respeito ao fluxo de conteúdos através de vários suportes de mídia, à cooperação entre mercados midiáticos e ao comportamento dos sujeitos no consumo de produtos midiáticos e nas suas interações sociais (JENKINS, 2009).

do consumo simultâneo da telenovela *Salve Jorge* (Rede Globo, 2012/2013) e no *Facebook* a uma série de eventos fictícios criados pelos usuários no ano de 2014.

Circulação e o consumo tv-internet

Em essência, as possibilidades interativas propiciadas pela convergência midiática desestruturam o antigo pensamento que situava a oferta de sentidos apenas no pólo da emissão/produção e a (re)construção desses sentidos junto à recepção. O que queremos enfatizar é que as tecnologias mudaram as lógicas produtivas, não somente por trazer outra dinâmica, mais fluída e veloz à disseminação de informações, mas por possibilitar que o receptor também oferte sentidos a serem (re)elaborados por outros receptores. Essa participação dos receptores como produtores esmaece, justamente, as delimitações entre *quem produz* e *para quem se produz* e indicia um “novo” lugar, em que os sentidos circulam (ESCOSTEGUY, 2009; FAUSTO NETO, 2009).

Assim como Fausto Neto (2009) vê a circulação como uma zona de passagem em que produtores e receptores põem sentidos em oferta pela exposição e composição de mensagens, Jenkins, Ford e Green (2014) compreendem a circulação como um modelo híbrido e emergente, mais participativo e desorganizado, em que os fluxos de mídia não são determinados apenas por um número reduzido de produtores como ocorrem em meios massivos de uma concepção “um para muitos”. De tal forma,

o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão

moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 24)

Poderemos definir a circulação como um repositório que agrega os fluxos vindos da esfera de produção da telenovela; dos outros veículos de comunicação; de empresas / fabricantes interessadas em ganhar visibilidade associando marcas/produtos à telenovela; e do público receptor/consumidor da trama. Ainda, devemos incluir aqueles usuários de redes sociais digitais que não assistem à telenovela, mas estabelecem conversação com demais usuários sobre sua narrativa. As diversas origens dos fluxos correspondem a diferentes práticas e rotinas na oferta e construção de sentidos, as quais não se tornam idênticas nem dissolvidas pelo interesse comercial.

Quando pensamos a telenovela em circulação pela ação de seus consumidores, isto é,

no caso de pensar a circulação no âmbito do consumo, trata-se de identificar como os receptores/consumidores relacionam-se com os conteúdos midiáticos, [...] através dos fluxos que emanam ora de um simples redirecionamento que faz expandir a circulação dos conteúdos, ora das apropriações propriamente ditas (JACKS; RONSINI, 2011, p. 301-302).

Consideramos que a interatividade e a participação evocadas pela cultura da convergência propiciam a visibilidade da esfera da circulação,

sobretudo nas redes sociais digitais, como o *Twitter* e o *Facebook*. O ato de compartilhar um conteúdo ou de simplesmente comentar sobre um programa televisivo na internet, por exemplo, revela a proposta de Orozco Gómez (2011), de que as audiências, na condição comunicacional contemporânea, estariam, a partir de suas interações com as telas, em trânsito: de receptoras a emissoras.

Embora estejamos nos referindo à internet, seria um equívoco considerar que somente na cultura da convergência os sujeitos passaram a construir sentidos a respeito daquilo que recebem/consomem dos meios de comunicação. O que difere, agora, é a ampla visibilidade que essas construções alcançam (FAUSTO NETO, 2009; JACKS; RONSINI, 2011). A telenovela circula não apenas na televisão, nos jornais ou publicações especializadas, mas em todo lugar em que é vista e verbalizada. Como propõe Lopes (2009, p.29), “tão importante quanto o ritual diário de assistir os capítulos das novelas é a informação e os comentários que atingem a todos, mesmo àqueles que só de vez em quando ou raramente assistem”.

As relações dos sujeitos com a mídia, em nossa avaliação, passam pelo poder que as tecnologias digitais outorgam o receptor, legitimando sua posição de consumidor midiático, usuário e, por vezes, produtor de conteúdos. A convergência entre televisão e internet, além das capacidades de circulação do conteúdo produzido da primeira para a segunda plataforma, mostra-se essencial para a indústria televisiva por permitir aumentar os índices de audiência e a verba publicitária.

No Brasil, pesquisa realizada pelo IBOPE Nielsen Online, indica que 43% dos internautas têm o hábito de ver televisão enquanto navegam na

internet. Destes, 59% declaram fazer isso todos os dias e 29% afirmam comentar a programação televisiva nas redes sociais, sendo as telenovelas a temática de maior repercussão (IBOPE, 2012). Outro levantamento realizado no País mostra que 70,3% das interações realizadas no *Twitter* sobre a programação televisiva correspondem à televisão aberta, contra 29,7% da TV por assinatura. Ainda, expõe que o maior volume de interações dos *tweeters* acompanha a faixa de horário nobre televisiva, entre as 21 e 22 horas, e o menor está entre as 4 e 7 horas da manhã (GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO, 2014).

Porém, a dinâmica de consumo propiciada pela *social TV*³⁵ vai além do “ver e comentar” e traz indícios de funcionamento da ordem convergente em que o consumo de uma plataforma repercute no da outra, produzindo outra forma de sociabilidade midiática. Mais de 70% dos consumidores simultâneos TV-internet afirmam que procuram na internet informações sobre o que está sendo mostrado na TV e 80% admitem ter ligado a TV ou trocado de canal motivados por mensagens postadas na internet (IBOPE, 2012).

Esses dados servem como indicadores acerca do comportamento migratório das audiências (JENKINS, 2009; OROZCO GÓMEZ, 2011) e reforçam o viés ativo do consumo midiático: os consumidores buscam as experiências que desejam, tornam público tanto seus gostos quanto suas contestações (JENKINS, 2009). Logo, não há como pensar o atual status do consumo de televisão sem levar em conta o ambiente de convergência em que a mídia televisiva e seus receptores estão imersos, isto é,

³⁵ Termo emergente que vem sendo utilizado especialmente pelo mercado para designar o consumo simultâneo TV e das redes sociais digitais.

sem considerar o *trânsito das audiências* de receptoras a emissoras (OROZCO GÓMEZ, 2011).

Indicações metodológicas

A dificuldade de se pensar a atividade dos receptores de telenovela em uma ambiência digital está atrelada à incipiente formação do campo no Brasil, pois a internet exige “um remodelamento da recepção da forma como até então era entendida e pesquisada (PIENIZ; WOTTRICH, 2014, p. 75). O próprio lugar da recepção é questionado uma vez que a *condição comunicacional contemporânea*, como propõe Orozco Gómez (2011), está no *trânsito das audiências* de receptoras a emissoras.

Apropriamos-nos de métodos e técnicas vindas da Análise de Redes Sociais (ARS) e do monitoramento de mídias sociais, largamente utilizados no campo da cibercultura e no campo mercadológico-publicitário, e os adaptamos à pesquisa. Com inspiração nesses campos (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011; LOPES; FREIRE, 2012; MONTEIRO; AZARITE, 2012) traçamos uma estratégia para cada plataforma investigada - *Twitter* e *Facebook* - para tornar visível como os sujeitos põem a telenovela brasileira em circulação na internet.

Para o *Twitter* nos dedicamos ao fenômeno do consumo simultâneo, tv-internet, em que observamos comentários referentes à telenovela *Salve Jorge* (Rede Globo, 2012/2013) durante os sete meses de exibição da trama. Monitoramos, sempre ao final dos capítulos, a atividade referente à telenovela na rede, em que acompanhamos a listagem dos *trend topics*, isto é, a lista dos dez termos mais citados, bem como monitoramos sistematicamente os comentários que a audiência realizava com o marcador *#salvejorge*. As coletas

foram realizadas através da extensão *NCapture* do software *NVivo 10*. Os resultados aqui apresentados são um recorte de um trabalho maior (DEPEXE, 2015).

Já no *Facebook*, o monitoramento buscou apreender os sentidos referentes ao consumo das telenovelas de uma série de eventos fictícios criados, voluntariamente, a partir da memória dos usuários no ano de 2014. Os eventos são recursos disponíveis no *Facebook*, no qual pode se agendar uma data, convidar amigos, interagir com os participantes e ainda podem ser públicos ou privados para os usuários de acordo com o interesse do administrador. Esses eventos foram monitorados manualmente pelos pesquisadores e o seu registro foi capturado pela extensão *FireShot* do navegador *Google Chrome*.

Neste artigo nos dedicamos ao espectro de comentários circulantes na rede sem o contato entre os pesquisadores e os usuários, isto é, as coletas dos dados foram realizadas com atenção “ao que foi dito” e não a “quem disse” em que adotamos uma amostra que corresponde a um grupo de receptores *não identificados* (JACKS, 2014). Embora os materiais coletados estivessem disponíveis em perfis públicos do *Twitter* ou eventos públicos do *Facebook*, julgamos apropriado manter no anonimato a autoria dos comentários e eventos que foram selecionados para o *corpus* de análise deste texto.

Consumo simultâneo: Salge Jorge no Twitter

Em nosso entendimento, a circulação da telenovela se dá pelos sujeitos que a disseminam, construindo as redes de conexões e sentidos dos usos e apropriações da telenovela e do *Twitter*.

Nossa principal estratégia de entrada em campo esteve no monitoramento da *hashtag* #salvejorge, a qual acrescentamos outras estratégias, por entendermos que a circulação de *Salve Jorge* extrapola as mensagens sob domínio desse indexador. Daí a dificuldade de apreender a totalidade dos fenômenos em rede e a assunção de que a pesquisa sempre será um recorte a partir do qual se analisa o real.

Entre 22 de outubro de 2012 e 19 de maio de 2013, segundo dados obtidos com a ferramenta *ReSearch.ly*, o marcador #salvejorge foi utilizado em 1.555.740 *tweets*, distribuídos em 209 dias como indica a Figura 1. Nossa coleta através da busca simples obteve 152.133 mensagens, o que corresponde a um índice de 9,77% do volume total de comentários com a mesma *hashtag*.



Figura 1 – Volume de menções para #salvejorge
Fonte: ReSearch.ly. Coleta realizada em 24 de agosto de 2013 às 18h03min.

A frequência de comentários obedece a uma dada sazonalidade, ou seja, a comportamentos padrões que variam entre picos positivos e negativos (MONTEIRO; AZARITE, 2012). No caso, os picos negativos correspondem aos domingos, justamente o dia da semana em que não há exibição dos capítulos de telenovelas da Rede Globo. A drástica diminuição dos comentários acerca de *Salve*

Jorge, em conformidade com essa característica sazonal, atesta o consumo simultâneo TV-internet e dá visibilidade ao movimento da audiência em sua lógica convergente, fazendo funcionar a noção de *social TV*. Igualmente os capítulos de estreia e de desfecho são os que atingem os maiores níveis de fluxo na rede e, provavelmente, aqueles que concentram o maior número de telespectadores.

Para uma primeira aproximação com o todo representado pelo indexador *#salvejorge*, que compõem o corpus de pesquisa, criamos a nuvem de palavras (Figura 2), referente aos termos mais frequentes, em que se evidenciam nomes de personagens, nome de atrizes, perfis de usuários do *Twitter* - entre eles o da autora Glória Perez (*@gloriaperez*) e aqueles mais *retweetados*, como veremos adiante -, verbos e palavras vinculadas à trilha sonora e ao texto dramaturgo.



Figura 2 – Nuvem de palavras para os tweets coletados com *#salvejorge*

Fonte: imagem obtida por manipulação dos dados no NVivo 10. Base: 152.133 *tweets*

Chama-nos atenção o verbo conjugado no gerúndio “assistindo”, repetido em 1.542 ocasiões, em que fica explícito a ação do consumo simultâneo televisão-*Twitter*. Os comunicantes, por vezes, indicam motivações ou justificativas para assistência ou a vinculação com uma rotina diária, a qual é demarcada pelo espaço doméstico, pela companhia com quem se assiste TV, pelo consumo

de mídia e, até mesmo, com a intenção de estabelecer conexões com outros receptores, como exemplificam os *tweets*³⁶:

As pessoas falam tão mal de #SalveJorge que eu fico tentando descobrir o por que elas continuam assistindo. (03 dez. 2012)

Quem esta assistindo #SalveJorge Aqui no twitter da um RT! (15 mar. 2013)

Assistindo a novela por motivos de: Thammy Gretchen vestida de mulher dançando "conga lá conga". #SalveJorge (08 abr. 2013)

Minha cunhada e eu assistindo a novela. #SalveJorge. :)) (15 abr. 2013)

Milagres acontecem, estou assistindo #salvejorge com os meus pais. (18 abr. 2013)

Em vistas de compreender como se estrutura a circulação de *Salve Jorge* no *Twitter*, cabe observarmos como se dão as relações entre os comentadores na formação da rede social. Avaliamos, com base nas diretrizes da ARS, quais usuários tomam papel central na disseminação de comentários sobre a telenovela, a partir da análise das mensagens replicadas. Para tanto, utilizamos como referência 152.133 mensagens, dos quais 97.840 são *tweets* e 54.293 são *retweets*. Estes *retweets* correspondem a 29.098 diferentes usuários do *Twitter* (nós) conectados em 37.579 relações (arestas).

³⁶ Optamos por manter a grafia original dos *tweets*, incluindo erros de escrita, abreviações, sinais gráficos, gírias e onomatopeias para o riso. Igualmente, mantemos em anonimato a origem ou autoria dos comentários.

Os cinco perfis cujas mensagens foram mais replicadas, ou seja, postas em circulação por outros usuários foram: @jooseanee (3.357), @valeria_bandida (3.229), @HugoGloss (2.118), @rede_globo (1.186) e @gloriafperez (675). Não é por acaso, portanto, que o nome desses usuários aparece em destaque na nuvem de palavras mais frequentes nos *tweets* coletados (como vimos na Figura 2). Destes é interessante que os três primeiros usuários visam comentar, em geral, a mídia e a vida de personalidades com humor; os outros dois são pertencentes à esfera produtiva da telenovela, respectivamente, perfil da Rede Globo e a autora da novela.

Os usuários com mais *tweets* replicados assumem o papel de um “especialista”, legitimado pelo seu número de seguidores³⁷ ou pelo vínculo com a instância produtora da telenovela. Com exceção dos perfis da emissora de televisão e da autora da telenovela, a notoriedade dos demais usuários, aqui avaliados, não está necessariamente ligada à veracidade das informações que divulgam, visto que suas mensagens são permeadas pelo humor. Logo, podemos aferir que uma das motivações para seguir esses perfis está em encontrar entretenimento no *Twitter*, o qual toma forma, muitas vezes, de uma crítica irônica à produção televisiva e seus produtos.

É interessante observar que Glória Perez participa ativamente do *Twitter*, movimentando a rede e fazendo sua própria obra circular. Por ora, cabe refletirmos que a circulação de *Salve Jorge* se dá tanto nas relações dos telespectadores com

³⁷ Indicamos entre parênteses o número de seguidores de cada perfil, na época da coleta de dados: @jooseanee (95.398), @valeria_bandida (227.200), @HugoGloss (856.107), @rede_globo (4.574.170) e @glorifperez (1.244.843).

personalidades “reais” ou “virtuais” quanto em relações mais periféricas, do tipo “um para um” ou “um para poucos”. Logo, o cenário em que se desenha o consumo TV-Twitter é profícuo para pensar a convergência das mídias e os lugares de produtores e receptores na elaboração e oferta de sentidos.

Criatividade e memória: eventos no Facebook

O segundo caso a ser comentado, neste texto, refere-se a uma série de eventos fictícios criados por usuários do *Facebook*, sobretudo, àqueles que faziam menção a telenovelas brasileiras. Entre os dias 29 de maio e 08 de junho do ano de 2014, observamos e coletamos cem (100) diferentes eventos, os quais foram criados para satirizar inúmeras situações do cotidiano a partir de personagens, cenas e situações que marcaram a teledramaturgia no país.

Identificamos que as telenovelas referenciadas foram produzidas e exibidas pela Rede Globo, a qual, conforme já comentamos, é a líder de audiência e maior produtora de telenovelas no Brasil, inclusive, reconhecida internacionalmente pela qualidade de suas produções. Nota-se que dentre os títulos referenciados estão telenovelas exibidas desde a década de 1980 até a contemporaneidade, o que revela tanto a hegemonia da emissora quanto memória dos receptores. Destacamos também o fato do conteúdo televisual transbordar as fronteiras do tempo e espaço da grade da programação, perpassando pela rotina dos telespectadores (gírias, bordões, comportamentos, entre outros), agora, usuários da internet, e promovendo novas interações sociais no espaço digital.

O mistério no final de *Vale Tudo* (1988/1989), por exemplo, foi objeto para o evento que mais se reportou à história da teledramaturgia brasileira, com a “*Revelação de Quem Matou Odete Roitman*”. Embora a trama tenha sido originalmente exibida nos fins dos anos 1980, no caso do evento do *Facebook*, destaca-se a capacidade da internet reagendar o conteúdo midiático e trazer à pauta antigos acontecimentos (entre eles aqueles relacionados à teledramaturgia, suas histórias e seus personagens), muitas vezes sequer vivenciados pelos sujeitos, mas, ainda assim, capazes de compartilhar experiências de consumo cultural. Nessa perspectiva, “é importante frisar que a convergência não tem somente como base a questão técnica, ou seja, a mera reunião de possibilidades técnicas oriundas de novos meios, e sim se constrói, também, baseada nas práticas sócio-culturais de uso e participação dos usuários” (AQUINO; PUHL, 2011, p. 39).

A telenovela que mais repercutiu nos eventos monitorados foi *Avenida Brasil* (2012), com um total de 38 ações detectadas. Essa produção televisual teve grande aceitação junto ao público que ora vibrou em cada vingança de Rita (Débora Falabella), protagonista, em relação à Carminha (Adriana Steves), antagonista, ora divertiu-se com personagens secundários, como Zezé (Cacau Protásio) que era empregada da família de Tufão (Murillo Benício) e ganhou destaque na trama e na internet com o “*Mutirão Pra Chamar a Zezé de Amendoim*”. Outro fator que reforça o grande número de eventos relacionados a essa novela, refere-se aos altos picos de audiência no ano de 2012, principalmente o último capítulo que atingiu 50,9 pontos de audiência.

A personagem de Carminha apesar de ser uma vilã tradicional, continha doses de humor que cativou o público. A comicidade e a grande simpatia do público com a vilã foi alvo de inúmeros eventos no Facebook: “*Workshop: Como SAMBAR na cara das inimigas com Carminha!*”; “*Marcha das Carminhas*”; “*Esquenta Retorno da Carminha*”; “*Almoço Com a Carminha*”.

Apesar da grande aceitação que a narrativa de *Avenida Brasil* obteve, as incongruências ou repetitividades da trama também chamaram a atenção dos telespectadores e foram criticadas através da ironia. O evento “*Vaquinha para comprar um PEN DRIVE para a Nina!*” rememora uma das incoerências mais comentadas da telenovela, em que a personagem Rita, ao possuir fotos comprometedoras de Carminha, tem as mesmas roubadas e não as possuía em um repositório digital, o que chamou a atenção, devido à temporalidade da trama. Outro momento é quanto à repetitividade textual da trama, exemplificada pelo evento “*Workshop: Como Culpar a Rita - Carminha Tufão*”, visto que constantemente Carminha utilizava-se da frase “é tudo culpa da Rita” para se referir a qualquer contratempo em sua vida.

Além de *Vale Tudo* e *Avenida Brasil*, identificamos outras 11 telenovelas que serviram como mote criativo desses eventos fictícios: *Mulheres de Areia* (1993); *A Indomada* (1997); *Torre de Babel* (1998/1999); *O Clone* (2001/2002); *Mulheres Apaixonadas* (2003); *Celebridade* (2003/2004); *Senhora do Destino* (2004/2005); *A Favorita* (2008/2009); *Salve Jorge* (2012/2013); *Amor à vida* (2013/2014); *Em Família* (2014). Embora não tenhamos indícios suficientes para afirmar a preferência dos internautas a um estilo autoral ou outro, notamos que diferentes narrativas,

escritas por Agnaldo Silva, Glória Perez, Manoel Carlos e João Emanuel Carneiro, aparecem em nosso levantamento, enquanto apenas uma de autoria de Ivani Ribeiro, Silvio de Abreu ou Walcyr Carrasco.

A análise dos eventos revelou ainda a remixagem da trama da telenovela para a criação de *memes*³⁸, através da utilização de bordões ou elementos estranhos à nossa cultura, subvertendo o seu real significado para a criação de um entretenimento típico das redes sociais. Esses casos podem ser evidenciados a partir de eventos como os que fazem referência a trama da novela *O Clone*, a exemplificar “*Exposição da Figura na Medina*”, “*Mutirão Para Apagar o Fogo do Mármore do Inferno*” e “*Excursão para Mármore do Inferno!*”; novela que também se destacou no número de eventos (17). Junto a isso, a remixagem também aproxima a trama do cotidiano pela comicidade, como pelo evento “*Treinamento Para Sentir de Longe o Cheiro de Couro*”, frase que a personagem Nazaré, da novela *Senhora do Destino*, se utiliza para fazer menção a um casal lésbico presente na mesma trama.

A mistura de enredos de diferentes telenovelas também foi umas das estratégias utilizadas pelos usuários do *Facebook*, por exemplo, a combinação de personagens distintas – vindas, também de autores diferentes - “*Workshop Com Dr. Albieri - Como Criar Seu Próprio Tufão*” e “*Chá das 17h Com Nazaré Tedesco e Carminha*”, nesse último

³⁸ O conceito de meme é originário das ideias de Richard Dawkins (1976), argumentando que o meme pode ser “uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro”. Contudo, não se sabe ao certo a origem da associação do termo com a internet, apenas que o primeiro registro de utilização deste termo na internet data de 1998, por Joshua Schchter (um dos criadores do del.icio.us).

caso o evento reúne duas vilãs da teledramaturgia brasileira.

Os eventos criados expressam o desejo de participação em rede ao colocarem em pauta novamente um conteúdo midiático com base na lembrança e na interpretação da narrativa televisiva, no caso, das telenovelas da Rede Globo. Esses eventos funcionam a partir da memória do receptor como uma estratégia de resgate e promoção da trama, bem como de aproximação do público com a ficção que já não circula mais na televisão. A ativação da memória e a lembrança dessas telenovelas são fundamentais para o resgate de cenas marcantes, associação a situações corriqueiras do cotidiano e, ainda, a criação de uma narrativa paralela ou complementar à trama inicial permeados pelo humor e sátira.

Tanto os usuários do *Facebook* que criam os eventos como aqueles que aceitam participar dos mesmos revelam o consumo cultural como uma *racionalidade integrativa* (GARCÍA CANCLINI, 1995) de diferentes tipos de fãs. Podemos inferir a probabilidade de que esses eventos não sejam criações apenas de fãs de uma telenovela em específico, mas de fãs de artistas - atrizes/atores, autores das tramas - e de fãs de telenovelas no geral. Ou seja, pessoas que acompanham e se envolvem com diferentes novelas, a ponto de recuperar trajetórias de outros personagens para fazê-las funcionar em ironias, paródias e metáforas. Assim, se evidencia que os

fãs acumulam experiências de apreciação e conhecimentos sobre o produto adorado. Muitos deles manifestam a experiência apaixonada de consumo e participam ativamente de redes sociais para compartilhar sensações, sentimentos,

sentidos gerados nos modos de “ver e usar” as telenovelas (SOUZA, 2007, p. 4)

Engana-se, entretanto, quem imaginar que os eventos ofertam apenas um viés positivo ou irônico às tramas. Especialmente no caso da telenovela *Em Família* (2014) que estava sendo exibida no período de monitoramento da rede, dentre os sete eventos que coletamos, cinco possuíam o tom depreciativo a personagens. Parece-nos nítido que as ações na rede também se referem à ação de antifãs da telenovela. Somam-se a isso as frequentes críticas à narrativa na mídia e a exposição de que os níveis de audiência não estavam em conformidade com aqueles esperados pela emissora.

O consumo - uso e apropriação do *Facebook* - como meio de comunicação, entretanto, não fica restrito apenas aos fãs. Como observamos, a visualização dos eventos na *timeline*, através dos comentários e confirmação de participação dos outros usuários seguidos, pode expandir e fortalecer os laços de identificação na assistência da telenovela. Pode motivar, inclusive, o consumo das tramas ou a busca por referências para compreender “o que todos estão falando”. Nisso, internautas se tornam audiência e as audiências se tornam comunicantes, conduzindo o consumo a uma espécie de *ritual compartilhado* (GARCÍA CANCLINI, 1995).

Por outro lado, é preciso lembrar que embora a *social TV* seja indiciária do consumo como integração e ritual, seu funcionamento também se dá como uma forma de distinção (GARCÍA CANCLINI, 1995) que segmenta a recepção de telenovela entre os telespectadores que apenas a assistem e aqueles que compartilham na rede os modos pelos quais consomem esse produto cultural,

isto é, seus usos e apropriações. Igualmente, distingue os fãs dos antifãs e os usuários/internautas dos usuários/comunicantes.

Considerações finais

Nossa estratégia de monitoramento para examinar as condições concretas de circulação e consumo da telenovela no *Twitter* e no *Facebook*, foi extensa e geradora de *insights*, muitos dos quais fogem das possibilidades de análise neste momento. Em ambos os casos observados, percebemos que aqueles receptores que têm o hábito de assistir a telenovela e participar nas redes sociais digitais, têm memória das tramas, associam fatos da ficção com a vida cotidiana e podem mudar suas impressões à medida que passam a se identificar ou a se contraidentificar com os enredos. Também é notável o espaço da internet como catalizador de ações criativas e integrativas constituindo um sentido contemporâneo à noção de coletividade embutida no termo “audiência”.

A partir deste primeiro olhar sobre a circulação da telenovela no *Twitter* e no *Facebook* identificamos as lógicas da convergência midiática e as facetas implicadas no consumo cultural de uma recepção ativa e *comunicante*. Nessa direção, o volume de dados coletados nos traz a certeza de que a televisão, mesmo que sofra com cada vez mais baixos índices de audiência, ainda detém papel importante no consumo midiático e nas relações sociais. A sala da casa está amplificada e comentar a telenovela, hábito tão enraizado na cultura brasileira, parece ganhar, cada vez mais, novos adeptos. A ritualidade de ligar a TV se estende à outra tela e as duas não competem, se complementam.

Referências

AQUINO, M. C.; PUHL, P. Vale tudo no Twitter: a visibilidade da ficção televisiva em tempos de convergência midiática. **Alceu**, v. 12, n. 23, p. 34–48, 2011.

BORELLI, S. H. S. Telenovelas: padrão de produção e matrizes populares. In: BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 187–203.

DEPEXE, S. **Distinção em 140 caracteres: classe social, telenovela e Twitter**. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

ESCOSTEGUY, A. C. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **E-compós**, v. 12, n. 1, p. 1–15, 2009.

FAUSTO NETO, A. Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação. In: **XVIII Encontro da Compós**. Belo Horizonte: Compós, 2009. p. 1–13.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GARCÍA CANCLINI, N. Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. **Dialogos de la comunicación**, n. 32, p. 2–6, 1992.

GARCÍA CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil 2014**. Disponível em:
<<http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/11>

9/38924>. Acesso em: 27 maio. 2015.

IBOPE. No Brasil, 43% dos internautas assistem à TV enquanto navegam. Disponível em: <www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/releases/Paginas/No-Brasil-43-dos-internautas-assistem-a-TV-enquanto-navegam.aspx>. Acesso em: 4 abr. 2013.

ISHIDA, G. Convergência. In: SILVA, T. (Org.). **Para entender o monitoramento de mídias sociais.** [E-book: Creative Commons], 2012. p. 139–143.

JACKS, N. Recepção televisiva, (ainda) a mais estudada. In: JACKS, N. (Org.). **Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil.** Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 31–71.

JACKS, N.; RONSINI, V. M. Telenovela em múltiplas telas: da circulação ao consumo. In: LOPES, M. I. V. de (Org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais.** Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 297–338.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.

LOPES, M. I. V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, v. 3, n. 1, p. 21–47, 2009.

LOPES, M. I. V. de; FREIRE, C. A dimensão epistemológica do monitoramento on-line: para um estudo crítico das técnicas de pesquisa na internet. In: **XXI Encontro da Compós.** Juiz de Fora, 2012.

LOPES, M. I. V. de; MUNGIOLI, M. C. P. et al. Brasil: trânsito de formas e conteúdos na ficção televisiva. In:

LOPES, M. I. V. DE; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.). **Estratégias de produção transmídia na ficção televisiva**: anuário Obitel 2014. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 119-159.

MONTEIRO, D.; AZARITE, R. **Monitoramento e métrica de mídias sociais**: do estagiário ao CEO. São Paulo: DVS Editora, 2012.

OROZCO GÓMEZ, G. La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de La investigación de las interacciones en la sociedad red. In: JACKS, N. et al. (Orgs.). **Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro**. Quito-Ecuador: CIESPAL, 2011. p. 377-408.

PIENIZ, M.; WOTTRICH, L. H. Receptores na Internet: desafios para o contexto de trânsito das audiências. In: JACKS, N. (Org.). **Meios e audiências II**: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 73-94.

SILVA, E. H.; ANDRADE, R. M. B. de. Sociabilidades midiáticas: flexibilidade, mutação e pluralidade. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 6, n. 3, p. 139-157, 2006.

SOUZA, M. C. J. de. Fãs de ficção seriada de televisão: uma aproximação com os fãs de autores de telenovelas. **E-compós**, v. 8, p. 1-19, 2007.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1990.

Pelos bits da internet ou pelas ondas da televisão? Apontamentos sobre o consumo de notícias por jovens brasileiros

GláiseBohrer Palma
Tissiana Pereira Nogueira
Luiza Betat Corrêa

Introdução

A partir da visão de consumo enquanto fenômeno cultural e da juventude enquanto categoria socialmente construída nos propomos a pensar aqui a lógica do consumo midiático a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, atenta à multiplicidade das práticas individuais, compreendendo as lógicas sociais implicadas no consumo de bens simbólicos. Nos apropriamos então, do conceito de consumo como processo sociocultural em que se desenvolvem os usos e apropriações dos produtos culturais e midiáticos de NéstorGarcíaCanclini (1995).

O objetivo central deste texto é apontar tendências e refletir sobre o consumo de notícias por jovens brasileiros. Consideramos a notícia como forma cultural e instituição social, seguindo Klaus Bruhn Jensen (1986). Os dados apresentados traduzem informações obtidas através de: questionário aplicado a nível nacional em uma comunidade de fãs na rede social *Facebook*, questionários aplicados presencialmente em uma escola de ensino médio de Santa Maria, RS, e de uma etnografia com três famílias de classes populares de um bairro de Santa Maria, RS.

A juventude na Perspectiva dos Estudos Culturais

Os estudos sobre juventude a partir da perspectiva dos Estudos Culturais, adotada aqui, não são novos. No surgimento do *Centre for Contemporary Cultural Studies*(CCCS) em Birmingham, as problematizações teóricas já envolviam pesquisas relativas à juventude e a emergência de várias “subculturas” ligadas aos jovens de classes trabalhadoras, que pareciam resistir a alguns aspectos da estrutura dominante de poder. Este contexto era visto pelo Centro como parte integrante da tensão cultural existente como afirmação da resistência através do consumo cultural. As perspectivas inauguradas pelo CCCS marcaram uma mudança decisiva no estudo das culturas juvenis: a partir de então elas não foram estudadas somente em relação a suas produções culturais, mas tentava-se ver nelas pistas para compreender as mudanças sociais e culturais das sociedades contemporâneas. Entre as obras mais importantes para o campo de estudos sobre juventude e cultura no âmbito dos Estudos Culturais, está o livro *Learning to Labour* (Aprendendo a Trabalhar), de Paul Willis (1977), uma extensa etnografia em uma escola para tratar sobre a cultura de jovens estudantes do sexo masculino, pertencentes à classe operária inglesa e que deixavam os estudos para trabalhar. Através desta pesquisa o autor questiona a suposta universalidade e preexistência da ideologia dominante, contrapondo-se a qualquer tipo de crítica.

Já a coletânea de textos intitulada *Resistance Through Rituals: youth subcultures in post-*

warbritain (HALL e JEFFERSON, 1975/1993) aponta uma série de mudanças, levantadas por um debate mais amplo, além da escola e da expansão da educação, como responsáveis pela visibilidade alcançada pela categoria juventude após os anos 1950. Os autores destes textos destacam como um dos primeiros fatores o aumento do mercado e do consumo no pós-guerra, que viabilizou o crescimento da indústria de lazer voltada para a juventude. A partir de então houve também a eclosão dos meios de comunicação de massa, as diferenças sociais alavancadas pelo fim da guerra, além do surgimento de diferentes estilos, com maneiras diversas de se vestir e gêneros musicais marcantes, como o rock.

Desde então, os estudos sobre juventude vem se destacando nas Ciências Sociais. Para introduzir a noção de juventude e de como a compreendemos aqui, partimos do entendimento de que

A idade é um dado biológico socialmente manipulado e manipulável; e que o fato de falar dos jovens como se fossem uma unidade social, um grupo constituído, dotado de interesses comuns, e relacionar estes interesses a uma idade definida biologicamente já constitui uma manipulação evidente (BOURDIEU, 1983, p. 113).

Quando classificamos alguém por idade (ou por geração ou classe social, por exemplo) estamos de algum modo organizando um espaço na sociedade onde cada um deve se manter, um modo de impor limites sociais. Através destes recortes construídos socialmente são atribuídos um conjunto de valores e práticas subjetivas socialmente postuladas, afinal “somos sempre o jovem ou o velho de alguém” (BOURDIEU, 1983, p. 113).

Em nossas sociedades ocidentais podemos perceber o quanto a idade é preponderante como um dos eixos que ordenam a atividade social. No entanto, os conceitos utilizados como classificatórios são muitas vezes difíceis de definir, uma vez que temos, por exemplo, uma linha tênue e não bem clara do que separa infância da adolescência, juventude da velhice e assim por diante. Como vivemos na atualidade o deslocamento, ou até mesmo o apagamento, de alguns rituais de passagem relacionados com os espaços institucionais que ocupam cada faixa de desenvolvimento do sujeito, temos que refletir sobre outros modos de pensarmos a juventude. Margulis e Urresti propõem então que acompanhemos a referência de juventude com a multiplicidade de situações sociais em que esta etapa da vida se desenvolve, pensando sobre os marcos sociais historicamente situados que condicionam as diversas maneiras de ser jovem (MARGULIS e URRESTI, 1996).

A literatura sociológica mais recente trata de superar a definição de juventude como uma categorização por idade, incorporando a diferença social e o contexto cultural. Desde meados do século XIX encontramos em algumas sociedades uma maneira de conceber a juventude como aquele período em que não há algumas exigências comuns da vida adulta, como casar, ter filhos, sustentar-se, mas sim é esperado que o jovem estude e capacite-se, preparando-se para o futuro e para as condições da vida adulta. Os autores defendem que

La juventud, como toda categoría socialmente constituida, que alude a fenómenos existentes, tiene una dimensión simbólica, pero también debe ser analizada desde otras dimensiones: se debe atender a los aspectos fácticos, materiales, históricos y

políticos en que toda producción social se desenvuelve(MARGULIS e URRESTI, 1996, p. 2).

Ainda há de se considerar que os jovens de classe média e alta tem oportunidade de estudar e adiar o ingresso na vida adulta e suas consequentes responsabilidades. Assim, casam ou saem de casa mais tarde, tem menos exigências, partindo de um contexto social que os protege das obrigações da vida adulta. Ao contrário dos jovens de camadas populares que, muitas vezes, começam a trabalhar cedo, tendo que ajudar no sustento da família, acarretando no abandono ao estudo, para dar conta de suas obrigações “precoces”, esperadas pela sociedade em relação aos jovens em situação de baixa condição econômica.

Tais características juvenis forjadas pelo contexto social e cultural produzem signos que tendem a cumprir funções estéticas, constituindo um conjunto de características vinculadas ao corpo, à vestimenta, ao modo como o sujeito expõe-se frente a sociedade. Deste modo, essa simbolização externa do que seja a juventude encerra em si o desejo de muitos adultos, que buscam nos signos aparentes estender o tempo de sua juventude. Assim, a “juventude-signo” se transforma em mercadoria, que se compra e vende, intervindo no mercado do desejo como veículo de distinção e legitimidade (MARGULIS e URRESTI, 1996, p. 3).

Consideramos, seguindo as reflexões dos autores acima, que a juventude é uma condição constituída pela cultura, mas que também tem claramente relação com a idade para além da questão biológica, dizendo respeito ao aspecto geracional. Ou seja, a geração está vinculada a períodos de socialização distintos, incorporando códigos, linguagens, modos de perceber e distinguir

na sociedade. Na cultura brasileira, por exemplo, costumamos dizer que os jovens sentem-se longe do fim, da morte, como imunes à dor e as doenças, como se uma sensação de infinitude fizesse parte deste período. Logo, temos como um dos lemas da juventude “A vida é agora” que refere a essa sensação de não apenas ser, mas “estar” jovem, condição aliás que não garante apenas os jovens com idade de 11 a 24 anos, mas sujeitos que se nomeiam jovens, mesmo pertencendo a outras faixas etárias.

Aqui temos outra questão pertinente que é a juventude aliada a um modo de ser, independente de geração e de faixa etária e mais vinculado aos signos que a caracterizam, ao modo de pensar a vida, de vestir-se, de apropriar-se dos aparatos culturais, de comportar-se. Por outro lado, Bourdieu nos lembra que

Somos sempre o jovem ou o velho de alguém. É por isto que os cortes, seja em classes de idade ou em gerações, variam inteiramente e são objeto de manipulações.... Cada campo, como mostrei a propósito da moda ou da produção artística e literária, possui suas leis específicas de envelhecimento: para saber como se recortam as gerações é preciso conhecer as leis específicas do funcionamento do campo, os objetos de luta e as divisões operadas por esta luta (1983, p.113).

Bourdieu nos remete a ideia de que as classificações, seja por idade, sexo ou classe, por exemplo, fazem parte de um jogo de poder, que visa impor limites e manter cada indivíduo em um determinado espaço social. Neste complexo cenário e levando em conta uma diversidade de aspectos para pensar as juventudes é que encontramos os jovens brasileiros na atualidade, com ampla

desigualdade social e maneiras diversas de conceber o mundo.

Neste difuso e variado espectro descobrimos juventudes, alvo de grande parte dos produtos da indústria cultural na atualidade e que, ao mesmo tempo, forjam novos modos de relação com a mídia. A presença dos jovens na sociedade contemporânea está associada à dimensão do consumo, vínculo que se consolidou no Brasil na década de 1990. Rocha, Pereira e Pereira (2009) observam que, após um longo período de ostracismo, a conexão entre consumo e juventude começa a ter cada vez mais espaço nas Ciências Sociais.

Juventude e Consumo

Para Silva, Rocha e Oliveira (2005), é na segunda metade do século XX que os jovens destacam-se no campo do consumo de cultura massiva e no campo midiático, estabelecendo, assim, uma relação intrínseca entre a juventude e o consumo de mídia.

O consumo a partir do qual estudamos os modos de se informar pelos jovens surge da nova realidade comunicacional que vivenciamos frente à hiperconexão. García Canclini (2010) lembra que, com o avanço das tecnologias de comunicação, o fato de estar conectado ou desconectado é estratégico e gera novas modalidades de diferenciação, igualdade ou desigualdade. Ao focar nos aspectos comunicacionais, as antigas diferenças e desigualdades se reelaboram e aparecem novas maneiras de equilibrar ou desequilibrar as relações sociais.

Estamos em uma etapa transversal, intermediária e transnacional, na qual nenhuma disciplina pode abarcar a totalidade. Não se pode

falar a partir dos recursos tradicionais sobre o global e o local, é necessário combinar estratégias de conhecimento. E é em busca dessa articulação que estamos dispostos a seguir.

Atualmente, o consumo deixou de ser visto como processo que ocorre através de ações verticais de dominação. Apropriando-se do conceito de que o consumo “é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos”(GARCÍA CANCLINI, 1995, p. 53) podemos inferir que os atos pelos quais consumimos são mais do que simples gostos traduzidos por impulsos.

No Brasil, a despeito dos hábitos de consumo da população quanto à televisão, rádio, internet, jornais, revistas e programas com conteúdo governamental, uma pesquisa da Secretaria de Comunicação Social (2014) mostra que a televisão ainda é o meio de comunicação favorito dos brasileiros, que dedicam, de segunda a sexta, em torno de 3h29min do dia. Contudo, a pesquisa aponta que a preferência pela televisão na faixa-etária de 16 a 25 anos caiu 70%, enquanto a internet subiu 25%.

O estudo também indica que, de forma geral, o acesso à internet aumentou, sendo o segundo meio de comunicação predileto dos brasileiros, seguido por rádio, jornal e revistas respectivamente. A internet tem como principal consumidor pessoas com faixa-etária dos 16 aos 35 anos. Um destaque da pesquisa é o fato de 47% dos brasileiros possuírem acesso à internet em casa, com ênfase nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Distrito Federal, sendo que no norte a conexão por telefone celular supera o acesso por computadores.

Esses dados complementam-se com o estudo “Um novo cenário para o consumo de mídia”

realizado pelo Ibope (2014), o qual mostra o aumento de 128% no uso de internet nos últimos 10 anos no Brasil e no consumo de mídia eletrônica, onde 4% da população possui *tablet*, 16% *smartphone* e 31% telefone celular com acesso à internet. A pesquisa traz também dados do consumo simultâneo de mídia, em que 32% dos brasileiros consomem televisão e internet ao mesmo tempo, 22% televisão e jornal e 18% rádio e internet.

Os apontamentos expostos neste texto versam exatamente sobre esse consumo de notícia na televisão e internet pelos jovens brasileiros. Para isso, devemos explicitar o nosso entendimento pelo conceito de notícia, que também está sob a perspectiva dos Estudos Culturais, no qual a informação midiática, para Jensen (1986), é produção e produto de um sistema de sentidos culturais, os quais tomam a forma de um código cultural e são configurados em várias instituições sociais. Então, a notícia é uma instituição social porque pressupõe a expectativa, social e histórica, de que o jornalismo deve cumprir algumas funções sociais e políticas.

A notícia é também a forma cultural do jornalismo por ser um gênero discursivo, conforme ressalta Gomes (2005, p.222)

A notícia é discurso e, como tal, um conjunto de convenções que ajuda a configurar o jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida no interior da qual fazem sentido as noções de imparcialidade e objetividade e as distinções entre fato e ficção, informação e entretenimento.

Segundo Gomes (2005, p. 223), a notícia é regulada por uma lógica política e econômica e tende a colocar o receptor em uma determinada posição conforme as suas expectativas em relação

ao fazer jornalístico. Essas existem porque “a notícia tende a ter uma composição regular e característica, como qualquer consumidor de notícia já sabe”, e que ajuda a configurar o jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida.

Metodologia

Para obtenção dos dados a nível nacional aqui apresentados, foi utilizada a técnica do questionário, em uma comunidade de fãs na rede social *Facebook*, denominada “*Little Monsters da Lady Gaga*”³⁹. O questionário⁴⁰ ficou disponível no grupo de 26 de agosto a 15 de setembro de 2014 e foram obtidas 120 respostas, sendo que 106 foram analisadas⁴¹.

Na pesquisa realizada com estudantes de ensino médio, trazemos aqui os resultados registrados através de questionário aplicado presencialmente em 67 alunos do Colégio Técnico Industrial de Santa Maria (CTISM-RS), no segundo semestre de 2015. Os respondentes foram 29 alunos do primeiro ano, 18 do segundo ano e 19 alunos do terceiro ano do ensino médio⁴².

³⁹Dados referentes à monografia “Porque essa mulher mudou a minha vida: consumo e identidade de gênero em comunidade de fãs de Lady Gaga no *Facebook*” (CORRÊA, 2014), que teve como método para a coleta de dados a netnografia.

⁴⁰O questionário continha 44 questões, distribuídas no formato aberta e fechada. Foi montado através do Google Formulários.

⁴¹Quatorze questionários foram excluídos da amostra pelos seguintes fatos: não terem sido completamente respondidos; falta de dissertação nas perguntas abertas (respostas com apenas sim, ou não) ; e respostas totalmente fora do contexto da pergunta (alguns questionários foram preenchidos com letras de músicas que não se adequavam a pergunta).

⁴²Estes dados são um recorte do trabalho desenvolvido no doutorado (em andamento) de uma das autoras deste artigo.

A investigação qualitativa foi realizada através de uma etnografia com três famílias de classes populares de um bairro de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. A pesquisa ocorreu de maio de 2013 a março de 2014⁴³.

Descrição e Análise dos Dados

Iniciamos explorando a relação do consumo de mídia pelos integrantes da comunidade “*Little Monsters* da Lady Gaga”, na rede social *Facebook*. A amostra obtida pelo questionário nos possibilitou formar um perfil dos membros do grupo estudado, sendo que a maioria dos respondentes compreende a faixa-etária dos 12 aos 16 anos e residem na região sudeste do país.

Sobre assistência de televisão, 84% afirmam assistir televisão, sendo que 54% dedicam menos de 2 horas diárias a atividade; 33% entre 2 horas e 4 horas; e 13% mais de quatro horas. Na assistência, os programas de variedade são os preferidos, seguidos de séries e programas musicais. Em relação a internet, dos respondentes do questionário, 72% dedicam mais de 4 horas à rede; 25% entre 2 horas e 4 horas; e 3% menos de duas horas. Os meios pelos quais eles mais acessam a *web* são, por ordem: *notebook*, *smartphone* e computador de mesa. Já as atividades mais desempenhadas no meio (Figura 1) envolvem redes sociais, música e pesquisas, com *Facebook*, *Whatsapp* e *Instagram* como as redes sociais mais acessadas. Este perfil de consumo de mídia se aproxima dos dados apresentados anteriormente através das pesquisas do Ibope e Pesquisa Brasileira de Mídia.

⁴³Dados referentes à dissertação de mestrado “Da Felicidade à Alegria: Os usos e as apropriações do telejornal *Jornal Nacional* por famílias de classe popular” (PEREIRA, 2015).

O que você faz na internet?

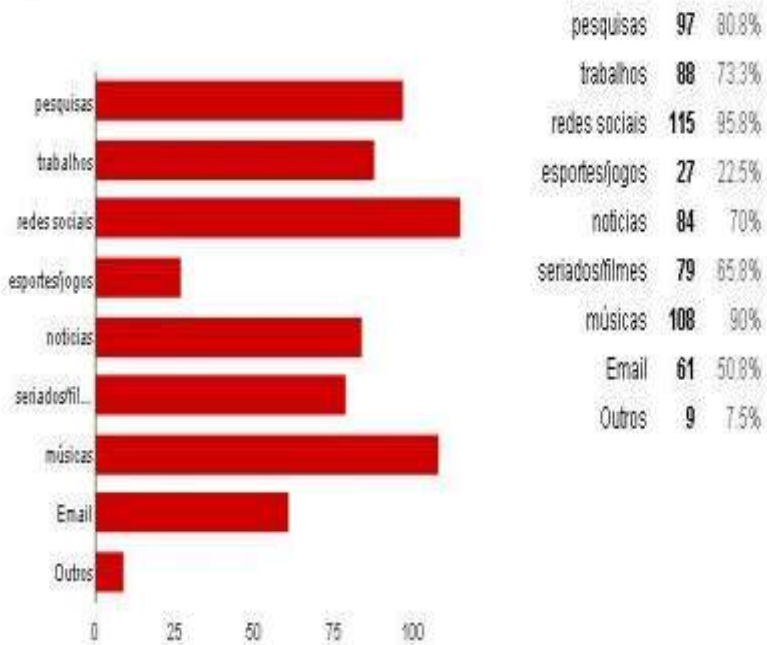


Figura 1: Gráfico sobre uso da internet

No que tange aos dados locais registrados a partir dos questionários aplicados aos estudantes de ensino médio, quando perguntados se assistiam ou não televisão, apenas um aluno do primeiro ano afirmou não ver televisão.

Sobre a frequência com que os estudantes assistem televisão (Figura 2), a maior parte, 36 jovens, afirmou assistir diariamente, seguido de uma vez por semana com 13 respostas e, em terceiro lugar, três vezes por semana assinalado por 11 respondentes. Apenas 4 alunos assistem televisão quinzenalmente e 2 cerca de uma vez por mês.

2.4 Com que frequência você assiste?

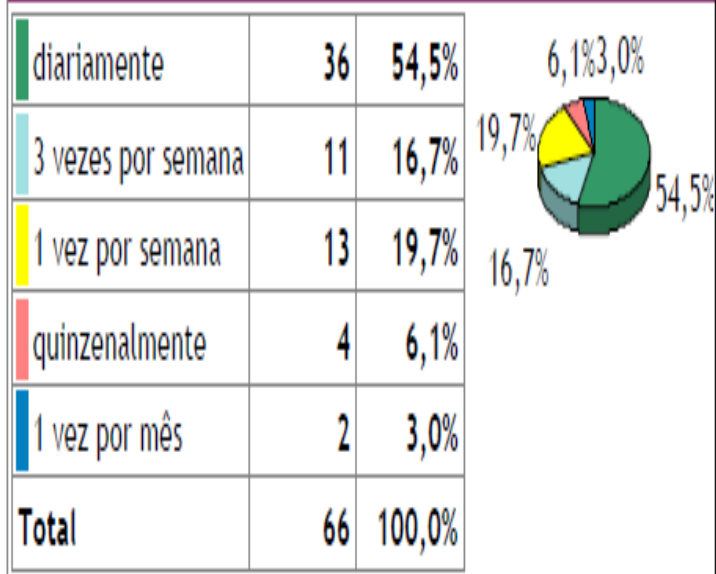


Figura 2: Gráfico sobre frequência com que assistem televisão

Quando perguntados se os jovens assistem telejornal (Figura 3), 54 responderam que sim e 13 responderam que não. Entre os que assistem, 19 veem telejornal diariamente, seguido de 15 que assistem três vezes por semana e 14 apenas uma vez por semana. Três jovens assistem telejornal quinzenalmente e outros três apenas uma vez por mês.

3.3 Com que frequência você assiste?

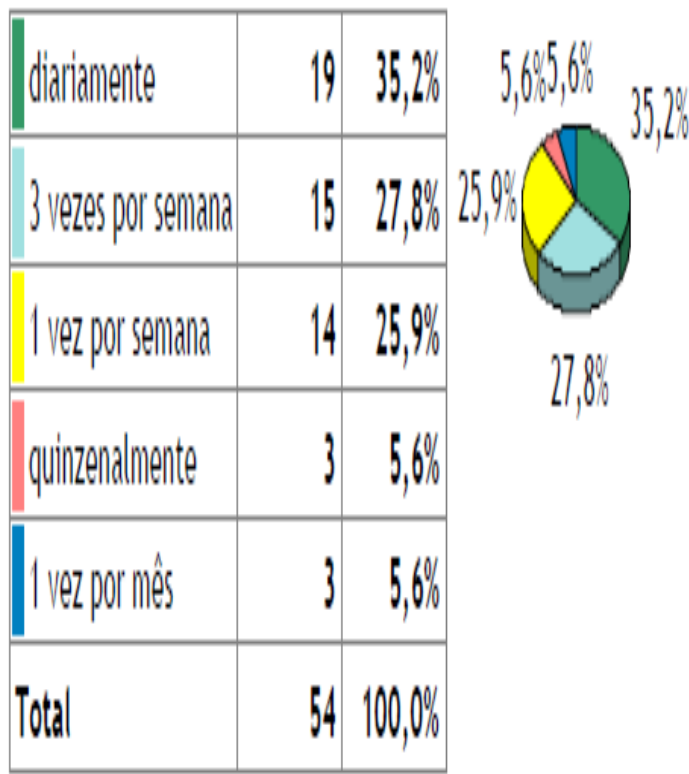


Figura 3: Gráfico sobre frequência com que assistem telejornal

Todos os estudantes afirmam acessar a internet. Quando perguntados o que os jovens costumam acessar (Figura 4), 63 dos respondentes afirmaram que acessam redes sociais, 60 acessam sites de vídeo como *You Tube*, 43 declaram acessar a internet para ver o *email*, 30 para ver sites informativos que existem apenas na rede, 27 costumam acessar sites de jornais, 13 acessam sites de revistas e 23 jovens assinalaram a opção

“outros”. Nesta questão os informantes podiam assinalar várias respostas.

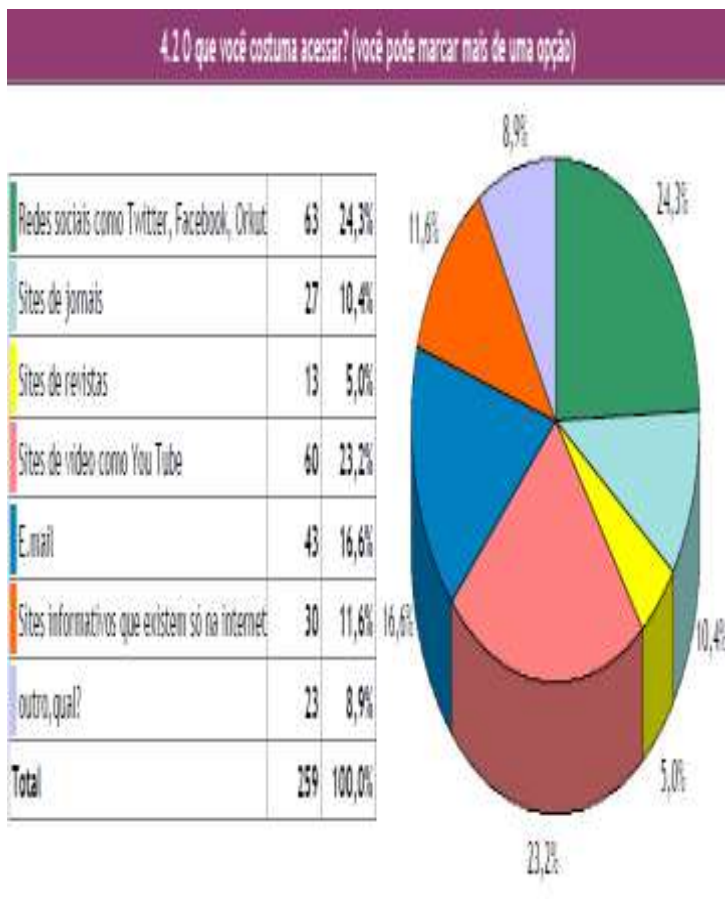


Figura 4: Gráfico sobre o que os jovens acessam na internet

Quando perguntados sobre quais atividades de mais uso da internet (Figura 5), os alunos podiam marcar até 10 alternativas. A opção assinalada com mais frequência foi o *Facebook* com 66 jovens que tem o hábito de navegar nesta rede social. Já 61 alunos afirmam utilizar a internet para fazer trabalhos de aula. Assistir vídeo é prática de 58 dos 67 jovens respondentes, seguido de ouvir música,

assinalado por 57 alunos. Das atividades de mais uso na internet, acessar *email* é uma das opções para 54 dos respondentes, seguido por ler informações do dia a dia com 50 jovens marcando esta alternativa.

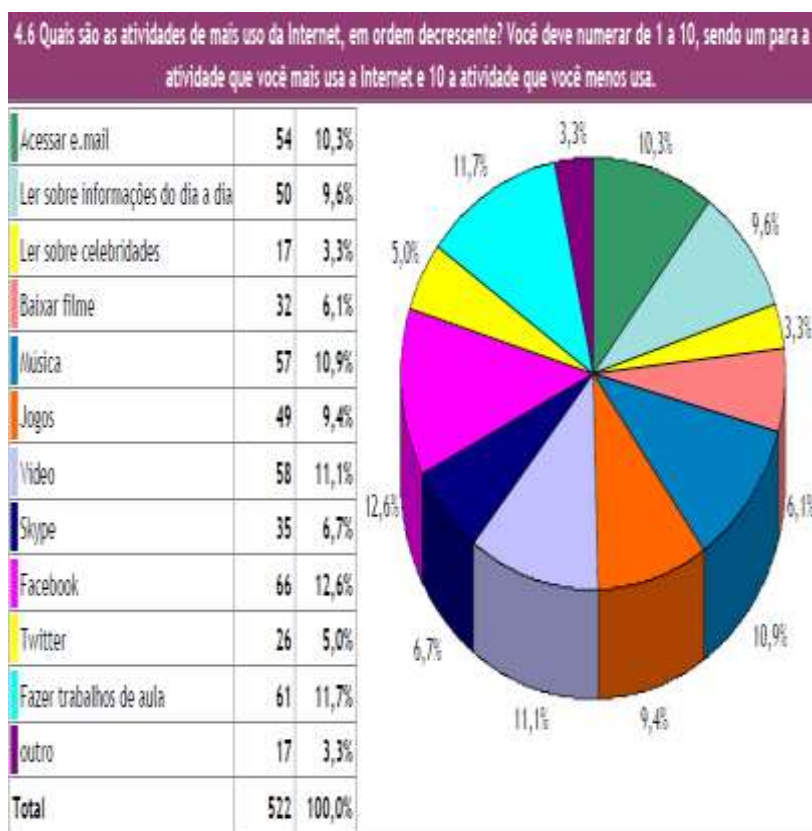


Figura 5: Gráfico sobre atividades de uso da internet

Através da etnografia foi possível apreender que a maioria dos jovens integrantes das três famílias investigadas não consomem as notícias com a regularidade e a frequência dos adultos. Quando o fazem o veículo utilizado para ter o acesso às notícias é a televisão, da mesma forma que os jovens respondentes dos questionários já apresentados.

Os poucos jovens que consomem notícias, as televisivas, têm o costume de assistir ao Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão com os pais. O telejornal é a principal fonte de informação das famílias investigadas, ocupa um lugar de referência para as pessoas, é organizador da realidade, mesmo que esta seja uma imagem da realidade construída pelo jornalismo. Mesmo assim, esta assistência do programa não ocorre diariamente, diferentemente dos pais. Outra especificidade do consumo de notícias por parte dos jovens estudados é que eles, ao contrário dos adultos das famílias, não permanecem sentados em frente à televisão todo o tempo de veiculação do telejornal. Isto porque os jovens costumam circular pela casa durante o horário do programa ou realizam atividades paralelas (como mexer no celular, escrever em cadernos, jogar cartas, etc.), não prestando atenção em todas as reportagens. Normalmente se interessam por aquelas que envolvem violência, drogas, tragédias ou então as de esporte. Os poucos comentários que fazem são concordando com as opiniões já expostas pelos adultos ou ainda questionando sobre algo que não compreenderam.

Talvez a explicação para o baixo consumo de notícias pelos jovens seja que a maioria deles trabalha durante todo o dia e ainda estudam à noite, e por isso não estão em casa na hora do telejornal. E os que já não estudam mais durante a noite chegam em casa cansados do dia de trabalho e preferem conversar com os amigos, normalmente vizinhos, ou escutar música à assistir ao telejornal com os pais.

Da mesma forma que os jovens respondentes dos questionários, os investigados etnograficamente também acessam a rede social *Facebook*, porém não costumam acessar notícias. A maioria dos jovens se

conecta a rede social pelo telefone celular, poucos possuem computadores de mesa ou *notebooks*. Os que possuem os computadores portáteis costumam compartilhar com os amigos e vizinhos, já que é comum encontrar uma roda de jovens em volta de um único aparelho. Nele, além de acessar o *Facebook*, escutam músicas em volume alto (sertanejo, *rap* e *funk*).

Considerações finais

Com base nos dados apresentados concluímos que os jovens consomem pouca notícia, e têm maior interesse por entretenimento, tanto na televisão quanto na internet. E apesar do aumento no acesso à rede, a televisão continua sendo o veículo mais utilizado por esses receptores.

Os dados coletados em nível nacional, assim como os dados em nível local, apresentam similaridades quanto às atividades exercidas pelos respondentes na rede. Uma minoria busca ler sobre informações do dia a dia na internet, seja através de *sites* informativos, revistas ou jornais *online*. A prioridade é ver vídeos, navegar no *Facebooke* fazer trabalhos de aula.

Através deste texto apresentamos informações oriundas de três pesquisas diferentes, cujos entrevistados fazem parte de distintas amostras embora todos pertencentes à juventude. Os dados se complementam indicando a tendência do jovem a ter maior interesse pelo entretenimento do que pela busca de notícia. Assim, informações sobre o consumo de mídia, como o que apresentamos aqui, são importantes indicadores para a melhor compreensão do que a juventude busca nos meios de comunicação e que espaço a televisão e a internet ocupam em suas vidas.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

GARCIA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Del consumo al acceso*. **Revista Andiamos** no.14, p. 1-12, agosto 2010, UACM.

GOMES, I. M. M. O ponto de vista de telespectadores quanto às funções de informações, legitimação e entretenimento do telejornalismo. Uma crítica do livro *"Makingsenseofthenews"*, de Klaus Bruhn Jensen. **Contemporânea**, vol. 3, nº 2, p.217-249, julho/dezembro. 2005.

HALL, S. & JEFFERSON, T. (orgs.) **Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain**, London, Hutchinson and Co, CCCS, University of Birmingham, 1993.

IBOPE. Um novo cenário para o consumo de mídia. 2014. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/Infograficos/Paginas/Um-novo-cenario-para-o-consumo-de-midia.aspx>. Acesso em: 30 de agosto de 2015

JENSEN, K. B. *News as Social Resource: A qualitative empirical study of the reception of Danish Television News*. In: **European Journal of Communication**. London:SAGE. vol.3, n. 3, 1988.

_____. *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage Publications, 1995.

MARGULIS, M e URRESTI, M. In MARGULIS, M. (Edit.). *La juventudes más que una palabra*. Buenos Aires, Biblos, 1996.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA – **Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.**

Fev. 2014. Disponível em

<http://de.slideshare.net/BlogDoPlanalto/pesquisa-brasileira-de-mdia-2014>. Acesso em fevereiro de 2014.

ROCHA, Everardo ; PEREIRA, Claudia ; PEREIRA, Miguel . Tempos de juventude: ontem e hoje, as representações do jovem na publicidade e no cinema. *Alceu*(PUCRJ), v.10, p. 05-15, 2009.

SILVA, J. C. da; ROCHA, R. L. M.; OLIVEIRA, R. C. A. Vivências juvenis e Urbanidade: Articulações entre Experimentação da Violência e Consumo Cultural. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, RJ, 05-09, setembro, 2005.

WILLIS, P. *Aprendiendo a trabajar. Cómo los chicos de clase obrera consiguen trabajos de clase obrera*. Madri: Akal, 1981. (1 ed. 1977). (Original inglês: *Learning to labour. How working class kids get working class jobs*. Aldershot, Gower.)

As relações sociais em tempos de internet: os usos do *Facebook* no compartilhamento de experiências, interesses e entretenimento

Filipe Bordinhão dos Santos
Laura Roratto Foletto
Luiza Betat Corrêa

Introdução

O presente trabalho discute o compartilhamento de experiências, através do uso social do *Facebook*, entre sujeitos com interesses em comum, sobretudo, no que tange às relações interpessoais e ao entretenimento. Para isso, partimos da perspectiva dos usos sociais da mídia de Jesús Martín-Barbero e do consumo cultural como comunicação/integração de Néstor García Canclini. O corpus de análise, desse texto, é formado por objetos de estudos de duas pesquisas empíricas distintas, oriundos da rede social *Facebook* (uma comunidade de fãs da cantora Lady Gaga⁴⁴ e um grupo de migrantes brasileiros na Suécia⁴⁵). Embora adotem perspectivas diferentes, netnografia (Robert Kozinets) e etnografia virtual (Christine Hine),

⁴⁴ Dados referentes à monografia “Porque essa mulher mudou a minha vida: consumo e identidade de gênero em comunidade de fãs de Lady Gaga no *Facebook*” (CORRÊA, 2014).

⁴⁵ Os grupos Brasileiros na Suécia/Svenskar i Brasilien e Brasileiros na Suécia são parte do corpus de pesquisa da dissertação (em andamento) “Usos sociais do *Facebook* por migrantes brasileiros na Suécia: identidades, diferenças e dinâmicas interculturais em redes sociais *online*” (FOLETTTO, 2015).

respectivamente, destacamos que ambas exemplificam nosso interesse investigativo ao analisarem a internet como um espaço de engajamento e interação social.

Por ser uma adaptação, ainda recente, do método etnográfico, o processo de definição e aplicação da etnografia no ambiente digital se encontra em discussão. Percebemos certa indefinição terminológica e até conceitual, ora vista como um aspecto metodológico reflexivo, referindo-se basicamente à transposição do ambiente tradicional da pesquisa etnográfica para o espaço digital, ora de caráter mais aplicável para a investigação das plataformas digitais. No entanto, salientamos que os dois entendimentos apresentados aqui, etnografia virtual (HINE, 2004) ou netnografia (KOZINETS, 2007; 2010), convergem quanto à tentativa de compreensão aprofundada do comportamentos e dos usos da internet pelos sujeitos-produtores.

Dessa forma, se entende que esta adaptação não corresponde a uma total transformação do fazer etnográfico tradicional, mas a um redimensionamento das questões de espaço e tempo para a internet (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Com isso, a intenção de adentrar no “mundo” no qual se pretende estudar por um determinado período de tempo e tecer suas observações são mantidas nesse novo espaço da internet (HINE, 2004). Porém, o método netnográfico (KOZINETS, 2007; 2010) se funda primordialmente na observação do discurso textual, uma diferença importante da etnografia tradicional, visto que há um equilíbrio entre o discurso e o comportamento observado, assim, a análise não se concentra na pessoa e sim no comportamento ou ato (KOZINETS, 2007).

O primeiro caso analisado foi a comunidade de fãs denominada “Little Monsters da Lady Gaga”. Nele, nossos esforços netnográficos se basearam na teoria desenvolvida pelo pesquisador Robert Kozinets (2007; 2010), utilizando os quatro procedimentos básicos sugeridos pelo autor, a citar *entrée cultural*; coleta e análise de dados; ética de pesquisa e *feedback*; para se pensar e desenvolver a metodologia netnográfica. Ao total, foram dois meses de investigação na comunidade (15 de julho a 15 de setembro de 2014), o que resultou na coleta de 2.895 postagens⁴⁶, sendo 54 delas selecionados para análise. Aliada a coleta dos posts, foram utilizadas as técnicas de diário de campo, para anotar observações pertinentes quanto às interações mantidas na comunidade, e questionário ⁴⁷, para aprofundar questões fundamentais ao estudo e determinantes para a observação.

Além de abrigar comunidades, como o caso da dos fãs de Lady Gaga, se encontram os grupos⁴⁸, como o de brasileiros na Suécia. A organização e as dinâmicas desses grupos variavam em torno do número de administradores⁴⁹ e regras do que é ou não permitido publicar. Ambos os grupos possuem

⁴⁶ A captação foi feita pela *Capture WebpageScreenshot - FireShot*, extensão do navegador Chrome.

⁴⁷ O questionário continha 44 questões, distribuídas entre abertas e fechadas e desenvolvido através do recurso *Google Formulários*. O instrumento ficou disponível para respostas de 26 de agosto de 2014 a 15 de setembro de 2014. Ao final, somamos 120 respondentes, sendo 106 selecionados para análise.

⁴⁸ Consideramos, nesse caso, como grupos em virtude de ser classificação adotada pelos administradores desses ambientes comunicacionais.

⁴⁹ Brasileiros na Suécia/Svenskar i Brasilien possui 2 administradores e o Brasileiros na Suécia possui 5 administradores

mais de mil membros, sendo que, apesar disso, há diferenças quanto a frequência de postagens, com um deles se sobressaindo. Em relação ao período de análise sistemática, ela compreendeu 5 meses (31 de outubro de 2014 a 31 de março de 2015) e foram coletadas 824 postagens nos dois grupos, junto com a utilização de um diário de campo, o qual deu suporte as observações do campo de pesquisa. Lembrando que a observação com o diário de campo é uma prática contínua do etnógrafo que não se restringe a um período de tempo, mas que permanece até o fim da pesquisa desenvolvida.

Assim, os esforços empregados na análise das relações compartilhadas em dois grupos distintos, na rede social *Facebook*, nos mostrou que estes ambientes *online* acabam por, no caso do grupo organizado por uma comunidade de fã, expandir as funcionalidades do espaço. Ou seja, o grupo não se restringe a ser um local para a manifestação do comportamento de fã, mas também como local de troca de experiências sobre dificuldades vividas em relação à sexualidade e suas identidades de gênero. Já com os grupos de migrantes, além de um ponto de encontro e de discussão sobre interesses em comum e busca por apoio e informação, os grupos acabam por funcionar como um ambiente de negociação identitária e de partilha sobre as experiências de ser um migrante brasileiro em outro país. Percebemos que em ambos os casos estudados os ambientes comunicacionais ajudam a desenvolver um sentido de “família” para as relações ali estabelecidas.

Usos Sociais das Mídias

Com o esmaecimento de instituições como Igreja, Escola e Família, que historicamente foram responsáveis pela manutenção da ordem social,

hoje, vimos a mídia ocupando um espaço central e de referência na organização e no modo de ser e estar no mundo social. Isso ocorre, sobretudo, pelo fato de que “não podemos escapar à mídia. [...] Ela está presente em todos os aspectos da vida cotidiana” (SILVERSTONE, 2002, p.9), sendo uma das principais fontes promotoras e constituintes das identidades contemporâneas.

Dessa forma, a presença da mídia, que passa a incidir diretamente nos corpos e comportamentos dos atores sociais, cria um jogo revestido de tensionamentos e disputas pela atenção dos receptores-consumidores, nos quais esses últimos buscam estabilizar as suas identidades a partir da negociação com o discurso midiático.

o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.24).

Nesse sentido, é preciso reconhecer a criticidade do sujeito, baseada especialmente na sua sociabilidade, a qual é acionada nos momentos de contato com a mídia, e que propõe adaptações nos usos e apropriações desse discurso. Então, cabe destacar a relevância das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2006) na relação das individualidades cotidianas com o conteúdo midiático, visto que elas “estruturam, organizam e reorganizam a percepção da realidade em que está inserido o receptor” (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p.67).

Assim, entendemos que mais do que interferir nas leituras a respeito do discurso da mídia, a partir da formação social e subjetiva dos sujeitos, as mediações também definem o modo

como esses indivíduos usam e se apropriam dos bens culturais, entre eles, os produtos midiáticos. Portanto, o uso social das mídias sugere que “o consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.292), visto que os sujeitos acomodam os discursos da mídia de acordo com os seus interesses particulares. Isto é, há uma relação de interferência mútua entre as esferas da produção e da recepção, num jogo inesgotável de elaboração de (novos) sentidos.

Por isso, as práticas de consumo, entre elas aquelas associadas ao consumo cultural, contribuem para a construção das sociabilidades contemporâneas e, assim, “só po-dem ser pensadas com base em uma dada mediação midiática” (SILVA; ANDRADE, 2006, p.142). Afinal, a mídia tradicional, assim como a internet, é capaz de mobilizar os atores sociais e construir o enredo da vida cotidiana a partir do momento que estabelece um sistema social, cultural e econômico no qual as pessoas a consomem, interagem e dialogam. Os “usos”, portanto, são inalienáveis da situação sociocultural dos receptores que reelaboram, ressignificam e ressemantizam os conteúdos massivos, conforme sua experiência cultural, suporte de tais apropriações (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p.66),

Nesse sentido, devemos estudar as relações sociais que ocorrem e seus usos frente à inovação tecnológica. Os questionamentos, para não acabarmos num otimismo vazio ou em uma paranoia, devem ser feitos “em relação às virtualidades da tecnologia com seus usos sociais” para sabermos os hábitos e as tendências da nossa sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.201).

Consumo Cultural como Integração / Comunicação

Nos últimos anos, os estudos voltados ao consumo cultural se revelaram como um indicativo para pensar a identidade dos sujeitos, o lugar dos mesmos em sociedade, seu imaginário e suas práticas socioculturais (BACCEGA, et al., 2009). Dias (2009), acrescenta que os estudos também tratam de assimilar traços de “sociabilidade que se produzem no circuito do consumo, em que se revelam as competências culturais, os usos dos meios, as rupturas, as continuidades e as memórias coletivas” (DIAS, 2009, p.20). Fato que supera uma visão inicial e pessimista, alçada no senso comum, que reduzia o consumo apenas como fator responsável pelos problemas sociais de violência, ganância e exclusão.

Já em Douglas e Isherwood (2006), o consumo carrega uma carga ideológica e estruturante, pois acreditam que o ato de consumir serve como alicerce para valores, os quais constroem identidades, moderam as relações sociais e definem mapas culturais. Os autores refletem também acerca da aquisição de bens, os quais são “investidos de valores socialmente utilizados para expressar categorias e princípios, cultivar ideias, fixar e sustentar estilos de vida, enfrentar mudanças ou criar permanências” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p.8).

Em virtude disto, Canclini (2010) sugere a ampliação da compreensão sobre consumo e propõe seis perspectivas teóricas de observação e análise do fenômeno: a) consumo como lugar de propagação da força de trabalho e ampliação do capital; b) consumo como lugar onde as classes e os grupos disputam pela posse de bens; c) consumo

como lugar de diferenciação e distinção entre grupos; d) consumo como sistema de integração e comunicação; e) consumo como local de manifestação de desejos; e f) consumo como sucessão ritual. No presente trabalho, daremos atenção especial a perspectiva que atribui ao consumo como um sistema de integração e comunicação.

Nessa perspectiva, o consumo é visto como sendo capaz de, por meio dos produtos midiáticos e culturais, estabelecer relações e interações sociais, assim, favorecendo a sociabilidade. Isso ocorre porque o consumo cria significados comuns, os quais permitem sustentar relações com outras pessoas e manter uma ordem a partir de valores similares a todos. O que é um “aspecto importante para uma teoria sociocultural do consumo, pois é um fator organizador, sociabilizador e integrador, mesmo quando diferencia” (JACKS, 1996, p.45). Assim, “devemos admitir que no consumo se constrói parte da *racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade.*” (CANCLINI, 2010, p.63); ao assimilar a forma como os sujeitos veem, ouvem e leem os bens culturais e os relacionam com seu cotidiano.

Compartilhando da visão de Canclini (2010), consideramos que o consumo é resultado das mais variadas interações socioculturais entre os sujeitos, promovendo a assimilação e a renegociação daquilo que é consumido. Conjuntamente, se busca através do consumo cultural compreender “como a aquisição e uso de mercadorias, quanto como um espaço para pensar, refletir [...] as diferenças, expressam visões de mundo e constituem sujeitos imaginantes que encontram nesse consumo sua forma de inserção no mundo” (SILVA; ROCHA; OLIVEIRA, 2005, p.2).

Análise

Após a apresentação do processo metodológico e uma reflexão acerca das teorias que guiam nossos objetivos neste trabalho, versaremos a respeito da análise do material coletado. A partir de técnicas que auxiliaram a etnografia virtual (HINE, 2004) e a netnografia (KOZINETS, 2007; 2010), utilizamos, para a comunidade de fãs de Lady Gaga, a técnica da análise de conteúdo para a descrição e interpretação das informações ali contidas, e, assim, dando sentido as mesmas. Enquanto isso, para os grupos de brasileiros na Suécia, o diário de campo contribuiu para a análise com base nas observações dos usos que esses migrantes fazem de grupos do *Facebook*.

Grupo de fãs “Little Monsters da Lady Gaga”

A comunidade online “Little Monsters da Lady Gaga” existe desde março de 2014, possui uma equipe de 12 moderadores e conta, atualmente, com 36.424 membros⁵⁰. Por fãs, entendemos como aqueles consumidores mais intensos de celebridades, ou seja, aquele sujeito que quer estar informado sobre a vida de seu ídolo e acompanha seus passos, suas apresentações artísticas, aparições públicas, está a par sobre a agenda de lançamentos – seja de um CD ou videoclipe - e cultua um sentimento de identificação com o ídolo. O fã é um indivíduo participativo, que “conversa, cria, é fonte de informação, troca informação, fotografa, escreve, reclama” (Monteiro & Barros, 2010). E, antes dispersos geograficamente, com o *boom* da internet,

⁵⁰Observação do dia 30/11/15. Na época de desenvolvimento do trabalho, a comunidade contava com 32.027 participantes.

os fãs e suas práticas foram transpostas para o meio virtual, potencializando e subvertendo o alcance e o entendimento das comunidades, além do contato entre fãs.

Essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns. Os membros podem mudar de um grupo a outro, à medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo. As comunidades, entretanto, são mantidas por meio da produção mútua e troca recíproca de conhecimento (JENKINS, 2009, p. 57).

Voltando-nos para a comunidade analisada, durante os meses em que realizamos nossa imersão netnográfica, bem como através da aplicação do questionário, foi possível formar um perfil do grupo, onde notamos a predominância de sujeitos do sexo masculino, autodeclarados homossexuais, na faixa-etária dos 12 aos 16 anos, estudantes do ensino médio, residentes com pai, mãe e irmãos e que usam seu perfil real na rede social para interagir no grupo.

Os integrantes que já estão no mercado de trabalho, exercem profissões como auxiliar de escritório, historiador, serviços gerais, vendedor, técnico em mecânica, auxiliar de produção, entre outros. Em sua grande maioria residem na região sudeste do Brasil, sendo que 83% deles visitam a comunidade todos os dias e 75% permanecem cerca de 2h.

Ao serem indagados de como chegaram à comunidade, os respondentes do questionário afirmaram que a conheceram após pesquisas no próprio *Facebook* por grupos da cantora, com o intuito de saber mais sobre a vida da artista e se aproximar de outros fãs, ou por amigos que já frequentavam a comunidade. Destacamos o fato de

muitos verem a participação em comunidades online de fãs como fazer parte de uma família, um lugar de autoestima, que proporciona a interação com outros fãs, os quais possuem os mesmos gostos, assim, prevalecendo o reconhecimento entre os membros é fundamental para o fortalecimento do grupo e para a sensação de união da comunidade. Ilustramos tais posicionamentos com alguns depoimentos obtidos por meio do questionário⁵¹.

Fazer parte de uma família, a qual divide de uma mesma admiração, amor, inspiração e paixão por um ídolo. (Respondente 120)

Significa que eu não sou o único, e existem muitos igual a mim, e que passaram por situações muito semelhantes a minha na vida... Mas que encontraram força na arte e na musica da Mother... Assim como eu. (Respondente 111)

Eu me sinto muito bem, até porque onde eu moro não tem muitos fãs da Gaga, e lá no grupo eu posso falar com eles, a grande maioria gosta das mesmas coisas que eu, e isso me deixa muito feliz em compartilhar tudo com eles, e como gosto muito de conversar eu acabo fazendo amizades, e que hoje graças ao grupo eu tenho amizades verdadeiras, mesmo com a distância nossa amizade continua firme e forte. (Respondente 21)

Significa união. Seja como for, é o que a Mother Monster nos ensina. A ser sempre unidos, e amar ao próximo e à si mesmo..(Respondente 20).

Sobre a relação membros e postagens, percebemos, através da observação netnográfica, que as postagens feitas no grupo giram em torno de

⁵¹Optamos por manter a grafia original das respostas, assim como identificar os respondentes pelo número correspondente a sua resposta no questionário.

categorias como: a) *assuntos do cotidiano*, com fatos que ocorreram com os integrantes durante o dia, músicas que estão escutando no momento, preferências, se são membros de outros *fandoms* ou informações sobre os outros integrantes; b) *diversão*, contemplando jogos e postagens cômicas/irônicas; c) *redes sociais*, postagens para interação em outras redes sociais, como *Twitter*, *Whatsapp*, *Instagram* e votações em concursos e duelos de páginas de cultura pop no *Facebook*; d) *consumo de Lady Gaga e produtos relacionados*, no caso, notícias, fotos, CDs, camisetas, vídeos que mostrem o amor da Gaga pelos fãs/música e de produtos da cantora difíceis de serem encontrados; e) *comportamento de fã*, com análises de CDs/carreira, conflitos com outros *fandoms*, conhecimento sobre a carreira de Lady Gaga, curiosidades, boatos, tatuagens e postagens que mostram a habilidade dos fãs⁵²; e, por fim, f) *ajuda, sugestões e debates*, como exemplos de relatos acerca da orientação sexual⁵³, sugestão de qual produto comprar, ajuda com algum problema no computador/celular.

Destas categorias, todas possuem postagens que se sobressaem, porém notamos um maior envolvimento dos fãs em comentários e curtidas⁵⁴ nas categorias de *diversão*, *redes sociais* e

⁵² Como fanfics, fanarts e interpretações de músicas, por exemplo.

⁵³ Postagens que apenas perguntam sobre a orientação sexual dos membros, não que envolvam maiores relatos.

⁵⁴ Notamos que o comum de comentários e curtidas em postagens era em torno do número 30. Assim, estabelecemos que postagens com mais de 40 comentários e curtidas eram consideradas “populares”.

comportamento de fã. Os jogos⁵⁵, especialmente, atraem bastante a atenção do *fandom*, ao ponto deles criarem jogos com sequência narrativa⁵⁶. Nas redes sociais, o *Whatsapp* era uma rede social que gerava numerosas postagens no grupo, ou seja, postavam na comunidade acerca da criação de um grupo no “*Whats*” para os fãs da Gaga. Em *comportamento de fã*, posts que envolviam outras cantoras vistas como rivais de Lady Gaga, habilidades dos membros, como *fanarts*, interpretações de canções de Lady Gaga e personalização do celular se ressaltavam. Isso mostra que a comunidade para os membros é um *locus* de diversão, com pessoas que gostam das mesmas coisas que eles, além de um meio em que se sentirem à vontade para manifestarem suas habilidades e opiniões.

Ainda em relação às postagens, podemos notar que, apesar da identidade de gênero não ser um assunto tão frequente quando comparado aos outros tópicos, ela acabava por permear boa parte das relações estabelecidas no grupo, assim como, em muitos casos, a motivação por ser fã da cantora Lady Gaga. A seguinte postagem (Figura 1) é um relato da não aceitação familiar e escolar da homossexualidade do integrante, feita no dia 30 de julho de 2014.

⁵⁵ Postagens como “escreva ARTPOP de olhos fechados”, jogos de confissões, “qual o *Little Monster* mais bonito”, jogo do ADD, entre várias outras modalidades de jogos.

⁵⁶ O exemplo disso é quando colocam a foto de cinco cantoras, e pedem aos membros para votarem em qual querem eliminar. Assim, contabilizam os comentários e abrem um novo post com a sequência do jogo, agora com quatro cantoras e assim até terem a “cantora vencedora”.



Monsters :(Eu sempre apanhei da minha mãe porque ela desconfiava que eu era gay, ela quebrava meus Cds original da Gaga, meus desenhos da gaga ela queimava e eu cansei e decidi morar com meu pai, mas um dia ele me disse “Por mim você não vira isso” mas hoje eu comentei a foto de um cara e a minha madrastra viu e falou pro meu pai ele me ligou e disse “XXXX porquê você ta fazendo isso? Tem alguma coisa pra me contar?” eu disse não então ele chegou agorinha pouco e me chamou no quarto e me perguntou porque eu fiz isso se eu gostava de mulher, ele disse que homem foi feito pra mulher então eu comecei a chorar e ele disse se eu era gay, eu disse não ele disse se eu for, vou continuar sendo filho dele mas ele ficaria triste... :(eu tenho muito medo monsters na escola sofrer mais bullyingdoque já sofro, não sei se fiz a coisa certa mas <3 PawsUp

Figura 1: Postagem do dia 30 de julho de 2014.
Fonte: Facebook – Grupo *Little Monsters da Lady Gaga*

Os comentários da postagem (Figura 2), que totalizaram 62, abarcam desde mensagens de força e superação, passando por relatos pessoais e conselhos sobre como assumir a homossexualidade, afirmando que isso não é motivo para se envergonhar. Assim, podemos dizer que a comunidade também é um meio em que eles se sentem seguros de relatarem casos íntimos, pois sabem que estão em um ambiente em que há com problemas e situações similares, inclusive, sendoeste um momento de integração entre os membros, a partir da exposição e do debate sobre angustias e experiências de vida.



Figura 2: Alguns comentários da postagem.
 Fonte:Facebook – Grupo Little Monsters da Lady Gaga

Grupos de migrantes brasileiros na Suécia - Brasileiros na Suécia/Svenskar i Brasilien e Brasileiros na Suécia

Mediante uma observação atenta ao número total de postagens capturadas nos grupos, durante o período mais sistemático de observação do campo, chegamos a um total de 17 categorias temáticas: *apoio e informação; trabalho; música, cultura e outras manifestações culturais; culinária; cidadania jurídica; mídia; idioma; saúde e estética; política; costumes, normas e hábitos; venda, troca e doação; remessas; sociabilidade ;gênero ;limpeza e organização da casa; religião e outros*. No entanto, neste artigo serão analisadas as temáticas de mídia (41 postagens) e sociabilidade (12 postagens) por se tratarem do foco da discussão desse artigo.

Observamos que os grupos funcionam, por meio das postagens e comentários, como um espaço em que suas experiências são compartilhadas de forma interativa e participativa, ou seja, esses

migrantes estão participando de uma rede de solidariedade que cria laços associativos de apoio entre seus membros.

A temática mídia, que compreende postagens sobre produtos midiáticos e sites de notícias brasileiros ou suecos, perpassa as discussões desses migrantes e ajudam a construir, reforçar e tensionar suas identidades – brasileira e migrante –, ao passo que contribui, também, para se sentirem pertencentes a um coletivo e construírem mecanismos de cooperação dentro dos grupos. O consumo da mídia serve para a manutenção dos vínculos com o país de origem, de forma a não rompê-los.

Percebemos a mídia como um meio que proporciona o tensionamento dessas identidades, em que ora ela contribui para a construção da identidade migrante, ora para a construção da identidade brasileira, visto que essas identidades estão implicadas na fluidez e na multiplicidade de ser brasileiro migrante. Nesse fluxo de se reconhecerem como parte de um grupo, seja ele qual for, verificamos que a mídia é mais que um elo: ela exerce a função de aproximá-los do Brasil, mesmo que simbolicamente. Além disso, ajuda a reforçar o sentimento de pertencimento de forma a manterem os vínculos com o Brasil ou, até mesmo, de não se sentirem sozinhos em outro país, neste caso, na Suécia. A mídia, quando se refere aos migrantes, contribui para sentirem representados por ela enquanto sujeitos migrantes. Ademais, os ajuda a construir sua identidade enquanto brasileiros, quando os assuntos são sobre a mídia brasileira.

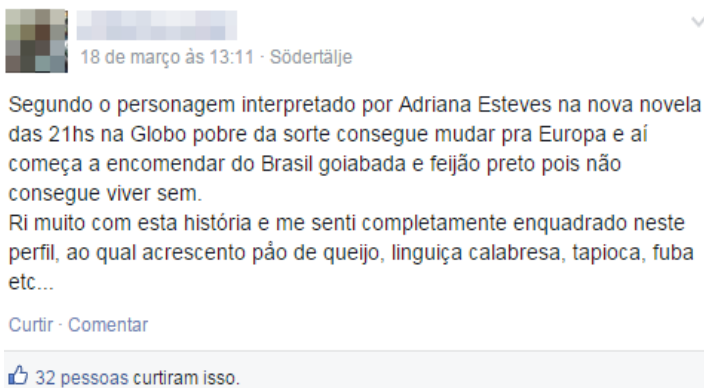


Imagem 1: Postagem no grupo “Brasileiros na Suécia” sobre a novela Babilônia.

Já a temática sociabilidade refere-se à postagens em que os migrantes organizam encontros ou combinam de participarem em eventos presenciais, isto é, formas promovidas para estarem próximos para conversar ou, por exemplo, para assistirem aos jogos do Brasil na Copa de 2014 e até mesmo passarem o Natal e o Ano Novo juntos.

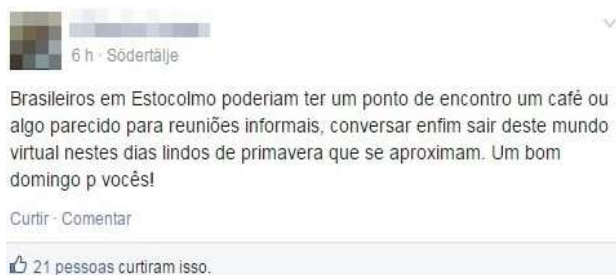


Imagem 2: Postagem no grupo “Brasileiros na Suécia” em relação ao convite para um encontro fora do virtual.

A sociabilidade dos migrantes tem como principal motivo se sentirem acolhidos e pertencentes a um coletivo. Nesses casos, o online e o off-line se complementam, portanto, percebe-se que apenas o virtual não substitui o contato físico e presencial. Afinal, percebe-se uma busca por

pertencimento e pelo cultivo do sentimento nacionalista, especialmente, por possuírem o mesmo código identitário – ser brasileiro. Aqui, é interessante destacar que mesmo reconhecendo a multiplicidade brasileira, inclusive, identitária, esses sujeitos, quando fora do País, valorizam a identidade nacional que os identifica diante do universo migratório, no estreitamento de laços e de vínculos afetivos com os seus semelhantes, pois, agora, todos são, acima de tudo, brasileiros migrantes na Suécia.

Evidenciamos que o consumo nesse caso se refere a uma integração desses sujeitos, uma comunicação que os conecta e os integra a um coletivo. Um consumo em que tem por viés o comunicativo no sentido de estar em contato para o compartilhamento de experiências. Esses migrantes estão consumindo essa mídia de forma a se integrarem a um coletivo, o de brasileiros na Suécia. Os usos sociais que esses sujeitos fazem do *Facebook* são relacionados as discussões sobre questões de pertencimento, integração, identidade, um consumo imbricado nas relações sociais e na comunicação desses sujeitos na rede, muito mais que um consumo material, perpassa questões simbólicas, de um consumo dessa mídia, *Facebook*, para tensionamentos e construções identitárias.

Considerações Finais

Ainda que o texto apresente a análise de objetos distintos (“Little Monsters da Lady Gaga” e grupos de brasileiros na Suécia), abordados através de adaptações terminológicas e conceituais igualmente distintas, temos nesse trabalho um exercício de investigação empírica capaz de evidenciar aproximações no modo como as concepções de netnografia (KOZINETS, 2007; 2010)

e da etnografia virtual (HINE, 2004) são concebidas no ambiente prático da internet. Além disso, percebemos como a rede social *Facebook* se tornou um espaço de interação e engajamento dos atores sociais, sejam eles fãs de uma cantora de pop ou migrantes interessados no resgate de vínculos identitários com seu País de origem.

Assim, notamos que para os integrantes da comunidade “Little Monsters da Lady Gaga” além de o espaço online ser um ponto de encontro para aqueles sujeitos que se definem como fãs da cantora, o ambiente expande o propósito pelo qual foi criado. Ele acaba por proporcionar aos membros um local em que se reconhecem no outro, ao encontrarem sujeitos com vivências similares, principalmente em relação à sexualidade e a identidade de gênero e aos gostos similares de entretenimento.

Já nos grupos de migrantes, reconhecemos que os mesmos utilizam os grupos para construir, tensionarem, reforçarem e negociarem suas identidades enquanto brasileiros e migrantes. Os grupos aparecem como um espaço de cooperação, de ajuda e de solidariedade, em que a integração entre as culturas aparece ainda de forma incipiente, mas como uma tentativa de diálogo e de aproximação com o outro – os suecos e a cultura sueca. O consumo como integração e comunicação perpassa as lógicas dos usos sociais que esse migrantes fazem do *Facebook*, em que esse uso está ligado à construção identitária desses sujeitos.

Percebemos nos dois espaços estudados que o *Facebook* contribui para que esses sujeitos se sintam pertencentes a um grupo com interesses em comum, mesmo que os usos variem, a questão principal que gira em torno dos dois espaços comunicativos é a construção e o tensionamento identitário. Enquanto que o consumo do *Facebook*

permite que esses sujeitos se integrem a um coletivo e se distingam de outros, assim como a comunicação ajuda a construir redes de apoio.

Por fim, salientamos a importância da realização de estudos etnográficos que explorem o espaço digital, independente da ótica teórico-metodológica adotada, tendo em vista a presença das plataformas digitais na vida cotidiana dos sujeitos. Não é mais possível compreender a pulsão social isolada do contexto digital, pois é nele onde as pessoas “vivem” e narram as suas vidas, ou seja, estabelecem (novas) relações sociais a partir do compartilhamento de experiências, interesses e entretenimento.

Referências

BACCEGA, M. A.; BUDAG, F. E.; HOFF, T. M. C.; CASAQUI, V. Consumo, Trabalho e Corpo: representações em A Favorita In: Lopes. I. V. de (org.). **Ficção Televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

DIAS, V. N. C. **O consumo de música regional como mediador da identidade**. Dissertação (mestrado em Comunicação Midiática) – Universidade Federal de Santa Maria, Faculdade de Comunicação Social, 2009.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para a Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HINE, C. *Etnografia Virtual*. Barcelona: UOC, 2004.

JACKS, N.; ESCOSTEGUY, A. C. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, N. Tendências latino-americanas nos estudos da recepção. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre. nº 5. 44-49, 1996

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014

KOZINETS, R. V. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**, vol. 39, p. 61-72, 2007.

KOZINETS, R. V. **Netnography: doing ethnographic research online**. Londres: Sage, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações: mediações, comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. *Ofícios de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

MONTEIRO, C.; BARROS, R. *Bieber Mania: do Youtube ao topo da Billboard, um estudo sobre os cyberfandoms do cantor Justin Bieber*. In: **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Caxias do Sul, 2010**.

SILVA, E. H.; ANDRADE, R. M. B. de. *Sociabilidades midiáticas: flexibilidade, mutação e pluralidade*. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 6, n. 3, p. 139-157, 2006.

SILVA, J. C. da; ROCHA, R. L. M.; OLIVEIRA, R. C. A. *Vivências juvenis e Urbanidade: Articulações entre Experimentação da Violência e Consumo Cultural*.

In: **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?**São Paulo: Editora Saraiva,2002.

B.O Coletivo: Mapeamento colaborativo da violência urbana e controle social em Porto Alegre (RS)

Anelise Schütz Dias
Solange Inês Engelmann
Valdir Jose Morigi

1 Introdução

O aumento da violência e da sensação de insegurança nos grandes centros urbanos coloca a temática da segurança pública como uma das preocupações centrais do debate social. A inquietação gerada por esse sentimento tem estimulado desde denúncias à ineficiência do poder público no estancamento da violência e da criminalidade, até o desenvolvimento de ações coletivas de iniciativa do setor civil. O mapeamento colaborativo da violência urbana, fenômeno recente que tem ganhado adesão nas principais capitais brasileiras, é exemplo disso. Uma dessas iniciativas é a do projeto *B.O Coletivo*, criado em 2013, em Porto Alegre, que tem o objetivo prático de registrar e situar a ocorrência de crimes e de violência urbana por meio de cartazes espalhados na cidade, da inserção em um banco de dados construído sobre a plataforma *google maps* e do compartilhamento de informações na rede social *Facebook*, com o intuito de denunciar ao poder público os locais mais perigosos da cidade e alertar a comunidade para os crimes que vem ocorrendo nos pontos destacados do mapa.

É a esse projeto (ou coletivo, como se autodesignam), em suas diversas plataformas, que buscamos observar enquanto objeto de análise no

presente artigo. Nosso objetivo é refletir teoricamente sobre a relação entre o mapeamento da violência e o controle social dos espaços públicos da cidade, observando se há a construção de um imaginário geolocalizado da violência e, se há, de que forma se dá o reforço do descrédito às instituições responsáveis pela prevenção e coerção da criminalidade, já que o *BO Coletivo* se propõe a ser uma ferramenta alternativa ao boletim de ocorrência tradicional, em que os cidadãos possam informar uns aos outros sobre crimes ocorridos em áreas por eles frequentadas. Refletiremos também, no contexto do projeto colaborativo, sobre a apropriação criativa das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na proposição de novas formas de intervenção e de questionamento da atuação do Estado.

2 As tecnologias da informação e comunicação e a participação comunitária

A apropriação criativa das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) tem sido alvo de investigação de diversos teóricos em diferentes campos de estudo. Como ferramentas que possibilitam uma comunicação mais horizontal, personalizada, bidirecional, que permite a inserção de novos sujeitos na produção do fluxo comunicativo e informativo, as TICs têm sido bastante utilizadas na proposição de novas formas de intervenção e questionamento da atuação do Estado. (CASTELLS, 2006; LIMA, 2010, 2011; DI FELICE, 2014) No objeto de análise ao qual nos dedicamos, por exemplo, a proposta é o enfrentamento ao sentimento de insegurança pública e a busca de uma resposta do Estado por meio da difusão de informações na *internet*. É,

portanto, o fenômeno da sociedade civil adentrando no debate da segurança pública, por meio da apropriação das Tecnologias de Informação e Comunicação, que iremos discutir nesta seção teórica.

Ainda que a *internet* surja como tecnologia militar nos Estados Unidos na década de 1960, adquire, ao longo de seu desenvolvimento, vários outros usos sociais e, se caracteriza, sobretudo, por seu potencial de difusão horizontal da informação (CASTELLS, 2006). O modelo de circulação de informações em rede, facilitado pela *internet*, potencializou a capacidade do cidadão comum assumir o papel de 'sujeito ativo' na produção de informações, já que as redes digitais, ao contrário das mídias tradicionais, estimulam processos comunicativos mais horizontalizados e maior participação cidadã (DI FELICE, 2014). Dessa forma, o desenvolvimento da tecnologia pode auxiliar na busca por mudanças sociais, na medida em que os cidadãos adquirem condições (sociais, políticas e, principalmente, econômicas) de se apropriarem da mesma e a redefinem para atender suas necessidades ou dos grupos sociais aos quais se encontram integrados (CASTELLS, 2006).

A partir da apropriação criativa das TICs, portanto, os cidadãos, ou grupos sociais, podem criar sistemas colaborativos de comunicação e informação em rede e influenciar na consolidação ou na reconstrução de imaginários sociais. O que não é garantia, porém, que essas redes de colaboração tenham como intuito a promoção da cidadania, ainda que possam ter como objetivo solicitar mudanças estruturais e políticas (BRUNO, 2013), como o projeto de mapeamento colaborativo da violência urbana em Porto Alegre, *BO Coletivo*, objeto desta análise.

Lima (2011, p.2) debate sobre a apropriação do *google maps* na construção de uma cartografia colaborativa e online, o que entende por “dispositivos digitais de projeção do espaço geográfico na internet”, que permitem não só que se produzam informações acopladas a lugares (inserção de fotos, vídeos, comentários nos mapas), mas que até mesmo pessoas ou grupos não especializados em cartografia sejam capazes de produzir um fluxo de informações de acordo com suas demandas. O mapeamento colaborativo “[...] ao mediar um tipo de relação com o espaço urbano, por temas menos generalizantes, e ao permitir a adição de conteúdos informacionais na sua plataforma, possibilita o desenvolvimento de um sistema com um fluxo de informações descentralizado e personalizado, acerca dos lugares da cidade” (LIMA, 2010, p.45). Os mapas podem ser pensados, ainda, como uma “mídia”, que viabiliza a expressão de uma determinada informação, seja sobre um espaço geográfico, seja sobre a associação de indivíduos ou grupos sociais: “os mapas como “mídias”, nos fazem refletir sobre as formas com que uma sociedade, em certo momento histórico, produz, consome e circula informações acerca dos lugares” (LIMA, 2010, p.42).

Os novos dispositivos de representação propiciados pelas TICs e a apropriação colaborativa e criativa da cartografia remodelam a forma de interação tradicional com o espaço, podendo até mesmo promover novas representações sociais acerca da cidade e seus locais. Sendo descentralizadas, bidirecionais e personalizadas (LIMA, 2011), as redes colaborativas de informação, como o mapeamento objeto desta investigação, estimulam processos comunicativos mais horizontais e maior engajamento dos cidadãos (DI FELICE, 2014).

A esse processo comunicacional em que há um fluxo colaborativo de informações sobre crimes, atividades suspeitas e relatos da violência urbana, Bruno (2013, p.134) chama de *vigilância participativa*, processo no qual “[...] a participação, a atenção e a percepção do usuário são nestes casos mobilizadas para o exercício colaborativo da vigilância.” Ser sujeito ativo neste processo aparece relacionado à ideia de exercício de cidadania, porém de “uma cidadania vigilante e que deve servir de uso personalizado e a soluções individuais de prevenção e segurança” (BRUNO, 2013, p.137). Porém, quando essa *vigilância participativa* não é capaz de criar processos alternativos de visibilidade e acaba apenas reproduzindo a lógica dos discursos e das políticas de segurança tradicionais, a participação, por si só, não garante o exercício de cidadania nem o empoderamento dos indivíduos a que se propõem estes projetos (BRUNO, 2013).

No caso observado, o projeto *B.O. Coletivo* extrapola os limites da cartografia colaborativa possibilitado pelo *google maps* e acoplado ao *site* do projeto, e se espraia para as redes sociais *Facebook e twitter* e para o *Youtube*, formando um fluxo de informações sobre violência e criminalidade em diversos canais e plataformas, como veremos nas seções seguintes.

3 Segurança pública e retóricas de cidadania

O projeto sobre o qual discorreremos adiante tem como objetivo realizar um mapeamento colaborativo da segurança pública⁵⁷, uma espécie de

⁵⁷ Por segurança pública, conceito que permeia toda esta discussão, utilizamos o entendimento da Constituição Federal,

boletim de ocorrência construído *online* e *offline* (*in loco*) por vítimas e testemunhas de violência urbana. É importante assumir, desde já, que os boletins de ocorrência, tanto os oficiais, registrados pelas polícias, quanto os de iniciativa popular, não dão conta do registro da totalidade de atos criminosos que acontecem todos os dias. As ações delitivas, sobretudo as relacionadas com pequenos furtos e roubos, sequer são registradas nos órgãos competentes. Na pesquisa de Pegoraro (2001), que analisa as políticas de segurança e de participação comunitária no marco da violência social, tais constatações emergem de forma sistemática, baseadas em dados da capital argentina. Porém, ainda que se reconheça tal situação, o autor verifica um inegável crescimento da criminalidade ao longo dos anos, o que faz com que a sensação de insegurança e de vulnerabilidade frente às condutas delitivas cresça na mesma medida em que os temas do controle da criminalidade e o combate à violência passam a ser uma das principais preocupações sociais.

Pegoraro (2001) observa uma série de ações comunitárias que surgem como alternativa às políticas penais que, de acordo com ele, sozinhas, não permitem que o Estado dê conta de coibir a delinquência crescente, embora os índices de encarceramento sejam crescentes. O núcleo duro do sistema penal é a resposta repressiva, que possui limites e fracassos, e a lei, enquanto sua função preventiva acaba “[...] neutralizada por uma realidade social composta de desigualdades crescentes e morais débeis, e também porque a

em que a define como: “A segurança pública, dever do Estado, direito e responsabilidade de todos, é exercida para a preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio [...]” (Art. 144, Cap. 3, título V, BRASIL, 1998)

ameaça dos castigos e sua aplicação não alcançam a evitar as demandas compulsivas da sociedade consumista (PEGORARO, 2011, p.33)”⁵⁸.

As políticas de segurança social e de prevenção ao delito variam de acordo com a retórica de política social que as acompanham: “suas intenções podem ser dos direitos dos excluídos e vulneráveis e propor a integração destes na vida cidadã, ou podem ser meramente de contenção espacial” (BARATTA, 1997 *apud* PEGORARO, 2001, p. 35). Em geral, políticas de prevenção ao delito estão frequentemente ligadas à ideia de políticas sociais, o que não exclui, é preciso reconhecer, um risco de criminalização dos grupos socialmente vulneráveis quando a ação social está centralizada apenas na contenção da criminalidade (BARATTA, 1997 *apud* PEGORARO, 2001). Porém, quando o foco não é a promoção universal da cidadania, e a ação política é organizada em termos discursivos de apenas “resguardar a segurança cidadã”, o grupo social a que tal política se destina é outro: tem como intuito a proteção dos setores médios e altos da sociedade, que se sentem ameaçados pela potencial delinquência das classes subalternas.

Diante das TICs, portanto, a sociedade passa a dispor de aparatos informacionais que possibilitam a construção de fluxos comunicativos horizontais e mais participativos. Porém na medida em que se estabelecem como *vigilância participativa* (BRUNO, 2013) e que assumem uma retórica que visa a proteção de apenas algumas camadas sociais, distanciando-se da proposição de uma cidadania

⁵⁸ Do original, “[...] neutralizada por una realidade social compuesta de desigualdades crecientes y de morales débiles, y también porque la amenaza de los castigos y su aplicación no alcanzan para evitar las demandas compulsivas de la sociedade consumista” (Pegoraro, 2002, p.33)

universal, projetos colaborativos de mapeamento/acompanhamento das ações delitivas em grandes centros urbanos não são capazes de propor soluções alternativas aos imaginários e às políticas tradicionais de segurança. Não propondo algo novo, correm o risco de apenas servir de reforço à manutenção da condição de exclusão e da criminalização dos setores sociais mais desprovidos. Buscamos, a seguir, observar essa problemática no projeto *B.O. Coletivo*.

4 *B.O. Coletivo.org*: do mapeamento colaborativo da violência urbana

O projeto *B.O. Coletivo* é uma iniciativa de mapeamento colaborativo da violência urbana, que teve início no Rio Grande do Sul e, hoje, já está presente em dez outros estados brasileiros. A ideia surgiu a partir de um desafio proposto aos participantes do *OuiShare Fest Poa*⁵⁹, ocorrido em Porto Alegre, no primeiro semestre de 2013: eles deveriam desenvolver uma ação que fosse útil à comunidade e envolvesse a temática da segurança pública, no prazo de uma semana, com orçamento de R\$ 100,00. A ação, para ser considerada bem sucedida, também deveria repercutir nas mídias. Em uma primeira etapa, os idealizadores criaram um modelo de cartaz, que dizia “aqui fui assaltado”, para

⁵⁹ O OuiShare Fest POA é o evento-satélite do Ouishare Fest, festival de economia colaborativa da Europa, que visa a vinculação de uma comunidade global preocupada com a temática, baseada em novas formas de produção e de cooperação.

chamar a atenção dos que nestes locais passassem (figura 1)⁶⁰.

Figura 1 – Cartaz colado em local com registro de assalto, em Porto Alegre



Fonte: <www.facebook.com/B.O.Coletivo/photos>, 2013

A demarcação dos espaços públicos foi uma das estratégias iniciais do projeto para demonstrar que naquele local ocorreu algo e que a isso as autoridades deveriam estar atentas. A colocação de cartazes em vários pontos da cidade geolocaliza, em um primeiro momento, a violência sofrida por familiares e amigos dos idealizadores do projeto. Junto ao cartaz colado nos postes e paredes de Porto Alegre é sugerido que a vítima coloque seu nome e horário da ocorrência.

Após, foi produzido um vídeo, em que chamavam à participação outras vítimas da violência urbana. Também foi criado um canal no *Youtube* e uma página na rede social *Facebook* (Figura 2), em que foram postadas fotos dos

⁶⁰ Recentemente também foi criado o cartaz “Aqui roubaram meu carro”.

cartazes fixados nas ruas. Nela, ainda hoje são divulgadas informações sobre assaltos e casos de violência urbana ocorridos em Porto Alegre e nas cidades da região metropolitana, além da reprodução de notícias e vídeos relacionados ao projeto. A divulgação da iniciativa estimulou a participação de outros estados como São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia, Ceará, Alagoas e Sergipe.

Figura 2 – Pagina da comunidade *B.O Coletivo* no *Facebook*



Fonte: <<https://www.facebook.com/B.O.Coletivo>>, 2013

Outro desdobramento do projeto foi a elaboração de um mapa colaborativo – que utiliza como plataforma de base o *google maps* – no qual colaboradores contribuem marcando o ponto exato em que sofreram ou assistiram algum ato de violência, além de disponibilizarem informações adicionais sobre a ocorrência, para que outros usuários possam verificar os locais em que foram registradas ações criminosas e, talvez, evitar passar por situação semelhante.

O conjunto das iniciativas do projeto *B.O. Coletivo* encontra-se, ainda, reunido no seu *website* oficial (Figura 3), que disponibiliza um mapa

com a localização dos Estados que aderiram a iniciativa, o número de ocorrências registradas pelos usuários na plataforma do *google maps* por cidade, além de permitir o registro de novas ocorrências e fornecer o *link* de acesso às redes sociais do projeto, os cartazes para *download* e a disponibilização de aplicativos para os sistemas operacionais *Android* e *Apple*. No site, há também um breve histórico sobre a origem da iniciativa, o objetivo e o contato dos seus idealizadores, o que nos permitiu fazer um levantamento inicial do projeto.

Figura 3 – *website* oficial do projeto *B.O Coletivo*



Fonte: < www.bocoletivo.org>, 2013

Conforme publicado no *website* oficial do *B.O Coletivo* (2013), o objetivo do projeto é “dar voz ao público, buscando empoderar o cidadão com uma ferramenta que oportuniza a comunicação com a comunidade em que está inserido”. Ademais, o projeto afirma buscar o engajamento da população de Porto Alegre na pressão por mais segurança nos locais em que mais ocorrências são registradas. E, ainda, define como uma das vantagens o conhecimento público dos lugares de maior risco e a possibilidade de que os usuários do aplicativo optem por trajetos mais seguros. Mais

recentemente, o aplicativo de mapeamento foi linkado à conta do projeto no *twitter*, de modo que, a cada novo registro de ocorrência, uma mensagem é lançada na rede social alertando sobre o ocorrido. Fica clara a preocupação, por parte dos organizadores do projeto, em desenvolver várias plataformas virtuais de informação e colaboração, para garantir maior visibilidade aos registros, de forma a buscar a atenção do Estado e reivindicar ações de controle e combate à violência nos pontos da cidade mapeados.

Em seus diversos canais e plataformas, o projeto nos parece se enquadrar na ideia de *vigilância participativa* de Bruno (2013) na medida em que chama à participação para que a população exercite colaborativamente a vigilância, baseada numa retórica de exercício da cidadania. O foco, porém, não está na promoção universal da cidadania, mas organizada em termos discursivos de “resguardar a segurança cidadã”, de modo que as camadas que visa à contenção de determinados grupos sociais associados à delinquência (BARATTA, 1997 *apud* PEGORARO, 2001).

Ainda que se utilize de meios alternativos, da apropriação criativa das TICs, não propõe um olhar igualmente alternativo sobre a temática da segurança pública. Pelo contrário, no canal do *Youtube* são veiculadas, além de reportagens e entrevistas sobre o projeto, vídeos de ações policiais violentas e de delitos, obtidos por meio de câmeras de segurança ou de autoria não identificada: dos 22 vídeos publicados, doze são sobre a repercussão/divulgação do projeto e dez mostram, dentre outras coisas, ações policiais e flagrantes. Além disso, algumas das reportagens vinculadas à conta do projeto foram extraídas de programas como *Cidade Alerta* e *Balanço Geral*, que

são reconhecidos por sua retórica reacionária e agressiva e pela incitação do recrudescimento das ações policiais violentas contra a população.

Não há, ainda, um padrão nas legendas que acompanham os vídeos, de modo que não é possível inferir se as ações policiais abusivas ali mostradas são, por exemplo, aprovadas ou não pelos administradores da conta. Enquanto o vídeo publicado em 3 de setembro de 2013 traz uma descrição breve do crime e das características do assaltante (“câmeras de segurança da PUCRS registraram o ladrão circulando pelos corredores da faculdade pouco antes de efetivar o assalto. Jovem e de altura próxima a 1,70m, o assaltante roubou estudantes durante uma aula do curso de Jornalismo, no dia 2 de setembro de 2013”). Em outros vídeos, como no de 28 de agosto de 2013, “Mulher é agredida por vários PMs em protesto no Rio”, a legenda é apenas a repetição do título do vídeo, sem deixar claro qual a posição do projeto frente ao que consideramos, em nossa leitura, violência e abuso policial. O mesmo ocorre no publicado no dia 23 de agosto de 2013, que leva como título e legenda “Helicóptero da Polícia Civil atirando em um suspeito na rodovia”.

Na página do *Facebook*, são compartilhadas postagens com relatos sobre violência urbana e criminalidade, algumas vezes acompanhadas de fotos dos suspeitos de ter cometido o delito ali relatado (Figura 4), ferindo até mesmo o princípio jurídico da presunção da inocência, que tem como pressuposto que ninguém será considerado culpado até que seja julgado e condenado.

Figura 4 – Imagem de suspeito de cometer delito

 B.O. Coletivo compartilhou a foto de Brigada Militar Crpo Serra.

3 de junho de 2014 · 🌐

Procura-se.



Brigada Militar Crpo Serra

Atualizando: PRESO EM 06/06/2014 EM CAXIAS DO SUL

PROCURADO!

Quem tiver informações sobre o paradeiro de Sergio Nativo Chaves Ribas Junior, 27 anos favor informar a Brigada Militar. Junior é suspeito de uma série de assaltos que vem ocorrendo, em Caxias do Sul.

Quanto, mais pessoas compartilharem esta informação, mais chance teremos de chegar ao paradeiro deste criminoso.

Desde já agradecemos!

Fonte: <www.bocoletivo.org>, 2013

Em postagens como a selecionada abaixo (Figura 5 e 6), a página do projeto também lança descrédito às instituições responsáveis pela coerção, repressão e investigação dos crimes.

Figura 5 – Postagem na página do *Facebook* do projeto *B.O Coletivo*



Fonte: <www.bocoletivo.org>, 2013

Figura 6 – Postagem na página do *Facebook* projeto



Fonte: <www.bocoletivo.org>, 2013

Ainda que se coloque como alternativa, o projeto é obrigado a reconhecer que, para além da manutenção de um fluxo de informações sobre registros de crimes e de violência urbana, não pode assumir para si atribuições que são do Estado, mesmo que o desacredite em diversas postagens. Ademais, nos parece haver a construção de certa imagem geolocalizada da violência, sobretudo em bairros nobres, como, por exemplo, alguns dos citados na página do projeto no *Facebook*, como Bela Vista, Bonfim, Menino Deus, Petrópolis, Jardim Botânico, Moinhos, Santa Cecília e Cidade Baixa. O projeto pressiona por políticas de segurança nestas áreas como se fossem essas as mais perigosas e mais atingidas pela violência urbana, porém ignora que as regiões periféricas do município são as que registram maiores taxas de violência, sobretudo de homicídios.

O espectro de segurança pública visado pelo grupo nos parece ser apenas aquele dos adeptos ao projeto *B.O Coletivo* e de pessoas próximas a eles, não sendo uma iniciativa que propõe novas formas de enfrentamento das questões relacionadas à segurança pública para além da retórica do controle social nem que lança um olhar para a cidade como um todo, já que os bairros mais violentos escapam do mapeamento realizado. Sem um posicionamento alternativo e um olhar que contemple o fenômeno da violência e da criminalidade para além dos seus efeitos cotidianos, o empoderamento da população proposto pelo projeto e a retórica da cidadã que é característica deste tipo de proposta acaba por dar lugar à busca de um acesso seletivo à cidadania, à busca por proteção apenas de alguns grupos sociais e não chega à raiz dos problemas de segurança pública, já que não olha para as causas, mas para os efeitos, e,

por isso, reproduz a retórica vigente de que basta o apartamento e o controle do *outro*.

5 Considerações Finais

Com base no debate teórico, observamos que a apropriação criativa das TICs possibilita a criação de sistemas informativos e ferramentas de comunicação colaborativas na internet que são importantes para o protagonismo da sociedade civil, sobretudo no que tange o questionamento dos imaginários sociais consolidados e a intervenção de ações e políticas de Estado, por exemplo, em relação aos espaços urbanos e demais locais (LIMA, 2011). Porém, apoiado na concepção de Bruno (2013) de *vigilância participativa*, percebe-se que a promoção de uma participação ativa e de empoderamento dos cidadãos, na proposição de alternativas aos imaginários e as políticas tradicionais de segurança pública, precisa estar atrelada a um processo de construção de cidadania universal e não seletiva (BARATTA, 1997 *apud* PEGORARO, 2001).

No caso do projeto *B.O. Coletivo* em Porto Alegre, o fato de estar em diversos canais e plataformas não garante que o acesso seja universal ou que o fluxo de informações ali postadas revele, de fato, a realidade da violência em Porto Alegre. Quando pede por um Estado mais presente, o projeto propõe, ao geolocalizar a violência, para onde este deve olhar, excluindo as regiões da cidade que escapam ao mapeamento e precisam igualmente de atenção. Não rompendo com o discurso tradicional, o coletivo, que se destina a atuar em prol da segurança pública, não estimula o debate crítico. Pelo contrário, apenas reforça os discursos que aí já estão.

Referências

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**: 1º volume (A Era da Informação: economia, sociedade e cultura), v.1. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. 698p.

B.O. COLETIVO. Site do projeto BO Coletivo. Disponível em: <<http://www.bocoletivo.org>>. Acesso em: 10/07/2015.

_____. Comunidade no *Facebook*. 2013. Disponível em: <<http://www.facebook.com/B.O.Coletivo>>. Acesso em: 03/07/2015.

_____. Álbuns imagens Comunidade no *Facebook*. Disponível em: <<http://www.facebook.com/B.O.Coletivo/photos>>. Acesso em: 20/07/2015.

_____. Vídeo Comunidade no *Facebook*. Disponível em: <<http://www.facebook.com/B.O.Coletivo/videos>>. Acesso em: 12/07/2015.

_____. Canal no *Youtube*. Disponível em: <<http://www.facebook.com/B.O.Coletivo/videos>>. Acesso em: 15/07/2015.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal. Centro Gráfico, 1988. 292p.

BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser**: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013. 190p.

PEGORARO, J. Las políticas de seguridad y la participación comunitaria en el marco de la violencia social. In: BRICENO-LEÓN, R. **Violência, sociedade y justicia en America Latina**. Buenos Aires: CLACSO, 2001. 408p.

DI FELICE, M. Network Society (Sociedade em rede): Da esfera pública para a conectividade. In: MARCHIORI, Marlene (org.). **Sociedade, comunidade e redes**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2014, p. 91-110.

LIMA, L. Comunicação e lugar: redes sociais, blogs e mobilizações nos mapas colaborativos da internet. In: Simpósio em tecnologias digitais e sociabilidade. Mídias Sociais, Saberes e Representações. Salvador, 2011. **Anais do Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura**. Disponível em: <http://www.gitsufba.net/simposio/wpcontent/uploads/2011/09/Comunicacao-e-Lugar-redes-sociais-blogs-e-mobilizacoes-nos-mapas-colaborativos-da-internet-LIMA-Leonardo.pdf>. Acesso em: 10/05/2015

_____. O mapeamento colaborativo como fenômeno da geografia da comunicação. In: Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. *Anais...* Universidade Federal do Rio de Janeiro, IV, Rio de Janeiro, 2010. **Anais do Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura**. Disponível em: <http://www.abciber2010.pontaodaeco.org/sites/default/files>. Acesso em: 15/06/2015.

Parte III Cultura, representaciones y
periodismo

A cobertura jornalística da segurança pública nas periferias metropolitanas

Ada Cristina Machado da Silveira
Isabel Padilha Guimarães
Clarissa Schwartz

1. Introdução

O artigo analisa a abordagem da mídia sobre o tema da segurança pública nas periferias metropolitanas brasileiras. A antropóloga Alba Zaluar (2005, p.11) denuncia o “excesso de maniqueísmos e de esquemas simplificados”, disseminados em matérias jornalísticas sobre violência e segurança pública. Para a autora, a visão reducionista de associar a criminalidade à pobreza impede que o tema seja abordado em sua complexidade. No caso brasileiro, o estudo da violência e do crime é sempre realizado por meio de lentes normativas, através de um processo que fixa um universo de normas aceitas como sagradas, deixando de lado tudo aquilo que elas eliminam como o que não deve ser feito.

Pesquisas anteriores demonstram que a mídia brasileira destaca os fatos ocorridos no Estado do Rio de Janeiro como parâmetro para o debate sobre a segurança pública no Brasil. Os estudos também revelam a cobrança permanente dos veículos de comunicação por ações do Estado brasileiro nas periferias, iniciativas estas que, por vezes, são enaltecidas e em outros momentos são criticadas (SILVEIRA; SCHWARTZ; GUIMARÃES, 2014).

Plasma-se na cobertura jornalística das periferias um desarranjo espacial, uma espécie de estranhamento ambiental, face a sua plena territorialidade. Através dele o noticiário sobre periferias se converte numa acumulação de detritos sociais, detendo-se em dejetos resultantes do culto de integração plena responsável, ele sim, pela produção de situações que se fazem residuais. A ilusão resultante dessa ótica excludente promove vieses, ressalta o poder das autoridades, criminaliza a pobreza, discrimina cidadãos, aponta culpados sem julgamento prévio, desqualifica as sociedades em foco, fomenta relações violentas. E, como se não bastasse, atinge o projeto de nação com o qual os brasileiros são educados desde crianças ao compartilhar - ainda que fragmentariamente - o mito da democracia racial, do homem cordial, da abundância da natureza, etc. (SILVEIRA, 2009, p. 173).

Para esta pesquisa foram analisadas reportagens de Carta Capital, uma das quatro principais revistas semanais de informação do Brasil. Fundada em 1994 pelo jornalista Mino Carta, inicialmente o periódico era mensal, passou a ser quinzenal e a partir de agosto de 2011 assumiu publicação semanal. A revista apresenta-se como uma “alternativa ao pensamento único da imprensa brasileira” e também destaca que “nasceu calçada no tripé do bom jornalismo, aquele baseado na fidelidade à verdade factual, no exercício do espírito crítico e na fiscalização do poder onde quer que se manifeste” (CARTA CAPITAL, 2015, online).

Quadro 1 – Reportagens de Carta Capital analisadas
Elaboração das autoras

Nº	Título	Edição	Data	Assunto
1	Favelas no paredão	540	11/04/2009	Crítica às obras de construção de um muro para cercar o morro Dona Marta, na cidade do Rio de Janeiro, recém ocupado pela polícia
2	Menos sangue na guerra	609	16/08/2010	Redução do número de homicídios no Brasil
3	Paz ou medo?	655	20/07/2011	Queixa dos moradores das comunidades cariocas pacificadas em relação à rotina militarizada e aos abusos cometidos pela polícia
4	O tráfico perde mais uma	663	24/8/2011	Tentativa fracassada do Comando Vermelho de voltar a ocupar a comunidade do Morro do Alemão, na cidade do Rio de Janeiro.
5	Violência ilegal	671	09/11/2011	Críticas à renovação do acordo oficial entre a União e o governo do Estado do Rio de Janeiro de prolongar a presença do exército no Morro do Alemão.
6	No tempo das diligências	691	04/4/2012	Atuação das milícias na zona oeste carioca.
7	São Paulo em pé de guerra	722	07/11/2012	Aumento do número de homicídios e confrontos entre polícia militar e PCC, no Estado de São Paulo.
8	O crime não descansa	723	14/11/2012	O PCC volta a desafiar o governo paulista. Corrupção de polícias e agentes públicos que contribui para o crescimento do PCC.

Entre nossas questões norteadoras, está a busca pela compreensão do paradoxo expresso no conflito entre segurança pública e segurança nacional vigente na cobrança da mídia em relação à presença do Estado como a solução para o problema da criminalidade nas periferias brasileiras.

Oito reportagens publicadas entre os anos de 2009 e 2012 compõem nosso objeto empírico de análise (Quadro 1). Estudadas em conjunto, elas formam um encadeamento através da sua temática relacionada à violência e à segurança pública.

Para Freire (2009, p. 51), a Constituição de 1988⁶¹ ressaltou as distinções entre segurança pública e segurança nacional e seus agentes envolvidos:

[...] a primeira é voltada à manifestação da violência no âmbito interno do país e, a segunda, refere-se a ameaças externas à soberania nacional e defesa do território. Para entender essa nova perspectiva, é interessante lembrar o contexto da Constituição de 1988: esta aprofundou os princípios de descentralização administrativa, conferindo a estados e municípios novos papéis. A

⁶¹ De acordo com a Constituição de 1988, em seu artigo 144, “A segurança pública, dever do Estado, direito e responsabilidade de todos, é exercida para a preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio, através dos seguintes órgãos: I - polícia federal; II - polícia rodoviária federal; III - polícia ferroviária federal; IV - polícias civis; V - polícias militares e corpos de bombeiros militares”. Segundo o artigo 142, “As Forças Armadas, constituídas pela Marinha, pelo Exército e pela Aeronáutica, são instituições nacionais permanentes e regulares, organizadas com base na hierarquia e na disciplina, sob a autoridade suprema do Presidente da República, e destinam-se à defesa da Pátria, à garantia dos poderes constitucionais e, por iniciativa de qualquer destes, da lei e da ordem” (BRASIL, 1988).

responsabilidade sobre a Segurança Pública, nesse conceito, passa a ser prioritariamente dos estados, por serem estes os responsáveis pela gestão das polícias civil e militar. Esse arranjo dotou os estados de autonomia na condução da política de segurança, mas, ao mesmo tempo, dificultou a implementação de diretrizes mínimas de uma política nacional de segurança, o que poderia trazer prejuízo para a prevenção e controle da violência e criminalidade, pois a manifestação desses fenômenos não respeita as fronteiras estaduais.

Zaluar (2005, p. 13-14) avalia que “o estado brasileiro nunca cumpriu nem medianamente a principal função de todo o estado: dar segurança a seus cidadãos”. Soares (2012) também discute a ausência de uma política de segurança no país e as consequências que essa lacuna representa para a eficiência dos órgãos de segurança.

Não há política de segurança, no Brasil, porque só há política havendo diagnóstico, para o qual são necessárias informações consistentes, dados qualificados, processados de forma rigorosa. No Brasil, as informações são precárias, desde a coleta até o processamento e a ordenação que lhes dá sentido. Portanto, os diagnósticos não podem ter maiores pretensões à consistência. O que inviabiliza o planejamento, na ausência do qual inexistem condições para avaliações regulares. A falta de avaliação impede que o sistema aprenda com seus erros e os corrija, acumule racionalmente experiência e crie uma história (SOARES, 2001, p.125).

O autor ainda salienta que “as matrizes da criminalidade e suas manifestações variam conforme as regiões do país e dos estados” (SOARES, 2006, p.91). No entanto, verifica-se que a mídia

imprensa nacional concentra sua cobertura no conflito entre traficantes e policiais da região sudeste do Brasil. Esse é um dos aspectos que discutiremos a seguir.

2. A discriminação das periferias nas ações de segurança

Duas reportagens analisadas avaliam e reprovam ações de segurança do governo do Estado do Rio de Janeiro e denunciam o caráter discriminatório dos projetos em relação aos moradores das periferias cariocas. A reportagem “Favelas no paredão” (nº1) aborda a construção de um muro para cercar o morro Dona Marta após a ocupação do local pela polícia e a instalação de uma UPP na comunidade⁶². O primeiro parágrafo expõe que, na disputa pelo espaço urbano, a parcela mais rica da população é privilegiada pelos governantes que usam dinheiro público em investimentos que, em vez de diminuir, aumentam ainda mais a exclusão social.

As obras de construção de um muro para cercar o morro Dona Marta, recém-ocupado pela polícia do Rio de Janeiro, trouxeram a reboque as contradições costumeiras de quando o assunto é o que fazer com as favelas da cidade.

⁶² A Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) é um programa implantado pela Secretaria de Segurança do Estado do Rio de Janeiro que tem como objetivo a retomada dos territórios dominados pelo tráfico de drogas e também estabelecer a proximidade do Estado com os moradores. O programa começou a funcionar em 19 de dezembro de 2008, com a instalação da primeira UPP no Morro Santa Marta, no bairro de Botafogo, na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. 38 UPPs estão implantadas e atualmente a Polícia Pacificadora conta com cerca de nove mil policiais (GOVERNO DO RIO DE JANEIRO, 2015).

Paredões de 3 metros de altura cercarão onze comunidades, todas localizadas na zona sul da cidade, e custarão 40 milhões de reais. A iniciativa do governador Sérgio Cabral (PMDB) agrada em cheio àquela parcela da população que, se pudesse, além de murar, taparia com uma laje ou implodiria as aglomerações de pobres que recobrem os morros cariocas (Carta Capital, Ed. 540, p. 19).

A matéria também apresenta a versão oficial do projeto que pretende “controlar a expansão horizontal das favelas” e repercute a iniciativa – de forma superficial – com três fontes contrárias à proposta que destacam o cunho separatista da iniciativa em aspectos físicos e simbólicos e alertam para a importância do estado aumentar sua eficiência, principalmente no cumprimento da legislação, em vez de desenvolver ações paliativas e, além disso, questionáveis. A reportagem termina com uma declaração de um arquiteto que atua no PAC, o Programa de Aceleração do Crescimento do governo federal, que enfatiza que o problema do crescimento desordenado não é exclusivo das classes pobres: “Pobre não é diferente de rico: se não tem fiscalização, constrói até onde dá. Seja em bairro nobre, seja onde for”. Além de reforçar as diferenças de classe, a reportagem posiciona-se de forma contrária ao projeto, uma vez que privilegia as fontes que destacam a sua ineficiência. No entanto, não aprofunda o tema. A ausência de entrevistas com moradores, tanto da favela como dos bairros vizinhos, também contribui para que apenas um ponto de vista seja explorado: o dos especialistas. Nesse sentido, Canela (2007, p. 147) avalia que: “É inevitável que uma cobertura calcada majoritariamente em uma categoria específica de fonte de informação acabe por apresentar recortes limitados da realidade”.

A reportagem “Violência ilegal” (nº5) destaca os aspectos que contrariam a legislação na renovação do acordo oficial entre o Ministério da Defesa e o Estado do Rio de Janeiro para estender a presença do exército brasileiro no Morro do Alemão. A matéria destaca que essa ilegalidade tem o apoio de moradores e estabelece um paralelo ao resgatar episódios de extermínio que marcaram o Rio de Janeiro.

[...] essa decisão sustentada pelo aplauso dos cariocas, assustados pelo poder paralelo dos traficantes, mandas às favas a Constituição. [...] Anteriormente, nos anos 1960, louvaram, ostensiva ou silenciosamente, a matança de mendigos que amanheciam boiando no fétido Rio da Guarda, na Baixada Fluminense. Posteriormente, sentiram-se seguros quando emergiu no noticiário policial o tristemente famoso Esquadrão da Morte, formado por policiais que expressavam um princípio ainda em vigor: “Bandido bom é bandido morto” (Carta Capital, Ed. 671, p. 20).

O texto evidencia a ineficiência do Estado no enfrentamento aos problemas da criminalidade na capital fluminense e também enfoca um tratamento discriminatório atrelado às ações dos órgãos de segurança nas comunidades da periferia. Zaluar (2007, p. 40) analisa que a “quase nenhuma mudança nas práticas policiais no que diz respeito aos pobres” indica que os “efeitos do regime militar ainda estão presentes”. A reportagem ainda questiona a legitimidade do Exército nas ações de segurança:

A presença do Exército no Alemão é a confissão, não oficial, da falência da segurança pública que é uma atividade peculiar de cada estado da

federação. [...] Esse remédio usado no Morro do Alemão não seria usado na zona sul carioca. Além desse flagrante desequilíbrio da lei aplicada no morro e não nos bairros elegantes da cidade, há outra irregularidade percebida na decisão. Pelas regras do convênio entre a União e o governo fluminense, nenhum oficial das Forças Armadas tem atribuição de requerer mandado de busca e apreensão junto ao Judiciário estadual (Carta Capital, Ed. 671, p. 20).

A reportagem centra-se nos aspectos “ilegais” que fazem com que uma instituição responsável pela segurança nacional passe a atuar no sistema de segurança pública em um Estado que não é capaz de cumprir suas obrigações. Também diferencia o tratamento dos órgãos de segurança destinado para ricos e pobres referido por Zaluar (2005, p. 19) como a “dupla face” da polícia com “caráter autoritário, repressivo e violento ‘nunca hesitante em usar o chicote’ para os pobres, destituídos ou excluídos (a ‘polícia de moleque’); a sua face prestimosa, condescendente e dócil em relação aos privilégios de classe e *status* (‘a polícia de gente’”).

3. A valorização do conflito

Três reportagens concentram-se nos conflitos resultantes das ações de combate à criminalidade. A reportagem “Menos Sangue na Guerra” (nº2) aborda a redução de homicídios no país e é baseada em levantamentos dos Ministérios da Saúde e da Justiça. Zaluar (2005, p. 12-13) alerta que as estatísticas mostram apenas um lado do problema da criminalidade:

Contam-se sobretudo os mortos e os danos para avaliar o crescimento da violência. A mídia e muitos pesquisadores debruçam-se sobre as últimas estatísticas oficiais como se fossem assim compreender tudo e resolver o problema. Contudo, além dos mortos e feridos que podem ser contabilizados em delegacias e hospitais, há também que se levar em conta os sofrimentos psíquicos e morais. Os primeiros são visíveis e publicizáveis. Os segundos são invisíveis e deles pouco se fala. As vítimas da violência que sobrevivem não têm apenas as deficiências físicas que decorrem das agressões sofridas. As marcas traumáticas no seu psiquismo são tão ou mais graves e muitas jamais cicatrizam (ZALUAR, 2005, p. 12-13)

A reportagem também busca a opinião de especialistas para analisar a redução do número de homicídios. Eles apontam o estatuto do desarmamento, a recuperação de renda das famílias, o aumento da oferta de empregos com carteira assinada, o maior nível de escolarização, o crescimento da população carcerária, a implantação das Unidades de Polícia Pacificadora e a ampliação dos repasses municipais, através do Fundo Nacional da Segurança Pública, como alguns dos fatores que podem ter contribuído para a queda no número de mortes, enfatizando que o combate à criminalidade não é uma responsabilidade apenas dos órgãos de segurança, mas depende também do desenvolvimento de políticas públicas em outras áreas como educação e geração de renda. A corrupção policial e a falta de estrutura de saúde para socorrer as vítimas de crimes são citadas pelos especialistas como os entraves para uma redução ainda maior no número de homicídios. Como a reportagem nº1, a matéria não reserva espaço para a opinião da população em geral acerca do tema. A

atuação da polícia brasileira como “uma das mais violentas do mundo” também é assunto de uma reportagem secundária. Desse modo, mesmo que a matéria aborde uma incipiente retomada do controle dos territórios por parte do Estado, prepondera a visão de que os instrumentos legais são ilegítimos e ineficientes, considerando que a polícia aparece como um sujeito que também aterroriza.

A reportagem “Paz ou medo” (nº 3) trata de histórias pessoais, permeadas pela presença constante de um Estado que, em vez de garantir os direitos e a segurança, representa uma ameaça para a população. Concentra-se na relação entre comunidades e exército e é baseada nos depoimentos de moradores do Morro Santa Marta. Um rapper reclama da falta de liberdade imposta pela presença dos militares em comparação com os moradores do entorno. “Naqueles prédios vizinhos (aponta), ninguém diz o que eles podem ou não ouvir, nem a que horas a festa tem de acabar”. O entrevistado ainda faz referência aos gastos com a construção de um muro (reportagem nº1) em um local que não tem a infraestrutura básica.

[...] convivemos com esgoto a céu aberto e barracos de madeira. Não há hospital, escola ou opções de lazer. As obras na comunidade são paliativas e o governador prefere gastar dinheiro para murar a favela a investir nas reais necessidades dos moradores (Carta Capital, Ed. 655, 20/7/2011)

A reportagem tem como foco as queixas dos moradores de abuso de autoridade por parte dos policiais. As pessoas são apresentadas como vítimas em potencial. Soares (2001, p. 126-27) destaca que, a incerteza sobre o comportamento dos policiais é um dos fatores que deixa os moradores

apreensivos em relação a sua presença nas comunidades:

Infelizmente, a descrição dicotômica, quase caricata, a meu ver, permanece válida: o Brasil são dois e a polícia é o que os divide. Em várias favelas cariocas, por exemplo, a população sofre a tirania imposta pelos traficantes de drogas e armas, e é submetida ao despotismo dos maus policiais, sendo que os primeiros frequentemente são menos temidos do que os segundos, porque estes são imprevisíveis, enquanto aqueles agem segundo códigos explícitos (ainda que perversos e opressivos). O pior terror é aquele imposto pela incerteza sobre o comportamento do poder, porque a imprevisibilidade impede a aplicação de estratégias de sobrevivência, hipertrofiando os efeitos destrutivos da irracionalidade. As leis e os direitos da cidadania não regem a vida coletiva, em certas áreas do território nacional. As instituições não têm vigência universalista. A população pobre deseja ardentemente a presença da polícia, desde que sua ação seja legal e respeitosa.

Desse modo, o convívio com os traficantes e policiais passa a ser percebido pelos moradores das comunidades como o domínio de “dois fogos e duas tiranias” (ZALUAR, 2005, p. 12).

Por outro lado, a matéria destaca que após as UPPs, os índices de criminalidade caíram na cidade do Rio de Janeiro. A reportagem termina com depoimentos de policiais (que não revelaram a sua identidade) que denunciam a falta de estrutura e também o despreparo da polícia para o enfrentamento ao crime. Uma fala do então secretário de Segurança Pública do Estado do Rio de Janeiro, José Mariano Beltrame, sobre a importância de investimentos sociais nas periferias conclui a matéria. Soares (2001, p. 128) avalia o

posicionamento dos responsáveis pelas ações de segurança na mídia e considera que:

A postura oficial quase invariavelmente é defensiva, envolvendo a racionalização dos dramas cotidianos e o emprego de linguagens pretensamente objetivas e analítico-estatísticas, inteiramente impertinentes, considerando-se a incomensurabilidade de cada vida humana, a impropriedade de qualquer minimização da morte e a necessidade coletiva do luto. A defensividade pseudo-racionalizante dos governantes é o ingrediente que torna explosiva a superexposição da insegurança na mídia (SOARES, 2001, p.128).

A reportagem “O tráfico perde mais uma” (nº4) retrata a tentativa do Comando Vermelho de retornar ao controle do tráfico de drogas no Complexo do Alemão no Rio de Janeiro. Ramos e Paiva (2007) destacam que a divulgação de nomes de facções criminosas é assunto controverso entre os meios de comunicação brasileiros. Desde 2005, os veículos das Organizações Globo, por exemplo, não divulgam denominações de grupos como “Primeiro Comando da Capital” e “Comando Vermelho” por entenderem que isso não prejudica a informação e confere “às quadrilhas um *status* institucional que elas não têm”, declarou às autoras em 2007 o então diretor de jornalismo da Rede Globo, Carlos Schroeder. Já outros veículos como o jornal Folha de São Paulo entendem que essa omissão representa uma forma de distorcer a realidade (RAMOS; PAIVA, 2007, p. 59).

A matéria analisada, além de nomear a quadrilha, não questiona a ação militar (como verificado na reportagem nº 3). Pelo contrário, valoriza a agilidade do trabalho do Exército no episódio. “A reação das forças de ordem foi imediata

e o reforço providenciado oportunamente”. A reportagem termina com a projeção de que a guerra entre traficantes e policiais irá continuar, atribuindo um caráter de descontrole do território por parte do Estado e ineficiência para resolver um problema histórico como o domínio das comunidades cariocas pelos traficantes.

4. O predomínio da (in)segurança pública

Outras três reportagens possuem uma abordagem predominante sobre a (in)segurança pública e os conflitos, mais uma vez, são denominados guerras. João Paulo Charleuau, assessor de comunicação do Comitê Internacional da Cruz Vermelha, comenta as implicações da escolha da mídia em usar o termo “guerra” para denominar a violência urbana:

A primeira delas é que você está contribuindo para criar uma sensação generalizada de permissividade a certos métodos e meios usados pela força armada. Cria-se a noção de território inimigo, de que o espaço onde o outro está não faz parte do seu território, e deve ser atacado ou ocupado. O outro passa a ser visto como inimigo, alguém que deve ser eliminado. [...] O direito à vida é relativo num conflito armado. No caso de uma situação de violência urbana já não é assim. Para a polícia, matar não é uma estratégia de ação, mas um último recurso, ao qual se recorre em situações específicas” (CHARLEUAUX, 2006, apud RAMOS; PAIVA, 2007, p 57).

A reportagem (nº6), intitulada “No tempo das diligências”, discute os problemas de segurança da zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, onde moram três milhões de pessoas, e define o local como um

território sem lei em que a população é ameaçada por traficantes e milícias. A reportagem também registra que a ausência do Estado facilita a inserção dos integrantes das milícias na política.

É a região de maior concentração de eleitores da cidade, mas as promessas feitas em anos de disputas eleitorais raramente se cumprem. No vácuo institucional, além de fatiar o território, os fora da lei avançam sobre a política. Milicianos da região conquistaram mandatos em eleições passadas e outros devem concorrer a cargos de vereador neste ano (Carta Capital, Ed. 691, p. 30).

A matéria destaca o trabalho realizado pela Assembleia Legislativa, Ministério Público e Justiça contra as milícias – trabalho esse que exige que deputados e juízes tenham segurança armada - e busca contextualizar como os criminosos conseguiram tanto espaço na região, inserindo-se até no principal evento do Rio de Janeiro.

A primeira das três modalidades criminosas a plantar raízes na região foi a contravenção. Desde o início do século XX, os bicheiros atuavam na região e não demoraram a perceber o quanto seria benéfico para seus negócios subornar os agentes da lei.

A partir daí, a contravenção cresceu, conquistou territórios à bala e teve em Bangu o chefe mais poderoso do Brasil, Castor de Andrade. Tão ousado e irônico quanto letal para seus inimigos, Castor foi o primeiro a usar o posto de presidente de uma escola de samba, a Mocidade Independente de Padre Miguel, como “passaporte” para lavar sua imagem e frequentar altas-rodas sem ser rotulado de criminoso (Carta Capital, Ed. 691, p. 32-33).

As reportagens (nº7) “São Paulo em pé de guerra” e (nº8) “O crime não descansa” destacam as mortes nos confrontos entre traficantes e policiais no capital paulista. A primeira descreve um cenário de terror, um “processo de mexicanização”, em que os marginais incendiam ônibus, os comerciantes fecham as portas com medo da possibilidade de atentados e o número de assassinatos dispara.

Apesar das negativas do governo, o aumento da violência parece ter raiz no enfrentamento entre o crime organizado e a polícia. Neste ano, 88 PMs foram assassinados no estado. [...] A PM ocupou a maior favela da cidade, reduto da organização criminosa PCC.[...] O objetivo é prender suspeitos de matar os policiais. A guerra continua (Carta Capital, Ed 722, p. 20).

Já a reportagem “O crime não descansa” destaca a história de Marta da Silva, uma policial militar morta na frente da filha de 11 anos de idade ao chegar em casa. “Tornou-se mais uma vítima da guerra declarada pelo PCC, facção criminosa que domina os presídios paulistas, contra os agentes de segurança pública”. Segundo a matéria, “A tragédia se traduz em números”, um enunciado que exemplifica o papel de destaque que é conferido pela mídia às estatísticas como forma de explicação do fenômeno da criminalidade (ZALUAR, 2005). Depoimentos de policiais expõem a situação de terror. “Mudei a minha rotina. Deixei de buscar minha filha na escola, a minha mulher no serviço, só saio de casa para trabalhar”. A reportagem também registra que “Em resposta aos ataques, a Polícia Militar deu início à Operação Saturação, com o reforço do policiamento em áreas consideradas críticas” e avalia (com especialistas) as ações previstas em um acordo entre os governos federal e

estadual para a redução da criminalidade em São Paulo tais como: transferência de presos para penitenciárias federais e maior vigilância nas fronteiras para coibir o tráfico de armas. A matéria ainda relaciona o momento de crise com os “Crimes de Maio” de 2006 em que dezenas de policiais e integrantes do crime organizado foram executados (conflito que só teria terminado após o governo ceder algumas exigências do PCC) e relata outros episódios de execução de bandidos. A reportagem encerra com uma declaração de um ex-subsecretário de Segurança Pública: “A Rota [Rondas Ostensivas Tobias de Aguiar] quebrou uma regra elementar de convivência com os criminosos, ao não garantir a vida de bandido que se entrega. A reação do PCC foi imediata”.

Considerações finais

A análise das reportagens da revista Carta Capital no período entre 2009 e 2012 nos permite apontar que a cobertura do tema segurança pública está atrelada principalmente ao conflito entre policiais e traficantes nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. As matérias sobre a capital paulista enfatizam o poder do crime organizado que aterroriza um Estado impotente no comando de uma polícia corrupta e assassina. Na capital carioca, a cobertura debruça-se a avaliar sistematicamente as ações dos órgãos de segurança pública de retomada de territórios dominados pelo tráfico de drogas e com um histórico de exclusão por parte de políticas públicas.

Em geral, as matérias analisadas são reportagens especiais que buscam ir além do factual e apresentam os acontecimentos de forma contextualizada. Para isso, Carta Capital busca

reiteradamente a opinião de especialistas para compreender o fenômeno da criminalidade que apontam a corrupção policial como um dos principais entraves para combater o problema. Em poucos momentos, a população em geral é ouvida acerca do assunto. Por outro lado, as reportagens denunciam um caráter discriminatório das ações de segurança em relação às comunidades mais pobres que são “alvo de sua investigação e castigo” (ZALUAR, 2005, p. 20). Uma abordagem que verificamos ser mais recente na imprensa brasileira. Ramos e Paiva (2007, p. 22) assinalam que:

Se, por um lado, é verdade que a imprensa freqüentemente leva governantes e gestores a priorizarem as áreas mais ricas das cidades ao dar preferência a crimes que envolvem a classe média, por outro lado, a mídia tem desempenhado, em momentos históricos, um papel decisivo para definir como as autoridades públicas respondem a acontecimentos emblemáticos de violência contra os setores mais despossuídos.

Em relação à questão norteadora de nosso artigo, compreendemos que, ao mesmo tempo em que a mídia cobra ações de projeção de poder por parte do Estado no combate à criminalidade, ela questiona sua legitimidade e competência em atuar na segurança pública, mesmo de forma conjunta aos governos estaduais e em caráter provisório, o que ressalta seu caráter ambivalente na cobertura do tema. Consideramos que a ausência de uma política nacional de segurança reflete-se nas reportagens que, em vez de discutir soluções, valorizam o conflito. Nesse sentido, compreendemos ser fundamental um novo posicionamento dos veículos de comunicação, que fuja das visões reducionistas sobre o combate à violência e valorize a pluralidade

de opiniões acerca do tema, pois entendemos que a mídia tem papel decisivo para contribuir na ampliação de um debate que auxilie os governos a melhorar a eficácia das instituições de forma a garantir o direito constitucional de segurança dos cidadãos.

Referências bibliográficas

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. atualizada até a Emenda Constitucional n. 88, de 7- 5-2015. Brasília: Senado Federal, 2015. Disponível:<http://www.senado.gov.br/atividade/const/con1988/CON1988_07.05.2015/CON1988.pdf> Acesso em: 28 ago. 2015.

CANELA, Guilherme. Pautas ausentes na cobertura da imprensa brasileira: o paradoxo Tostines. In: PAIVA, Anabela; RAMOS, Silvia. **Mídia e violência**: tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.

FREIRE, Moema Dutra. Paradigmas da Segurança no Brasil: da ditadura aos nossos dias. **Aurora**, São Paulo, n. 5, 2009.

GOVERNO DO RIO DE JANEIRO. **Unidade de Polícia Pacificadora**. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.upprj.com/index.php/as_upps> Acesso em: 23 jun. 2015.

PAIVA, Anabela; RAMOS, Silvia. **Mídia e violência**: tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.

REVISTA CARTACAPITAL. **CartaCapital**. São Paulo: Ed. Confiança, 2015. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital>> Acesso em: 20 jun. 2015.

- ____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 540, de 11 abr. 2009.
____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 609, de 16 ago. 2010.
____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 655, de 20 jul. 2011.
____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 663 de 24 ago. 2011.
____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 671 de 9 nov. 2011.
____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 691 de 4 abr. 2012.
____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 722 de 7 nov. 2012.
____ São Paulo: Ed. Confiança, n. 723 de 14 nov. 2012.

SILVEIRA, A. C. M.; SCHWARTZ, C.; GUIMARÃES, I. P. A cobertura jornalística como narrativa de reconstrução midiática: análise dos efeitos de dramatização. In: Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo, 12º. **Anais...** Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, 2014.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado. Modos de ver e devorar o outro. **Ghrehb**, São Paulo, v.2, n.14, 2009.

SOARES, Luiz Eduardo. **Notas sobre a problemática da segurança pública**. Revista Políticas Sociais, ano 2. Brasília: IPEA, fevereiro de 2001. Disponível em: <http://carceraria.org.br/wpcontent/uploads/2012/07/Seguranca_Publica_Politicas_Socias.pdf> Acesso em: 20 abr. 2015.

_____. Segurança pública: presente e futuro. **Estudos Avançados**, nº 20, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v20n56/28629.pdf>> Acesso em 15 jun. 2015.

ZALUAR, Alba. Dilemas da segurança pública no Brasil. **Desarmamento, segurança pública e cultura de paz**. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2005. v.3. Disponível <<http://www.ims.uerj.br/nupevi/desarmamento.pdf>> Acesso em: 20 jun. 2015

_____. Democratização inacabada: fracasso da segurança pública. **Estudos Avançados**, nº 21, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v21n61/a03v2161.pdf>> Acesso em: 15 abr. 2014.

O direito à privacidade e as redes sociais *online*: as tutelas possíveis para sua eficácia

Luciano de Almeida Lima

Introdução

O meio virtual é uma realidade cada vez mais crescente na sociedade atual. Denominada de sociedade digital, sociedade da informação ou sociedade em rede, tem como característica os avanços tecnológicos, a rápida comunicação e a facilidade de troca de informações.

Tal cenário tem imposto significativas mudanças principalmente nos hábitos, comportamentos sociais e até mesmo na maneira das pessoas se relacionarem e se comunicarem, surgindo nesse contexto, as redes sociais *online* que se apresentam como um grande diferencial na Comunicação Mediada por Computador ao permitir que as pessoas estabeleçam conexões sociais, mantenham laços e se relacionem através das redes sociais.

Contudo, tais fatores apesar de seus pontos positivos, revelam um aspecto preocupante: a violação do direito à privacidade de seus usuários. O direito à privacidade, por sua vez, é um direito humano fundamental, disciplinado tanto na legislação nacional através da Constituição Federal. Merece por isso, fundamental proteção.

Nesse interesse, pretende-se com o presente estudo a partir do método de abordagem hipotético-dedutivo, e uma pesquisa bibliográfica com subsídios legais e doutrinários, se verificar, qual, ou quais, as tutelas possíveis para eficácia de tal direito (direito à privacidade) nas redes sociais *online*.

Assim em um primeiro momento no trabalho se apresenta um breve apontamento do que se entende por sociedade digital, sua formação através da *internet* e por conseqüência o surgimento das redes sociais *online*. Já em um segundo momento se apresenta no trabalho o direito à privacidade como um direito humano fundamental a partir dos subsídios legais e doutrinários que fazem parte do contexto brasileiro, para por fim em um último capítulo ser apresentada as tutelas possíveis para eficácia de tal direito no âmbito das redes sociais *online* no país.

1. A sociedade digital e as redes sociais *online*: breves apontamentos

Sociedade digital, sociedade em rede, ou sociedade da informação, seja qual for a denominação escolhida, estamos diante de uma nova realidade social, cujo os grandes avanços tecnológicos, a comunicação instantânea através da *internet*, transformaram-se em sinônimos de produtividade e poder.

Nesse contexto, observa-se o resultado de um sistema de comunicação principalmente eletrônica, tendo a *internet* (meio virtual) permeado o meio social por completo. O processo de instauração da *internet* tem início na década de 70 ocorrendo seu ápice na década de 90, a partir da fusão da mídia de massa personalizada com a comunicação mediada por computadores, resultando em uma enorme interatividade, fazendo da virtualidade uma realidade (CASTELLS, 2004).

Observa-se uma evolução tecnológica que teve como resultado a intensa utilização da *internet*, e a personificação dos meios virtuais. CASTELLS (1999) defende que existe uma cultura da

virtualidade real, vislumbrada através da integração das novas tecnologias com a comunicação eletrônica, alicerçando o surgimento das redes interativas. Nesse viés, a cultura tem sido construída e transformada por esse olhar tecnológico e virtual.

Nesse universo digital, os sites de redes sociais, surgem como um grande diferencial na Comunicação Mediada por Computador, pois “representam redes sociais e permitem que as pessoas estabeleçam conexões sociais (ou laços)” (RECUERO, 2012, p.131-132). Permitem que pessoas que estão distantes mantenham laços e se relacionem através das redes sociais.

Para RECUERO (2009), as interações mediadas por computador, são complexas, comportam valores e geram relações sociais, que por sua vez, geram laços sociais. No âmbito digital podem dar-se, de forma síncrona ou assíncrona, ou seja, em tempo real, cuja, resposta é imediata ou, através de uma interação não imediata, em que o agente leve algum tempo para responder ao que foi escrito. Podem ser associativas (filiação) ou emergentes.

Enquanto a rede emergente exige interação mútua dos seus agentes, construída de forma contínua (e.g. comentários em um blog, onde existe interação de vários atores, uns com os outros a partir de comentários), as redes de filiação ou associativas não necessitam uma interação mútua, as conexões ou interações são decorrentes de mecanismos de associação ou de filiação dos sites de redes sociais (e.g. lista de amigos do Facebook, mecanismo que não necessita que se interaja continuamente para que a rede social exista, mesmo de forma estática por haver a associação, o que também é considerada uma forma de rede social), (RECUERO, 2009).

Atualmente existe uma diversidade de sites de redes sociais, sendo que no país conforme pesquisa realizada através da ferramenta líder global de inteligência em marketing digital da Serasa Experian denominada Hitwise⁶³, o Facebook foi o primeiro colocado entre as redes sociais mais visitadas em julho de 2014 no Brasil, de acordo com dados da pesquisa a rede atingiu 66,99% de participação de visitas no sétimo mês de 2014. Já o YouTube apareceu em segundo lugar na preferência do usuário de Internet, com 23,09% de participação de visitas. Nessa perspectiva o surgimento e existência das redes sociais, é considerado um dos grandes acontecimentos sociais, pois resulta uma nova maneira de se fazer sociedade e de se relacionar (LEMOS;LEVY, 2010).

A internet se tornou um sistema de comunicação essencial para encontrar pessoas e grupos que partilham dos mesmos valores, pois nesse universo não existe uma limitação territorial ou cultural; pelo contrário, abarca os diferentes modos próprios de vida e sentido. (CASTELLS, 2004). Esse novo sistema de comunicação multimodal e versátil, é capaz de integrar todas as formas de expressão através da intemporalidade e simultaneidade. (CASTELLS, 1999).

O conhecimento e a transmissão da informação tornam-se fontes fundamentais, sendo as redes sociais uma das principais bases das relações sociais que se desenvolvem e se ampliam atualmente. A comunicação virtual resulta também em discussões públicas; os agentes se encontram e reencontram, mantêm contato através das redes sociais (para levar adiante a discussão); o tempo; e o

⁶³<http://noticias.serasaexperian.com.br/facebook-e-lider-entre-redes-sociais-em-julho-no-brasil-de-acordo-com-hitwise/>

sentimento, formando assim uma comunidade virtual. (RECUERO, 2009).

CASTELLS (2004) explica que o termo “comunidade virtual” foi associado ao surgimento de novos padrões de interação social ocasionados, principalmente, pela Internet. Ou seja, os meios virtuais possibilitam uma maior interação dos agentes na discussão, troca de idéias e busca por reconhecimento no ciberespaço.

Nesse novo espaço, através das redes sociais, observa-se uma nova forma, mais democrática de comunicação que potencializa a inteligência coletiva dos grupos humanos, pois permite o acesso a informação que pode ser compartilhada entre as pessoas. (LEVY, 2010). Nesse cenário em face da sociedade em que vivemos, a Comunicação tornou-se primordial para que os diversos grupos sociais conquistem seu espaço simbólico.

LÉVY (1996), menciona que a virtualização proporcionou o modelo todos-todos, não sendo definidos emissores e receptores e fazendo com que haja uma troca cultural entre os usuários do veículo, podendo se estar em vários lugares ao mesmo tempo, sem que isso represente necessariamente o fim do contato físico. Apenas amplia e modifica a maneira das pessoas se comunicarem.

Constata-se, portanto, no contexto da sociedade digital, que através da internet, a partir das redes sociais, os indivíduos desenvolveram uma nova forma de se relacionarem, dentro e fora da rede, sendo a *internet* e as redes sociais *online*, uma das principais bases das relações sociais atuais.

2 O direito à privacidade: premissas legais e doutrinárias

Como observado, no capítulo anterior, a sociedade digital e seus fenômenos tecnológicos apresentam muitos aspectos positivos como a facilitação da comunicação das pessoas através das redes sociais. Não se pode olvidar, no entanto, os aspectos negativos dessa realidade. Essa facilitação da comunicação e do acesso à informação, possibilita também uma grande quantidade de violações de direitos, como o direito à privacidade, com efeitos muito mais devastadores, pois ultrapassam fronteiras.

No pensar de PINHEIRO (2003), ações na *internet* que violem a privacidade, como o uso não autorizado de imagem de pessoas, crianças e adultos, que podem repentinamente se verem envolvidas em um escândalo, são tão graves, que deveriam ser considerados como crime hediondo, ou seja, crimes de alta gravidade, os quais merecem maior reprovação por parte do Estado.

Pensar em privacidade, por sua vez, é pensar em um conceito plural e camaleônico que acaba servindo por definir uma gama de interesses distintos, tais como vida privada, intimidade, segredo, sigilo, recato, privacidade ou privacidade. Várias são as teorias quando se trata do direito à privacidade: o direito de ser deixado só, o segredo ou sigilo, o controle sobre informações e dados pessoais e o resguardo contra interferências alheias, são algumas delas (LEONARDI, 2012).

A privacidade, como um direito próprio, em que se baseia a teoria do **direito de ser deixado só**, tem origem nos Estados Unidos, com o artigo escrito por Samuel D. Warren e Louis D. Brandeis, intitulado *The Right to Privacy*, que fora publicado na Harvard

Law Review, em 15 de dezembro de 1890. Warren, incomodado com as notícias divulgadas na imprensa sobre seu casamento com a filha de um senador de Boston (Bayard), veio a escrever um artigo sobre o direito à solidão (to be let alone), que pode ser entendido como “o direito de ficar em paz” ou, de forma literal, o direito de “estar só” (MURILLO, 1990, p. 58). A partir desse acontecimento, passa a ser construído no campo do *Common Law*, um direito geral à privacidade, incluindo questões de violação a propriedade (*property*), confiança (*brach of cofidence*), direito de autor (*copyright*), assim como casos de difamação (*defamation*), e agora também a partir do artigo de Warren, violações da vida privada que ocorressem através da imprensa (LIMBERGER, 2007, p.55). A crítica despendida a essa teoria, é que da maneira como a mesma se apresenta, pode significar quase um isolamento social do indivíduo perante terceiros, ou seja, muito amplo é seu alcance, não possibilitando um parâmetro razoável para definir os aspectos da privacidade a serem protegidos (DONEDA, 2006, p.1).

Já a teoria sobre privacidade, denominada **segredo ou sigilo**, é definida como aquela em que se assegura a pessoa, o direito de que determinadas informações a seu respeito sejam mantidas em segredo. Segundo tal teoria, existem informações dos indivíduos que serão consideradas públicas e informações que serão consideradas privadas, as quais merecem proteção. A crítica diante dessa teoria, é de que seria a mesma muito restritiva, abarcando somente aspectos pessoais da privacidade do sujeito (LEONARDI, 2012, p. 62). No mesmo norte, aparece a teoria denominada **controle sobre informações e dados pessoais**, que traz o conceito de privacidade como a

possibilidade do sujeito em controlar as informações a seu respeito, ou seja, a possibilidade do indivíduo em decidir o que, quando e em que circunstâncias irá comunicar certas informações a seu respeito, principalmente no que se refere aos bancos de dados, tão presentes na sociedade digital (BRITO, 2011, p. 15). Essa teoria por sua vez, é criticada, ao passo que pode representar ao mesmo tempo, um conceito muito amplo no que se refere ao controle que o sujeito terá sobre suas informações, como também pode representar um conceito muito restritivo, se considerada a privacidade somente no que se refere a informações e dados pessoais do mesmo (LEONARDI, 2012, p. 78).

Por fim, quando se pensa a privacidade a partir da teoria do **resguardo contra interferências alheias**, teoria que se aproxima da teoria do **direito de ser deixado só**, ressalta-se o direito do indivíduo em ser deixado em paz, porém com a possibilidade de certo grau de interferência de terceiros (LEONARDI, 2012, p.55). Assim esta última teoria, não representa um isolamento total do sujeito, mas assegura o direito da pessoa em manter alguns aspectos de sua vida resguardados, ou seja, parte de sua vida privada em sigilo.

A teoria do **resguardo contra interferências alheias** teve origem no Tribunal Alemão e foi desenvolvida por Henrich Henkel e Henrich Hubmann, tendo sido originalmente chamada de teoria das esferas. Tal teoria prevê três graus de proteção da intimidade. O primeiro relacionado a aspectos da intimidade da pessoa absolutamente invioláveis (esfera mais interior), o segundo já relacionado a aspectos ainda privados, mas um pouco mais amplos, que podem ser compartilhados com algumas pessoas que o indivíduo confia (esfera privada ampliada) e por

último um grau ainda mais amplo, onde se tem aspectos da intimidade relacionados a uma esfera social, muito mais pública do que as anteriores (ALEXY, 2008, p. 360-361). Apesar das críticas de que tal teoria seria artificial e impraticável, quando se trata do direito à privacidade é uma das mais populares (LEONARDI, 2012, p. 59). Foi adota até mesmo pelo Supremo Tribunal Federal do país, que já entendeu o direito a intimidade como uma prerrogativa de ordem jurídica que garante a pessoa um espaço indevassável, seguro a interferências de terceiros na sua vida privada (BRASIL, 2000).

Seguindo a importância do direito à privacidade no país, para além do campo teórico, o ordenamento jurídico brasileiro tanto no prisma constitucional, como no infraconstitucional, apresenta a privacidade de forma abrangente, como um conceito plural, onde estão presentes manifestações da vida íntima, privada e de personalidade das pessoas. (SILVA, 2007).

Assim violar a privacidade e a intimidade das pessoas, é considerado também uma afronta ao princípio constitucional da dignidade da pessoa humana (BRASIL, 1988). Observa-se que a privacidade, ou o direito à privacidade, seja no âmbito doutrinário através das teorias, seja no âmbito legal, se apresenta como um direito fundamental a ser respeitado. Uma necessidade a ser assegurada na vida dos indivíduos. Nesse passo que o presente estudo busca verificar, qual, ou quais, as tutelas possíveis para eficácia de tal direito (direito à privacidade) nas redes sociais *online* no país, que é o que se pretende apresentar no próximo capítulo.

3. O direito à privacidade e as redes sociais online: as tutelas possíveis para sua eficácia

Como disposto preambularmente, o cenário digital, os avanços tecnológicos e a implementação da *internet*, tem imposto significativas mudanças no cenário social e na maneira das pessoas se comunicarem e se relacionarem, surgindo nesse contexto às redes sociais *online*. Através desses avanços e inter-relações no meio virtual, a violação do direito à privacidade das pessoas, começa a se desenvolver e passa a ser um fator inegável. Em contrapartida não se pode olvidar, que o direito à privacidade, é um direito humano fundamental, e merece por isso, especial proteção. Nesse pensar que nesse último tópico serão apresentadas as tutelas possíveis para eficácia de tal direito (direito à privacidade) nas redes sociais *online* no âmbito do Brasil.

Seguindo essa premissa de proteção à privacidade, mesmo que o ordenamento jurídico nacional não conte com um documento único que trate do tema de forma abrangente e ordenada, as tutelas de proteção à privacidade que podem ser visualizadas no contexto das redes sociais *online*, existem. Vão desde previsões esparsas, tanto na legislação constitucional como na infraconstitucional, como também se expandem a partir de um olhar teórico e doutrinário.

A Constituição Federal de 1988, em seu art. 5º, incisos X, XI e XII, assegura a proteção do direito à privacidade:

Art. 5º (...):

(...)

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito

a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XI - a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial;

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal. (BRASIL, 1988).

Ao preceituar que são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação, está garantindo a Constituição, o direito àquele que vier a ser ofendido em tal direito de receber reparação, contexto que deve ser estendido no que se refere aos meios virtuais. Assim, o usuário das redes sociais *online*, quando ofendido em sua privacidade, tem o direito constitucional de reparação garantido.

No mesmo pensar o direito a tal reparação, encontra-se resguardo na legislação infraconstitucional. O Código Civil (BRASIL, 2002) dispõe um capítulo inteiro sobre os direitos a personalidade, determinando em seu artigo 21, que “A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrario a esta norma”. Assim o usuário das redes sociais, por analogia, pode também utilizar-se de tal tutela quando tiver o seu direito à privacidade violado.

Seguindo tal premissa, outra tutela infraconstitucional ainda, que podemos relacionar no caso das redes sociais *online* e da privacidade, é a proteção do usuário como consumidor. A relação de consumo é disciplinada no ordenamento jurídico brasileiro pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), que trata o consumidor, como destinatário final dos bens e serviços comercializados (serviços com objetivo de obtenção de lucro à empresa que o disponibiliza), considerando o consumidor, a parte hipossuficiente da relação, e precisa por isso de atenção especial e auxílio na defesa de seus direitos.

Sendo assim o consumidor, no contexto das redes sociais, por sua vez, é aquele que utiliza a rede social, pois nesse caso, se trata de uma prestação de serviços, ainda que aparentemente gratuita, acaba por gerar lucro à empresa, mesmo que de forma indireta, o lucro existe na relação. É preciso entender nesse contexto, que salvo entendimentos contrários de alguns doutrinadores, há relação de consumo, pois embora o usuário não pague diretamente pelo serviço, há uma “*remuneração indireta*”, como por exemplo, a veiculação de publicidade nas redes sociais, o que irá gerar lucro para empresa (JUNIOR, 2015). É uma questão nesse caso de interpretação da norma, não podendo o usuário ser prejudicado e ficar sem proteção. É preciso interpretar a norma, “[...] explicar; esclarecer; *dar o verdadeiro significado do vocábulo*; extrair, da norma, tudo o que nela se contém, revelando seu sentido apropriado para a vida real e conducente a uma decisão.” (STRECK, 2005. p. 98). Dito isto, observa-se possível como tutela de proteção à privacidade nas redes sociais, a aplicação do Código de Defesa do Consumidor já que a responsabilidade decorre, como visto, do lucro

auferido com a relação existente entre usuário, rede social e empresa patrocinadora.

Seguindo ainda a ordem das tutelas jurídicas infraconstitucionais, é preciso trazer para esse conjunto também, as mais recentes, porém não menos importantes leis que dialogam com a proteção do direito à privacidade na rede, a Lei 12.737/2012 (Lei Carolina Dieckmann) e Lei 12.965/2014 (Lei do Marco Civil da Internet).

Recentemente em caso amplamente divulgado na imprensa brasileira, a atriz Carolina Dieckmann, teve seu computador “invadido” sendo copiadas fotos suas em situação íntima, que acabaram divulgadas na Internet. Diante de tal fato criou-se a chamada Lei Carolina Dieckmann Lei 12.737/2012, em vigor desde abril de 2013 que alterou o Código Penal Brasileiro (BRASIL, 1940), tipificando⁶⁴ timidamente alguns dos chamados delitos ou crimes informáticos. O bem jurídico tutelado a partir de tal dispositivo legal foi a liberdade individual e a privacidade das pessoas (intimidade e vida privada). Desse modo se alguém invadir, bisbilhotar ou publicar conteúdo de celular, *tablet* ou computador alheio, que estiver protegido com algum dispositivo de segurança (senha), poderá sofrer as sanções da lei, se

⁶⁴ Art. 154-A - Invasão de dispositivo informático alheio, conectado ou não à rede de computadores, mediante violação indevida de mecanismo de segurança e com o fim de obter, adulterar ou destruir dados ou informações sem autorização expressa ou tácita do titular do dispositivo ou instalar vulnerabilidades para obter vantagem ilícita. Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa. Art. 266 - Interrupção ou perturbação de serviço telegráfico, telefônico, informático, telemático ou de informação de utilidade pública - Pena - detenção, de um a três anos, e multa. Art. 298 - Falsificação de documento particular/cartão - Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa.

estendendo nesse caso também as redes sociais, se em decorrência da invasão do dispositivo informático, houver invasões também às contas das redes sociais, sendo esta mais uma das tutelas de proteção passíveis de aplicação nesse contexto.

Concomitantemente a isso, fora promulgado também, o Marco Civil da Internet, Lei 12.965/2014, que prevê princípios, garantias, direitos e deveres de quem usa a rede. A legislação veio reforçar as garantias individuais previstas na Constituição Federal, no que se refere a privacidade dos usuários da rede, colocando a inviolabilidade da privacidade como um princípio do uso da internet (art. 3º, inciso II da lei), bem como prevê responsabilização através da reparação de danos materiais e morais em caso de sua violação (art. 7º, inciso I da lei). No Marco Civil desse modo, como tutela de proteção ao que se refere as redes sociais, os chamados provedores de aplicativos da internet (e.g Facebook) não poderão mais repassar as informações do usuário para terceiros sem o seu consentimento expresso e livre. Isso significa dizer também que ao encerrar uma conta em uma rede social ou serviço na Internet, o usuário pode solicitar que seus dados pessoais sejam excluídos de forma definitiva.

No campo teórico, quando se trata de maneiras de se tutelar o meio virtual e por sua vez, as redes sociais *online*, integrantes desse universo, algumas teorias tem se suscitado ao longo dos anos, em sua grande maioria no cenário internacional.

Uma das primeiras discussões apresentadas através de BARLOW ⁶⁵ (1991) como meio de regulamentação da *internet*, baseia-se na possibilidade de uma **autorregulação**, seja através

⁶⁵ O propulsor de tal corrente que em 1996 escreveu baseado na Declaração de independência dos Estados Unidos o texto "A Declaration of the Independence of Cyberspace".

de um contrato específico, seja através de mecanismos tecnológicos próprios, sem a necessidade de uma interferência Estatal, quer legislativa, quer judiciária. O que na prática já se observa no que se refere às redes sociais *online*, que possuem contratos, ou termos de serviço, quando o usuário se cadastra na rede, assim como mecanismos tecnológicos de privacidade.

Contrária a essa primeira teoria JOHNSON e POST (1996), defendem como forma de regulamentação nos meios virtuais um direito próprio denominado “**direito do ciberespaço**”, uma regulamentação independente do direito convencional e de forma global, levando em consideração que os meios virtuais sobrepõem as fronteiras físicas. Segundo tal teoria, seria necessário a criação de organismos internacionais para regulamentação de forma global da rede, uma regulamentação mundial única para o ciberespaço, e nesse contexto então, a partir da criação de um direito próprio estariam incorporados os direitos dos usuários das redes sociais, sendo a criação de tal direito uma forma de tutela possível para proteção do direito à privacidade nesse contexto.

Já uma terceira teoria possível, seria a utilização da analogia, ou seja, utilizar-se das normas jurídicas já existentes no caso concreto (violações de direitos na internet), interpretando as normas jurídicas vigentes em cada Estado aos casos em que não existe regulamentação. A analogia no ordenamento jurídico brasileiro está prevista na Lei de Introdução do Código Civil em seu art. 4º que trás a possibilidade do Juiz decidir quando inexistente lei, dentre outros, baseado na analogia, sendo este mais um dos mecanismos passíveis de aplicabilidade na tutela do direito a privacidade nas redes sociais.

Nesse mesmo aspecto, ao se discutir formas de regulamentação nos Meios Virtuais tem-se ainda uma quarta teoria, a qual se defende uma abordagem mista: utilizar-se da arquitetura dos meios virtuais (mecanismos de controle) e outras tutelas aliadas ao sistema jurídico, o principal defensor de tal teoria é LESSIG.

Para LESSIG (2006) uma alternativa viável quando se trata dos meios virtuais e sua regulação é a utilização de tutelas alternativas além da jurídica, tais como: **as normas sociais**, onde a própria reprovação social de uma conduta praticada inibiria a prática da mesma; **o mercado**, onde o preço inibiria certos comportamentos; **a arquitetura**, ou seja, através de “**códigos**” do próprio meio virtual seria possível permitir ou proibir certas condutas. Dando um exemplo simplista, seria como uma senha de proteção para determinadas condutas através da arquitetura (código) da *internet*. Assim a teoria mista defende uma união da tutela jurídica com outras formas de tutelas possíveis quando se trata dos meios virtuais e a proteção dos direitos de seus usuários, dentre os quais a privacidade.

Diante de tantas complexidades, quando se trata do meio virtual, sua regulamentação principalmente ao envolver questões tão cotidianas e ao mesmo tempo com efeitos tão amplos e graves, como no caso da violação da privacidade através por exemplo das redes sociais *online*, constata-se que há muito o que ser pensado e muitos caminhos ainda a serem percorridos, mas que já existem algumas tutelas passíveis de aplicação para proteção do direito à privacidade nas redes sociais *online*, assim como existem muitas outras a serem pensadas e implementadas.

Conclusão

Observou-se no percorrer do estudo a presença de uma sociedade digital que no seu desenvolver tecnológico, principalmente através da internet, e o advento das redes sociais *online*, mudou a maneira das pessoas se comunicarem e se relacionarem. Em que pese tal contexto ser extremamente positivo, pois transforma e viabiliza a inteligência coletiva, sendo possível não só receber informações como também emití-las, revela também um aspecto preocupante: a violação do direito à privacidade dos usuários da rede. O direito à privacidade, por sua vez, vem se desenvolvendo a partir de várias teorias e se apresenta como um conceito plural que pode ser utilizado para definir uma gama de interesses distintos, tais como vida privada, intimidade, segredo, sigilo, recato, privacidade ou privacidade. Demonstrou-se assim no decorrer do texto, algumas das diversas teorias existentes quando se trata do direito à privacidade como: o direito de ser deixado só, o segredo ou sigilo, o controle sobre informações e dados pessoais e o resguardo contra interferências alheias. Da mesma maneira o estudo apresentou a privacidade como um direito humano fundamental, disciplinado na Constituição Federal, o que lhe faz merecedor de fundamental proteção. Nesse contexto pode-se constatar que violar a privacidade e a intimidade das pessoas, é considerado também uma afronta ao princípio constitucional da dignidade da pessoa humana.

Nesse intere, considerando a importância do direito a privacidade, abordou o estudo, algumas das tutelas possíveis para eficácia de tal direito nas redes sociais *online*, que perpassam desde previsões esparsas, tanto na legislação constitucional como na

infraconstitucional sobre o tema, como também se expandem a partir de um olhar teórico e doutrinário. No campo constitucional através do art. 5º observou-se a inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das pessoas, bem como a garantia àquele que vier a ser ofendido em tal direito, de receber reparação, até mesmo e principalmente quando esta ofensa ocorrer nas redes sociais *online*. No mesmo caminho trouxe o estudo a tutela do direito à privacidade na legislação infraconstitucional, através do Código Civil de 2002, do Código de Defesa do Consumidor, da Lei Carolina Dieckmann e do Marco Civil da Internet, todas legislações que a seu modo podem ser utilizadas na tutela do direito à privacidade nas redes sociais *online*.

Seguindo essa premissa ainda foram apresentadas para além das tutelas jurídicas, tutelas pensadas a partir da teoria a ser aplicada às relações da sociedade digital, como a autorregulação, o “direito do ciberespaço”, a utilização da analogia, e até mesmo o uso de uma abordagem mista, ou seja, utilizar-se da arquitetura dos meios virtuais (mecanismos de controle) e outras tutelas aliadas ao sistema jurídico tradicional.

No findar do presente estudo, reconhecem-se as complexidades e o desafio, quando se trata do contexto da sociedade digital e das redes sociais *online* e a busca de tutelas possíveis para proteção do direito à privacidade. Mas um desafio a ser superado. A possível aplicabilidade seja do modo tradicional das tutelas jurídicas já existentes, seja pensando novas formas de mecanismos de proteção à privacidade, como a exemplo no campo teórico, são os caminhos. A inércia é a única coisa que não pode se estabelecer na transição ao que parece inevitável, do mundo real para o mundo virtual, em que as redes sociais *online* fazem parte diariamente da vida dos indivíduos, remodelando e criando novas formas de interações e de comunicação.

REFERÊNCIAS

ALEXEY, Robert. **Teoria dos direitos fundamentais**. São Paulo: Malheiros, 2008.

BARLOW, John Perry. **Electronic frontier: coming into the country**, in Communications of the ACM, coluna Electronic frontier, 1991.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm> Acesso em: 18 novembro. 2014.

_____. **Lei 10.406/2002**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12737.htm> Acesso em: 13.dez.2014

_____. **Lei 2.848/1940**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm> Acesso em: 05 dez. 2014

_____. **Lei 12.965/2014**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm> **Acesso em: 08.ago.2015.**

_____. **Lei 12.737/2012**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12737.htm> Acesso em: 13.dez.2014.

_____. **Lei 8.078/1990**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm> Acesso em: 13.dez.2014.

BRITO, José Augusto Pereira. **Cibercidadania: a virtualização na comunicação pública contemporânea**. Revista *Organicom*. v.3 n.4. 2011. Disponível em <scholar.google.com.br>. Acesso em: 13.ago.2015.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 2004.

_____. **A sociedade em rede**: A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

JOHNSON, David, G, POST, David G. **Law and borders – the rise of law in cyberspace**, in 48 Stanford Law Review, 1996

JUNIOR, Hermano Marques da Silveira. **A Legitimidade Passiva Dos Fornecedores Do Serviço Rede Social Nas Ações De Dano Moral Decorrentes Do Seu Ambiente Virtual**. Disponível em: <<http://www.forumjuridico.org/topic/13672-a-legitimidade-passiva-dos-fornecedores-do-servico-rede-social-nas-acoes-de-dano-moral-decorrentes-do-seu-ambiente-virtual/>>. Acesso 15 de fevereiro de 2015.

LEMONS, André; LEVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulos, 2010. (Coleção Comunicação).

LEONARD, Marcel. **A Tutela e privacidade na Internet**. São Paulo. Saraiva, 2012.

LESSIG, Lawrence. **Code and others of cyberspace**, version 2.0. Nova York: Basic Books, 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2010.

_____. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LIMBERGER, Têmis. **Transparência Administrativa e novas tecnologias**: o dever de publicidade, o direito a

ser informado e o princípio democrático. In: Revista Interesse Público. Porto Alegre: Nota Dez, n. 39, set/out 2006, p. 55-71.

MURILLO, Pablo Lucas. **El derecho a la autodeterminación informativa**. Tecnos S/A, 1990.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito Digital**. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

_____. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. São Paulo: Malheiros, 2007.

STRECK, Lenio Luiz. **Hermenêutica jurídica e(m) crise: uma exploração hermenêutica da construção do Direito**. 6. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2005. P. 98.

Espaço-Tempo de apresentação do telejornal: a plasticidade, a ubiquidade e o agora absoluto

Fabiano Maggioni

Introdução

Apresento neste trabalho uma das facetas que minha tese de doutorado foi capaz de apontar, no conjunto de significações plásticas usadas nas estratégias de apresentação de telejornais brasileiros. O momento de apresentação dos telejornais sempre me chamou a atenção por usarem uma estética curiosa e uma performance de estúdio com pouca variabilidade. No entanto, nos últimos anos, os telejornais brasileiros começaram a apostar mais na movimentação da cena de apresentação. Parecem ter compreendido que não apenas fornecer a notícia, mas o modo como é ofertada a notícia na televisão, influencia na persuasão.

Um dos aspectos percebidos durante a pesquisa foi o da ubiquidade, tentativa que a televisão faz de se aproximar da internet, apesar de seus limites de dispositivo, usando estratégias puramente visuais para isso. A compreensão do uso do tempo e espaço na narrativa de apresentação telejornalística foi fundamental para a abordagem e foi feita pelo viés de tempo e espaço narrativo que Mario Carlón faz, ancorado na teoria enunciativa de Émile Benveniste.

O agora absoluto

A apresentação telejornalística constitui uma narrativa de exibição de outras narrativas. A primeira é regida pelo tempo do "ao vivo", ou o tempo linguístico segundo Benveniste (1999, p.73), e a segunda guarda as características do "gravado", ou tempo crônico, segundo o mesmo autor. A aproximação destes tempos de exibição da narrativa telejornalística com a categorização do tempo feita por Benveniste (1999), permite pensar uma analogia que considera o espaço de apresentação telejornalística como um "oráculo", para o onde são levados os fatos "escolhidos" da realidade em sacrifício de sua desconstrução, sendo em seguida "ressuscitados" como notícia relatada.

O tempo de apresentação "ao vivo" do telejornal aproxima-se assim, da ideia de tempo linguístico de Benveniste (1999), que é o tempo da língua e está organicamente ligado ao exercício da palavra e "que se define e se ordena em função do discurso" (BENVENISTE, 1999, p. 76). Claro que em televisão o enunciador é um complexo formado por uma coletividade enunciativa que age em função do enunciado. Na palavra o próprio falante age diretamente na instituição da língua para enunciar. Porém, apesar da diferença de complexidade, seus tempos e modos de enunciação são idênticos.

O tempo presente constituído ao enunciar é reinventado cada vez que alguém fala, sendo um momento novo, que ainda não foi vivido. Este presente linguístico vai se compondo pelo discurso em enunciação e recorda acontecimentos do passado ao mesmo tempo em que prospecta o futuro. "O presente linguístico engendra no agora toda forma de organização factual social e de memória do homem. Este presente linguístico é um

tempo implícito, que é marcado pela coincidência do acontecimento e do discurso. Diferente dos tempos passado e presente, que são explicitados pela linguagem e que não se colocam no mesmo nível do tempo (presente) linguístico" (MAGGIONI, 2015, p. 114).

Ao que Benveniste (1999, p. 78) diz: "...o único tempo inerente à língua é o presente axial do discurso, e que este presente é implícito." Em outras palavras, ao acionar a língua, imediatamente é posto em funcionamento seu efeito temporal de presente que, de tão imediato, parece implícito.

Então a narrativa de apresentação do telejornal insere-se em uma enunciação de espectro amplo e apresenta elementos próprios de linguagem, ou seja, um sistema semiológico como já foi descrito. Tal sistema é inscrito em um dispositivo midiático e funciona segundo suas regras. O tempo ditado por este dispositivo televisivo é majoritariamente relativo à transmissão "ao vivo", portanto pode-se chegar à conclusão que a narrativa de apresentação telejornalística (tida como linguagem) funciona aos moldes dos mecanismos da língua, porém midiaticizada.

Mario Carlón estuda o tempo do "ao vivo" na televisão e baseia-se no pensamento de Benveniste para explicar o tempo da transmissão direta. Carlón (2012, p. 129) faz um comparativo da transmissão ao vivo com os mecanismos da intersubjetividade da linguagem. Aponta que, quando o locutor do enunciado diz "agora, hoje, neste momento", está localizando um acontecimento como simultâneo ao seu próprio discurso. Orienta assim o interlocutor a encontrar-se com ele na mesma representação.

Ou seja, um enunciador mobiliza a linguagem para materializar suas ideias, que estavam dispersas até então no vasto campo das intersubjetividades.

Ao proceder desta forma, o enunciador realiza um recorte de tempo, armado pelo próprio ato da enunciação. Um novo tempo presente é instalado a cada vez que se enuncia. O tempo nas transmissões ao vivo se constrói a todo momento em um agora permanente.

Diz o autor que, assim como o tempo linguístico, o tempo do "ao vivo" tem seu centro no presente da enunciação. "Como o tempo linguístico, o seu presente é implícito e instaura um passado (voltado para trás, dado pelo que acaba de ser emitido) e um futuro (projetado para a frente, que é o desconhecido)" (CARLÓN, 2012, p. 129).

A gramática da plasticidade

Assim como na linguagem verbal, a linguagem telejornalística possui sua constituição baseada em elementos visuais, coordenados à uma lógica de formação discursiva. O discurso que se forma na linguagem telejornalística respeita uma instância temática e uma estância figurativa, para poder produzir sentido no que apresenta.

Importa nesta parte do trabalho, mostrar que potência de formação discursiva tem a linguagem da televisão aplicada ao jornalismo e para tanto faço aporte da teoria da imagem para poder mostrar com elementos visuais constroem sentidos mais complexos, como o da ubiquidade, em telejornalismo.

A televisão sempre buscara conseguir uma maior cumplicidade emocional com os seus espectadores (IVARS, 2002, p. 33-34), sendo que na composição do telejornal, os aspectos gráficos comporão praticamente a embalagem do produto televisual, que ficam expostos em uma prateleira. E

que concorrem com outras emissoras pelo olhar dos "clientes" expectadores.

A gramática visual que permite a criação do texto televisivo atua sobremaneira na formação do efeito de ubiquidade em telejornal, uma vez que é a partir da plasticidade da imagem que os demais efeitos narrativos são capazes de se materializar. Recorro aqui aos 13 elementos visuais ditados por Villafañe (2000) que os divide em morfológicos, dinâmicos e escalares. Deles e suas relações derivam os efeitos de tempo e espaço na narrativa televisual.

As características particulares dos 13 elementos da imagem, segundo Villafañe (2000), são múltiplas, e de suas relações brotam outras tantas. A descrição de todas se tornaria exaustiva, portanto irei qualificá-las por elementos plásticos materiais, existentes em todas as imagens, sendo o ponto, a linha, a forma, a textura, o plano, a cor. De suas relações icônicas surgem os elementos de dinamicidade da imagem, que são o movimento, a tensão e o ritmo. Já os elementos que compõem a espacialidade são a dimensão, o formato, a escala e a proporção.

No espaço plástico, trabalha-se muito com energias, que podem ser vetoriais, produzidas pela linha, ou sinestésicas, produzidas pela cor. Estas energias, como define Arnheim (2000, p. 10), são experiências psicológicas e análogas às forças físicas reais, que perceptiva e artisticamente, podem ser consideradas reais.

Dependendo do uso destes elementos primários, terei significados esboçados que poderão, em conjunto, elaborar sentidos mais complexos. Se as linhas tiverem contornos suaves, possivelmente favorecerão as imagens que pretendem representar sentidos como ternura, carinho, suavidade, delicadeza, etc. Se ao contrário, forem utilizadas

linhas retas quebradas em ângulos fechados, somadas a cores quentes, poderei ter sentidos de brutalidade, ação, expansão, entre outras.

As significações da imagem vêm carecendo de uma teorização capaz de abranger o campo epistemológico deste fenômeno. Villafañe e Mínguez (2002) fala sobre isso e propõe que um olhar mais cuidadoso e específico seja lançado sobre as imagens. "A natureza das coisas. O permanente e invariável nelas".

Sua natureza icônica ocupa-se dos processos e elementos estruturais nos quais a imagem está fundada. No caso do telejornal, ele será capaz de compor uma imagem institucional com preceitos de credibilidade e agilidade, por exemplo, se a composição plástica for capaz de mostrar isso através de suas escolhas de como se "apresentar" ao público. Isto significa atentar, assim, para detalhes fundamentais do conjunto que aparece na tela e como estão ali compostos pontos, linhas, cores, texturas, entre outros.

Depois de estruturada a natureza icônica da imagem, constituída pelos elementos já listados, a narrativa televisual organiza-se em uma temática recoberta de figurações que criam a atmosfera ideal para aproximar o que é mostrado, da realidade de quem olha.

O que é tema e o que é figura em imagem?

A plasticidade é determinante para que seja possível identificar um percurso temático e um percurso figurativo nesse tipo de narrativa, que em conjunto com o texto verbal, produzirão sentidos. O sistema de ordem presente em uma imagem irá determinar as significações plásticas da mesma (VILLAFÑE, 2000, p. 166), sendo que tal sistema

terá competência para remeter o observador à realidade.

Da tematização e figurativização do texto televisual, tem-se efeitos de sentido, principalmente de realidade, que se inscrevem em um tipo de discurso próprio do televisual. Agora é importante atentar para o modo como o texto visual forma o tema e o reveste de figuras.

Se a tematização de uma narrativa for considerada, segundo Barros (2005, p. 66), como a formulação de valores abstratos organizados em percursos gerativos, pode-se afirmar que nas apresentações do telejornal há tematização, mas esta é pouco variável, ou como prefiro chamar aqui, é de uma base temática estável. Dessa forma, pode-se afirmar que o telejornal busca firmar-se num espaço transitório de notícias, onde elas acabam se inscrevendo para poderem "aparecer". Este espaço enunciativo é composto de arranjos icônicos permanentes em que o tema é o mesmo para praticamente todas as notícias.

Os traços semânticos da tematização desta narrativa são associados à ação de elementos visuais que compõem significações plásticas gerais em um esquema icônico como força, velocidade, movimento, harmonia, quente, frio, suavidade, etc. Este conjunto forma uma temática permanente. Vale lembrar que o esquema icônico é montado a partir das "forças", "energias" do plano plástico, postas em relação no mesmo espaço.

Dessa maneira, os telejornais arquitetam seus modos de apresentação estabelecendo parâmetros icônicos, na maioria permanentes e parecidos, se comparados entre as diversas emissoras. Elementos abstratos e sujeitos enunciativos conseguem, desta forma, se materializar no enunciado. É o caso da noção de

"mundo" abrangida pelo telejornal e representada, de forma estilizada, pela espacialidade ampliada ao fundo, fazendo aparecer a redação ou o globo terrestre de diversas formas.

Teoricamente, pode-se considerar que esse tipo de narrativa busca firmar os valores de "fazer-crer". Para isso, terá que se recobrir com figuras do conteúdo que destaquem o objeto de valor buscado. Isso quer dizer que ela estará se figurativizando, pois o que era um percurso temático abstrato, composto por elementos da composição visual, agora recebe revestimento sensorial.

Destaco novamente aqui a característica única da linguagem visual, que se constitui como linguagem a partir de elementos icônicos. Portanto, volto a considerar que os valores abstratos que constroem a temática são formados por elementos plásticos básicos, distribuídos num esquema icônico. Na imagem, se a mesma for considerada um texto, a sintaxe será formada por tais elementos visuais básicos. É o modo como ela encontra para, a partir de sua natureza ontológica, firmar-se como linguagem.

A imagem a seguir mostra o que poderíamos eleger como um esquema de composição temática básica em apresentação de telejornal, pelos telejornais observados durante este estudo. O modelo inicial de telejornal, copiado do modelo norte-americano da segunda metade do século passado, parece persistir em seu uso no telejornal brasileiro. É a partir dele que se pode elaborar o seguinte esquema, representado na Figura 1.

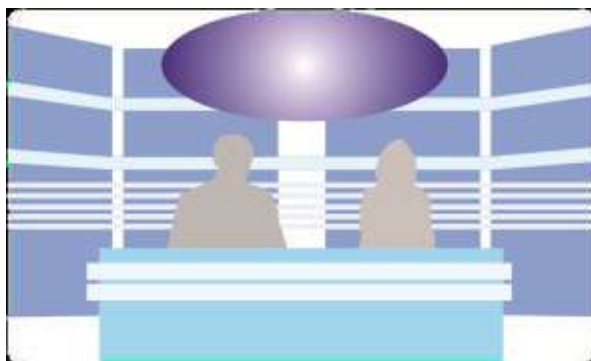


Figura 1 - Elementos básicos da estrutura icônica de apresentação do telejornal nos quais a tematização se configura, Fonte: Elaborado pelo autor.

Em cima desta plataforma narrativa são aplicados elementos figurativos que potencializam os significados semânticos da cena. O globo ovoide acima do cenário sintetiza elementos de fundo que estão sendo bastante explorados pelas emissoras. Eles constroem uma amplitude de mundo onde podem estar localizados os enunciadores que não aparecem na cena principal. As redações ao fundo são também um bom exemplo disso. É perceptível o nível de "fluidez" deste espaço, marcado principalmente pelas linhas.

As variações temáticas, quando acontecem, podem ser percebidas no momento da previsão do tempo, em algumas projeções de fundo ou variação de cenário com fotografias ampliadas, e mesmo em casos de ambientação de entrevista. Quero entender como tematização da apresentação do telejornal, momentos em que o esquema icônico, ainda no nível da plasticidade, sofre importante direcionamento dos sentidos, pelo visual. Como sua tendência é apresentar uma única modelagem temática, dominada pelo presente, faço esta aproximação

então, de alguns fatores como sendo os determinantes à tematização do icônico.

Já o processo de figuratividade é relativo a tudo que seja usado na imagem para acentuar os momentos da narrativa, e que fuja da normatização temática rígida deste tipo de narrativa. Nisto incluem-se os enquadramentos fechados, para acentuar a dramaticidade do apresentador no caso de uma notícia mais relevante; os movimentos de câmera pelo set de gravação para as entradas e saídas de bloco; a inserção de grafismos na tela para destacar o assunto que está sendo tratado, entre outros. Isso é o enriquecimento do tema na afirmação do real.

Delimitar o que é figura numa narrativa essencialmente figurativa é uma tarefa difícil e sorrateira, no entanto, acredito que, como no texto verbal em que valores são materializados por uma temática e as figuras estão ali para acentuar e destacar os traços semânticos no percurso de geração do sentido, também nas imagens é necessário selecionar que figurações se dão ao trabalho de destacar outras figurações.

Outro grande desafio a este trabalho se constitui na natureza do objeto empírico, imagem televisual. Compartimentar e separar as partes que significam para poder explicá-las é tão difícil quanto tentar fragmentar a percepção humana. Ela acontece de forma holística, no conjunto do percebido. De qualquer maneira, acredito ser viável o esboço de uma análise que mostre as vertentes de significado plástico, e não somente o contexto semântico.

A ubiquidade pretendida

Tanto por estratégia visual quanto por estratégia de sobrevivência de mercado, a televisão

brasileira tem dado indícios de tentar aproximar-se às características da internet. Visualmente isso transparece nas apresentações dos telejornais, na medida em que a televisão tenta alargar seu espaço e seu tempo narrativos. Nas investigações desenvolvidas no decorrer dos últimos três anos, em virtude de meu doutoramento, verifiquei certa predisposição da televisão em tentar parecer presente e permanente, no cotidiano dos brasileiros.

Pretensão que lhe coloca além das possibilidades de sua natureza enquanto dispositivo midiático, fazendo-a parecer instituição onipresente. O lugar do enunciatário – receptor – é exposto no ambiente de apresentação do telejornal elaborando a ideia de que ele, instituído no sujeito enunciativo do "tu", existe e é visível. Nesse caso, o sujeito enunciador mostra a quem está se dirigindo, procurando assim, reforçar seu argumento enunciativo.

Os valores embutidos no enunciado transportam e endereçam a mensagem contida nele, tática que é conquistada com o fato de mostrar o enunciatário no enunciado. Tais valores até então estavam velados, apenas insinuados no texto, no caso visual-verbal, do enunciado. Esta ação tem implicância no eixo tempo-espaço do enunciado, ditadas pela natureza do dispositivo. Ou seja, ficam atreladas ao que a tecnologia da televisão é capaz de permitir nos níveis de interação, cobertura, aporte de notícias e agilidade informativa.

Por mais que a televisão estabeleça possibilidades de participação de seu público com seu enunciado, tais possibilidades diferenciam-se muito em comparação com as capacidades interativas da internet, por exemplo. A ambiência midiática na internet é construída com forte participação do receptor, quando infinitas redes de

exposição, consumo e participação espalham-se, reproduzem-se por responsabilidade do usuário. Chega-se ao ponto de confundirem-se as pertencas dos sujeitos enunciativos das searas da produção e da recepção, ocupadas ora por um, ora por outro.

Na Figura 2 fica perceptível a estratégia televisiva de mostrar o enunciatário. Ele aparece representado nas características do que, e de quem, é mostrado.



Figura 2 - Chamada da repórter ao vivo no estúdio
Fonte: Globo (2014)

A câmera aproxima-se em zoom da apresentadora, antes desta chamar a repórter, trazendo assim o quadro para mais próximo da tela, onde então está a repórter que inicia o diálogo com a apresentadora. Após a repórter ser chamada, há uma fusão suave em que a tela de exibição do estúdio do telejornal é substituída pelo enquadramento da repórter ao vivo, na rua. Este ambiente "transporta" o estúdio para um lugar comum a todos, a rua. A rua revela-se assim, além de cenário real dos acontecimentos, em um elemento identitário forte, que ocupa lugar constante no meio de vida do telespectador do telejornal.

Em outras palavras, o telejornal estende seu tempo narrativo "ao vivo" para o lugar onde está seu público, o telespectador. Cria assim a ilusão de que o enunciatário está em relação dialógica com o enunciador, por dar uma pequena amostra dele em sua restrita estância de produção.

Lendo-se em conta que no momento da apresentação telejornalística monta-se um tempo enunciativo totalmente voltado ao presente e constituído no lugar de onde falam os narradores, agora o tempo é estendido para fora do estúdio, para outro lugar, diferente daquele ali. No momento que o repórter entra ao vivo no telejornal, ele comunga um tempo igual daquele que está sendo enunciado no estúdio. O lugar onde está a apresentadora e onde está a repórter, é diferente, e por estarem distantes um do outro colabora para construir a ideia de onipresença da televisão. Desta forma, parece que a televisão extrapola suas barreiras de dispositivo midiático e torna-se onipresente.

No momento que a televisão constrói esta ambiência, meramente com recursos audiovisuais, reforça no telespectador a crença de que ela pode estar em todos os lugares ao mesmo tempo e potencializa os valores de aproximação e interação dele com a mídia. O que não é verdadeiro pois, diferente da internet, e por mais que a televisão espalhe-se do forma rizomática, ainda se constitui como mídia essencialmente unidirecional. Ao menos no modelo de difusão praticado no Brasil no momento desta pesquisa. Levando em conta que, na cena da enunciação televisiva telespectador e televisão revestem-se como sujeitos da enunciação, pode-se atribuir ao receptor grau de cumplicidade no processo. No entanto, como agente midiático, este mesmo receptor ainda enfrenta significativas restrições de interação.

Esta movimentação espacio-temporal da narrativa de apresentação do telejornal configura característica que é própria da imagem televisual exibida ao vivo, e que é dada concomitantemente na ação das instâncias da produção e recepção, ambas

outorgadas por um dispositivo. Neste sentido, recordamos Benveniste (1999, p. 73), quando este fala que o tempo crônico é aquele que tenta organizar o tempo na narrativa, definindo tempo numa sucessão de "antes" e "depois", formando uma linha cronológica onde o homem consegue se localizar.

Aportando a definição de tempo crônico para a narrativa televisual, é possível encontrar semelhanças de seu conceito com a constituição das matérias que são exibidas no telejornal. Nelas, os fatos são extraídos do tempo físico (real), e inseridos numa nova linha lógica e compreensível de acontecimentos, ou, na narrativa. Pensemos, o tempo crônico pertence ao domínio da constituição do tempo nos discursos, ele não pode ser posto no "ao vivo", por seu caráter temporal ser diferente. Sua estrutura, é sim, fixa e intemporal. Podendo ser montada e editada, e capaz de antecipar ou tardar fatos na linha de acontecimentos.

Seguindo este pensamento podemos pensar que o tempo do "ao vivo" em televisão tenta fazer o mesmo, mas obedecendo a sua natureza temporal do presente. E assim faz inserindo temporalidades idênticas às suas, só que de fora. Esta estratégia está exemplificada na Figura 3 onde é retratado o telejornal "Jornal da Band". Nele, dois repórteres entram ao vivo falando sobre as torcidas de seleções participantes da Copa do Mundo de 2014 realizada no Brasil.



Figura 3 - Dois ambientes fora do estúdio são mostrados nas entradas ao vivo no telejornal

Fonte: Band (2014)

Na parte de cima da Figura 3, a sequência das imagens apresenta a repórter tentando fazer seu boletim em meio a integrantes da torcida da seleção argentina. A repórter está estrategicamente colocada naquele lugar e naquelas circunstâncias sendo que, o fato de ela ser "engolida" pela torcida, colabora para figurativizar o texto que ela fala ao vivo.

A informação principal ali é mostrar o ambiente existente na torcida. Ali, a torcida assume o lugar e a condição psicológica do enunciatário. Este, por sua vez, está em casa assistindo os jogos e fazendo também, a sua torcida. O telespectador "outorga" à torcida que aparece na televisão, sua condição de enunciatário (receptor), pelas identidades geradas no modo de organização e empolgação que é mostrado na torcida do telejornal.

Adiante, a repórter chama o colega que está em outro estado, em meio à outra torcida. Nesse momento o quadro da cena é dividido ao meio. A referência de espaço é duplicada, o telejornal conectado a dois espaços fora do estúdio. O sentido de ubiquidade é assim, potencializado uma vez que, o estúdio chama a primeira repórter que, sem

devolver para o estúdio, chama o colega de outro lugar.

A ideia de presença espacial iniciada no estúdio foi expandida e ramificada. Os recursos visuais empregados ali, constroem o sentido de ubiquidade, mesmo que ilusório, pois o sinal da televisão pode estar presente ao mesmo tempo em vários lugares, porém, com abrangência restrita. Voltando à figura... , em sua sequência de baixo, o repórter situa e marca o lugar de onde fala, passa para o telespectador como está a empolgação da torcida e chama o estúdio, em seguida.

Em toda esta performance fora de estúdio, nota-se o "insert" de lugares variáveis, em uma mesma linha de tempo-acontecimento permanente, e que são interligados pelo modo de transmissão "ao vivo", que é dado a partir do estúdio. Em outras palavras, o "ao vivo" da narrativa de apresentação do telejornal adere ao tempo do que é contado fora do estúdio. Ambos no presente, mas em lugares diferentes.

Tanto na primeira quanto na segunda sequência, é possível mostrar como a imagem do enunciatório é construída na cena com riqueza figurativa. Ele é mostrado sem pudor e explicitamente pelo modo como se manifesta. O gênero de notícia (esportivo) em que está incluído, no caso, contribui para isso. Nas duas entradas ao vivo são estrategicamente usados os planos (original e plástico) da imagem para figurativizar a narrativa. Isso é percebido na medida em que, na primeira entrada ao vivo da repórter, a torcida argentina preenche o primeiro plano, apequenando a repórter que some entre eles. Plasticamente, o sujeito central da narrativa, em primeiro plano, é substituído por elementos de segundo plano, que tomam o quadro.

Já na segunda entrada ao vivo, os sujeitos enunciativos que estão no segundo plano visual se sobrepõem ao sujeito do primeiro plano (repórter), enunciando por gestos. É possível perceber que um deles chega a baixar as calças enquanto outro faz um gesto obsceno com a mão em direção à câmera. A força dos textos envolvidos nessa narrativa disputam espaço de atenção. Elementos de segundo plano dividem com o sujeito do primeiro plano a atenção do que está sendo enunciado.

Diante do que foi exposto, é possível afirmar que existem dois procedimentos básicos para a construção do efeito de ubiquidade nas apresentações dos telejornais. Por um lado, tenta-se alongar o tempo do estúdio para fora dele, passando por espaços diferentes, mas com o mesmo tempo enunciativo. Concomitante a isso, há a explicitação do enunciatário e de seu lugar de existência, com o objetivo de trazer para dentro da televisão espaços e sujeitos de fora dela, construindo um pretense caráter seu de onipresença.

Referências

ARNHEIM, R. **O poder do centro**: um estudo das composições nas artes visuais. Lisboa: 70, 1988.

_____. **Arte e percepção visual**: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Pioneira, 2000.

BARROS, D. L. P. **Teoria do discurso**: fundamentos semióticos. São Paulo: Atual, 2005.

_____. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2005.

BENVENISTE, E. **Problemas de linguística general II**. Madrid: Siglo Veinteuno, 1999.

CARLÓN, M. **Do cinematográfico ao televisivo: metatelevisão, linguagem e temporalidade.** São Leopoldo: UNISINOS, 2012.

IVARS, I. **El diseño grafico en television: tecnica, lenguaje y arte.** Madrid: Catedra, 2002.

MAGGIONI, F. **Estrutura básica da representação visual nas construções discursivas da apresentação do telejornal.** Santa Maria: UFSM, 2015.

VILLAFañE, J. **Introducción a la teoria de la imagen.** Madrid: Pirámide, 2000.

____; MÍNGUEZ, N. **Principios de teoria general de la imagen.** Madrid: Pirámide, 2002

Cultura e comunicação: debates, idealizações e ausências a respeito de formas e práticas de comunicação contemporâneas

Nara Magalhães
Sandra Rúbia da Silva

Introdução

O que gostaríamos de propor neste artigo são algumas questões para refletir, a partir do diálogo entre duas pesquisas: uma sobre o significado da televisão para grupos de camadas médias, realizada em uma cidade de médio porte do interior do Rio Grande do Sul⁶⁶, e outra sobre consumo de telefones celulares entre pessoas de grupos populares em uma comunidade de Santa Catarina⁶⁷, ambas localizadas no sul do Brasil.

Após uma passagem sobre as várias concepções de cultura presentes no debate sobre cultura brasileira e sobre a relação com os meios de comunicação, destaca alguns pressupostos presentes no debate contemporâneo, os quais se fazem sem conexões com os ideários anteriores que os motivaram. Compartilhando preocupações sobre uma certa invisibilidade dos aparatos tecnológicos

⁶⁶ A pesquisa resultou na tese de doutorado de Nara Magalhães: “Televisão, uma vilã na sociedade contemporânea - um estudo sobre modos de ver (a) TV de pessoas pertencentes a camadas medias”, concluída junto ao PPGAS/UFSC em abril de 2004.

⁶⁷ Ver pesquisa realizada por Sandra Rúbia da Silva em sua Tese de Doutorado: “Estar no tempo, estar no mundo: a vida social dos telefones celulares em um grupo popular”, PPGAS/UFSC, 2010. E também a reflexão desenvolvida em Silva (2012).

presentes na sociedade contemporânea em estudos sobre cultura, tentaremos levantar algumas questões para reflexão, esperando contribuir para o debate das relações entre cultura e comunicação.

Preâmbulo: Bambam ainda é péssimo exemplo?

“Triste país este em que pessoas como Kleber viram ídolos. (...). Apenas por cometerem incontáveis erros de português, são julgados puros”. ... “Triste país este que nunca soube votar, que se deixa levar pelas aparências, pela casca, como se conteúdo fosse o que menos importasse...”. “O ídolo de barro ganhou. É burro, ignorante, não tem cultura. (...) Triste país este. Após a vitória de Kleber, ficou ainda mais triste ser brasileiro”

Este é um trecho de um texto que circulou na internet logo após o final do primeiro programa *Big Brother*⁶⁸, texto cuja autoria foi atribuída a Arnaldo Jabor, conhecido comentarista de TV e colunista de alguns jornais; após sua negativa, no entanto, descobriu-se que se tratava de mais uma falsa atribuição de autoria na internet. No texto, nosso anônimo autor protestava e demonstrava toda sua indignação com a televisão e com o programa *Big Brother*, que estava em sua primeira edição. Hoje, após terem ocorrido outras quatorze edições, dificilmente alguém no Brasil poderia dizer que desconhece o estilo reality show deste programa, acompanhado apaixonadamente por seu público fiel, detestado quase na mesma proporção por outros segmentos⁶⁹. Trata-se de um programa televisivo

⁶⁸ Programa televisivo produzido pela Rede Globo de televisão, em estilo reality show.

⁶⁹ Bruno Campanella, em sua pesquisa sobre o Programa *Big Brother*, destaca dados do Almanaque IBOPE online referentes ao ano de 2008, que apontavam o acompanhamento do

em que se pode visualizar quase tudo que as pessoas fazem, confinadas em uma casa cheia de câmeras. Vão acontecendo eliminações semanais de participantes do programa, contando com a escolha do público, que vota por telefone ou pela internet. O objetivo final dos participantes, além de se tornarem conhecidos do público (com esperança de se tornarem celebridades instantâneas), é ganhar um bom prêmio em dinheiro⁷⁰.

O programa poderia ser (e seguramente é) objeto de uma análise mais apurada⁷¹, e então algumas pérolas apareceriam, sobre as expectativas dos participantes de serem famosos, de terem sucesso no mundo midiático ou verem abertas as portas de ingresso ao mundo dos atores e atrizes televisivos. Poderiam aparecer até mesmo alguns complexos significados – quem sabe o de felicidade como sinônimo de relações com as pessoas certas, ou o sorriso e a cordialidade serenas e constantes como sinônimos da conduta esperada para merecer

programa por 40% dos domicílios com televisão no Brasil. Ver Campanella (2012).

⁷⁰ Na época, o prêmio para o vencedor era de quinhentos mil reais, valor que equivalia a aproximadamente 170 mil dólares em 2004. As versões seguintes do Programa já ofereciam um prêmio de um milhão de reais, mas não ofereceram nunca um milhão de dólares, como seus similares em outros países como EUA.

⁷¹ Um exemplo importante é o estudo citado de Campanella (2012). Trata-se de uma tese de doutorado sobre o programa Big Brother, vencedora do Prêmio COMPÓS 2011, e que foi publicada pela Editora Sulina em 2012. Inúmeros outros exemplos de artigos e comentários poderiam ser citados, destaco aqui o artigo “O pseudo ao vivo no reality show”, de Beylot (1995), no qual o autor argumenta que estes programas também “ensinam”, e não só as posturas esperadas para quem deseja entrar no mundo da televisão. Sobre a proposta de analisar a mídia como dispositivo pedagógico, ver Fischer (2002).

a aceitação de todos e conseqüentemente o prêmio. Mas não é intenção, neste momento, fazer uma análise exaustiva do programa televisivo e da postura dos participantes e do público.

Para a finalidade do debate proposto aqui, no entanto, gostaríamos de ressaltar a ideia sobre o que é “ser brasileiro” que aparece no texto deste autor desconhecido na rede, e relacioná-la com o debate sobre cultura, televisão e internet.

Um só personagem televisivo e toda a “cultura brasileira”

Como vimos, o autor anônimo do texto referido protestava por ter sido escolhido como vencedor pelo público um rapaz de nome Kleber, apelidado “Bambam”. Ele trata essa escolha como se fosse a vitória de um Brasil analfabeto, mais músculos que cérebro, sem cultura alguma; e a trata também como se a escolha fosse feita por uma população ignorante, ou nada séria, que não se importa com o “verdadeiro Brasil”. Bambam seria para ele um “péssimo exemplo” de brasileiro, já que falava um linguajar cheio de gírias e empregava mal a língua portuguesa, trabalhava fazendo “bicos”, em geral em feiras e praias, além de exercitar diariamente seus músculos. Portanto, não deveria ter sido escolhido, porque não era um “modelo nacional” adequado de brasileiro.

Podemos nos perguntar se Bambam está mais próximo de um modelo de masculinidade tradicional, como o dos jovens de periferia estudados por Silva (2012). Em seu estudo sobre consumo de celulares entre jovens de uma comunidade popular de Florianópolis, em Santa Catarina, Sandra Rúbia da Silva destaca as performances de masculinidade praticadas por seus

interlocutores, estabelecendo territórios próprios de construção de identidade com a audição pública de músicas. Portanto, a autora situa as tecnologias de comunicação e informação, especialmente os telefones celulares, como parte dos processos de incorporação da masculinidade na contemporaneidade, ao lado de outras características destacadas no campo de estudos de masculinidade. A masculinidade tradicional ou hegemônica, destaca a autora, além da valorização de um corpo viril e ativo, de uma sexualidade predatória, da valorização do risco e da competição, pode incluir atualmente técnicas corporais relacionadas às mídias⁷².

Situando Bambam nesse modelo de masculinidade hegemônica, que valoriza a performance corporal e a virilidade, poderíamos, talvez, fazer uma análise menos apressada do que a do nosso autor desconhecido. Ele é implacável: não perdoa Bambam, o público que votou nele e, por tabela, o país. Podemos até nos perguntar se Bambam pode ser considerado nosso “Macunaíma” moderno, ou se tem traços do “homem cordial” de S. B. de Holanda. E também se a sua escolha se fez com base mais no afeto do que na racionalidade, pensando mais na *pessoa a premiar* que na *identidade do Brasil* (pois era o que estava sendo votado).

Mas podemos refletir também sobre o significado dessa indignação do autor anônimo com um programa televisivo e com um “personagem” construído no jogo, motivando uma crítica que se estende facilmente a toda população. Se os protestos e críticas que gera esse tipo de programação

⁷² Ver Silva (2012), especialmente págs. 64, 66 e 80.

televisiva invadem e ocupam nossa vida pública⁷³, então retornamos plenamente ao clima do debate que nos soa tão familiar: o que este autor desconhecido está fazendo, via internet, é recolocar o debate sobre identidade nacional, e ele está tomando *um* exemplo, de *um* programa da televisão, *uma* escolha do público votante, como representando *toda* nossa *identidade social e cultural*, nossa *brasildade*, vista como essencialmente negativa. No começo do século XXI, portanto, a discussão sobre identidade nacional continua a pleno vapor, desta vez na internet, tendo como tema um personagem de um programa televisivo, e com uma multiplicidade dramática de afirmações estereotipadas.

Raquel Recuero (2009), analisando as Conversações Mediadas por Computador, salienta que uma das características das CMC é o anonimato, outra é a persistência no tempo - e a possibilidade de acessar a conversa em momentos temporais distintos, além da característica de privilegiar o texto. Ainda que a autora tenha por objeto a análise da interação via computador, e a compreensão das redes sociais que se estabelecem a partir da conversação mediada pelo computador, não podemos desprezar o potencial comunicacional do texto aqui analisado, que circulou via e-mail e foi postado em blogs. O que desejamos destacar é que, assim como a autora, consideramos a “ferramenta como meio” (Recuero, 2009, pág. 119). Percebemos

⁷³ Esther Hamburger (2000) aborda de modo instigante o debate que se instala entre parlamentares, jornalistas, em discursos na Câmara e no Senado, em artigos de jornais como Folha de São Paulo, Zero Hora, Jornal da Tarde, etc. a respeito de um personagem da novela das oito “O Rei do Gado”, mostrando que a novela é tratada no Brasil como parte importante do “mundo público”.

também o potencial de compreender os valores sociais subjacentes, uma vez que

“...as trocas informacionais são frequentemente associadas à construção de valor social, interação e à consequente construção (e expressão) de redes sociais na Internet (...) através de seus laços e capital social” (RECUERO, 2009, p. 120).

Podemos considerar um texto que circulou na internet, foi exaustivamente compartilhado por e-mail, sobre um assunto bastante comentado em meios de comunicação tradicionais como rádio e televisão, certamente continha valores com os quais seus leitores se identificaram. Mas o que intriga é que, apesar da contemporaneidade na forma de escrita e compartilhamento do texto, os valores subjacentes remetem a um debate muito mais antigo.

A presença de valores sociais como os que circulam com o texto são perceptíveis em vários períodos históricos. Podemos retroceder algumas décadas, e refletir sobre toda uma trajetória do debate sobre cultura e identidade nacional, amplamente estudada e analisada⁷⁴. Desde o início, as discussões sobre identidade nacional⁷⁵ se davam

⁷⁴ Refiro-me aos precursores das Ciências Sociais do final século XIX; às análises sobre a Semana de Arte Moderna de 1922; aos escritos de Gilberto Freyre em 1930; às reflexões sobre nacionalismo a partir da década de 50; bem como os debates dos intelectuais do ISEB, CPC da UNE e também do CEBRAP, que se prolongou dos anos 60 aos anos 70 e permaneceu como referência nos anos 80. Sobre estes autores e períodos, ver Magalhães (2008).

⁷⁵ As referências iniciais são os escritos de Silvio Romero, Nina Rodrigues, Euclides da Cunha. Considerados os precursores das Ciências Sociais no Brasil, eles escrevem no final do século XIX.

buscando respostas para questões como: que país é esse? É possível considerá-lo uma nação? E a essa nação corresponderia uma cultura? Para os intelectuais que debatiam o tema, essa era uma nação que não queria mais ser cópia da metrópole europeia. Mas aquela permanecia como padrão, e a cultura brasileira era vista como parte integrante da mesma, sem nenhuma especificidade - ou aquilo que poderia ser considerado específico foi tratado como deturpação ou deformação.

Os atributos produtivos, criativos e dinâmicos eram atribuídos aos sábios, considerados portadores de uma cultura universal, enquanto a falta de inventividade e de criatividade, apenas o registro e a conservação, eram atribuídas ao povo, que seria o detentor de uma cultura inferior e particularista. A construção da identidade nacional se dava buscando superar esse descompasso: apontar as causas do atraso brasileiro e superá-lo, dotá-lo de uma cultura após um processo de branqueamento da população, com vistas a constituir uma nação⁷⁶.

No período de urbanização e industrialização, a obra de Gilberto Freyre representou um marco de ruptura com essa visão sobre o brasileiro; foi um elogio da inventividade, da criatividade, da malícia, próprias da gente daqui e explicada pela mistura, pela mestiçagem, que pela primeira vez vista como positiva. Mas seu olhar sobre o Brasil foi construído do ponto de vista das elites. Deste ponto de vista, o autor colocou para o resto do mundo o Brasil como vitorioso, como uma

⁷⁶ Os debates destacados neste parágrafo encontram-se em Pereira de Queiroz (1980) e também em Ortiz (1985).

experiência bem sucedida de convívio entre diferentes raças, de “democracia racial”.⁷⁷

Foi a partir desse período que o rádio cresceu no Brasil, através da publicidade de mercadorias e serviços, e se tornou hegemônico até 1950, quando foi superado pela televisão. Foi o período de formação da indústria cultural no Brasil. Getúlio Vargas, percebendo a importância desse novo meio de comunicação de massas, foi o primeiro político latino-americano a se valer dele como instrumento de propaganda. Primeiramente pensado como instrumento de difusão, logo foi visto como oportunidade de controlar e construir a nação. Com esse intuito, foi criado o programa radiofônico *A Hora do Brasil*, programa que todas emissoras foram desde então obrigadas a transmitir, num horário em que se supunha que a maioria da população estava em casa⁷⁸.

Vemos, portanto, que desde o início de um Brasil urbano, a postura do Estado na busca de uma homogeneidade definidora do que é “ser brasileiro” estava presente, acompanhada de medidas de força, com políticas claramente intervencionistas, e muito ligada a um desenvolvimento da indústria cultural, instrumentalizada a serviço daquele objetivo.

No período seguinte ⁷⁹, houve uma reviravolta no debate sobre a cultura brasileira: “não há uma cultura nacional”, diziam os

⁷⁷ Esta ideia que na época representou um alívio para as elites, vai se revelar depois uma herança nefasta, e se refletirá na luta pelo fim da invisibilidade da questão racial no Brasil. Ver, por exemplo, Leite (1996), Barcellos (1996 e 2004).

⁷⁸ Estes dados a respeito do desenvolvimento do rádio e televisão no Brasil, e o papel do Estado em sua implementação, são encontrados em Oliven (1986).

⁷⁹ Refiro-me às décadas de 1950 e 1960, quando vigoram as ideias de desenvolvimento nacional (período de construção de Brasília).

intelectuais, responsáveis eles mesmos por esse diagnóstico e considerados os mentores culturais da sociedade. Vigoravam então as ideias nacionalistas, e a “fabricação” de uma cultura brasileira era vista como libertação⁸⁰. Nessa época, a novidade foi a transformação do conceito de cultura, que foi tomado menos num sentido antropológico e mais num sentido sociológico e filosófico, e ainda a possibilidade de considerar o domínio da cultura como elemento de transformação socioeconômica.

A ideia, que se prolongou pelos anos 60, era a da inexistência de uma cultura nacional, tanto da cultura erudita como de uma cultura popular. A mudança em relação a períodos anteriores era que a cultura não era mais considerada *visão de mundo*, mas *instrumento de ação* (Ortiz, 1985). Com a ideia de alienação, apesar do reconhecimento de que havia diferenças entre a cultura das camadas superiores e das inferiores, persistia a concepção de que ambas as culturas eram falsas.

Assim, a ideia de inautenticidade chegou pela primeira vez às classes populares. Esta foi considerada portadora de uma falsa cultura devido à “alienação”, enquanto a cultura da classe dominante permaneceu vinculada à ideia de “importação” de valores externos, presente na discussão desde o

⁸⁰ Um grupo de intelectuais, entre eles os membros do ISEB (Instituto Superior de Estudos Brasileiros), via-se como encarregado de pensar para os demais. Diante do passado colonial e da dependência econômica presente, chegavam à conclusão que não havia uma cultura específica. Seriam eles os encarregados de buscar o que havia de significativo na vida nacional e esclarecer as camadas superiores e inferiores a respeito, propondo-se a construção de uma “visão de mundo” brasileira (Pereira de Queiroz, 1980). Renato Ortiz identifica nos Isebianos um tipo de pensamento que baliza a discussão cultural dos anos 60 até meados dos anos 1980 (Ortiz, 1985).

Brasil colônia, e considerada também inautêntica (Pereira de Queiroz, 1980).

Os autores destacam também uma característica controversa que adquiriu entre nós o debate sobre a cultura nacional, a partir de uma especificidade do regime político ditatorial: mesmo no auge da fase de repressão política, havia um desejo de “desenvolver o país”, com uma ideologia de construção de uma identidade nacional que apagasse as diferenças e incentivasse a promoção de uma “cultura nacional” (Ortiz, 1985).

Nesse período, enquanto a Globo se expandia com todo apoio do governo militar⁸¹, os intelectuais, divididos quanto às suas concepções de cultura popular e dominante, cultura nacional como utopia ou modernização, dependência e desenvolvimento⁸², eram considerados os “porta-vozes” da população, não hesitando em denunciar as tentativas de enganação, a censura, etc. Entre o final dos anos 1970 e início de 80, com a abertura política, muitos intelectuais foram para os meios de

⁸¹ Sabemos que foi nesse período ditatorial que a Globo firmou sua posição. O grupo Marinho obteve do governo Kubitscheck nos anos 1950 uma concessão de canal de televisão, mas ele só foi ativado mais tarde. É de 1962 o acordo do grupo Marinho com o grupo americano Time-Life, que possibilita a modernização tecnológica. Mesmo com a criação de uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) em 1966 para investigar esse tipo de associação, ela foi efetivada, com o favorecimento de diretrizes econômicas e políticas do governo militar. Este mesmo governo por um lado estimulava a entrada de tecnologia e capital estrangeiros e por outro propunha um plano de integração nacional (Ortiz, Borelli e Ramos, 1989)

⁸² Eram grupos de intelectuais ligados direta ou indiretamente aos debates do PCB, do ISEB, e do CEBRAP, entre outros. Ver a respeito Ortiz (1985).

comunicação de massa: para a televisão, jornais e rádios, e também para o teatro e o cinema.⁸³

Mesmo durante este período de cerceamento das liberdades individuais, havia um contraste entre ideias consideradas avançadas, progressistas, de contestação, e a realidade do regime autoritário. Este contraste se dava tanto pela defesa por parte do Estado de algumas ideias pseudoprogressistas visando legitimar uma política cultural, como por parte das camadas médias: “...apesar da ditadura de direita existe uma relativa hegemonia cultural de esquerda dentro do país.” (Sorj, 2001, p.26). Esta hegemonia existia no interior de alguns grupos intelectuais que o autor considera como de “produção ideológica”, e que podemos considerar integrantes das camadas médias: estudantes, artistas, jornalistas.

Se tomarmos esse período complexo de nossa vida social em grandes linhas, vemos que as considerações a respeito do papel dos intelectuais na sociedade, na elaboração de projetos teóricos para explicá-la, pensá-la e mudá-la, acabam convergindo em alguns pontos. A convicção a respeito da superioridade do *lugar social* do intelectual permeia todo debate. É um *lugar especial*, que permite uma *visibilidade* dos problemas sociais, considerada inacessível a outros. Os intelectuais são vistos como *portadores do saber* (no singular); são vistos também como *formuladores de pensamentos* que se espalham, se *difundem* por toda sociedade.

Note-se que o imaginário a respeito de como se criam ideias, pensamentos ou valores novos na sociedade não considera as possibilidades destes serem formados numa perspectiva dialógica, por

⁸³ Essa inserção não se deu sem conflitos, e pode ser melhor compreendida com as análises de Ortiz (1985), Ramos (1995) e Sorj (2001).

diferentes sujeitos, com distintas experiências - por exemplo, em movimentos sociais. *Um pensamento sobre o pensamento* que se faz deste modo, quando transposto para o debate sobre os meios, pode considerá-los os responsáveis pela criação de valores e sua difusão na sociedade.

A hipótese ressaltada aqui é a possibilidade dessa ideia sobre o lugar social especial do intelectual (que tem raízes já no nacionalismo dos anos 1950, e se solidifica durante os anos 1960), combinada a uma visão de que não há uma cultura brasileira (essa onipresente no debate desde o início de um Brasil brasileiro), resultar no tipo de afirmação sobre a “falta de cultura dos brasileiros” em geral e sua conseqüente “manipulação fácil” pelos meios de comunicação. Este imaginário está presente no modo como se pensa a relação entre cultura e meios de comunicação no Brasil (Magalhães, 2008). Estará também presente no modo como se pensa a interação entre as pessoas através da internet e a circulação de ideias em rede?

Mundialização da cultura: um hiato no debate, e de volta ao começo

O texto do nosso autor desconhecido sobre Bambam, destacado no início, ilustra bem o que aconteceu dos anos 1980 até a virada do Século XXI: parece que os meios de comunicação e seus intérpretes tomaram para si uma tarefa que os intelectuais em décadas anteriores consideravam sua.

Significativamente, é nos anos 1980 que surgem os estudos de recepção da mensagem - da literatura, dos meios de comunicação, das obras

artísticas, etc.,⁸⁴ que trabalham numa perspectiva diferente daquela proposta em discussões sobre *autenticidade nacional, cultura alienada, civilização*. Por sua perspectiva de propor o respeito à multiplicidade de interpretações, chegaram a ser considerados fora do campo das relações de poder, não suficientemente críticos e até elogiosos dos meios.

Assim, o campo de discussões sobre os meios de comunicação tradicionais aparecia dividido: por um lado, divergências entre os que estudavam a indústria cultural em termos de dominação e os que tentavam demonstrar que essa dominação não se fazia de modo tão avassalador (mas não conseguia se posicionar claramente na crítica aos meios). E por outro lado estudiosos da cultura que ignoravam (ou desejavam ignorar) a influência dos meios na discussão sobre o cultural. É possível vislumbrar os estudiosos do campos da comunicação e da cultura trabalhando como se vivessem em mundos distintos, um considerando o campo tecnológico e outro pensando em “pureza” cultural?

⁸⁴Ver Jacks e Escosteguy (2005). As autoras esclarecem as diferenças entre o campo dos estudos culturais e os estudos de recepção. Segundo elas, para os estudiosos do campo de estudos culturais: “a comunicação de massa é vista como integrada às demais práticas da vida diária, entendidas estas como todas as atividades que dão sentido à vida social” (Jacks e Escosteguy, 2005, p. 38). E ainda: “para os estudos culturais, portanto, a pesquisa de comunicação não é a que focaliza estritamente os meios, mas a que se dá no espaço de um circuito composto pela produção, circulação e consumo da cultura midiática” (id, p. 39). E as autoras continuam situando a especificidade dos estudos de recepção: “O que caracteriza, entretanto, a análise da recepção são os procedimentos comparativos entre o discurso dos meios e o da audiência, e entre a estrutura do conteúdo e a estrutura da audiência em relação a este conteúdo” (2005, p. 42).

Com as transformações sociais ocorridas a partir dos anos 1990, outras preocupações entraram em cena. Neste período, as conexões entre o local e o global conheceram uma aceleração sem precedentes, possibilitadas pelo desenvolvimento da comunicação, das tecnologias da informação e dos transportes. O deslocamento de pessoas e bens através do mundo, assim como a circulação de informações, alcançou níveis nunca antes vistos. Este fenômeno foi descrito e analisado como um conjunto de processos sociais que tornaram as relações sociais e os modos de vida mais integrados - e os cientistas sociais usaram o termo globalização para referir-se a eles. Segundo os estudiosos do fenômeno, o processo de formação da sociedade global ocorre de modo contraditório, heterogêneo e desigual, levando a transformações até mesmo nos conceitos que buscam explicá-lo⁸⁵.

As perguntas mudaram, como não poderia deixar de ser. Ao invés de interrogar-se sobre as especificidades de determinada cultura (como foi o mote em décadas anteriores), os estudiosos passaram a perguntar-se se esse avanço dramático das comunicações implicaria uma maior homogeneidade para o mundo, e se as diferenças culturais tenderiam a desaparecer. Alguns autores afirmaram que não, e utilizam termos distintos para demarcar essas diferenças, como foi o caso de Ortiz (1994): globalização seria um termo utilizado para referir-se aos aspectos econômicos das novas formas de integração, e mundialização para referir-

⁸⁵ Autores como Ianni (1996), Sousa Santos (1994), Giddens (1996), Hall (1998), entre outros, abordaram as transformações das sociedades contemporâneas, e as novas categorias elaboradas para entendê-las. Castells (2000) referiu-se ao novo fenômeno utilizando a expressão “sociedade em rede”.

se aos aspectos culturais, os quais conteriam uma especificidade que impediria a homogeneização.

As análises sobre o computador como meio de comunicação trouxeram novas questões “boas para pensar”. No início utilizado como ferramenta de trabalho, quando conectado em rede torna-se um meio de comunicação, e conecta-se também às discussões sobre a relação entre comunicação e cultura (Druetta, 2009).

Com a discussão sobre globalização, e o conseqüente questionamento aos limites da nação, o debate sobre cultura brasileira e identidade nacional ficou um tempo em suspenso. Os aspectos plurais, não homogêneos e transitórios das culturas (no plural) passaram a ser os privilegiados no debate.

Os estudos culturais, a discussão pós-colonial e os movimentos emancipatórios das antigas colônias europeias, que acontecem nos anos 1980, também foram responsáveis pela reviravolta nas preocupações intelectuais⁸⁶. A partir de então, ficava difícil sustentar alguma solidez ao conceito de cultura, do modo como era realizado no período anterior.

⁸⁶ Os Estudos Culturais têm sua origem a partir da fundação do centro de Estudos Culturais Contemporâneos, na Universidade de Birmingham, Inglaterra, na década de 60. Há uma vertente dos Estudos Culturais que contempla a perspectiva pós-estruturalista dialogando com a produção de Michel Foucault e Jacques Derrida. Stuart Hall é outro dos autores que fazem parte desse campo de estudos. Já os estudos pós-coloniais têm grande força na teoria e análise literária, representando uma corrente de pensamento que se propõe a analisar as relações de poder entre as metrópoles (países centrais, norte) e os países recentemente libertados, entre o final da Segunda Guerra e os anos 60 (países periféricos, sul), propondo um recuo no tempo para considerar toda história da expansão colonial desde o Século XV. Autores como Homi Bhabha são referência e, mais recentemente, Edward Said.

No debate intelectual, não se fará mais uma discussão que relacione cultura e nacional, ou dominantes dominados, em termos de classes sociais, alienação ou conscientização. Mas, neste novo contexto, os meios de comunicação tradicionais ainda mantêm a pretensão de apreender a “cultura brasileira” e expressá-la em sua programação. Com isso a ideia de inautenticidade se mantém, pois os meios não são considerados legítimos para fazer essa construção.

Assim, a discussão sobre identidade nacional não se fará predominantemente no mundo acadêmico, como os autores que trabalhavam com a temática visualizavam, ela se tornará pública. O imaginário das décadas anteriores estará presente no debate sobre o assunto que acontece nos meios, ou sobre a relação da população com os meios, mas as conexões com o debate anterior se tornam praticamente invisíveis.

A partir dos anos 1990, o acesso à internet começa a se desenvolver e se intensifica nos anos 2000. Segundo dados de Suely Fragoso, o Brasil se destaca devido à sua população numerosa, como o país com maior número de usuários domésticos de internet na América Latina, e figura como sexto país do mundo, apesar de apenas 22,4% dos brasileiros terem acesso a rede em seus domicílios na época (Fragoso, 2009).

Os sujeitos conectados em rede passam a ter a possibilidade, eles mesmos, de serem produtores de ideias que circulam, como analistas da cultura e da sociedade. É o caso de nosso autor desconhecido.

Também nas redes sociais vemos circular muitas análises sobre identidade brasileira, sobre relações entre elite e camadas populares. Não é outro o protesto de nosso autor desconhecido sobre a vitória de Bambam. Mas ele desconsidera que não

precisamos concordar com os conteúdos do programa do tipo *reality show* referido, ou com a postura (e ideologia) dos participantes, ou mesmo deixar de perceber a intenção de obter grande audiência e lucros por parte da emissora televisiva, para reconhecer que este é um terreno fértil para geração de outros estereótipos, ainda que nem sempre intencionais.

Que ideias de sociedade e de cultura brasileira estão por trás da crítica de nosso autor desconhecido? Ele parece sintetizar uma ideia de Brasil que, mesmo com todas as mudanças e complexidades, continua sendo visto como atrasado, dividido entre letrados e iletrados, atormentado com a ideia de inautenticidade cultural e falta de seriedade para definir-se.

Como chegar então a este cruzamento proposto num texto que circulou na internet, mas que se refere a um programa televisivo como Big Brother, e propõe uma análise sobre Brasil e sua “falta” de cultura? O texto parece expressar, agora na internet, o mesmo tom que foi dado ao debate público sobre televisão e cultura no Brasil, em vários períodos históricos.

Reconhecer a presença dos pressupostos do debate sobre cultura brasileira e identidade nacional realizando-se através das redes sociais parece ser o primeiro passo.

Outro passo importante é perceber que concepção(ões) de cultura estão presentes no debate atual, e buscar os elos com o debate anterior. Até para refletir sobre o que se considera metodologicamente adequado nos estudos sobre práticas culturais.

Em estudos clássicos sobre cultura, a inspiração é o contato direto, face a face e nada tecnológico. A cena paradigmática para os

antropólogos é aquela em que Malinowski nos convida a refletir sobre a importância do afastamento do pesquisador de seus pares para mergulhar numa cultura desconhecida. Ele convida os pesquisadores a imaginarem-se sozinhos numa ilha em que não conhecem as pessoas, não falam sua língua, vendo ao longe a canoa que os trouxe afastar-se. A cena que contém algo de angustiante, é para ressaltar a importância da interação direta com os nativos, o mergulho no seu modo de vida (Malinowski, 1978).

Também em Geertz a ideia do convívio intenso e da empatia está presente. A idealização da cena cultural a ser investigada pelo antropólogo é aquela em que ele vai a campo para fazer um contato direto com as pessoas pesquisadas, e através de um convívio intenso, do estabelecimento de uma forte empatia em campo, e da troca dialógica, estabelece vários tipos de intercâmbio, que lhe permitem atuar como “tradutor” daquela cultura (Geertz, 1978). A metáfora famosa utilizada pelo autor é aquela da piscadela, cujo significado só estaria acessível a um etnógrafo que realmente seja capaz de traduzir sutis significados como este.

A pergunta que em geral permanece para quem pesquisa sobre a relação das pessoas com aparelhos tecnológicos de vários tipos (computadores, tablets, televisão, celulares) é a concepção de cultura que está embasando este trabalho contemporâneo.

Abu Lughod (2000), em seu texto “A interpretação das culturas depois da televisão...” discute o modo como a televisão opera uma ruptura da distância entre o “nós” antropólogos e “eles” os nativos em campo. Ou seja, vendo TV juntos, fazemos parte de um mesmo mundo de meios

massivos, de consumo e de comunidades de imaginação.

Em estudos sobre cultura cotidiana que não tenham em consideração as questões tecnológicas, permanece ainda uma invisibilidade da prática cotidiana de ver televisão, de acessar redes através de computadores ou celular? Existe ainda uma idealização da cultura, buscado no acesso direto, no mergulho e no contato face a face?

No caso de admitirmos certa invisibilidade dos objetos que permeiam a cultura contemporânea⁸⁷, que concepções de cultura a estão embasando? Se entre as (in)definições antropológicas de cultura(s)⁸⁸ há espaço para noções como gestos e fazeres cotidianos, e significações construídas coletivamente sobre eles, qual o lugar dos meios tradicionais e contemporâneos, e dos aparatos como a televisão, o rádio, o celular, que possibilitam conexões?

Além do reconhecimento da existência de pressupostos invisíveis no debate sobre cultura que se faz num texto como o do autor anônimo analisado aqui, cheio de estereótipos que remontam ao Século XIX, apesar de circular num meio considerado contemporâneo de comunicação como a internet, outro reconhecimento importante é a permanência da aproximação entre as perspectivas da

⁸⁷ Daniel Miller, em seu livro “Trecos, troços e coisas” (2013), destaca a importância do estudo da materialidade para compreender a cultura contemporânea e a importância de estarmos atentos aos significados atribuídos pelas pessoas às coisas, para termos acesso aos valores que embasam seus modos de vida.

⁸⁸ Em diferentes obras do campo, há referências constantes aos grandes debates em torno das imprecisões do conceito, a ponto de alguns proporem até mesmo abandoná-lo. Encontramos distintas nuances deste debate em Adam Kuper (2002); Geertz (1999) e Sahlins (1997), entre outros.

antropologia e da comunicação, para que a etnografia e a discussão cultural realizada em ambos os campos possa avançar e explicar de modo mais profundo as culturas e práticas comunicacionais contemporâneas.

Referências Bibliográficas

- ABU-LUGOHD, L. The Interpretation of Culture(s) after television. In: ORTNER, S. **The fate of "Culture": Geertz and Beyond**. Berkeley: University of California Press, 2000.
- BARCELLOS, D. M. Família e ascensão social de negros em Porto Alegre. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Rio de Janeiro, Museu Nacional/UFRJ, 1996.
- _____, _____. Violência racial e ofensa social: o ódio do outro e sua desqualificação. In: FONSECA, C. et al. **Antropologia, diversidade e direitos humanos: diálogos interdisciplinares**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- BEYLOT, P. O pseudo ao vivo no reality show. **Cadernos de Antropologia e Imagem**. Rio de Janeiro: UERJ, NAI, N.1, 1995, p.53-60.
- CAMPANELLA, B. **Os Olhos do Grande Irmão** – uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.
- DRUETTA, D. C. Internet, a aposta na diversidade. Tradução: Jully Denise Rodrigues. In: FRAGOSO, S. e MALDONADO, A. **A Internet na América Latina**. São Leopoldo: Editora UNISINOS; Porto Alegre: Sulina, 2009, pág. 41-58.
- FISCHER, R.M.B. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa**, Jan./Jun. 2002, vol.28, n.1, p.151-162.
- FRAGOSO, S. e MALDONADO, A. Panorama da internet na América Latina. In: Fragoso, S. e Maldonado, A. **A Internet na América Latina**. São Leopoldo: Editora UNISINOS; Porto Alegre: Sulina, 2009, pág. 13-39.

- GEERTZ, C.A **Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- _____, _____. Os usos da diversidade. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, Ano 5, no. 10, p. 13-34, maio 1999.
- GIDDENS, A. **Para além da esquerda e da direita**. São Paulo, Editora da Unesp, 1996.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.
- HAMBURGER, E. Política e novela. In: BUCCI, E. **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Perseu Abramo, 2000.
- IANNI, O. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1996.
- JACKS, N. e ESCOSTEGUY, A.C. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005
- KUPER, A. **Cultura: A Visão dos Antropólogos**. (Tradução: Mirtes Frange de Oliveira). Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- LEITE, I. B.(org.) **Negros no Sul do Brasil: invisibilidade e territorialidade**. Ilha de Santa Catarina, SC: Letras Contemporâneas, 1996.
- MAGALHÃES, N. “Televisão, uma vilã na sociedade contemporânea - um estudo sobre modos de ver (a) TV de pessoas pertencentes a camadas medias”. **Tese de Doutorado**. PPGAS/UFSC, 2004.
- _____, _____. Reflexões sobre televisão e a “falta de cultura” no Brasil. **Em Questão**, Porto Alegre, vol. 12, n.1, p. 109-129, jan-jun 2006.
- _____, _____. **Eu vi um Brasil na TV: televisão e cultura em perspectivas antropológicas**. Santa Maria, RS: Editora UFSM, 2008.
- MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Coleção Os Pensadores).
- MILLER, D. **Trecos, troços e coisas** - estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- OLIVEN, R. As metamorfoses da cultura brasileira. In: **Violência e Cultura no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986, pp. 61-73.
- ORTIZ, R. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

- _____, _____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, R.; BORELLI, S. E RAMOS, J.M. **Telenovela, História e Produção**. São Paulo, Brasiliense, 1989.
- PEREIRA DE QUEIROZ, M. I. Cientistas Sociais e o autoconhecimento da cultura brasileira através do tempo. In: **Cadernos CERU**, No. 13, 1980.
- RAMOS, J. M.O. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- RECUERO, R. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Revista **FAMECOS**, Porto Alegre, nº 38, abril de 2009, pág. 118 - 128.
- REIS, J. C. **As Identidades do Brasil**: de Varnhagen a FHC. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- SAHLINS, M.O. “Pessimismo Sentimental” e a Experiência Etnográfica: por que a cultura não é um objeto em via de extinção (Parte I). In: **Mana3** (1): 41-73, 1997.
- SILVA, S.R. Estar no tempo, estar no mundo: a vida social dos telefones em um grupo popular. **Tese de Doutorado**. PPGAS/UFSC, 2010.
- SILVA, S.R. Performances de masculinidade, práticas de subversão: o consumo de telefones celulares entre jovens de camadas populares. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**/ Escola Superior de Propaganda e Marketing, Ano9, v. 9, n. 26, novembro 2012, pp. 61-82.
- SORJ, B. **A Construção Intelectual do Brasil Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- SOUSA SANTOS, B. **Pela mão de Alice**: o social e o político na pós-modernidade. Porto, Afrontamento, 1994.

Sites:

- Texto atribuído a Arnaldo Jabor, intitulado “FAZ PARRRTE”, postado em 15/04/2002 e acessado em 09/06/2015, no endereço:
<http://www.valinor.com.br/forum/topico/faz-parrрте-arnaldo-jabor.294/#post-6261>

A experiência Twitch Plays Pokémon e a vitória da inteligência coletiva

Lucas Padilha Gois
Sandra Depexe

Introdução

Neste estudo de caso observamos como a cultura da convergência e as práticas criativas dos fãs de um game atestam o consumo cultural como elemento essencial à construção de uma sociabilidade midiática, híbrida e conectada. Partimos do pressuposto de que o jogo é um produto cultural, pois para os jogadores e fãs seu valor simbólico prevalece sobre os valores de troca e de uso. Assim, pretendemos pensar o fenômeno da convergência midiática sob viés do consumo cultural, dos usos e apropriações realizados pelos *gamers*⁸⁹, que tratam de resignificar o próprio enredo do jogo e expandir sua narrativa a outros domínios.

Quando um programador anônimo concebeu o Twitch Plays Pokémon (TPP) em 2014, unindo a plataforma de *streaming*⁹⁰ de vídeos Twitch⁹¹ com o primeiro *game* da série *Pokémon*, talvez não soubesse que estaria criando uma experiência de cooperação digital. Emulando um jogo noventista e permitindo que os usuários interagissem em tempo

⁸⁹ *Gamers* são jogadores de videogames ou de outros tipos de jogos. E *retrô-gamers* é a terminologia que define jogadores de videogame adeptos de plataformas ou títulos antigos.

⁹⁰ Tecnologia que transmite informações multimídia em tempo real.

⁹¹ Disponível em www.twitch.tv.

real com a persona central através de comandos enviáveis pelo bate-papo, TPP pode ser comparado com uma partida na qual 100 mil pessoas (ápice registrado) controlassem um único *joystick*⁹². Além do cumprimento íntegro da jornada, o sucesso do evento projetou a construção coletiva de subculturas acerca de episódios *in-game*⁹³, originando *memes*⁹⁴ de cunhos políticos e religiosos que fugiram do virtual. Tatuagens e pichações análogas ao TPP são exemplos de como o ativismo de fãs não foi apenas contingente, mas factível.

Assim, o propósito do texto é refletir sobre a experiência TPP como um instrumento potencializador de novas formas de ação e interação social, em que o papel criativo dos jogadores ancora-se à noção de inteligência coletiva e interatividade pensadas por Pierre Levy e Henry Jenkins, bem como analisar o poder de adaptação e auto-organização social nas redes embasado por Raquel Recuero. Como plano de fundo, utilizamos a noção de consumo cultural a partir de Néstor García Canclini.

Convergência: cultura dos fãs e inteligência coletiva

O mundo não é mais o mesmo após a invenção e popularização da internet, a qual tornou-se a principal fonte de informação, entretenimento, conhecimento, comunicação e interação do século XXI. De fato, os modos de ser e estar na sociedade encontram outras lógicas graças às tecnologias digitais presentes tanto no computador quanto na

⁹² Periférico utilizado para controlar videogames.

⁹³ Ocorridos dentro do jogo.

⁹⁴ Conceito viral na internet, predominantemente piadas ou montagens cômicas.

mobilidade de um celular, *tablet* ou *smartphone*. Essas múltiplas maneiras de ser/estar implicam na construção de nossa sociabilidade, ou seja, as disposições para a vida em sociedade são atravessadas por outra forma de sociabilidade: a midiática. As sociabilidades midiáticas são híbridas e estão relacionadas com o modo como incorporamos artefatos culturais que compõem a comunicação mediada tecnologicamente – jornais, televisores, películas, rádios, internet – em nosso cotidiano, na maneira como eles contribuem para a construção de nossas relações sociais e também como esses próprios artefatos estabelecem espaços sociais de convivência e interação uns com os outros (SILVA; ANDRADE, 2006).

Em nosso entendimento, a noção de sociabilidade midiática situa-se como uma parte do processo, popularizado por Jenkins (2009), como *cultura da convergência*, o qual engloba as “mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura” (JENKINS, 2009, p. 377). Dito em outras palavras, a construção de sociabilidades midiáticas, em especial atreladas a artefatos culturais conectados à rede, só se faz possível pela cultura da convergência que vivenciamos contemporaneamente. Cabe ressaltarmos, com base no autor, que a *convergência* diz respeito ao fluxo de conteúdos através de vários suportes de mídia, à cooperação entre mercados midiáticos e ao comportamento dos sujeitos no consumo de produtos midiáticos e nas suas interações sociais.

Como “a lógica econômica da convergência midiática pressupõe e incentiva a existência de um ‘consumidor ativo’ [...], apto e disposto a navegar pela corrente caudalosa de bens escoados por diferentes canais e plataformas inter-relacionadas”

(FREIRE FILHO, 2007, p. 100), poucos grupos tiram tanto proveito das integrações midiáticas quanto os fãs. Adeptos de produtos e serviços, eles encontram na internet uma possibilidade de afluir aos seus conteúdos de interesse, estabelecendo laços e criando novos elementos relacionados ao objeto de idolatria. Voltando aos conceitos de Jenkins (2009), é possível realçar o porquê da relação entre fãs e internet ser capaz de selar novos nichos subculturais.

Os fãs sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia, a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural, de figurinos, fanzines e, hoje, de cinema digital. Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno (JENKINS, 2009, p. 188).

Embora a palavra tenha sido mencionada inúmeras vezes, é preciso desmistificar o conceito de fã. Conforme Freire Filho (2007), a noção que retrata o fã como “indivíduo solitário” ou “multidões históricas” cada vez mais dá lugar à concepção de um sujeito criativo e resistente, “capaz de alterar os sentidos hegemônicos de entretenimentos de massa ou produtos midiáticos” (FREIRE FILHO, 2007, p. 86). Justamente, o fator criativo de uma produção colaborativa e de uma discussão coletiva dá tônus às ações dos fãs na cultura da convergência.

Em uma visão contemporânea, fãs podem ter como objeto de admiração não somente figuras públicas, mas produtos midiáticos como séries de TV, jogos de videogame e até mesmo franquias alimentícias. Não há como mensurar o “nível de idolatria” de um fã a um determinado produto,

porém suas contribuições para cultuar este objeto/produto são indicativas de seu potencial. É comum que as pessoas, quando apegadas a seus alvos admirativos, façam parte de clubes exclusivos, acompanhem *spin-offs*⁹⁵ e invistam financeiramente para sentir-se inseridos ao universo ao qual simpatizaram. No ponto de vista do objeto de idolatria, essa intensificação de esforços contribui para o fomento de novas produções, o que acontece por própria iniciativa de grupos de fãs. Podemos considerar que estes produtos criados por grupos de fãs indicam uma vitória da inteligência coletiva, conceito explorado por Lévy (1998) para teorizar fenômenos sociais emergentes principalmente no ciberespaço. Inteligência coletiva, segundo o filósofo francês, “é uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 1998, p. 28).

Avaliaremos, neste texto, a cultura do fã a partir do aporte teórico do consumo cultural, pois acreditamos que as capacidades criativas possibilitadas pela convergência das mídias e seu apelo tecnológico condiz a uma forma particular de consumir e de se apropriar de um produto midiático, em nosso caso, de um game, (re)significando-o.

Consumo cultural

Para avaliarmos as atividades dos fãs no que diz respeito ao fenômeno do TPP, iremos nos filiar aos estudos culturais latino-americanos, mais especificamente ao consumo cultural pensado por

⁹⁵ Produto derivado de outro maior. Geralmente tem ênfase em narrativas pouco exploradas no produto original, como a história de um personagem secundário.

Néstor García Canclini. Acreditamos que TPP não se trata apenas de um remix de um produto da indústria de mídia recreativa, mas um caso que nos permite examinar como o consumo se expande a outras esferas criativas e sociais, visto que “o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (GARCÍA CANCLINI, 1995, p. 53).

Nessa perspectiva, entendemos a cultura como o âmbito de produção, circulação e consumo de significados (GARCÍA CANCLINI, 1991), logo, “la cultura sería, por así decir, fundante de la vida social” (SUNKEL, 2004, p. 22). Como dimensão simbólica, a cultura está presente em todas as práticas humanas inclusive no consumo, nas relações que os sujeitos estabelecem com os meios de comunicação midiática, na forma como se apropriam do espaço urbano, como desenvolvem certo estilo de vida e pelas maneiras com que se relacionam uns com os outros.

Uma das principais contribuições (GARCÍA CANCLINI, 1992, 1995, 2006) ao estudo do consumo é apontada por diversos autores (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005; JACKS; OROZCO GÓMEZ, 2014; JACKS, 1996) como a sistematização de seis modelos, os quais devem ser articulados para abarcar as especificidades socioculturais implicadas nos processos de consumo. Dessa maneira, o consumo pode ser visto como: 1) lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital; 2) lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social; 3) lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos; 4) sistema de integração e comunicação; 5) cenário de objetivação dos desejos; e 6) processo ritual.

Neste texto, optamos por concentrar as análises para os modelos em que o consumo é visto como lugar de competição entre grupos pela apropriação do produto social (modelo 2); sistema de integração (modelo 4) e processo ritual (modelo 6), pois em nossa percepção tais perspectivas se aproximam da atividade dos fãs e da cultura da convergência aqui estudadas.

Quando observamos o consumo cultural como um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelas maneiras de usar, ou seja, como lugar de competição entre grupos pela apropriação de um produto (modelo 2), estamos evocando a uma *racionalidade sociopolítica interativa* (GARCÍA CANCLINI, 1995) entre os produtores e os consumidores. Compreendemos que na esfera da convergência essa interatividade põe em xeque a racionalidade unilateral da produção ao consumo e impõe outra lógica, em que o poder criativo é outorgado às mãos dos consumidores (JENKINS, 2009).

Quando vemos a proliferação de objetos e de marcas, de redes de comunicação e de acesso ao consumo, a partir da perspectiva dos movimentos de consumidores e de suas demandas, percebemos que as regras - móveis - da distinção entre os grupos, da expansão educacional e das inovações tecnológicas e da moda também intervêm nestes processos (GARCÍA CANCLINI, 1995, p. 54)

O consumo também serve à identificação dos sujeitos, movimentando os sentidos de pertencimento a um grupo (modelo 4), fato indispensável para a constituição do significado de fã. Logo, é preciso levar em conta que determinados comportamentos de consumo também favorecem a sociabilidade e a construção da *racionalidade*

integrativa e comunicativa de uma sociedade (GARCÍA CANCLINI, 1995).

Advertimos entonces que el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación. Esto puede confirmarse observando prácticas cotidianas: en todas las clases sociales, reunirse para comer, salir a ver aparadores, ir en grupo al cine o a comprar algo, son comportamientos de consumo que favorecen la sociabilidad (GARCÍA CANCLINI, 2006, p. 84).

Conforme afirma Jacks (1996), é aspecto importante para uma teoria sociocultural do consumo o entendimento de que mesmo quando diferencia ele é fator organizador, sociabilizador e integrador. Talvez um dos meios mais evidentes para perceber o consumo como sistema de integração e comunicação esteja inscrito na maneira de vestir, consumir música e apropriar-se do espaço urbano (GARCÍA CANCLINI, 1992, 2006).

Se o consumo serve à comunicação dos sujeitos perante grupos, torna-se razoável considerarmos o papel da seleção, compra e uso dos bens para a construção de um universo inteligível. Para a perspectiva que entende o consumo como processo ritual (modelo 6), os rituais selecionam e fixam os significados que regulam a vida dos grupos em uma espécie de acordo coletivo. Isto é, “os rituais servem para ‘conter o curso dos significados’ e tornar explícitas as definições públicas do que o consenso geral julga valioso” (GARCÍA CANCLINI, 1995, p. 58). Nesse aspecto, os objetos materiais são acessórios rituais e quanto mais custosos mais fortes são os investimentos afetivos e a ritualização que fixa seus significados (GARCÍA CANCLINI, 1992, 1995, 2006). No caso dos fãs, compreendemos que os rituais se dão tanto na idolatria quanto no

consumo, na expansão do significado de ser fã e na formação de grupos engajados, vistos como catalisadores e beneficiários da cultura participativa a qual é “essencialmente democrática, não-hierárquica, descentralizada, favorável ao diálogo e ao eclipse da distinção entre produtor e consumidor” (FREIRE FILHO, 2007, p. 98).

TPP: do game à sociabilidade

Os *gamers* são um dos públicos mais presentes na internet. Seja na busca por lançamentos de plataformas físicas, adeptos de jogos *multiplayer*⁹⁶ online ou *retrô-gamers* (que têm preferência por títulos populares em décadas passadas), os fãs de jogos convergem em redes sociais e fóruns de discussão na busca por um espaço para manter vivo o objeto de idolatria. Um dos eventos mais peculiares envolvendo jogos digitais em 2014 foi o Twitch Plays Pokémon, um *crossover*⁹⁷ caseiro entre o site de *streaming* de vídeos Twitch e a franquia Pokémon, que resultou em uma experiência inédita envolvendo milhares de jogadores simultâneos. A iniciativa chamou atenção porque todos os usuários podiam controlar ao mesmo tempo apenas um personagem, que recebia comandos através de uma programação incorporada ao chat do canal, criando um paradoxo de ordem (a tentativa individual de ajudar no progresso do jogo) e desordem (descontrole do jogo devido ao *spam* e excesso de funções enviadas).

Pokémon Red, título escolhido para dar início à experiência, foi lançado juntamente com a co-

⁹⁶ Possíveis de serem jogados por mais de uma pessoa simultaneamente.

⁹⁷ Evento fictício que interliga produtos midiáticos sem qualquer relação anterior.

versão Blue em 1996 pela empresa japonesa Game Freak para o videogame portátil Game Boy, da Nintendo. Categorizado como um *role-playing game*⁹⁸ (RPG), a aventura permite que o jogador seja um treinador de *pokémons*, monstros fictícios com um repertório de ataques e especialidades. O principal objetivo é vencer uma série de cinco batalhas contra treinadores avançados. Para isso, é preciso capturar *pokémons* e enfrentar outros adversários a fim de obter mais pontos de vida, força e golpes mais poderosos.

O jogo fez sucesso também no ocidente, totalizando cerca de 23,6 milhões de cópias vendidas em todo o mundo⁹⁹, perdendo apenas para o jogo Tetris como o mais popular de Game Boy (WYNNE-JONES, 2009). Ainda no final dos anos 1990, foi criado um desenho animado inspirado na aventura digital, trazendo popularidade à série Pokémon. O jogo teve continuidade com outras versões, apresentando novos monstros, regiões e desafios, realimentando as expectativas dos espectadores/jogadores. Mesmo com lançamentos ocorrendo até os dias de hoje, um grande número de adeptos continua a consumir as versões originárias Red e Blue. Os *retrô-gamers*, em sua essência, são resistentes a novidades ou apegados a jogos antigos, estabelecendo assim um vínculo nostálgico com um título ultrapassado e firmando uma posição nítida de fã de um game.

Com o desenvolvimento e acesso facilitado a novas tecnologias, os videogames antigos

⁹⁸ Jogos de estratégia em que o jogador comanda um personagem, criando a narrativa do próprio jogo.

⁹⁹ Segundo informações do fórum de games The Magic Box. Disponível em: <<http://www.the-magicbox.com/Chart-JPPlatinum.shtml>> e <www.the-magicbox.com/Chart-USPlatinum.shtml>. Acesso em: 05 ago. 2015.

inevitavelmente tornam-se obsoletos, uma vez que não há opções de jogos novos. Até mesmo a assistência técnica em caso de equipamentos danificados é dificultada devido à descontinuidade na produção de peças e periféricos de plataformas antigas. Entretanto, uma das soluções para os *retrô-gamers* é ironicamente encontrada graças à mesma evolução tecnológica que tornara ultrapassados os consoles¹⁰⁰: a emulação em computador¹⁰¹. Foi justamente integrando emulador e Twitch que surgiu o TPP. É possível afirmar que a convergência digital da experiência citada crava a previsão de Jenkins (2009), que sugeriu a proximidade de mudanças na forma de como as transformações culturais - dentre elas a cultura do *mash-up*¹⁰² - ditariam o consumo midiático.

No futuro próximo, a convergência será uma espécie de gambiarra - uma amarração improvisada entre as diferentes tecnologias midiáticas - em vez de um sistema completamente integrado. Neste momento, as transformações culturais, as batalhas jurídicas e as fusões empresariais que estão alimentando a convergência midiática são mudanças antecedentes na infraestrutura tecnológica. O modo como essas diversas transições evoluem irá determinar o equilíbrio de poder na próxima era dos meios de comunicação (JENKINS, 2009, p. 45).

¹⁰⁰ Plataforma física para jogos digitais; sinônimo de videogame.

¹⁰¹ Os emuladores são softwares que conseguem ler e reproduzir jogos antigos. Em alguns países, como no Brasil, a prática é ilegal, exceto se o usuário possuir uma cópia original do game, segundo a Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998, também conhecida como Lei do Software.

¹⁰² União forjada entre dois elementos; tornou-se termo presente na cultura pop através da mistura de vídeos, músicas e fanfics.

O TPP permitiu que qualquer usuário cadastrado no site Twitch pudesse controlar *Red*, personagem principal na história original. Enviando no bate-papo do canal os mesmos comandos convencionais do Game Boy, era possível ordenar as ações do protagonista, como mostra a Figura 1. Horas após seu início, o TPP foi notícia em páginas influentes do universo *geek*¹⁰³, como *4chan*¹⁰⁴, *Wired*¹⁰⁵ e *Kotaku*¹⁰⁶, tornando a “gambiarra” em um fenômeno online. Logo, milhares de pessoas logaram e interagiram com o jogo, criando um experimento social espetacular e ao mesmo tempo caótico. Basta imaginar uma multidão segurando o mesmo *joystick*.



Figura 1: Interface do TPP. À direita, o bate-papo e a caixa para envio de mensagens. À esquerda, a reprodução do jogo emulado e série de comandos computados.

A convergência midiática, como ensina Jenkins (2009), permite aos consumidores assumirem o controle da mídia, tornando as formas

¹⁰³ Geeks são pessoas obcecadas por tecnologia.

¹⁰⁴ Disponível em www.4chan.org.

¹⁰⁵ Disponível em www.wired.com.

¹⁰⁶ Disponível em www.kotaku.com.

de consumir mais criativas, produtivas e coletivas. Entendemos o TPP como exemplar para avaliar como o poder coletivo - a inteligência coletiva e a cultura da participação - favorece a racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade (GARCÍA CANCLINI, 1995) através do consumo recreativo.

Como “os *gamers* muitas vezes buscam testar os limites de um game para ver quanto controle eles realmente podem exercer” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 261), o transcorrer da partida viveu um paradoxo entre a ordem, na tentativa de estabelecer estratégias eficientes para progredir no jogo através de fóruns de discussão, e o caos, devido ao acesso simultâneo de pessoas controlando o personagem. Mais alguns fatores, como a investida de *trolls*¹⁰⁷ e o *delay*¹⁰⁸ entre o envio da mensagem ao Twitch e sua codificação pelo emulador, obrigaram o programador a instalar uma enquete em tempo real com as opções *anarchy* (anarquia) e *democracy* (democracia). Caso a enquete resultasse em anarquia, toda mensagem enviada no chat era convertida em ação, o que resultava em desordem, porém sem interrupções no game; caso a opção mais votada fosse *democracy*, era executado apenas o comando mais enviado a cada período de tempo, o que tornava o andamento do jogo mais lento. O método demorou para ter uma fórmula fixa, mas consistiu no estabelecimento de uma barra na tela do *streaming* que apurava o percentual de cada opção (*anarchy* ou *democracy*), capaz de ativar uma ou outra opção imediatamente.

¹⁰⁷ Usuários da internet que têm como principal característica a promoção da desordem social.

¹⁰⁸ Atraso do sinal eletrônico entre o comando enviado e a sua execução.

Recuero (2009) observa que entre dinâmicas comportamentais no ciberespaço e os catalisadores interacionais está a capacidade social de adaptação e auto-organização, elemento que percebemos ocorrer em TPP. A autora aborda a cooperação, a competição e o conflito como fenômenos naturais que mediam a relação entre os indivíduos e grupos no meio online. Assim, “o conflito, por exemplo, pode envolver cooperação, pois há a necessidade de reconhecimento dos antagonistas como adversários. Esse reconhecimento implica cooperação. Do mesmo modo, o conflito entre grupos pode gerar cooperação dentro dos mesmos” (RECUERO, 2009, p. 82). Embora existisse o conflito e a competição entre os jogadores que prefeririam *anarchy* ou *democracy*, é nítido o apelo de cooperação para que uma posição comandasse o ritmo do jogo.

A medida de transferir aos próprios jogadores simultâneos o poder de escolher entre jogar de forma democrática ou anárquica resultou em *memes* de cunho político, visto que havia divergência entre os milhares de jogadores conectados sobre o melhor método para prosseguir na partida. Cada posicionamento, quase incorporado por uma batalha entre o bem e o mal, fora simbolizado por personagens que representavam a organização, como os *pokémons* que cumpriam bem o seu papel para o andamento da partida, ou o descontrole, como o botão *start* (que pausa o *game*) e monstros que possuíam habilidades com interferência negativa no jogo (um exemplo é o movimento *dig*, que faz o personagem principal ser transportado automaticamente, muitas vezes por engano, a um Centro *Pokémon*, espécie de clínica para recuperar a energia dos mascotes), como ilustra a Figura 2.

portanto, precisam ter capacidade de *adaptação*, pois têm um *equilíbrio dinâmico*, constantemente redirecionado entre caos e ordem (RECUERO, 2009, p. 89).

A confusão entre os usuários enriqueceu o *storytelling*¹⁰⁹ da jornada, que ganhou protagonistas inesperados. Um deles foi o culto a *Helix Fossil*, fragmento de um *pokémon* pré-histórico que pode ser revivido em um laboratório. O fóssil foi exageradamente acessado acidentalmente fora de hora, sem surtir efeito algum. A insistência em tentar utilizar o item acabou originando *Lord Helix*, entidade religiosa que deveria ser consultada em momentos difíceis do jogo. O *Omanyte* (forma viva do fóssil) tem poucas aparições no desenho da série, tampouco é popular entre os fãs de Pokémon, mas tornou-se uma representação simbólica do TPP. Pichações e tatuagens do fóssil repercutiram após o evento, demonstrando a forma do *fandom* originado na experiência, como mostra a Figura 3: uma pichação em um bloco de concreto próximo à Universidade da Colúmbia, no Canadá¹¹⁰. Os *fandoms* são um tipo de coletividade cujo poder é ampliado pelo acesso às comunicações ligadas em rede, em que os “membros se identificam conscientemente como parte de uma comunidade maior com a qual sentem algum grau de comprometimento e lealdade” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 210).

¹⁰⁹ Ato de contar uma história. No marketing contemporâneo a expressão ganhou o significado de narrar ligações interpessoais.

¹¹⁰ Fonte: <http://kotaku.com/if-you-had-any-doubt-that-the-cult-of-helix-fossil-one-1533235590>. Acesso em: 10 maio 2015.



Figura 3: *Pokémon Omanyte* em forma de fóssil e os dizeres “*praise Helix*” foram pichados em um bloco de concreto no Canadá

Outra figura manifesta pelo *fandom* no TPP foi *Bird Jesus*, um *pokémon* que sobreviveu a uma exclusão massiva de monstros planejada por *trolls* em um domingo, evento que ficou conhecido como *Bloody Sunday* (em alusão ao massacre da Irlanda do Norte de 1972). Após o ato, restaram poucos monstros competitivos, entre eles o ovacionado *Pidgeot* (nome original da espécie de *Bird Jesus*). Mesmo assim, o jogo coletivo foi encerrado com êxito após 16 dias e sete horas ininterruptos.

A criação de apelidos para *pokémons* já existentes no game original, conferindo a eles uma “nova identidade” através de uma valoração como entidades e oráculos, remete-nos a considerar o aspecto simbólico do consumo cultural no fomento de rituais de uso e apropriação desses objetos. Aqui, *Lord Helix* e *Bird Jesus* são criações dos fãs que fixam o significado da adoração e proteção, em alusão a práticas religiosas, tornando o consumo em si um processo ritual significante (GARCÍA CANCLINI, 1995). Do mesmo modo, quando essas figuras saem do ambiente online e tomam forma em pichações, roupas e tatuagens, o culto passa a representar um vínculo de identificação e reconhecimento entre os fãs de *pokémon* e os *gamers* do TPP, reforçando uma

racionalidade integrativa e comunicativa (GARCÍA CANCLINI, 1995) e estabelecendo um outro universo significante.

Outro exemplo que confirma o consumo criativo como elemento de identificação são as centenas de *fanfics* que surgiram na internet e tomaram proporções inimagináveis. A *fanart*¹¹¹ intitulada *The Origin of Ancient Helixism*, desenhada com referências estéticas à escrita hieroglífica egípcia foi impressa na parede externa de um shopping de Hurghada¹¹², cidade do Egito. Entretanto, no lugar dos deuses egípcios surgem na imagem os deuses criados pelo *fandom* de *Pokémon* no TPP, como *Lord Helix* e *Bird Jesus* (Figura 4).



Figura 4: Fanfic alusiva ao TPP impressa em parede de shopping

Até o momento, não há como saber se o *meme* foi usado de forma intencional ou equivocada pelo estabelecimento, mas o fato abre caminho para pensar como o consumo do game e a “tomada de poder” por parte dos jogadores é vetor para ações criativas que fogem do mundo online e tomam

¹¹¹ Representação imagética de um personagem ou produto criada por fãs.

¹¹² Fonte: www.gamebreaker.tv/news-main/egyptian-store-twitch-plays-pokemon-fan-art-hieroglyphics. Acesso em: 10 maio 2015.

formas, corpos e paredes do “mundo real”. As criações do *fandom*, em nosso entendimento, aproximam a noção de consumo coletivo (JENKINS, 2009) ao consumo como processo sociocultural (GARCÍA CANCLINI, 1995), uma vez que as diversas apropriações do game se tornam fatores organizadores, sociabilizadores e integradores de um grupo de sujeitos. A materialização de *memes*, como o recém mencionado, é uma tendência moldada pelos métodos modernos de consumo, que relativizam a distinção entre tempo e espaço, real e virtual.

Os valores culturais surgidos durante as pouco mais destas duas semanas ocasionaram na difusão de expressões, imagens e vídeos inerentes à experiência. Esse fenômeno cultural é justificado por Jenkins (2009) pela necessidade dos fãs em participar no contexto do produto, o que foi claramente possível em TPP devido ao fato de a experiência acontecer na internet, nicho das principais formas de interação da era atual.

Considerações finais

O Twitch Plays Pokémon é um exemplo de como a globalização e a convergência foram determinantes tanto para o consumo do jogo quanto para o surgimento de uma espécie de subcultura capaz de construir novas significações a um produto originário nos anos de 1990. O experimento em si atestou o funcionamento da inteligência coletiva como uma prática racional, transmitindo a responsabilidade pelo sucesso ou fracasso da partida virtual a todos os participantes.

A inteligência coletiva só tem início com a cultura e cresce com ela. Pensemos, é claro, com ideias,

línguas, tecnologias cognitivas recebidas de uma comunidade. Mas a inteligência culturalmente constituída não é mais fixa ou programada como a do cupinzeiro ou a da colmeia. Por meio de transmissão, invenção e esquecimento, o patrimônio comum passa pela responsabilidade de cada um. A inteligência do todo não resulta mais mecanicamente de atos cegos e automáticos, pois é o pensamento das pessoas que pereniza, inventa e põe em movimento o pensamento da sociedade (LÉVY, 1998, p. 31).

Embora a conclusão da saga fora efetiva, a mera existência do TPP também serviu como mediador para que fãs reinventassem o enredo do *game* e os papéis de cada personagem, não ficando restritos ao canal do Twitch, tampouco à internet. A coletividade, enquanto ativa e inteligente, superou a desordem - entre os milhares de jogadores controlando simultaneamente o mesmo personagem - e foi efetiva no senso de pertencimento. A experiência de observar e estudar o caso de TPP como objeto do consumo cultural cujas apropriações revelam outras racionalidades - sociopolítica, integrativa e ritual - para além do entretenimento comprova que a cultura da convergência é campo propício para a inteligência coletiva.

O próprio uso do TPP implicou a necessidade de mecanismos de adaptação ao número elevado de interagentes simultâneos e forçou a uma estratégia de auto-organização que não escapa de uma lógica sociopolítica, aqui inscrita sob o signo do conflito e da cooperação entre os *gamers* favoráveis ou contrários às posições de democracia e anarquia, as quais comandavam a jogabilidade da partida. Essa coletividade expressa pelos jogadores e fãs cria um *fandom* globalizado, que rompe com as fronteiras

físicas e permite firmar o pertencimento no espaço urbano, seja no Canadá, seja no Egito. As apropriações do produto Pokémon não são apenas fruto da criatividade artística dos fãs e se configuram como elementos culturais dotados de sentido e significado, os quais são coletivos no interior desse grupo desterritorializado. Ou seja, a experiência TPP não se restringe a um modo diferente de consumir (jogar) um game em uma plataforma distinta daquela a qual foi originário, mas em um caso exemplar para se pensar o consumo em seu viés cultural, com seus usos e apropriações para além da tela.

O TPP também foi um propulsor da cultura do *mash-up* no Twitch, servindo como influência para criação de novos ensaios em canais como Fish Play Street Fighter¹¹³, onde dois peixes nadando em um aquário serviam como *joystick* para o jogo de luta Street Fighter, e o recente Twitch Plays Dark¹¹⁴, que tenta cumprir o game de ação Dark Souls. A experiência provocou, portanto, uma pequena revolução na jogabilidade e sociabilidade através da convergência digital conduzida pela inteligência coletiva.

Referências

FREIRE FILHO, J. Fãs, a nova vanguarda da cultura? In: **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: MAUAD X, 2007. p. 81-110.

¹¹³ Disponível em: <www.twitch.tv/fishplaystreetfighter>. Acesso em: 25 ago. 2015.

¹¹⁴ Disponível em: <www.twitch.tv/twitchplaysdark>. Acesso em: 25 ago. 2015.

GARCÍA CANCLINI, N. Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina. **IZTAPALAPA**, v. 3, n. 24, p. 9–26, 1991.

GARCÍA CANCLINI, N. Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. **Dialogos de la comunicación**, n. 32, p. 2–6, 1992.

GARCÍA CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

GARCÍA CANCLINI, N. El consumo cultural: una propuesta teórica. In: SUNKEL, G. (Org.). **El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación**. 2. ed. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. p. 72–96.

JACKS, N. Tendências latino-americanas nos estudos da recepção. **Revista FAMECOS**, n. 5, p. 44–49, 1996.

JACKS, N.; ESCOSTEGUY, A. C. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, N.; OROZCO GÓMEZ, G. Investigación latinoamericana de recepción: un largo camino andado, una historia viva para contar. In: BOLAÑO, C.; DRUETTA, D. C.; CIMADEVILLA, G. (Orgs.). **La contribución de América Latina al campo de la Comunicación**. [s.l.] ALAIC [Ebook], 2014. p. 134–174.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia no ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, E. H.; ANDRADE, R. M. B. de. Sociabilidades midiáticas: flexibilidade, mutação e pluralidade. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 6, n. 3, p. 139-157, 2006.

SUNKEL, G. El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina. **Signo y Pensamiento**, v. XXIII, n. 45, p. 9-24, 2004.

WYNNE-JONES, J. Computer game Tetris celebrates 25 years. **The telegraph**, 6 jun. 2009.

As mediações tecnológicas e o corpo

Graciela Inés Presas Areu

Introdução

Vilém Flusser encontra no ensaio seu lugar predileto de fala, entende-se bem sua escolha entanto que ele acredita que o diálogo é o lugar da produção intelectual por excelência, que é no diálogo que se constroem as respostas na vida social, nas suas palavras: “Um ensaio é uma tentativa de incitar os outros a refletirem, de levá-los a escrever complementos. (...) ele deve fazer rolar uma bola de neve, na qual os complementos encubram cada vez mais a exposição original.” (FLUSSER, 2010, p. 247)

Este texto aceita o convite do filósofo para partilhar o laboratório da sua vida plasmado na sua obra num ensaio que, a modo de ‘complemento’, busca evidenciar algumas das marcas deixadas pelo diálogo estabelecido entre sua obra e a produção e o repertório da autora.

A circunstancia que resultou na escolha do tema que se esta pesquisando, vem se delineando pela convergência de estudos que temos desenvolvido, como publicitária, como profissional de mídia, como psicanalista, pela construção de uma caminhada na pesquisa científica que começara na Intercom há mais de 30 anos, quando em 1983, no Congresso realizado em Bertioga sobre o Tema: Novas Tecnologias de Comunicação..., tive a oportunidade de escutar pessoalmente o filósofo tcheco-brasileiro; ele acabara de lançar seu livro “**Pós-Historia**”, a partir do qual a escolha do tema:

“Pós-Historia e Cultura” para sua participação no evento.

Na época, a originalidade do seu pensamento chamou poderosamente a atenção, tanto que se optou por ir a São Paulo após a Intercom para assisti-lo num seminário que ministrou na USP: ‘O Pós-analfabetismo’, cujas notas se guardam até hoje. Comovedora foi sua apresentação como apátrida, marcante sua reflexão sobre a linearidade da escrita e seus efeitos no pensar, a **imagem** de uma palavra após a outra, numa sequência ordenada, resultou na época, surpreendente! Propôs algo que definitivamente não tinha pensado, o impacto que as novas tecnologias iriam produzir no pensamento entanto que não mais sujeito à condição linear, ele percebera que a possibilidade de observar o objeto dos mais diversos ângulos iria possibilitar novos modos de relação, transformando o mundo.

Trabalhava numa agencia publicitária em Curitiba como Diretora de Mídia e responsável pela Pesquisa, portanto os problemas presentes na prática profissional desafiavam na busca de novas respostas, particularmente pelas questões metodológicas, a época se começava a realizar pesquisas qualitativas de tal modo que desta circunstancia resultou, dez anos depois, a dissertação de mestrado na ECA/USP intitulada: **“O Impacto das Novas Tecnologias na Audiência de Televisão”** realizada a partir de um estudo qualitativo com entrevistas em profundidade.

Diversos caminhos teórico/metodológicos se percorreram desde então, merecendo destaque o doutorado na Autônoma de Barcelona onde se trabalhou com a Análise do Discurso, em especial a partir da leitura greimasiana, orientada pela semioticista Teresa Velazquez.

Parte destas reflexões foi publicada no texto que abre o livro **Integração das Tecnologias da Comunicação na Educação: Múltiplos Olhares**, publicado em 2014, cuja organização coordenara. Um contato mais profundo com as ideias do filósofo foi possível durante o Pós-doutorado no Programa de Pós-graduação em Estudos de Mídia da UFRN nesse ano.

Esta pesquisa objetiva investigar como a questão da língua, da escrita e os efeitos das tecnologias no social são desenvolvidos na obra de Vilém Flusser. Em particular: buscar-se-á refletir sobre como as imagens técnicas afetam as relações humanas, que tipo de organização social as mesmas estão construindo.

Aspectos teórico-metodológicos

A metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica, em especial da obra de Vilém Flusser, dos autores que o estudam e daqueles que foram suas fontes. Leitura esta que estará sempre atravessada pela formação psicanalítica da autora, em especial pelas Obras de Sigmund Freud e de Jacques Lacan. Sendo elas as referências teóricas, foram privilegiadas as obras do filósofo publicadas no Brasil. Além destas fontes foram visitados sites para fundamentar os exemplos propostos.

Deste modo se espera poder construir um arcabouço teórico que permita pensar com rigor os desdobramentos e as consequências que se poderiam produzir na relação dos homens consigo mesmos, com seus corpos e com a possibilidade de alteridade que se está construindo; e se possível, tentar pensar se há ainda um lugar para a sociedade como a conhecemos hoje. A 'priori' parece difícil pensar que, do modo como está posto, seja possível

à existência do social na perspectiva construída na modernidade.

De forma sistemática, só se retomou o contato com a obra do filósofo tcheco-brasileiro apenas quatro anos atrás, ao ter acesso aos livros: **A Filosofia da Caixa Preta** e **O Universo das Imagens Técnicas**, fontes privilegiadas de uma monografia de Pós-graduação sobre a Imagem na qual colaborei. Sua leitura oferece um novo olhar na compreensão das transformações que podia observar tanto nas relações sociais, quanto na sala de aula, tarefa que nos traz até aqui hoje.

Simultaneamente, na continuidade da formação psicanalítica de orientação freudiano lacaniana, nos últimos anos se participou de seminários ministrados pelo psicanalista Fernando Peña organizados pela Associação Psicanalítica Structura em Curitiba, nos quais vem se estudando a questão do corpo na psicanálise, e as mudanças que, na atualidade, estão se observando na clínica neste sentido.

Problematização: Relação corpo / imagem

A simples observação a nossa volta coloca em evidência as transformações que se sucedem nas relações interpessoais, na relação das pessoas com sua identidade, com seus corpos e com outras pessoas. Temos claro que a questão da imagem e do imaginário não é uma questão menor neste tema, para a psicanálise o corpo é Imaginário.

Para tanto, inicialmente gostaria de lembrar a afirmação de Sigmund Freud (2006: p.39):

“O Eu é finalmente derivado de sensações corporais, principalmente dessas que tem sua fonte na superfície do corpo. Ele pode, assim, ser considerado como uma projeção mental da

superfície do corpo.” Neste texto **O Ego e o Id** (1923) considerado pela tradução inglesa. <o último dos grandes trabalhos teóricos> do pai da psicanálise, Freud vem nos lembrar de que as crianças ao nascer não possuem a condição de se apropriar das suas experiências, elas não são uma unidade desde seu nascimento e que, portanto, a constituição de uma **“imagem unificada”** do seu próprio corpo será produto de um “... processo complexo de unificação de sensações corporais”, em síntese: **“O Ego é primeiro e acima de tudo um ego corporal; não é simplesmente uma entidade de superfície, mas ele próprio a projeção da superfície.”** (FREUD, 2006: p.30) (grifos nossos)

Ainda não se sabe se o atual é um novo modelo de relação social, ou, se ainda estamos num período de transição. Cabe aguçar a capacidade de observação buscando identificar com que elementos poder-se-iam pensar as mudanças que estão acontecendo na realidade contemporânea que afetam irreversivelmente a educação, a comunicação, as linguagens, as relações humanas. Tantas são as frentes que se abrem neste tema que sua complexidade torna a análise extremamente difícil, e, para completar, temos claro que a maioria delas propõe desafios que carecem de resposta, em especial pela falta de distância que se tem desta circunstância na qual se está inserido.

A imagem na contemporaneidade?

Repetindo, se a constituição de uma imagem unificada do próprio corpo, está diretamente ligada à constituição da identidade dos indivíduos e se ela é a resultante de um processo complexo de unificação de sensações corporais, cabe perguntar: Como se constitui a imagem na contemporaneidade?

No contexto atual, quando os indivíduos se deparam com a dificuldade/facilidade, que implica o acesso a “realidade em que vivem” numa sociedade midiaticizada, ou seja, aonde a percepção que as pessoas têm, de si mesmos, da própria sociedade, dos produtos que elas consomem e até da forma em que vivem, é construída pelos meios de comunicação; onde a possibilidade das pessoas saber do seu entorno é cada vez mais mediada pela cultura digital. Poder-se-ia pensar que houve alguma mudança em relação à questão da imagem, e se houve; como incidiram as transformações tecnológicas nessa mudança?

A tese formulada pelo filósofo propõe que “as novas imagens não ocupam o mesmo nível ontológico das imagens tradicionais, porque são fenômenos sem paralelo no passado. As imagens tradicionais são superfícies abstraídas de volumes, enquanto as imagens técnicas são superfícies construídas com pontos.” (FLUSSER, 2008: p. 16)

No livro Pós-história (1983), no artigo titulado: “Nossas Imagens” ele irá esboçar sua reflexão sobre o papel atual das imagens, nas palavras do filósofo:

São as imagens, e não mais os textos, que são os media dominantes. Poderosa contra-revolução de imagens contra textos está se processando. No entanto: em tal contra-revolução é preciso discernir que se trata de um tipo de imagem inteiramente novo, e jamais doravante existente. As imagens que nos programam são pós-alfabéticas, não pré-alfabéticas, como as imagens do passado. A escrita linear (por exemplo o alfabeto latino ou as cifras árabes), surgiu como revolução contra as imagens. (sic) (FLUSSER, 1983, pp.97-98)

Certamente não foi por acaso que estas questões chamaram sua atenção; cabe lembrar que para o pensador os limites da percepção ficam determinados a priori pelo “universo significativo” do repertório, ou seja, da soma dos códigos aos que o sujeito tem acesso; só se reconhece aquilo que de alguma forma já foi percebido.

O filósofo tcheco-brasileiro acessa a comunicação pela via da linguagem, ou seja para Michael Hanke, (2013, p.721) a semiótica “tem um lugar central no pensamento de Flusser” ao referir-se ao surgimento do seu interesse pela Teoria da Comunicação este afirma: “Abriu toda uma nova avenida de acesso o problema da língua.” (FLUSSER, 1976: p.503)

Sua leitura do papel das artes, e da manutenção do campo simbólico, como saída para o ser humano, como via de acesso a liberdade de pensamento, haverá de acompanhar o filósofo durante toda a vida (cabe lembrar que foi curador da Bienal de São Paulo em várias oportunidades), testemunho disto serão as inúmeras amizades construídas com artistas e pensadores das artes e da estética, tal o exemplo da sua participação na Mesa Redonda em Paris intitulada: **Tecnologia e Imaginário**, a convite do seu amigo Abraham Moles, em maio de 1972, ano em que mudou para França; como se pode observar nestes trechos extraídos do longo debate:

V. Flusser: “ ... tradicionalmente havia dois domínios da condição humana, o domínio da natureza e o domínio da cultura. O homem estava dominado pela natureza e se liberta da natureza em função da cultura. Hoje a situação é totalmente diferente, eu sou dominado pelas coisas da cultura. A natureza desapareceu do horizonte da minha situação. Eu esqueço que as coisas da cultura que me dominam não são dadas como as coisas da natureza, mais elas são manipuladas por qualquer

um para me dominar. Esta é minha nova situação.”
(INSTITUT DE L’ENVIRONNEMENT, 1975.p.36-37)
(tradução da autora)

Na sequência ao responder a uma intervenção de Abraham Moles, formula os primeiros passos da sua tese:

V. Flusser: “Você pode distinguir três situações durante da história. No começo havia uma situação onde tudo era social: a árvore ou a pedra eram meus parceiros sociais. Havia uma deusa da árvore e da pedra. Eu estava oprimido pela sociedade cósmica, posteriormente eu estive oprimido pela natureza, e agora eu estou oprimido pelas coisas da cultura. Portanto nosso compromisso de liberdade é o compromisso de compreender e dominar aquilo que nos domina, portanto de compreender e dominar a tecnologia.” (INSTITUT DE L’ENVIRONNEMENT, 1975.p.38-39) (tradução da autora)

Podem ser observar nestas manifestações, (como em outras ao longo do debate), o esboço das matrizes do que seria a base dos ensaios do filósofo sobre os problemas da comunicação face às tecnologias, é o caso do modelo fenomenológico da história da cultura, que dará origem a escalada da abstração, um dos pontos culminantes da sua teoria, exposta na sua obra **O Universo das Imagens Técnicas**, onde propõe que tanto os homens quanto os animais estão “... mergulhados no espaço-tempo, num mundo de volumes que se aproximam e se afastam” e, a diferença dos animais, os seres humanos possuem mãos com as quais parar os volumes, “o homem abstrai o tempo e destarte transforma o mundo em ‘circunstancia’.”(sic) De tal forma que esta “... manipulação é o gesto primordial; graças a ele o homem abstrai o tempo do mundo

concreto e transforma a si próprio em ente abstraidor, isto é em homem propriamente dito.” (FLUSSER, 2008, p. 16)

Se elaborou o Quadro 1. (a seguir) buscando facilitar a compreensão da sua leitura da historia da humanidade a partir das imagens que ela produziu nos milhões de anos que se passaram nesse processo de abstração crescente, para Flusser o gesto produtor de imagens tradicionais, e, o gesto que produz imagens técnicas, são gestos opostos, dirá: “A imagem tradicional é produzida por gesto que abstrai a profundidade da circunstancia, isto é, por um gesto que vai do concreto rumo ao abstrato. A tecno-imagem é produzida por gesto que reagrupa pontos para formarem superfícies, isto é, por gesto que vai do abstrato rumo ao concreto.” (FLUSSER, 2008, p. 21)

Quadro 1.- Tese de Vilém Flusser: Escalada da Abstração

Imagens bi-dimensionais	Imagens Unidimensional	Imagens Zero (nulo)dimensional
Imagens tradicionais	Na escrita	No código eletrônico
(magia)	(ciência e tecnologia)	cibernética
Rupestres antes da escrita	Diversos códigos que permitem a escrita	Códigos digitais
Imaginar	Conceber (conceito)	Tecno -imaginação
Pré-moderno	Modernidade	Pós-Moderno
Pré-história	Historia	Pós-historia

Fonte: Tabela elaborada pela autora a partir das aulas do Prof. Dr. Michael Hanke, no Módulo “Tópicos de Comunicação” 2014/1 no Programa de Pós-graduação Estudos da Mídia /UFRN

A elaboração de um modelo fenomenológico de história da cultura evidencia a influência da obra de Husserl no seu pensamento, assim como o conceito de circunstância registra sua compreensão do trabalho de Ortega e Gasset. Ele constrói este modelo ciente de que não é suficiente para dar conta da complexidade do processo de desenvolvimento histórico, mas apenas com a intenção de “servir de gancho sobre o qual se possa pendurar o problema das tecno-imagens.” deixa claro que a simplificação de uma proposta que se exponha assim “tridimensionalidade / bidimensionalidade / unidimensionalidade / zerodimensionalidade”, carece de validade para descrever o afastamento do “homem do mundo concreto.” (FLUSSER, 2008: p. 19)

No Prefácio da obra acima citada: **O Universo das Imagens Técnicas**, o pesquisador Dr. Norval Baitello (2008, p.9) afirma “É aqui que Flusser começa a delinear suas reflexões sobre a era das tecno-imagens na qual tudo tende a grau zero de espaço” e, destacará a seguir algo que parece apontar para o problema desta pesquisa, entanto chama a atenção sobre os efeitos observáveis daqueles que na atualidade se relacionam pelos meios digitais, nas suas palavras: “Assim se constituem aparências de coisas a partir da **‘coagulatio’ momentânea e fugaz de não-coisas, de pontos de dimensão zero, entidades sem corporeidade.**”(griffo nosso) Sua intervenção nos leva a perguntar: Será que há alguma relação entre esta falta de corporeidade própria das tecno-imagens e as transformações que podem ser percebidas na relação das pessoas, com sua própria imagem e com seu corpo?

Novas relações Imagens / Corpos?

A este respeito Flusser observa (2008:p.83):

“As imagens passam a ser nossos interlocutores, os parceiros na solidão a qual nos condenaram. Quando os nossos gestos visam aparentemente o mundo (ganhar campeonato, fazer revolução, comprar máquina de lavar roupa) dirigem-se efetivamente às imagens, são respostas às imagens. Nossas *res gestae*¹¹⁵ aparentes são efetivamente espetaculares. As imagens apanham os nossos gestos graças a determinados aparelhos (câmeras, marketing, pesquisas de opinião pública) e os transcodificam em programas: nutrem-se de gestos que elas próprias provocaram. Essa circulação entre a imagem e o homem forma um círculo de aperfeiçoamento automático. As imagens se tornam mais fiéis (mostram como nos comportamos efetivamente) e nós nos tornamos sempre mais “fiéis” às imagens (comportamo-nos efetivamente conforme o programa).

A circulação entre a imagem e o homem parece ser um circuito fechado: Queremos e fazemos o que as imagens querem e fazem, e as imagens querem e fazem o que nos queremos e fazemos.

(...) No entanto o circuito fechado não pode ser efetivamente fechado. Deve ser ‘alimentado’ de fora, (...) As fontes que alimentam a circulação entre a imagem e nos são os discursos da ciência, da técnica, da arte e, sobretudo da política, isto é, pelos discursos da história em vias de ser superada. (...)

Tudo se precipita rumo às imagens para ser fotografado, filmado (...) o mais rapidamente possível a fim de ser recodificado de discurso em programa.”(sic)

¹¹⁵ Nota da autora (tradução) *Res gestae*: ações realizadas

Para o pensador checo-brasileiro, em tal circulação <cabe à imagem o papel ativo e ao homem o papel reativo> nela <a imagem programa o homem para que este re programe a imagem.> Exemplifico: surpreendo-me ao observar que ninguém mais faz uma foto instantânea. Quase todos estão munidos ou de câmaras ou mais comumente de telefones celulares com câmaras potentes e ao fotografar parecem estar montando um book fotográfico, reproduzindo os gestos, as poses que se observam nas fotos das revistas de moda ou do show business. O filósofo alerta:

"A nossa situação frente às imagens é esta: **as imagens projetam sentidos sobre nos porque elas são modelos para o nosso comportamento.** Os modelos funcionam porque mobilizam em nos tendências recalcadas, e porque paralisam as nossas faculdades críticas e adormecem nossa consciência." (FLUSSER, 2008:p.82) (grifo nosso)

Neste processo, no qual ele destaca que os modelos mobilizam nossas 'tendências recalcadas', parece se escutar uma referência a forma própria da manifestação inconsciente; o inconsciente denuncia, nos denuncia, e é isso que a psicanálise nos ensina, a possibilidade de escutar o inconsciente. Curiosamente pode-se observar que, na medida em que, as imagens técnicas - tecno-imagens como as denominadas Flusser -carecem de corporeidade (possuem zero dimensão) pode-se observar que, cada vez mais, os corpos de alguns jovens se transformam em superfície das mais variadas imagens; como se verifica com a expansão do uso de tatuagens a partir dos anos oitenta, assim como o *piercing* nos anos noventa, como exposto no artigo de Shel Almeida (2009, p.02) nas suas palavras:

“... gerou-se um fenômeno associado à busca de novas mentalidades e conceitos sobre corpo e identidade. A partir de então um grupo de pessoas cada vez mais numeroso e diferente entre si, passou a utilizar esses tipos de modificações corporais. A esse fenômeno deu-se o nome de **body art, ou arte corporal**”(grifo nosso)

O poeta, ao longo do texto sustenta que entanto a cultura não pode ser entendida separada dos outros fenômenos sociais, haveria que pensar que a tentativa de compreender o corpo seria motivada pela tentativa de compreender a própria sociedade, afirma que: “O corpo, dessa forma, torna-se, mas um instrumento de expressão do individuo dentro do todo que é a sociedade.” (ALMEIDA, 2009, p.03)

Além dos artistas que se alinham na proposta da arte corporal ou *body art*, se observa o trabalho da artista plástica francesa ORLAN (seu nome deve-se escrever em maiúscula por sua exigência), no seu **Manifesto da Arte Carnal**, ela define seu trabalho da seguinte forma:

A Arte Carnal é um trabalho de auto-retrato no sentido clássico, mas com meios tecnológicos que são os da sua época. Oscila entre desfiguração e refiguração. Se inscreve na carne porque nossa época começa oferecer essa possibilidade. O corpo se torna um “ready-made modificado” já que não é mais esse “ready-made” ideal que é suficiente assinar. (<http://bahiamam.org/o-mundo-de-orlan/>)

No **Manifesto** faz questão de diferenciar expressamente sua obra do *body-art*, nas suas palavras:

Ao contrário do “Body-Art” do qual se distingue, a Arte Carnal não deseja a dor, não a procura como fonte de purificação, não a concebe como Redenção. A Arte Carnal não se interessa pelo resultado plástico final, mas pela cirurgia-performance e pelo corpo modificado, que se tornou lugar de debate público. (<http://bahiamam.org/o-mundo-de-orlan/>)

Ricardo Maurício Gonzaga (2012, p. 04), no artigo: **O Corpo como Rascunho: Orlan, O verbo feito carne feito imagem feita verbo**, traz uma citação da autora sobre o porquê do seu nome artístico:

Escolhi este nome depois de uma sessão de psicanálise, quando percebi que assinava meus cheques com o nome “**Morta**”. Entendi então, depois da intervenção do psicanalista que apontou a anomalia, que eu nunca mais estaria naquele estado de morte lenta e foi aí que eu me dei uma nova identidade civil. Selecionei então um nome nem masculino nem feminino; este nome contém minha exigência de transgredir os tabus e de ficar à margem dos modelos de gênero [...].

Ela tem realizado inúmeras intervenções no próprio rosto, na foto da artista a seguir, publicada pela Revista Galileu, pode-se observar o alargamento da frente para se parecer com a Mona Lisa e os implantes inseridos nas laterais da cabeça:



Fonte: Revista Galileu 04/09/2015

Para terminar de expressar a singularidade cada vez maior das manifestações que vem se realizando no corpo, nesta “nova relação” que parece se instalar entre o corpo, o sujeito, e, a Imagem, merecem destaque o Ken e a Barbie, inicialmente se inclui a foto deles publicada em 31 de janeiro de 2013 na matéria pela editoria: Beleza, do site Metamorfose Digital titulada: **Barbie e Ken da vida real trocam insultos em Nova Iorque**



Fonte: Site Metamorfose Digital

A matéria resume: “Pelo menos em uma coisa os dois concordam, **Valeria Lukyanova, a Barbie da vida real, e seu Ken, Justin Jedlica, também de carne e osso, são duas bonecas**, mas no restante discordam em tudo e começaram uma guerra de insultos. **Acusam-se mutuamente de ser muito artificiais.**” Na tentativa por responder ao modelo, este jovem norte-americano já fez inúmeras cirurgias plásticas para se parecer ao Ken da Barbie como se pode observar na seguinte matéria publicada no Site Extra. Globo no início de 2015 quando se submeteu a últimas intervenções: **Ken humano correu risco de ficar cego para remover veias saltadas da testa**¹¹⁶:

As duas operações, combinadas, custaram ao ex-participante do reality americano "Botched" U\$40 mil dólares. Além delas, Jedlica já passou por mais de 190 procedimentos estéticos. Na extensa lista de cirurgias dele, estão cinco rinoplastias, implantes de ombro e aumentos para as bochechas, lábios, glúteos e queixo, entre outros. "Eu tenho quase todas as partes do meu corpo trabalhadas", admite ele, que já gastou U\$220 mil em mais de 20 cirurgias e ainda não está satisfeito: "Como uma pessoa muito detalhista, eu sempre encontro algo novo para criticar e corrigir", explicou. (sic)
(<http://extra.globo.com/noticias/mundo/ken-humano-correu-risco-de-ficar-cego-para-remover-veias-saltadas-da-testa-15103446.html>)

Realmente é surpreendente seu parecido com os bonecos, mas é surpreendente que a crítica que se fazem mutuamente é serem **muito artificiais...** Qual

¹¹⁶ Publicado em 20/01/15 16:04 Atualizado em 20/01/15 16:24

seria sua natureza se são bonecos? Poderia não ser artificial? Um boneco não é um boneco?

Não posso não me perguntar será que a imagem dá conta? Não pareceria, essa tentativa de aproximar-se por meio das intervenções no corpo a uma Imagem que sempre fica distante, que nunca poderá ser atingida como o próprio Justin manifesta, ele não está satisfeito “...sempre encontro algo novo para criticar e corrigir.”

De que corpo se trata? O que acontece com as sensações? Onde está o sujeito? Que possibilidade há de se constituir uma identidade nessa Imagem que sequer é humana?

Um registro no qual o corpo está posto como puro objeto a ser construído a ‘imagem e semelhança’ dessa outra Imagem, quê espaço se dá para a existência do humano? Qual ‘mundo’ irá se apropriar?

Considerações Finais

Ao longo desta reflexão tentamos colocar em evidência transformações que se podem observar na relação corpo / imagem, que presumimos, podem, ter – entre outros-, suas origens nas novas formas de relação que se configuram a partir das tecnologias da comunicação.

Haveria um imperativo de seguir o **modelo** proposto pelos meios, em especial hoje aqueles que vêm se impondo pelas chamadas ‘redes sociais’; não podemos esquecer que o Brasil é o recordista mundial em cirurgias plásticas em número próximo a meio milhão por ano. Estes meios, que se apresentam como portadores de verdades universais, que - como pudemos mostrar a partir da obra de Flusser - veiculam modelos que modelam os seres humanos, se propondo para ser apropriados

individualmente, negando as particularidades das pessoas, e a sua subjetividade.

Como se buscou demonstrar, se observa que perante as tentativas de padronização destes modelos, parecem-se produzir, entre outros, curiosos efeitos, propiciando saídas cada vez mais singulares de unificação da própria imagem, de uma identidade para si, numa tentativa de diferenciação pela modelagem do próprio corpo na sua materialidade.

Como se aquela condição de representação que é própria do signo, do imaginário tivesse que se marcada no corpo, em face da falta de consistência percebida nas imagens (técnicas?) nos dias atuais.

Numa curiosa subversão em lugar da imagem representar o sujeito como na pintura, imagens que durante muito tempo representavam as identidades dos homens e suas circunstâncias históricas por meio de alguma insígnia que até hoje nos permite reconhecer seu lugar no mundo; o que se pode observar hoje é exatamente o contrário: o lugar das insígnias passou a ser seu corpo fotografado, filmado, plasmado como imagem para ser vista, e, deste modo se reconhecer ao se dar a conhecer.

Este trabalho não possui a intenção de fornecer respostas, ou de elaborar conclusões, apenas no propusemos a trazer as reflexões que a observação das novas relações entre o corpo e a imagem nos suscita.

Para terminar vale a pena deixar claro que Vilém Flusser é um pensador crítico, mas no fundo, conserva sua origem idealista, inicia seu...**Elogio da Superficialidade**, propondo:

“Partindo das imagens técnicas atuais, podemos reconhecer duas tendências básicas diferentes. Uma indica o rumo da sociedade totalitária, centralmente programada, dos receptores das

imagens e dos funcionários das imagens; a outra indica o rumo da sociedade telemática dialogante dos criadores de imagens e dos colecionadores de imagens.” (FLUSSER, 2008, p.12)

Desta forma o ‘filósofo das novas mídias’ abre para si mesmo, e acho que para cada um de nós, a possibilidade de contribuir para realizar os esforços necessários para intervir no sentido, não de querer parar o fluxo da história (ou mais corretamente no seu dizer: da pós-história), mas de disseminar uma leitura da realidade que contribua para uma relação positivada com as tecnologias, que enriqueça o futuro da humanidade, em lugar de impedi-lo.

Sem dúvida é impossível estabelecer de forma simples e direta relações causais entre os efeitos sociais que se observam na contemporaneidade e as inovações ocorridas nas tecnologias da comunicação.

Assim, seguindo a Edgar Morin pode-se pensar que estes recursos tecnológicos possibilitam que os indivíduos possam, frente à complexidade, confrontar-se com um duplo desafio: por um lado a religação daquilo que se considerava separado, e ao “... mesmo tempo, é preciso aprender a fazer com que as certezas interajam com as incertezas. O conhecimento é, com efeito, uma viagem que se efetiva num oceano de incerteza salpicado de arquipélagos de certeza.” (MORIN, 2005, p. 63)

Neste relato do passeio pelos caminhos das minhas experiências teórico-metodológicas, resultado das circunstâncias que os problemas têm gerado ao longo da minha vida pessoal e acadêmica, tenho tentado colocar em evidência a minha percepção, cada vez mais clara da necessidade de utilizar a “disponibilidade chinesa” para orientar nosso percurso na pesquisa.

Como escreve Francois Julien a “Atenção Flutuante” freudiana e um conceito que está próximo da “Disponibilidade chinesa”. Disponibilidade que esta no principio do comportamento do sábio ¹¹⁷. Conclui-se que: Conhecer não é fazer-se a ideia de algo, mais tornar-se disponível para algo.

Referências bibliográficas e digitais

ALMEIDA, Shel. **O corpo como objeto de manifestação cultural**. Bragança Paulista, SP
Revista Overmundo, 02/9/2009. Disponível em <http://www.overmundo.com.br/banco/o-corpo-como-objeto-de-manifestacao-cultural>. Acesso em 25/08/2015.

BAITELLO JR, Norval. Prefacio. In: FLUSSER, Vilém. **O Universo das Imagens Técnicas: Elogio a Superficialidade**. São Paulo, Annablume, 2008. pp: 7-10

EXTRAGlobo:

<http://extra.globo.com/noticias/mundo/ken-humano-correu-risco-de-ficar-cego-para-remover-veias-saltadas-da-testa-15103446.html> Acesso em 20/08/2015.

FLUSSER, Vilém. “Em busca do Significado”, In: LADUSÃNS, Stanislavs (Org.) **Rumos da Filosofia Atual no Brasil em Auto - retratos**. São Paulo, Loyola, (pp.495-506); 1976.

_____, **Pós-História: Vinte instantâneos e um modo de usar**. São Paulo: Duas Cidades, 1983.

_____, **Bodenlos: uma autobiografia filosófica** São Paulo, Annablume, 2007.

_____, **O Universo das Imagens Técnicas: Elogio a Superficialidade**. São Paulo, Annablume, 2008.

_____, **A Escrita**. São Paulo, Annablume, 2010

¹¹⁷ Anotações realizadas no Seminário O Corpo e a Escrita. Curitiba, Strutura, 2013: p.12.

FREUD, Sigmund. **O Ego e o Id (1923)**. Obras Completas. Volume XIX (1923-1925). São Paulo, Ed. Imago. 2006.

GONZAGA, Ricardo Maurício. **O Corpo como Rascunho: Orlan, O verbo feito carne feito imagem feita verbo**. Congresso Internacional da Associação de Pesquisadores em Crítica Genética, X Edição, 2012. SP.(pp.798-807)

HANKE, Michael. “Símbolos e os Códigos da Comunicação: a semiótica de Vilém Flusser.” In: **Panorama da comunicação e dos meios no Brasil e na Espanha**. São Paulo. E-Livros Intercom Coleção Avulsa; Capítulo 31, pp.720-743. 2013. Disponível em: <http://www.portaintercom.org.br>. Acesso em: 20/05/2014.

METAMORFOSEDIGITAL.

<http://www.mdig.com.br/index.php?itemid=27278#ixzz3kXKYKuAi>. Acesso em 20/08/2015.

L'INSTITUT DE L'ENVIRONNEMENT. **Technologie et Imaginaire**. Paris, table ronde du 8 mai 1973. Paris: L'Institut de L'Environnement. 1975.

MORIN, Edgar. **Educação e Complexidade: Os Sete Saberes e outros Ensaios**. São Paulo, Cortez, 2005.

ORLAN. **Manifesto de Arte Carnal**. Disponível em: <http://bahiamam.org/o-mundo-de-orlan/> Acesso em 25/09/2015.

REVISTA GALILEU. **Artista francesa usa cirurgias plásticas como forma de arte**. 04/09/2015. Disponível <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,ERT327780-17770,00.html>. Acesso 25/08/2015

Sobre los autores

Ada Cristina Machado da Silveira é professora associada da Universidade Federal de Santa Maria e pesquisadora do CNPq (Brasil). Jornalista formada pela Unisinos, é mestre em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), *Magister* e Doutora em Jornalismo pela *Universitat Autònoma de Barcelona* (Espanha) com pós-doutoramento na *Sorbonne III – La Nouvelle* (França) e *Universidad Nacional de Quilmes* (Argentina) pelo Programa Capes-Mincyt Redes 2012-15. Atua no programa de pós-graduação em Comunicação da UFSM. Líder do grupo de pesquisa Comunicação, Identidades e Fronteiras. Dirige dissertações e teses de mestrado e de doctorado em temas de representação identitária e mediática, popularização de ciência, jornalismo e interações transfronterizas. E-mail: ada.silveira@ufsm.br

Marina Poggi Carter es Doctora en Ciencias Sociales y Humanas, Magíster en Ciencias Sociales y Humanidades (con orientación en Comunicación), Especialista en Ciencias Sociales y Humanidades (con orientación en Comunicación) y Licenciada en Comunicación Social, por la UNQ. Actualmente es Investigadora Asistente de CONICET, profesora de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), y miembro investigador del Centro de Estudios de la Argentina Rural (CEAR) y del Programa Prioritario I+D “La Argentina rural de los siglos XX y XXI. Espacios regionales, transformaciones medioambientales, sujetos sociales y políticas públicas”, ambos radicados en la UNQ. Ha participado de congresos y realizado diversas publicaciones en torno a la reforma agraria y la propiedad de la tierra en Argentina y en Brasil, analizadas desde la perspectiva de las Representaciones y el Análisis Crítico del Discurso. E-mail: marinapoggicarter@gmail.com

Sergio Duarte Masi es docente investigador de la Universidad Nacional del Este e investigador en las áreas de la ciencia sociales, categorizado como Nivel II en el Programa Nacional de Incentivo a los Investigadores del Paraguay. Magister en Ciencias de la Ingeniería en la Universidad de Chile (1992) y luego complementa su formación incursionando en las áreas de las ciencias sociales, culminando un Doctorando en Ciencias de la Educación, con énfasis en Ciencia, Tecnología y Sociedad (Universidad Evangélica del Paraguay, 2008); y un Doctorado

en Ciencias Empresariales, con énfasis en innovación (Universidad de Jaén, 2010). En la Universidad Autónoma de Asunción, se desarrolló como Director de Investigación, también como gestor de las actividades de generación del conocimiento. E-mail: sedumapy@gmail.com

Anelise Schütz Dias é graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria, quando foi voluntária no grupo de pesquisa Comunicação, identidades e fronteiras. É mestre e doutoranda em Comunicação e Informação no programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: anelisesdias@gmail.com

Clarissa Schwartz é jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria (1998), com mestrado e doutorado em Extensão Rural pela mesma instituição (2007 e 2012). Atuou por 15 anos na RBS TV tendo ocupado os cargos de repórter, editora e coordenadora de telejornalismo. Atualmente é professora colaboradora e bolsista de estágio pós-doutoral Capes PNPd Institucional do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. E-mail: clarissaschwartz@yahoo.com.br

Graciela Ines Presas Areu é professora associada da Universidade Federal do Paraná - Setor Litoral. Possui Pós-doutorado em Estudos de Mídia na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação e Informação pela Escola de Jornalismo da Universidade Autônoma de Barcelona (Espanha). Mestre em Ciências da Comunicação Publicidade/Relações Públicas pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (Brasil). Graduada em Artes e Técnicas Publicitárias: Universidade El Salvador (Argentina). Possui mais de trinta anos de formação psicanalítica em Instituições freudiano-lacanianas. Publicitária reconhecida pela sua atuação na Mídia e no Planejamento. E-mail: gracielaapresas@hotmail.com

Isabel Padilha Guimarães é professora colaboradora do Departamento de Ciências da Comunicação e bolsista de estágio pós-doutoral (DofcFix Capes-Fapergs) no programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. É vice-líder do grupo de pesquisa Comunicação, Identidades e Fronteiras. Graduada em Jornalismo, mestre e

doutora em Comunicação Social pela PUCRS. E-mail: isabelpadilha@yahoo.com.br

Fabiano Maggioni é professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Mestre e Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria, com doutorado sanduíche na Universidade de Buenos Aires (Capes-Mincyt). E-mail: fabiano@ufsm.br

Filipe Bordinhão dos Santos é professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo, em Curitiba/PR, e doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). É mestre em Comunicação e bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. É membro do grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia coordenado pela professora doutora Veneza Mayora Ronsini. Tem experiência em atendimento e planejamento publicitário. Na pesquisa, tem interesse em: publicidade e propaganda, recepção e consumo publicitário. E-mail: filipebordinhao@hotmail.com

Glaíse Bohrer Palma é professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano (Unifra), doutoranda Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, membro do grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia. E-mail: glaisepalma@yahoo.com.br

Laura Roratto Foletto é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), bolsista da Capes e Relações Públicas formada pela UFSM. E-mail: laura.roratto@gmail.com

Lucas Padilha Gois é jornalista da Universidade de Cruz Alta. Especialista em Assessoria de Comunicação e Marketing – ênfase em Mídias Digitais pela Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta (Brasil). E-mail: lucaspadilhars@gmail.com

Luciano de Almeida Lima é mestrando do Programa de Pós-graduação em Direitos Humanos da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ), Ijuí, Brasil, na linha de pesquisa Direitos Humanos, Direito Internacional e Equidade. Pesquisador FapergsA. Integrante do NEIDH – Núcleo de Educação e Informação em Direitos Humanos da Unijuí. Especialista em Direito da Criança e do Adolescente pela Escola Superior do Ministério Público. Especialista em

Direito e Processo do Trabalho Uniderp. Especializando em Tecnologia da Informação e da Comunicação aplicadas à educação Universidade Federal de Santa Maria, RS. Advogado. E-mail: luciano_limaa@hotmail.com

Luisa Betat Corrêa é Produtora Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. Voluntária do grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia e do Grupo Obitel (Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva), pólo Santa Maria (UFSM) 2014-2015. E-mail: betatluiza@gmail.com

Nara Emanuelli Magalhães realiza estágio pós-doutoral como bolsista Capes-PNPD Institucional no Programa de pós-graduação na Universidade Federal de Santa Maria (Brasil). E-mail: magalhaes.nara@gmail.com

Phillipp Dias Gripp é doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (linha de pesquisa Mídia e Identidades Contemporâneas) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Comunicação Midiática pela mesma instituição (2016). Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa (2014). Integrante dos Grupos de Pesquisa Comunicação, Ciência & Tecnologia e Sociedade (ComC&TS - Unipampa), Comunicação, identidades e fronteiras (UFSM) e Comunicação e desenvolvimento (UFSM). Dedicar-se a investigações sobre popularização científica, identidades, lugares de fala, discurso e relações de poder. E-mail: phidgripp@gmail.com

Sandra Depexe Docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora e mestre em Comunicação pela UFSM, especialista em Comunicação e Projetos de Mídia (Unifra) e bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (UFSM). É vice-líder do grupo de pesquisa Usos Sociais da Mídia. Tem interesse em pesquisas sobre recepção e consumo de mídia, convergência midiática, além de questões que envolvam gênero, classe social, análise de discurso de linha francesa e monitoramento de redes sociais digitais. Tem experiência em análise qualitativa assistida por computador (CAQDAS) com uso do software NVivo. E-mail: sandradpx@gmail.com

Sandra Rubia da Silva é Mestre em Comunicação e Informação (UFRGS) e Doutora em Antropologia Social (UFSC), com estágio de doutorado-sanduíche no *University College*

London (UCL). Ganhadora da quarta edição do Concurso Jovens Investigadores (2010) promovido pela rede DIRSI - *Diálogo Regional Sobre la Sociedad de la Información* - foi contemplada com a bolsa de pesquisa *Amy Mahan Young Researcher Fellowship in ICT Inclusion Policies* pelo IDRC - *International Development Research Centre*, do Canadá. Atualmente é docente do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Seus atuais interesses de pesquisa e áreas de atuação incluem teorias do consumo e cultura material; consumo e camadas populares; estudos de internet e culturas digitais; e modos de apropriação de tecnologias de comunicação e informação para a inclusão social. E-mail: sandraxrubia@gmail.com

Solange Engelmann é doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Uberlândia. Graduação em Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pelo Centro Universitário de Maringá (2003). E-mail: solengel03@gmail.com

Tissiana Pereira Nogueira é doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, membro de pesquisa Usos Sociais da Mídia. E-mail: tissianapereira@yahoo.com.br

Valdir José Morigi possui graduação em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1984), graduação em Biblioteconomia pela Universidade Federal da Paraíba (1998), mestrado em Sociologia Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1988) e doutorado em Sociologia pela Universidade de São Paulo (2001). Atualmente é professor associado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Sociologia e Ciência da Informação, com ênfase em Processos de Disseminação da Informação, atuando principalmente nos seguintes temas: cidadania, consumo, cultura popular, memória social, festas populares, conhecimento e sociedade, imaginário, mídia e representações sociais, cultura, sustentabilidade e meio ambiente. E-mail: valdir.morigi@gmail.com

Ximena A. Carreras Doallo es Licenciada en Comunicación Social, Especialista y Magíster en Ciencias Sociales y Humanidades y Doctora en Ciencias Sociales en UNQ. Docente. Becaria Posdoctoral CONICET. Profesora de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), y miembro investigador del Centro de Estudios de la Argentina Rural (CEAR) y del Programa Prioritario I+D “La Argentina rural de los siglos XX y XXI. Espacios regionales, transformaciones medioambientales, sujetos sociales y políticas públicas”, ambos radicados en la UNQ. Ha participado de congresos y realizado diversas publicaciones en torno a la comunicación, historia ambiental e historia de las representaciones sociales y políticas. E-mail: ximena.carreras@yahoo.com.ar

This book is available through JSTOR, a non-profit organization dedicated to the dissemination of scholarship. For more information please go to <http://es.about.jstor.org/>



Este libro está disponible a través de JSTOR, una organización sin ánimo de lucro dedicada a la difusión del conocimiento. Para obtener más información, visite <http://es.about.jstor.org/>

Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC's, rompen con la unidireccionalidad de la construcción de la información y ponen en interacción dinámica y activa a los nuevos participantes de los espacios virtuales. Como elementos diferenciadores de los tipos de comunicación tradicionales, las características más comunes que encontramos en estos ámbitos extendidos de la comunicación son las ideas que comparten y/o dialogan en los capítulos de este libro.



Libros de la Red Internacional del Conocimiento,
Colección e-200

ISBN 978-956-8416-41-6